

Körperbilder im Internet



11–14 Jahre

Handreichung für Lehrkräfte

- Informationen
- Arbeitsblätter
- Lösungen

DURCHBLICKT! www.durch-blickt.de

© Seventyfour - stock.adobe.com



Entdecken Sie weitere neue Unterrichtsmaterialien zu den Themen Datenschutz, Cybermobbing, KI und Gesundheit.



Vielfältiges Unterrichtsmaterial alltagsnah und praxisbezogen
Registrieren Sie sich jetzt kostenfrei unter

www.durch-blickt.de

Körperbilder im Internet

Handreichung für Lehrkräfte



11–14 Jahre



Dauer: 90 Min.



Die verwendeten Onlinematerialien und -werkzeuge sind DSGVO-konform.

Allgemeine Kurzbeschreibung des Themas

In dieser fächerübergreifenden Unterrichtseinheit werden die Schülerinnen und Schüler dafür sensibilisiert, welche Körperbilder im Internet vermittelt werden. Sie sollen dazu befähigt werden, gesundheitsbezogene Inhalte richtig einzuschätzen und gegebenenfalls das eigene Verhalten bezüglich idealisierter Körperbilder anpassen zu können. Die Lernenden sollen auch in die Lage versetzt werden, problematische Verhaltensweisen treffend zu beschreiben. Letztendlich sollen sie eine positive bzw. neutrale Einstellung zum eigenen Körperbild bzw. gegenüber anderer Körperbilder erlernen.

Ziel dieser Einheit ist es,



- die idealisierten Körperbilder im Internet zu hinterfragen.
- zu erkennen, ob die von Influencerinnen und Influencern gesendeten Botschaften zum Körperbild passen.
- die Qualität der Informationen im Internet zu bewerten.
- den Lernenden die Bedeutung der Themen Fitness, Ernährung und Bodybuilding bewusst zu machen.
- Risiken und Gefahren durch falsche Körperideale erkennen und abwehren zu können.
- Hilfeangebote vor Ort und online kennenzulernen.



SCHULFÄCHER

BEZUG ZUM BILDUNGSPLAN

Kunst	▪ Schönheitsbegriff und Schönheitsideale
Biologie	▪ Einfluss der Medien auf die eigene Vorstellung von Schönheit ▪ Körperwahrnehmung
Religion/Ethik	▪ Beeinflussung eigener Wünsche und Träume durch Medien
Deutsch	▪ Förderung der Schreibkompetenzen ▪ Förderung der mündlichen Ausdrucksweise ▪ Analyse von Werbung in den Medien
Informatik	▪ Medienproduktion und -manipulation



KMK-Kompetenzen

- Informationsquellen analysieren und kritisch bewerten
- Persönlichkeitsrechte beachten
- Strategien zum Schutz entwickeln und anwenden

- Risiken und Gefahren in digitalen Umgebungen kennen, reflektieren und berücksichtigen
- Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten kennen und bewerten

Schwerpunkt der Einheit nach den 7 Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz:

Bewertung der Qualität von Gesundheitsinformationen:

wird verstanden als die Fähigkeit, die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der ermittelten gesundheitsbezogenen Informationen zu bewerten (z. B. kritische Einschätzung, ob die gefundenen Informationen kommerziellen Charakter haben)

Bestimmen der Alltagsrelevanz:

wird verstanden als die Fähigkeit zu entscheiden, ob die gefundenen Informationen für die eigene Lebenslage und das eigene gesundheitsbezogene Anliegen nützlich sind

Erstellen und Teilen von Gesundheitsinformationen:

wird verstanden als die Fähigkeit, eigene gesundheitsbezogene Anliegen mittels digitaler Medien (z. B. E-Mail) verständlich und klar zu formulieren

Weitere Informationen zu den 7 Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz finden Sie im Exkurs und unter www.durch-blickt.de



Sozialform

- Plenum
- Gruppenarbeit
- 2er-Gruppen
- Einzelarbeit



Link zur Einheit

- Startervideo, TaskCards und weitere Informationen unter www.durch-blickt.de



Kursmaterial (Lehrkraft)

- Tablet oder Laptop zur Ergebnissammlung
- Beamer, wenn nicht vorhanden: Tafel oder Flipchart
- Arbeitsblätter
- Erwartungshorizont
- Möglichkeit, Video zu zeigen
- evtl. große Papierbögen für ein Plakat



Kursmaterial (Lernende)

- Arbeitsblätter
- Schulheft für Notizen



Klasse(n) Meditationen und Achtsamkeitsübungen

- Bodyscan
- Den Körper wahrnehmen | Stille
- Weitere Informationen unter www.durch-blickt.de



