

Schulworkshops

zur Entwicklung eines
positiven Körpergefühls

Leitfaden zum Kurzworkshop

Für Lehrer

für Mädchen und Jungen im Alter von 11–14 Jahren



Herzlich willkommen



Sie haben sich zur Durchführung eines der weltweit effektivsten Workshops zur Entwicklung eines positiven Körpergefühls entschieden. Im Gegensatz zu Programmen, deren Ziel lediglich darin besteht, auf Probleme im Zusammenhang mit der eigenen Körperwahrnehmung aufmerksam zu machen, nehmen Schülerinnen und Schüler, die an den **Dove Schulworkshops zur Entwicklung eines positiven Körpergefühls** teilgenommen haben, ihren Körper positiver wahr, verfügen über ein höheres Selbstwertgefühl und fühlen sich bei der Teilnahme an sozialen und schulischen Aktivitäten sicherer.¹

DER KURZWORKSHOP ZUR ENTWICKLUNG EINES POSITIVEN KÖRPERGEFÜHLS IM ÜBERBLICK:

- **Ein Kurzworkshop**, der eine Zusammenfassung der fünfteiligen Workshopreihe darstellt und deren wichtigste Konzepte aufgreift.



Bei der Zusammenstellung des kompakten 45-minütigen Kurzworkshops wurde sorgfältig darauf geachtet, die wichtigsten Konzepte der vollständigen Reihe zu berücksichtigen. Wir wissen, unter welchem Zeitdruck viele Lehrer stehen. Daher hoffen wir, dass dieser Workshop einen guten Ausgangspunkt darstellt, von dem aus Lehrer zu einem späteren Zeitpunkt dazu übergehen können, alle fünf Teile der Workshopreihe zu behandeln.

Dieser Workshop eignet sich für Schülerinnen und Schüler im Alter von 11–14 Jahren. Die im Rahmen dieses Workshops behandelten Konzepte sind als relevant und wichtig für Schülerinnen und Schüler dieser Altersgruppe anerkannt.



ÜBER DIESEN KURZWORKSHOP:

Dieser Workshop unterstützt Schülerinnen und Schüler bei der Entwicklung eines positiven Körpergefühls. Sie lernen, sich selbst und andere nicht anhand von Äußerlichkeiten zu bewerten. Sie entwickeln Respekt für ihre eigene Individualität und die Vielfalt der Menschen in ihrer Umgebung und erwerben Fähigkeiten und Selbstvertrauen, um ihr Potenzial voll auszuschöpfen.

Schülerinnen und Schüler erlernen einen bewussteren und kritischen Umgang mit Medien. Anhand von Diskussionen, Rollenspielen, der Analyse echter Werbung, Filmen und Aktivitäten wird ihr Bewusstsein für den Druck geschärft, der von Schönheitsidealen und Ansprüchen an das Aussehen ausgeht. Sie erfahren, dass Abbildungen von Menschen in kommerziellen Massenmedien (wie Zeitschriften, Fernsehen und Werbung) oft manipuliert sind und ein verfälschtes Bild der Realität wiedergeben, mit dem Produkte oder Dienstleistungen verkauft werden sollen.

Sie erfahren außerdem, in welchem Umfang auch private und soziale Netzwerke, Fotos, Filme, etc. bestimmte Schönheitsideale etablieren und welche negativen Auswirkungen dies auf sie selbst und ihr Umfeld haben kann. Sie entwickeln Strategien, um ihr positives Körpergefühl künftig zu stärken und zu schützen.

¹ P. Diedrichs et al., „Dove Self-Esteem Project Single Session Workshop for Teachers“, Interim report, Centre for Appearance Research, University of the West of England, 2014

Lernziele und Materialien



IN DIESEM WORKSHOP LERNEN SCHÜLERIN-
NEN UND SCHÜLER FOLGENDES:

- **Sie erfahren, was unter Schönheitsidealen zu verstehen ist** und woher der Druck kommt, diesen Idealen entsprechen zu müssen.
- **Sie erwerben Medienkompetenz** und erforschen, in welchem Umfang Abbildungen und Nachrichten in der Werbung, im Kino und in den sozialen Medien oftmals ein manipuliertes Bild der Realität wiedergeben.
- **Sie entwickeln Strategien, um dem Schönheitsdruck zu widerstehen**, Vergleiche mit anderen zu vermeiden, Schönheitsideale zu hinterfragen und ein positives Körpergefühl zu entwickeln.



BENÖTIGTE MATERIALIEN:

Materialien für den Kurzworkshop

- 1 Leitfaden zum Kurzworkshop
 - 2 Präsentation zum Kurzworkshop
 - 3 Aufgabenblätter zum Kurzworkshop
(ein Satz mit drei Bögen pro Schülerin/Schüler)
 - 4 Stichwortkarten für die Diskussion
(je eine Seite, die sich sechs Kleingruppen teilen)
- Optional:* Glossarkarten
(eine Seite, die sich vier Schüler teilen)

