

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
Schön, schöner, Influencerinnen und Influencer	5
2. Wie werden junge Menschen beeinflusst?	5
2.1 Schönheitsfilter und Bildbearbeitung	6
2.2 Kosmetische Schönheitseingriffe	7
2.3 Werbung	8
3. Was muss getan werden, um junge Menschen im Internet zu schützen?	9
3.1 Medienkompetenz vermitteln	9
3.2 Selbstbewusstsein stärken	10
3.3 Kompetenz von Lehrpersonen fördern	11
4. Bezug zur Schule herstellen und Hilfestellung leisten	12
5. Fazit	14
M 1 Selbsteinschätzung des Medienkonsumverhaltens	15
M 2 Checkliste: Auswirkungen des Medienkonsums	16
M 3 Vorher-Nachher: Die Möglichkeiten der Bildbearbeitung	17
M 4 Quiz: Echt oder gefakt?	19
Literatur und Quellen	20

1. Einleitung

Aus der heutigen Welt sind soziale Netzwerke kaum mehr wegzudenken. Sie scheinen überall und von allen genutzt zu werden: Ob am Frühstückstisch, auf dem Schulweg, während der Pause, im Bus zum Supermarkt oder im Bett kurz vor dem Schlafengehen. Durch mobile Smartphones wird es jeder Person ermöglicht, diese digitale Welt voller ständig neuer, auf uns einprasselnder Informationen stets kompakt in der Hosentasche herumzutragen und bei etwaiger Sehnsucht nach Ablenkung herauszuholen und darin einzutauchen. Besonders beliebt ist dabei das digitale Verfolgen von Internet-Bekanntheiten, die allgemein als Influencerinnen und Influencer bezeichnet werden. Diese präsentieren sich auf Plattformen wie *Instagram*, *YouTube* oder *TikTok* und nehmen ihre Zuschauerinnen und Zuschauer mit durch ihren Alltag. Da heißt es dann „Schaut mal hier, mein neuer Schmuck.“, „Ich liebe meinen neuen Lippenstift der Marke XY.“ oder auch „Heute nehme ich euch mal mit zu meinem Beauty-Doc.“ Doch was für Außenstehende keinesfalls nach dem Alltag klingt, wird für junge Zuschauerinnen und Zuschauer gezielt als Normalität inszeniert. Das Ziel ist? Werbung machen, Geld verdienen, das eigene Image pflegen. Doch was kann diese ständige Nutzung für Auswirkungen auf Heranwachsende haben?

Dieser Artikel soll Ihnen dabei helfen, die Strategien der Influencerinnen und Influencer zu durchschauen, Gefahren, die von einer regelmäßigen Social Media Nutzung ausgehen, zu erkennen und Ihren Schülerinnen und Schülern Hilfestellungen zu bieten, sich nicht von der im Internet perfekt aussehenden Welt blenden zu lassen.

Influencerinnen und Influencer sind Beeinflusserinnen und Beeinflusser. Tagtäglich präsentieren sie sich durch meist eigens aufgenommene Fotos und Videos vor der ganzen Welt. Sie zeigen sich beim Anziehen und Schminken, teilen ihr Frühstück und berichten von Schwierigkeiten in der Beziehung. Dadurch bauen sie eine Nähe zu ihren oftmals jugendlichen Followerinnen und Followern auf und füttern durch ihren scheinbar realitätsnahen Content die immer stärker werdende parasoziale Beziehung zwischen sich und ihrer Followerschaft.

Social Media – Die
Wundermakerinnen
Vorbilder

Die falsche Freundin
im Internet

Medienkompetenz	1. Dimension: Medienkritik	→ Medienentwicklungen sollen nicht einfach kritiklos hingenommen werden. Dafür braucht das Individuum analytische und reflexive Fähigkeiten .
	2. Dimension: Medienkunde	→ Individuen sollen Wissen über Medien und den damit verbundenen Arbeitsweisen besitzen. Dazu gehört Wissen über bspw. das deutsche Rundfunksystem als auch die Fähigkeiten mit medialen undtechnischen Geräten umgehen zu können.
	3. Dimension: Mediennutzung	→ Individuen sollen mit den Medien interagieren , um sie wirklich zu verstehen. Deshalb ist es wichtig, Medien nicht nur theoretisch zu analysieren, sondern sie auch in der Praxis zu nutzen und auszuprobieren .
	4. Dimension: Mediengestaltung	→ Um dafür zu sorgen, dass sich die Medien(-landschaft) stetig weiterentwickelt, sollen Individuen aktiv partizipieren, mitdenken und gestalten .

Quelle: Eigene Darstellung von Dieter Baackes Medienkompetenz-Theorie. Zum Nachlesen der Informationen siehe <https://dieter-baacke-preis.de/ueber-den-preis/was-ist-medienkompetenz/> (Abgerufen am 18.12.2022).