Onlinematerialien und -werkzeuge in der Einheit

- <https://idea.kits.blog/>



Unterrichtsvorbereitung

- Video testen
- Arbeitsblätter ausdrucken (Arbeitsblatt 1 wenn möglich in Farbe ausdrucken)
- mit der Arbeitsform Think-Pair-Square-Share vertraut machen (siehe Erwartungshorizont)

- sich über Hilfsangebote vor Ort informieren (siehe Erwartungshorizont)
- Flipchart, Whiteboard oder Tafel
- evtl. große Papierbögen für ein Plakat



Ablauf

Brainstorming/Input-Phase	Startervideo zur Einheit
Einstieg in das Thema	Startervideo zur Einheit
Erarbeitung 1	Schönheitsideale verschiedener Zeitalter und Regionen
Vertiefung	Wer legt Schönheitsideale fest?
Transfer 1	Schönheitsideale in der digitalen Welt
Erarbeitung 2	Einfluss der dargestellten Körperbilder auf junge Menschen
Reflexion 1	Hilfsangebote kennenlernen und nutzen
Produktion 1	Blogeintrag mit den bisher erarbeiteten Informationen
Transfer 2	Wie erkenne ich gute Gesundheitsinformationen?
Produktion 2 (alternativ)	Erstellen eines Werbeplakats
Reflexion 2	Abschlussrunde



ZIEL UND FRAGESTELLUNG



METHODIK



MEDIUM



Brainstorming

Was ist Schönheit?

Einzelarbeit, dann im Plenum
Ideen sammeln

- Schulheft (Eintrag soll am Ende der Einheit für die Aufgaben „Produktion“ bzw. „Kreatives Schreiben“ zur Verfügung stehen.)
oder
- digital Ideen sammeln mit <https://idea.kits.blog/> (siehe Anleitung Anhang 1)



Einstieg

- Was hast du im Video gesehen?
Welche Information aus dem Video hat dich am meisten überrascht?

Sammeln der Antworten im Plenum (Fragen/offene Antworten)

- Video



Erarbeitung 1

Schönheitsideale verschiedener Zeitalter und Regionen

2er- und 4er-Gruppen: Jedes Paar beschreibt eine Zeile (= 3 Bilder) und tauscht sich dann mit den anderen Gruppen aus, die diese Bilder zu bearbeiten hatten.
Alternativ je nach Klassenstärke: Einzelarbeit (Jede Schülerin bzw. jeder Schüler nimmt ein Bild und beschreibt es.)

- Arbeitsblatt 1 zusätzlich über Beamer oder Whiteboard zeigen

ZIEL UND FRAGESTELLUNG

METHODIK

MEDIUM

 Vertiefung Wer legt Schönheitsideale fest? Woher kommen bestimmte Körperbilder? Wodurch werden sie verbreitet und gefördert?	Think-Pair-Square-Share-Phase Danach im Plenum die Inhalte sammeln und für die Aufgaben „Produktion“ bzw. „Kreatives Schreiben“ aufbewahren	▪ Tafel, Whiteboard oder Flipchart
 Transfer 1 ▪ Wo treffe ich in digitalen Bereichen auf Schönheitsideale? ▪ Warum entstehen gewisse Körperbilder? ▪ Wie erkenne ich unrealistische Körperbilder?	Im Plenum: Ideen sammeln und fixieren	▪ Flipchart, Tafel oder Whiteboard
 Erarbeitung 2 ▪ „Wer schön sein will, muss leiden?“ Stimmt das wirklich? ▪ Welchen Einfluss können die dargestellten Körperbilder auf Jugendliche haben? (positive und negative Aspekte)	2er-Gruppen, danach im Plenum: Austausch der Ideen	▪ Arbeitsblatt 2 In der Plenumsphase sollen die fehlenden Informationen auf dem eigenen Arbeitsblatt ergänzt werden.
 Reflexion 1 Hilfsangebote kennenlernen und nutzen (in der Schule, vor Ort, online)	Plenum	–
 Produktion 1 Schreibaufgabe: Blogbeitrag mit den bisher erarbeiteten Informationen (Aufbau/Gliederung vorgeben) Alternativ: Kreative Schreibaufgabe zum Thema „Werbung und Körperbilder“	Einzelarbeit, auch in kleineren Gruppen möglich	▪ Arbeitsblatt 3 (Blogbeitrag und alternative Schreibaufgabe)
 Transfer 2 I. Gute und wertvolle Gesundheitsinformationen erkennen II. Praxisphase	Vortrag der Lehrkraft, danach Diskussion im Plenum 2er-Gruppen, anschließende Diskussion möglich	▪ Arbeitsblatt 4