5 Filme zur Diskussionsanregung:

• „Dove: Evolution“

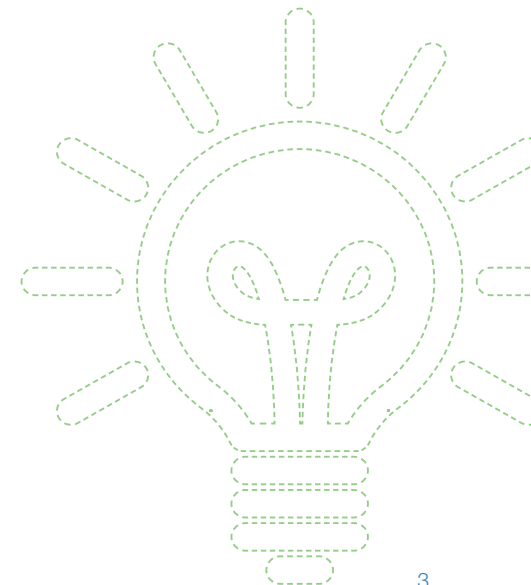
Dieser Film zeigt Schülerinnen und Schülern, wie das Aussehen eines Models im Rahmen der Produktion einer Werbekampagne von ihrem natürlichen Aussehen bis hin zum fertigen Bild verändert wird. Er verdeutlicht, wie günstige Beleuchtung, Make-up und digitale Nachbearbeitung unsere Wahrnehmung von Schönheit verzerren können und so der Druck entsteht, unrealistischen Schönheitsidealen entsprechen zu müssen.

• „Dove: Wenn ich etwas ändern könnte“

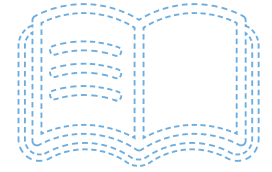
Dieser Film erklärt Schülerinnen und Schülern, dass der Wunsch, etwas am eigenen Aussehen zu ändern, ganz normal ist und von den meisten Menschen geteilt wird. Er ermutigt sie zu hinterfragen, warum so viele Menschen etwas an ihrem Aussehen ändern wollen. Der Film zeigt außerdem, wie absurd diese Unzufriedenheit ist, da genau das, was man an sich selbst ändern möchte, oft das Merkmal ist, das eine andere Person sich wünscht.

Materialien aus Ihrer Schule

- 1 Projektor und Whiteboard
- Optional:* Flipchart und Stifte
- 2 Alle Schülerinnen und Schüler benötigen einen Stift
 - 3 Zusätzlich sollten Sie einige Beispiele für Werbeanzeigen auswählen (eine Anleitung hierzu finden Sie auf Seite 12)



Überblick



1. VORSTELLUNG DES KONZEPTS „SCHÖNHEITSDRUCK“ 10 Min. Seite 6

- Einleitung und Grundregeln
- Was ist Schönheitsdruck?
- Woher kommt dieser Druck?
- Was verstehen wir unter Medien?
- Womit beschäftigen wir uns heute?

2. KOMMERZIELLE MASSENMEDIENTEN 20 Min. Seite 9

- Wie können Bilder manipuliert werden?
- Warum greifen kommerzielle Massenmedien oft auf die Manipulation von Bildern zurück?
- Welche Probleme können sich hieraus ergeben?
- Was können wir dagegen tun?

3. PRIVATE UND SOZIALE NETZWERKE 10 Min. Seite 15

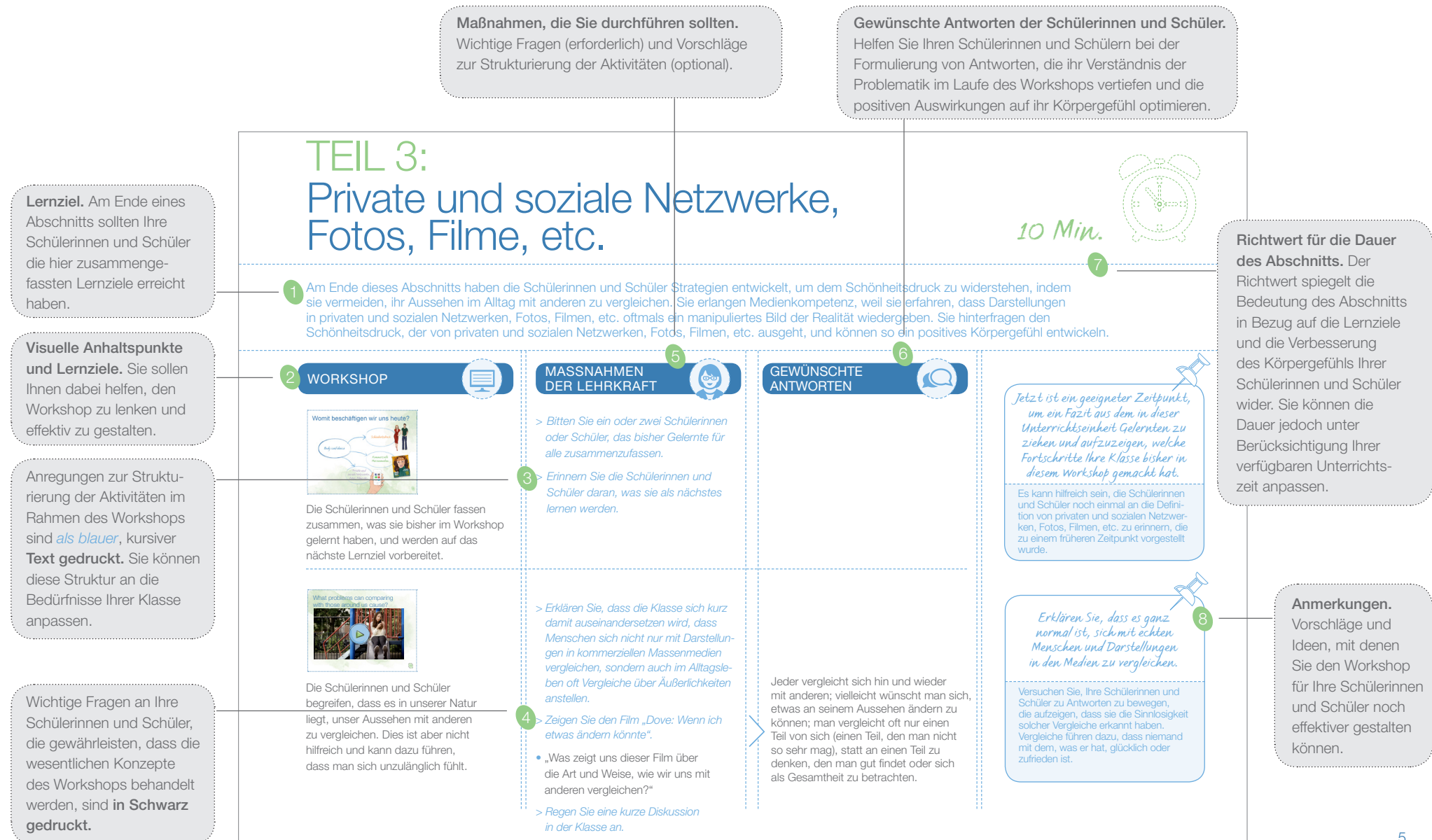
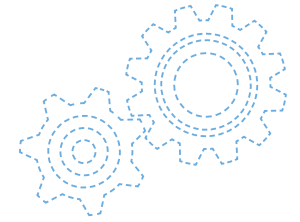
- Welche Probleme können entstehen, wenn wir uns mit anderen vergleichen?
- Wie lassen sich die Medien manipulieren, die von euch und euren Freundinnen und Freunden gestaltet werden?
- Welche Probleme können sich aus dieser Manipulation ergeben?
- Was können wir dagegen tun?