Wichtig ist es außerdem, dass junge Menschen, die sich im Internet bewegen, konsumierte Inhalte hinterfragen. Das knüpft an Baackes erste Dimension der Medienkritik an. Dafür sollten folgende Fragen gestellt werden:

1. Was habe ich gerade gesehen?
2. Kann das, was im Video oder auf dem Foto gesagt wurde, überhaupt der Wahrheit entsprechen?
3. Wen sollte das Foto oder das Video ansprechen? Wer ist die Zielgruppe dieser Influencerin dieses Influencers? Falls ich da bin?
4. Wie fühle ich mich nach dem Ansehen? Hat mich das Foto/das Video traurig/glücklich/wütend ... gemacht? Hat es mich zum Nachdenken angeregt?
5. Was könnte die Intention der Influencerin oder des Influencers gewesen sein, dieses Foto oder Video hochzuladen? Was wollte er oder sie damit erreichen?

3.2 Selbstbewusstsein stärken

Wenn man mit sich selbst zufrieden ist, hat man kein Bedürfnis mehr danach, sich mit anderen zu vergleichen. Deshalb ist es wichtig, jungen Menschen dabei zu helfen, ein gesundes Selbstbewusstsein zu entwickeln. Doch wie funktioniert das überhaupt? Hier einige Tipps, um das Selbstbewusstsein von Heranwachsenden zu stärken¹²:

¹² Einige der angeführten Punkte beruhen auf einem Beitrag der AOK zum Thema „Selbstbewusstsein von Kindern stärken“: <https://www.aok.de/pk/magazin/familie/eltern/so-staerken-eltern-das-selbstbewusstsein-ihrer-kinder/> (Abgerufen am 05.01.2023).

Vorher-Nachher: Die Möglichkeiten der Bildbearbeitung

M 3

Dieses Material soll bildlich aufzeigen, was durch Filter und Bildbearbeitung möglich ist und wie stark (überwiegend) Influencerinnen ihre Gesichter verändern können. Um den Vorher-Nachher-Effekt zu verstärken, kann es helfen, sich die beiden Bilder immer unabhängig voneinander anzuschauen. Lesen Sie sich außerdem vor dem Anschauen die Reflektionsfragen durch und beantworten Sie sie, nachdem Sie sich alle Bilder angeschaut haben.¹⁶

- Wie empfinden Sie das Vorher-Bild, wenn Sie das bearbeitete noch nicht gesehen haben? Wie ändert sich Ihre Einschätzung, nachdem Sie das bearbeitete gesehen haben?
- Verdecken Sie für 30 Sekunden das unbearbeitete Bild und schauen sich nur das bearbeitete an. Nach Ablauf der Zeit können Sie sich das Vorher-Bild wieder ansehen. Hat sich für Sie etwas verändert? Fallen Ihnen beispielsweise die hier „nicht optimierten“ Stellen stärker negativ auf?
- Welches Bild gefällt Ihnen optisch besser? Das linke oder das rechte?
- Schauen Sie genau hin: Welche Stellen des Gesichts wurden jeweils verändert und welche Auswirkungen hat das auf die Ausstrahlung der gezeigten Person?



¹⁶ Bei allen hier gezeigten Gesichtern handelt es sich um computergenerierte Zufallsgesichter, die durch die Website <https://this-person-does-not-exist.com/en> erstellt wurden. Es handelt sich nicht um existierende Personen.

Dieses Werk ist Bestandteil der RAABE Materialien

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Es ist gemäß §60b UrhWissG hergestellt und ausschließlich zur Veranschaulichung des Unterrichts und der Lehre an Bildungseinrichtungen bestimmt. Die Dr. Josef Raabe Verlags-GmbH erteilt Ihnen für das Werk das einfache, nicht übertragbare Recht zur Nutzung für den persönlichen Gebrauch gemäß vorgenannter Zweckbestimmung. Unter Einhaltung der Nutzungsbedingungen sind Sie berechtigt, das Werk zum persönlichen Gebrauch gemäß vorgenannter Zweckbestimmung herunterzuladen, zu speichern und in Klassensatzstärke auszudrucken. Jede darüber hinausgehende Nutzung sowie die Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlags. Hinweis zu §§ 60a, 60b UrhG: Das Werk oder Teile hiervon dürfen nicht ohne eine solche Einwilligung an Schulen oder in Unterrichts- und Lehrmedien (§ 60b Abs. 3 UrhG) vervielfältigt, insbesondere kopiert oder eingescannt, verbreitet oder in ein Netzwerk eingestellt oder sonst öffentlich zugänglich gemacht oder wiedergegeben werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen. Die Aufführung abgedruckter musikalischer Werke ist ggf. GEMA-meldepflichtig. Darüber hinaus sind Sie nicht berechtigt, Copyrightvermerke, Markenzeichen und/oder Eigentumsangaben des Werks zu verändern.

Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**
für Referendar:innen
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de