ZIEL UND FRAGESTELLUNG	METHODIK	MEDIUM
 Produktion 2 Kreatives Schreiben (alternativ): Body Positivity und Body Neutrality kennenlernen und ein Werbeplakat dazu erstellen	Mehrere Arbeitsformen möglich: je nach Klassenstärke und Leistungsfähigkeit; bevorzugt in 2er-Gruppen analog: ▪ Body Positivity und Body Neutrality vorstellen (siehe Erwartungshorizont) ▪ Werbeplakat auf Papierbögen anfertigen und präsentieren digital: ▪ das Prinzip Body Positivity bzw. Body Neutrality eigenständig recherchieren (siehe Erwartungshorizont) ▪ digitales Werbeplakat anfertigen und präsentieren	▪ Papierbogen oder PowerPoint
 Reflexion 2 ▪ Was nehme ich von heute mit? ▪ Muss ich vielleicht mein persönliches Verhalten überdenken? ▪ Kann ich neue Wege finden, mich selbst wertzuschätzen, so wie ich bin? ▪ Wie könnten wir in der Gesellschaft ohne diese unrealistischen Ideale gesünder und entspannter werden? ▪ Wie kann ich jetzt erkennen, dass die Informationen und die Bilder, die ich gefunden habe, verlässlich oder echt sind? ▪ Kann ich negative Auswirkungen eines Schönheitsideals, das nicht der Realität entspricht, benennen und formulieren?	Diskussion im Plenum	–

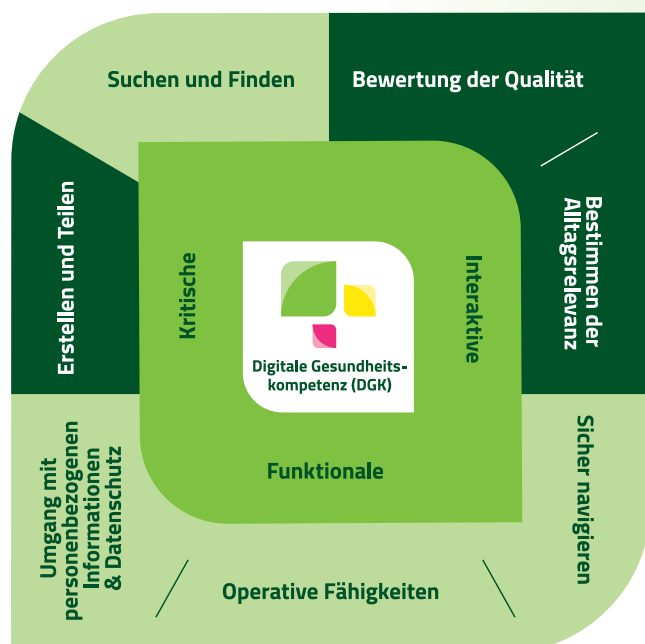
Über digitale Gesundheitskompetenz

Definition von digitaler Gesundheitskompetenz angelehnt an die HLS-Definition (2012):

Digitale Gesundheitskompetenz basiert auf dem allgemeinen Konzept von Gesundheitskompetenz und umfasst neben dem Wissen auch die Motivation und die Fähigkeit, die digitale Kompetenz und die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen sowie relevante Informationen und Dienstleistungen für die Gesundheit in digitaler Form zu finden, zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden. Sie versetzt sie in die Lage, im Alltag in den Bereichen der Krankheitsbewältigung, Krankheitsprävention und Gesundheitsförderung Urteile fällen und Entscheidungen treffen zu können, die ihre Lebensqualität während des gesamten Lebensverlaufs erhalten oder verbessern. Während „Digitalkompetenz“ als die Fähigkeit der angemessenen Nutzung von Medien- und Kommunikationstechnologien beschrieben wird, kann unter „digitaler Gesundheitskompetenz“ die Fähigkeit der angemessenen Nutzung von digitalen Informationstechnologien zur Erschließung und Verarbeitung gesundheitsbezogener Informationen verstanden werden.