4. PERSÖNLICHES VERSPRECHEN 5 Min. Seite 19

- Was haben wir gelernt?
- Setze dich für Veränderungen ein!

45 Min.

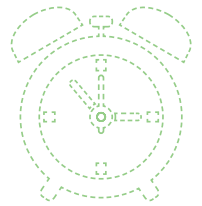
Wie verwende ich diesen Leitfaden?



TEIL 1:

Vorstellung des Konzepts „Schönheitsdruck“

10 Min.



In diesem Abschnitt lernen die Schülerinnen und Schüler, was unter Schönheitsidealen zu verstehen ist und woher der Druck kommt, diesen Idealen entsprechen zu müssen.

WORKSHOP



Kurzworkshop

Dove Schulworkshops zur Entwicklung eines positiven Körpergefühls



Die Schülerinnen und Schüler sind mit den Grundregeln des Workshops vertraut und fühlen sich sicher genug, um aktiv teilzunehmen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> Erklären Sie folgende Grundregeln, um ein gemeinschaftliches und wertneutrales Umfeld zu schaffen.

- **Teilnahme** – Es wäre schön, wenn die ganze Klasse aktiv an dieser Unterrichtseinheit teilnimmt. Wenn ihr aber nichts sagen wollt, ist das auch in Ordnung.
- **Vertraulichkeit** – Die Inhalte der Diskussionen werden nur in unserer Unterrichtsstunde behandelt und nicht außerhalb wiedergegeben.
- **Andere Meinungen akzeptieren** – Die Tatsache, dass es unterschiedliche Meinungen gibt, ist etwas Positives. Alle Meinungen sind richtig, auch wenn sie nicht unserer eigenen Meinung entsprechen.
- **Stellt Fragen** – Wenn ihr unsicher seid, geht es bestimmt nicht nur euch so.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Sie können optional auch eine kurze Übung durchführen, bei der die Mitglieder der Klasse die Augen schließen und durch Aufzeigen antworten:

- Wisst ihr, was der Begriff „positives Körpergefühl“ bedeutet?
- Wisst ihr, wie ihr euer Körpergefühl stärken könnt?

Wenn Sie diese Fragen am Ende des Workshops erneut stellen, wird deutlich, welche Fortschritte die Klasse im Laufe des Workshops gemacht hat.



WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler erfahren, dass Menschen schon immer dem Druck ausgesetzt waren, einem bestimmten Ideal zu entsprechen, um als schön und attraktiv angesehen zu werden.

Die Vorstellungen darüber, was als „schön“ und „attraktiv“ gilt, ändern sich ständig und sind je nach Zeitpunkt, Land und Kultur unterschiedlich.

Auch heute noch sind wir dem Druck ausgesetzt, diesen Schönheitsidealen entsprechen zu müssen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- „Was ist eurer Meinung nach auf diesen Abbildungen zu sehen?“
- > *Fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, die Unterschiede zwischen den einzelnen Abbildungen zu benennen.*
- „Welche Unterschiede könnt ihr erkennen, wenn ihr die Abbildungen vergleicht?“
- > *Vergrößern Sie mit einem Klick die einzelnen abgebildeten Paare. Die Abbildungen sind mit Anmerkungen versehen, die bestimmte Aspekte in den Vordergrund stellen und die Unterschiede verdeutlichen.*
- > *Erklären Sie, dass alle diese Abbildungen Schönheitsideale darstellen, also Eigenschaften, die zu verschiedenen Zeitpunkten in der Vergangenheit als schön und attraktiv angesehen wurden.*
- „Wenn all diese Abbildungen Schönheitsideale darstellen, warum sehen sie eurer Meinung nach so verschieden aus?“
- „Denkt ihr, dass wir auch heute noch dem Druck ausgesetzt sind, einem bestimmten Ideal entsprechen zu müssen?“

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Die Abbildungen zeigen Menschen zu unterschiedlichen Zeitpunkten in der Vergangenheit.

Unterschiede zwischen den verschiedenen Abbildungen, z. B. schlanke Taillen gegenüber üppigen Kurven, formelle Kleidung gegenüber lässigen Shirts und Tätowierungen.

Schönheitsideale sind in der Tat sehr unterschiedlich und ändern sich je nach Zeitpunkt, Land und Kultur ständig. Sie bleiben nie gleich.

Ja, wir sind diesem Druck auch heute noch ausgesetzt.

Regen Sie Ihre Schülerinnen und Schüler dazu an, die Unterschiede zwischen den Abbildungen ganz detailliert zu kommentieren.



Glossar

Schönheitsideale Das Aussehen, das in unserer Kultur zu einem bestimmten Zeitpunkt als ideal angesehen wird.

Schönheitsdruck Der Druck, dem wir ausgesetzt sind, einem bestimmten Ideal zu entsprechen, um als schön und attraktiv angesehen zu werden.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler verstehen, dass der Druck, schön und attraktiv aussehen zu müssen, allgegenwärtig ist und eine Reihe von Ursachen hat. Dazu gehören Gesellschaft, Medien, Familienmitglieder, Freundinnen, Freunde, Mitschülerinnen und Mitschüler.



Die Schülerinnen und Schüler erörtern, was sie unter dem Begriff „Medien“ verstehen. Sie können verschiedene Arten von Medien benennen und sie einer der beiden Kategorien zuordnen: Kommerzielle Massenmedien oder private und soziale Netzwerke, Fotos, Filme, etc.



Die Schülerinnen und Schüler verstehen, dass der Workshop sich hauptsächlich mit Medien als Quelle von Schönheitsdruck auseinandersetzt.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> *Diskussionsrunde innerhalb der Klasse.*

- „Woher kommt eurer Meinung nach der Druck, schön oder attraktiv aussehen zu müssen?“
- „Wo sehen oder hören wir, wie wir aussehen sollten, um als schön und attraktiv zu gelten?“

> *Fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, der Reihe nach je ein Beispiel für ein Medium zu nennen, ohne dabei ein Medium zu wiederholen.*

- „Welche Beispiele für unterschiedliche Medien fallen euch ein?“

> *Schreiben Sie die Antworten der Klasse an die Tafel.*

- „Welche dieser Medien werden von Profis gemacht?“
- „Welche Medien werden von euch und euren Freunden oder Freundinnen gemacht?“

> *Teilen Sie der Klasse die Lernschwerpunkte für die heutige Stunde mit.*

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Gesellschaft

Medien

Familienmitglieder

Freundinnen und Freunde

Mitschülerinnen und Mitschüler

Alle Beispiele für Medien, z.B. Filme, Fernsehsendungen, Werbung, bestimmte Social Media Seiten, Zeitschriften usw.

Fernsehsendungen, Filme, Musikvideos, Werbung, Computerspiele.

Fotos, Videos, Kommentare, Selfies, Texte (oft auf Social Media Seiten).

Erinnern Sie die Klasse daran, dass Medien Wörter, Bilder und Filme sein können, und weisen Sie auf die große Bandbreite der existierenden Medien hin.

Glossar

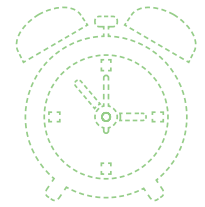
Kommerzielle Massenmedien Bilder, Nachrichten und Videos, die von Firmen oder Unternehmen produziert und über Kanäle wie Fernsehsendungen, Zeitschriften, Werbung, Filme und Musikvideos verbreitet werden.

Private und soziale Medien Bilder, Nachrichten und Filme, die von dir und deinen Freundinnen und Freunden erstellt werden. Dazu gehören auch Social Media Seiten.

TEIL 2:

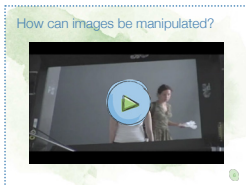
Kommerzielle Massenmedien

20 Min.



Am Ende dieses Abschnitts haben die Schülerinnen und Schüler Medienkompetenz erworben, weil sie wissen, in welchem Umfang Abbildungen und Nachrichten in kommerziellen Massenmedien oftmals ein manipuliertes Bild der Realität sind. Sie haben Strategien entwickelt, um dem Schönheitsdruck zu widerstehen, indem sie es vermeiden, sich mit anderen zu vergleichen, und Schönheitsideale in kommerziellen Massenmedien hinterfragen.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler benennen Möglichkeiten, mit denen Bilder in kommerziellen Massenmedien manipuliert werden können. Dazu gehören Retusche, Styling und Produktionstechniken.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- > Erklären Sie, dass die Klasse zunächst untersuchen wird, wieso von Bildern und Nachrichten in kommerziellen Massenmedien ein Schönheitsdruck ausgehen kann.
- „Wie werden Bilder von Menschen in den Medien manipuliert oder verändert?“
- > Diskussion in Kleingruppen
- > Teilen Sie die Klasse vor dem Abspielen des Films in Kleingruppen ein.
- > Zeigen Sie den Film „Dove: Evolution“.
- > Legen Sie jeweils eine der sechs Diskussionskarten verdeckt auf den Tisch der Gruppen, während der Film läuft.
- > Wenn der Film zu Ende ist, fordern Sie die Gruppen auf, die Karten umzudrehen und die Frage zu lesen, die ihnen zugeteilt wurde. Zeigen Sie den Film ein zweites Mal und fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, die jeweilige Frage in ihrer Gruppe zu diskutieren.
- > Gehen Sie die Diskussionspunkte aller Gruppen der Reihe nach durch.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



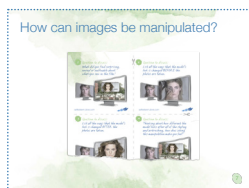
Allgemeine Antworten wie Retusche, Beleuchtung, Make-up, Auswahl des besten Bildes aus hundert von Aufnahmen.