Sieben Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz angelehnt an van der Vaart und Drossaert (2017):

- **Operative Fähigkeiten:** wird verstanden als die Fähigkeit, mit digitalen Endgeräten und digitalen Medien umgehen zu können (z. B. einen PC, ein Tablet oder eine Suchmaschine zu bedienen)
- **Suchen und Finden von Gesundheitsinformationen:** wird verstanden als die Fähigkeit, den gesundheitsbezogenen Informationsbedarf in eine geeignete Suchstrategie zu überführen (z. B. eine Frage zu formulieren, Suchanfragen entsprechend des Informationsbedarfs zu stellen) und die ermittelten Informationen auch zu verstehen
- **Bewertung der Qualität von Gesundheitsinformationen:** wird verstanden als die Fähigkeit, die Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit der ermittelten gesundheitsbezogenen Informationen zu bewerten (z. B. kritische Einschätzung, ob die gefundenen Informationen kommerziellen Charakter haben)
- **Bestimmen der Alltagsrelevanz:** wird verstanden als die Fähigkeit, zu entscheiden, ob die gefundenen Informationen für die eigene Lebenslage und das eigene gesundheitsbezogene Anliegen nützlich sind
- **Sicher im Internet navigieren:** wird verstanden als die Fähigkeit, sich im Internet und in digitalen Medien gut zu orientieren (z. B. den Überblick auf einer Website zu behalten)
- **Erstellen und Teilen von Gesundheitsinformationen:** wird verstanden als die Fähigkeit, eigene gesundheitsbezogene Anliegen mittels digitaler Medien (z. B. E-Mail) verständlich und klar zu formulieren
- **Umgang mit personenbezogenen Informationen und Datenschutz:** wird verstanden als die Fähigkeit, Informationen über sich und andere Personen nicht in digitalen Medien zu teilen und zu entscheiden, wer Zugriff auf die persönlichen Daten und Informationen hat



Dimensionen der digitalen Gesundheitskompetenz

Stufen der Gesundheitskompetenz nach Nutbeam (2000)



Brainstorming

Vorschläge: Gesichtsproportionen, Augenabstand/Augen-Mund-Abstand, Symmetrie, Hautbeschaffenheit, Taille-Hüfte-Verhältnis, Haar-/Augenfarbe, Muskeln, Brustform, Körpergröße, Barthaare, Haarlänge, Hautfarbe, Schmuck, Lippen, Körperhaltung, Zähne, Stimme ausgeglichen, humorvoll, lächelnd, sportlich, abenteuerlustig, musikalisch, intelligent

Einstieg

Individuelle Antworten der Lernenden

Erarbeitung 1

Arbeitsblatt 1 – Vorschläge:

1. Venus von Willendorf ca. 25.000 v. Chr.: große Rundungen, breite Hüften, großer Bauch, Kopfschmuck/aufwendige Frisur; es ist jedoch bis heute umstritten, ob diese Darstellung ein Schönheitsideal zeigt
 2. Ägypten, ca. 1330 v. Chr.: eher dünn (sowohl Mann als auch Frau), Kopfbedeckung, Mann keine Körperbehaarung, eher jugendlich, schmale Augenpartie
 3. Don Juan ca. 1570: kurze Haare, Bart, angesagte Halskrause, eher schlanke, wenig muskulöse Figur, kurze (mit Tierhaar gefüllte) Hosen mit Schamkapsel, lange Strümpfe
 4. Tracht aus dem Schwarzwald im 19. Jahrhundert: auffällige Kopfbedeckung, Frau zeigt kaum Haare, Mann hat kurze Haare und keinen Bart, Hut für den Mann, beide recht dünn, Körperhaltung (Frau sitzt, Mann steht), Frau mit einem Kleid und Mann mit einem dunklen Anzug
 5. Joan Crawford 1927: dunkle, kurze Haare (oft mit Pomade), Kopfbedeckung, betonte Lippen, eher schmaler Körperbau, eher frech und selbstbewusst
 6. Models aus den 1990er Jahren: 3 unterschiedliche Frauentypen, alle dünn und recht „aufreizend“, gleiche Frisur, schwarze oder weiße Bekleidung, Diversity, kein Lächeln (sehen nicht glücklich bis verstört aus)
 7. Model Corey Hart, dunkelhäutige Frau, recht dünn, bunt und aufreizend angezogen, Kurzhaarfrisur, schulterfrei, auffällige Ohringe und Sonnenbrille, wirkt sehr weiblich
 8. Frau im Online Magazin *im gegenteil*!: anderes Frauenbild, Trend von Prominenten mit Körperbehaarung, lange Haare (gebunden), Piercing, (fast) nackt fotografiert
 9. Veit Alex (erfolgreiches deutsches Androgyn-Model): Mischung aus typisch männlicher und weiblicher Kleidung, sehr dünn, kurze Haare, wenig Schmuck, ernster Blick, helle Haut, geschminkt
-

Vertiefung

Die Lernenden sollen in der Lage sein, digitales Material (Fotos, Bilder) kritisch zu bewerten und zu entscheiden, welche Informationen qualitativ relevant sind. Wichtig ist es, dabei erkennen zu können, ob das angebotene Material eine realistische oder eine verzerrte Welt darstellt.