Der Film „Dove: Evolution“ kann sich sehr positiv auf das Körpergefühl von Schülerinnen und Schülern auswirken.²

Alternativ haben Sie die Möglichkeit, den Film in zwei Teilen erneut zu zeigen und die Pause an der Stelle zu machen, wenn die Fotos aufgenommen werden.

² E. Halliwell, A. Easun und D. Harcourt, „Body dissatisfaction: Can short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls?“, British Journal of Health Psychology, Vol. 16, 2010, SS. 396–403
S. Quigg und S. Want, „Highlighting media modifications: Can a television commercial mitigate the effects of music video on female appearance satisfaction?“, Body Image, Vol. 8, 2011, SS. 135–142.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler identifizieren oder sammeln die verschiedenen Vorgehensweisen, mit denen das Bild im Film manipuliert wurde. Sie können erklären, warum es nicht angemessen und unrealistisch ist, sich und andere mit manipulierten Bildern aus den Medien zu vergleichen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



1. „Was fandet ihr an diesem Film überraschend oder unrealistisch?“
2. „Zählt alle Arbeitsschritte auf, die vor dem Fotoshooting vorgenommen werden.“
3. „Zählt alle Arbeitsschritte auf, die nach dem Fotoshooting vorgenommen werden.“
4. „Denkt darüber nach, wie sehr sich das Aussehen des Models nach dem Styling und der Retusche verändert hat. Was haltet ihr von dieser Art der Manipulation?“
5. „Warum ist die im Film gezeigte Manipulation irreführend?“
6. „Warum ist es eurer Meinung nach unrealistisch euer Aussehen oder das Aussehen eurer Freundinnen und Freunde mit manipulierten Bildern von Menschen in den kommerziellen Massenmedien zu vergleichen?“

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Überraschung darüber, wie viele Änderungen vorgenommen wurden und wie sehr sich das Aussehen des Models zu Beginn des Films (vor Styling und Make-up) vom fertigen Anzeigenfoto unterscheidet.

Beispiele – das Model wurde sorgfältig ausgewählt, der Fotograf wurde ausgewählt, die Haare werden gestylt, die Augen werden geschminkt, das Gesicht wird mit Make-up grundiert und professionelle Beleuchtung eingesetzt.

Beispiele – es wird nur ein Foto ausgewählt, Hautunreinheiten und Mitesser werden entfernt, die Hautfarbe wird verändert, der Hals wird verlängert, ihr Haar wird voller gemacht, ihre Augenbrauen werden angehoben, ihre Augen werden größer und ihre Zähne weißer gemacht.

Überraschung und Entrüstung, weil man getäuscht und in die Irre geführt worden ist.

Man erfährt nicht, wie die Bilder in Wahrheit vor der Bearbeitung ausgesehen haben. Dadurch verleiten einen die Medien dazu, etwas zu glauben, das nicht der Wirklichkeit entspricht.

„Normale“ Menschen sind keine Models und haben keinen Visagisten, persönlichen Friseur oder Retuschespezialisten, die sie perfekt aussehen lassen. Es ist nicht angemessen, sich mit diesen Bildern zu vergleichen, weil die Ausgangssituationen völlig unterschiedlich sind.

Fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, genau zu beschreiben, wie die Veränderungen, die sie genannt haben, durch die unterschiedlichen Techniken umgesetzt werden.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler benennen Möglichkeiten, mit denen Bilder in kommerziellen Massenmedien manipuliert werden können. Dazu gehören Retusche, Styling und Produktionstechniken.



Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass Bilder in kommerziellen Massenmedien (besonders in der Werbung) aktuell gültige Schönheitsideale widerspiegeln, mit denen Produkte und Dienstleistungen verkauft werden sollen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> Stellen Sie die letzte Frage der gesamten Klasse:

- „Was würdet ihr einer Freundin oder einem Freund sagen, um sie oder ihn davon zu überzeugen, sich nicht mit manipulierten Medienbildern zu vergleichen?“
- „Hebt eure Hand, wenn ihr nach allem, was ihr in diesem Workshop bis jetzt erfahren habt, eure Reaktion auf Bilder in kommerziellen Massenmedien ändern wollt.“

> Erklären Sie Ihren Schülerinnen und Schülern, dass sie sich jetzt, nachdem sie wissen, wie Bilder in kommerziellen Massenmedien häufig manipuliert werden, mit den Botschaften auseinandersetzen, die durch diese Bilder übermittelt werden.

> Stellen Sie der Klasse kurz die wichtigsten Fragen zu jedem Werbebeispiel vor.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Bilder in den Medien sind unrealistisch; sie werden sorgfältig produziert und retuschiert; es ist nicht angemessen, sich mit manipulierten Bildern zu vergleichen; im Internet kannst du dich darüber informieren, in welchem Umfang Bilder in den Medien nachbearbeitet werden; betrachte „echte“ Menschen und du wirst feststellen, wie unterschiedlich wir alle aussehen; wir sollten uns darüber freuen, dass wir alle einzigartig sind.

Ersetzen Sie die Bilder auf dieser Folie durch die Werbeanzeigen, die Sie ausgewählt haben.

Es ist wichtig, dass Sie Werbeanzeigen aussuchen, die die gesamte Klasse ansprechen, also sowohl Jungen wie Mädchen. Sie sollten zwei Arten von Beispielen herausuchen: zum einen Anzeigen, in denen eine prominente Person für ein Produkt wirbt, das auf die Altersgruppe Ihrer Klasse zielt, zum anderen Beispiele, die unterschiedliche Produkte bewerben. Es kann sich als hilfreich erweisen, online mit folgenden Suchbegriffen nach Prominenten zu suchen: [Name der Person, Band etc.] WERBUNG.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass Bilder in kommerziellen Massenmedien (besonders in der Werbung) aktuell gültige Schönheitsideale widerspiegeln, mit denen Produkte und Dienstleistungen verkauft werden sollen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- „Was soll mit dieser Werbung verkauft werden?“
 - „Was für eine Person wird gezeigt, um dieses Produkt zu verkaufen?“
 - „Warum wird eine Person gewählt, die so aussieht?“
 - „Warum wird das Bild der Person in dieser Werbung so manipuliert, bis es einem bestimmten Ideal entspricht?“
 - „Was ist die zentrale Botschaft dieser Werbung?“
- > Zeigen Sie jetzt die zweite ausgewählte Werbung und stellen Sie die Fragen erneut.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Die Antworten der Klasse hängen von den Werbeanzeigen ab, die Sie ausgewählt haben.

Sie sehen attraktiv und hübsch aus. Menschen, die an dem beworbenen Produkt interessiert sind, finden sie gut.

Wenn es sich um Werbung für ein Produkt handelt, soll die Werbung den Anschein erwecken, dass das Produkt so gut funktioniert, wie die Werbung verspricht (z.B. Serum für glänzenderes Haar; Anti-Pickel-Creme), oder das Aussehen soll als Bestandteil eines „idealen“ Lebensstils verkauft werden, der mit dem Produkt erreicht werden kann.

Die zentrale Botschaft der Werbung lautet: „Wenn du dieses Produkt kaufst, kannst du dich dem idealen Aussehen dieser Person annähern/ihren Lebensstil haben.“

Sie sollten sämtliche Fragen zu mindestens zwei Werbeanzeigen beantworten lassen, damit die Klasse die Möglichkeit hat, über die Art der Gestaltung von Werbeanzeigen nachzudenken.

Weisen Sie die Schülerinnen und Schüler darauf hin, dass Werbung darauf abzielt, sich mit den in der Anzeige abgebildeten Menschen zu vergleichen. Werbeanzeigen suggerieren oft, dass man dem beworbenen Schönheitsideal oder Lebensstil näher kommt, wenn man das Produkt oder die Dienstleistung kauft. In Anbetracht der Tatsache, dass Bilder oft manipuliert sind, ist dies jedoch meist unrealistisch



WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass sie ihr eigenes Aussehen und das ihrer Freundinnen und Freunde oft mit Bildern aus den Medien vergleichen. Das hat negative Folgen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> *Fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, über die folgende Frage nachzudenken, um sich dann mit einem anderen Mitglied der Klasse zusammenzutun und auszutauschen. Stellen Sie zunächst die Frage und geben Sie den Schülerinnen und Schülern Zeit, für sich alleine über die Frage nachzudenken. Es folgt eine kurze Diskussion in Zweiergruppen und die Vorstellung der Ergebnisse für die gesamte Klasse.*

- „Was denkt jemand in eurem Alter über sich selbst beim Betrachten dieser manipulierten Bilder?“
- > *Halten Sie die Antworten der Klasse auf der Tafel fest.*
- „Warum kann das dazu führen, dass manche Menschen unzufrieden mit sich sind?“

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Es kann dazu führen, dass man sich traurig, wertlos, unsicher und unzulänglich fühlt.

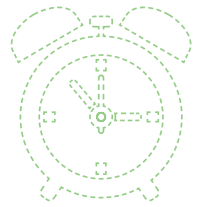
Es ist schwer, sein Aussehen nicht mit den Bildern zu vergleichen, die uns die Medien zeigen. Das Gefühl, diesen Schönheitsidealen nicht zu entsprechen, kann uns unglücklich machen. Aber man fühlt sich auch dann nicht gut, wenn man weiß, dass die Bilder manipuliert wurden. Man fühlt sich betrogen und erkennt, dass man nach etwas strebt, das unerreichbar ist.



TEIL 3:

Private und soziale Netzwerke

10 Min.

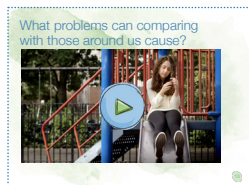


In diesem Abschnitt sollen Schülerinnen und Schüler Strategien entwickeln, um mit dem Schönheitsdruck besser umgehen zu können. Sie erlangen eine weitere Medienkompetenz, weil sie erfahren, dass Darstellungen in privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. oftmals ein manipuliertes Bild der Realität wiedergeben. Sie hinterfragen den Schönheitsdruck, der von privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. ausgeht. Dies soll ihnen dabei helfen, ein positives Körpergefühl zu entwickeln.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler fassen zusammen, was sie bisher im Workshop gelernt haben, und werden auf das nächste Lernziel vorbereitet.



Die Schülerinnen und Schüler lernen, dass wir unser Aussehen oftmals mit anderen vergleichen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> Bitten Sie ein oder zwei Schülerinnen oder Schüler, das bisher Gelernte für alle zusammenzufassen.

> Erklären Sie, dass sich die Klasse kurz damit auseinandersetzen wird, dass Menschen sich nicht nur mit Darstellungen in kommerziellen Massenmedien vergleichen, sondern auch im Alltagsleben oft Vergleiche über Äußerlichkeiten anstellen.

> Zeigen Sie den Film „Dove: Wenn ich etwas ändern könnte“.

- „Was zeigt uns dieser Film über die Art und Weise, wie wir uns mit anderen vergleichen?“

> Regen Sie eine kurze Diskussion in der Klasse an.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Jetzt ist ein geeigneter Zeitpunkt, um ein Fazit aus dem Gelernten zu ziehen und aufzuzeigen, welche Fortschritte Ihre Klasse bisher in diesem Workshop gemacht hat.

Es kann hilfreich sein, die Schülerinnen und Schüler noch einmal an die Definition von privaten und sozialen Medien und Netzwerken zu erinnern, die zu einem früheren Zeitpunkt vorgestellt wurde.

Erklären Sie, dass es ganz normal ist, sich mit echten Menschen und Darstellungen in den Medien zu vergleichen.

Vergleiche führen jedoch dazu, dass niemand glücklich oder zufrieden mit den Eigenschaften ist, die er hat.

Jeder vergleicht sich hin und wieder mit anderen; vielleicht wünscht man sich, etwas an seinem Aussehen ändern zu können; man vergleicht oft nur einen Teil von sich (einen Teil, den man nicht so sehr mag), statt an einen Teil zu denken, den man gut findet oder sich als Gesamtheit zu betrachten.

WORKSHOP



MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- „Welche Folgen kann es eurer Meinung nach haben, unser Aussehen auf diese Weise mit anderen zu vergleichen?“

> *Regen Sie eine kurze Diskussion in der Klasse an.*

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Es kann dazu führen, dass man sich unzulänglich fühlt, und ist letzten Endes sinnlos, weil niemand zufrieden ist. Alle wünschen sich etwas, das sie nicht haben.



Ihre Schülerinnen und Schüler sind in der Lage zu beschreiben, wie Bilder manipuliert werden können, die sie von sich selbst machen oder die ihre Freundinnen und Freunde in privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. veröffentlichen.

> *Erklären Sie Ihren Schülerinnen und Schülern, dass sie sich jetzt damit auseinandersetzen werden, dass Schönheitsdruck auch von privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. ausgeht, und weshalb uns dies dazu bringt, unser Aussehen mit dem anderer Menschen in unserem Umfeld zu vergleichen.*

- „Wie könnt ihr, eure Freundinnen und Freunde oder Personen in eurem Alter Bilder in privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. manipulieren oder verändern?“

> *Schreiben Sie die Antworten der Klasse an die Tafel.*

Mögliche Antworten: Aufnahmewinkel der Selfies, Einsatz von Filtern, bestimmte Posen, Auswahl und Teilen der gelungensten Fotos, Auswahl von Fotos, die nur mit dem Aussehen zu tun haben.



SESSION



Den Schülerinnen und Schülern wird bewusst, dass Bilder in privaten und sozialen Medien und Netzwerken den Schönheitsdruck verstärken, dem wir ausgesetzt sind. Auch sie haben einen Anteil daran, dass wir mit uns unzufrieden sind oder unser Aussehen in Frage stellen.

Sie erkennen, dass sie im Alltag ihr Aussehen auch mit Bildern aus privaten und sozialen Medien und Netzwerken vergleichen. Da diese Bilder kein repräsentatives Abbild der Realität sind, ist es unmöglich, ihnen zu entsprechen. Dadurch kann man sich noch schlechter fühlen. Deshalb ist es und unrealistisch, uns mit diesen Bildern zu vergleichen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- > Weisen Sie gegebenenfalls auf weitere Punkte hin, die eventuell vergessen wurden.
- „Findet ihr, dass die Bilder, die ihr und eure Freundinnen und Freunde in privaten und sozialen Netzwerken seht und teilt, dem ‚wirklichen‘ Leben entsprechen?“

- > Diskussion in Kleingruppen. Stellen Sie die Fragen und geben Sie den Gruppen einige Minuten Zeit, diese zu diskutieren, bevor sie ihre Einfälle mit der Klasse teilen.

- „Wie fühlt sich jemand wie ihr, wenn er diese Bilder in privaten und sozialen Netzwerken sieht?“
- „Welche Gedanken oder Gefühle könnten diese Bilder in Bezug auf unser eigenes Aussehen auslösen?“
- „Warum fühlt man sich oft unzufrieden, wenn man sein Aussehen mit diesen Bildern vergleicht?“

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Diese Bilder entsprechen nicht immer der Realität; sie können auch retuschiert sein. Sie zeigen möglicherweise auch deshalb nicht das wirkliche Leben, weil sie sorgfältig ausgewählt wurden und nur einen kleinen Ausschnitt aus dem Leben einer Person darstellen.

Ebenso wie in den kommerziellen Massenmedien kann auch dies dazu führen, dass wir uns traurig oder unzulänglich fühlen.

Man fühlt sich vielleicht schlecht, weil man sich mit diesen Bildern vergleicht und entdeckt, dass man selbst nicht so aussieht.

Man vergleicht sein Aussehen mit unrealistischen Bildern und denkt, dass man nicht hübsch genug ist.

Man könnte auch auf die Idee kommen, das Aussehen wichtiger zu nehmen, als es eigentlich ist/sein sollte.

Im Abschnitt über kommerzielle Massenmedien haben Ihre Schülerinnen und Schüler, die dort vorgestellten Manipulationsmethoden hinterfragt. Dies kann ihnen dabei helfen, die auch die Art und Weise zu verändern, in der sie Bilder, Filme oder Nachrichten in ihren eigenen privaten und sozialen Medien und Netzwerken konsumieren oder gestalten.



WORKSHOP



Ihre Schülerinnen und Schüler entwickeln Methoden, wie sie den Schönheitsdruck hinterfragen können, den private und soziale Netzwerke, Fotos, Filmen, etc. auf sie ausüben.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



> Erklären Sie, wie negativ sich Vergleiche mit anderen auswirken können. Überlegen sie deshalb, wie man den Schönheitsdruck hinterfragen kann, der von privaten und sozialen Netzwerken, Fotos, Filmen, etc. ausgeht. Dies kann dabei helfen, keine Vergleiche in Bezug auf das Äußere anzustellen.

GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



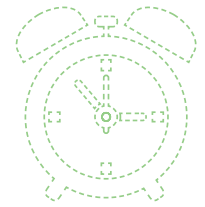
Die Schülerinnen und Schüler könnten zu dem Schluss kommen, dass man sich dadurch besser fühlt, weil es dabei nicht in erster Linie um das Aussehen geht; man macht sich weniger aus Hänseleien, wenn man weiß, dass man von seinen Freundinnen und Freunden online mit aufbauenden Kommentaren unterstützt wird und außerdem weiß, dass nicht alle Bilder perfekt sein müssen; man vergleicht sein Aussehen nicht mehr mit Bildern; man entwickelt eine entspanntere Einstellung zu seinem Aussehen, weil man sich nicht mehr an unrealistischen Schönheitsidealen orientiert.



TEIL 4:

Persönliches Versprechen

5 Min.



IN DIESEM WORKSHOP KONNTEN IHRE SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER FOLGENDES LERNEN:

- **Sie haben erfahren, was unter Schönheitsidealen zu verstehen ist** und woher der Druck kommt, diesen Idealen entsprechen zu müssen.
- **Sie haben Medienkompetenz erworben und** erforscht, in welchem Umfang Abbildungen und Nachrichten in der Werbung, im Kino und in den sozialen Medien oftmals ein manipuliertes Bild der Realität wiedergeben.
- **Sie haben Strategien entwickelt, um mit dem Schönheitsdruck besser umgehen zu können,** Vergleiche mit anderen zu vermeiden, Schönheitsideale zu hinterfragen und ein positiveres Körpergefühl zu entwickeln.

WORKSHOP



Die Schülerinnen und Schüler fassen die wichtigsten Erkenntnisse aus dem heutigen Workshop zusammen.



Sie bringen die Erkenntnisse aus dem heutigen Workshop in ein persönliches Versprechen ein, mit dem sie sich dazu verpflichten, ihr eigenes Körpergefühl und/oder das Körpergefühl anderer auf aktive Weise positiv zu beeinflussen.

MASSNAHMEN DER LEHRKRAFT



- > *Bitten Sie Freiwillige, kurz in Erinnerung zu rufen, was sie im Workshop gelernt haben.*
- „Was haben wir im heutigen Workshop gelernt?“
- > *Bitten Sie Freiwillige, die wichtigsten Erkenntnisse von der Folie vorzulesen, und fassen Sie die Punkte zusammen, die nicht genannt wurden.*

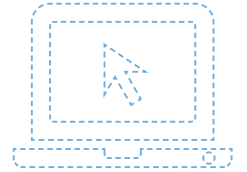
GEWÜNSCHTE ANTWORTEN



Die Einfälle der Schülerinnen und Schüler könnten sich darauf beziehen, dass sie ihre Einstellung kommerziellen Massenmedien gegenüber ändern, dass sie private und soziale Netzwerke, Fotos, Filme, etc. anders erstellen oder konsumieren, oder dass sie sich mit der Frage auseinandersetzen, wie sie lernen können, vorhandene Schönheitsideale besser zu erkennen und zu hinterfragen.



Weiterführende Schritte



Die vollständige Workshopreihe besteht aus fünf Teilen und bietet Schülerinnen und Schülern die Gelegenheit, sich intensiver mit den im Kurzworkshop behandelten Konzepten auseinanderzusetzen. Darüber hinaus werden weitere Aspekte behandelt, die das Körpergefühl beeinflussen. Informationen zu den Workshops und weitere Materialien finden Sie auf selbstwertgefuehl.dove.de.

NACHBEREITUNG

Die Dove Schulworkshops zur Entwicklung eines positiven Körpergefühls sorgen in vielen Fällen für intensive Diskussionen in der Klasse, die sich in der gesamten Schule und im Privatleben der Schülerinnen, Schüler, Lehrerinnen und Lehrer fortsetzen können. Weitere Informationen zur Unterstützung von Lehrerinnen, Lehrern und Eltern sowie Materialien, die Ihren Schülerinnen und Schülern beim Verständnis der zentralen Konzepte aus dem Kurzworkshop helfen, finden Sie auf selbstwertgefuehl.dove.de.



WIE HAT IHNEN DER WORKSHOP GEFALLEN?

Wir sind gespannt auf Ihr Feedback und freuen uns über alle Verbesserungsvorschläge für dieses Programm. Schreiben Sie uns an info@selfesteem.dove.com und teilen Sie uns Ihre Meinung mit.



Die Aufgaben in diesem Workshop wurden mit Genehmigung und unter Lizenz von Susan T. Paxton, Sian A. McLean, Shanel M. Few und Sarah J. Durkin, 2013, aus dem Programm „Happy Being Me“ adaptiert.