Think-Pair-Square-Share (mit ungefähren Zeitangaben)

- Think: Einzelarbeit mit Notizen (3 Min.)
- Pair: Notizen werden in 2er-Gruppen ausgetauscht und ergänzt (3 Min.)
- Square: In 4er-Gruppen wird ebenso verfahren (5 Min.)
- Share: Eine Vertreterin oder ein Vertreter der 4er-Gruppe liest das Gruppenergebnis vor (pro Gruppe 1–2 Min.)

Versuchen Sie, diese Inhalte aus den Gruppenergebnissen zu „extrahieren“. Geben Sie den Lernenden Hilfestellung in Form von „Denkt mal an technische Neuerungen und Erfindungen.“ oder „Denkt mal an gesellschaftliche Faktoren, die die Menschen in ihrer Erziehung beeinflussen.“

Vorschläge:

- Schönheitsideale sind auch oft ein Zeichen der sozialen Machtverhältnisse.
- Beispiel: sonnengebräunte Haut als Zeichen von harter, körperlicher Arbeit im Freien. Im 20. Jahrhundert war gebräunte Haut ein Zeichen von gutverdienenden Personen, die es sich leisten konnten, in südlichen Ländern Urlaub zu machen.



- Auch alte (religiöse) Traditionen und Darstellungen von Frauen und Männern beeinflussen die in einer Region lebenden Personen.
- Fernsehen (1960er) und Internet (1990er) „erschaffen“ auch Schönheitsideale, oft unterstützt durch verschiedene Industrien.
- Social Media (TikTok, Instagram, Snapchat) mit den Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung (Filter) spielen eine wichtige Rolle bei bestimmten Schönheitsidealen.
- Beauty- und Fitness-Industrie schafft mit ihren Produkten immer neue Anreize, den eigenen Körper noch perfektionieren zu wollen.
- Fitness-Tracker können auch erwähnt werden, da sie teilweise auch eine gewisse Art von Druck auf die Person ausüben können (wenn man jeden Tag mehr Aktivitäten schaffen will, weniger Kalorien zu sich nehmen will usw.).

Transfer 1

Es soll hervorgehoben werden, was Probleme bereiten kann, aber auch zeigen, welche Inhalte positiv gesehen werden können (Ernährungsscoach, Fitness-Challenges).

Vorschläge:

- TV Sendungen (Love Island, Bachelor/Bachelorette, GNTM)
- Social Media und Streaming Plattformen (TikTok, Snapchat, Instagram, X, Twitch, YouTube)
- Nationale und internationale Musikindustrie (Spotify, YouTube, auch über Social Media)
- Filme und Werbung (v.a. für Gesundheits-, Ernährungs- und Beauty-Produkte)

Warum entstehen gewisse Körperbilder?

Mögliche Antworten der Lernenden: Beauty-, Fitness- und Gesundheitsfirmen, Profit, finanzielle und wirtschaftliche Interessen

Wie erkenne ich unrealistische Körperbilder?

Hier sind in der Lerngruppe bestimmt Expertinnen und Experten zu finden oder zumindest Informationen dazu vorhanden, die im Plenum besprochen werden können.

Beispiele:

- Photoshop Fails, die zeigen wie einfach Körper verändert werden können.
- „Behind the scenes“ Videos der Bloggerinnen und Blogger / Influencerinnen und Influencer selbst
- Gegenbewegungen wie „no make-up day“, die Macht der Filter
Praktische Übung mit der Lehrkraft möglich!
- Instagrammerinnen und Instagrammer wie blogilates unter [www.instagram.com](https://www.instagram.com/blogilates)

Anhand der Beispiele können folgende Kriterien erarbeitet werden, um unrealistische von realistischen Bildern besser zu unterscheiden:

- Wurde ein Filter verwendet?
Auf Unstimmigkeiten auf dem Bild achten
- Sieht die Person in echt auch so wie auf dem Bild aus?
In einer Suchmaschine nach weiteren Bildern suchen
- Entsprechen die Bilder der Realität? Sehe ich auch ähnliche Personen auf der Straße?
- Legt die Influencerin oder der Influencer / die Instagrammerin oder der Instagrammer / die Bloggerin oder der Blogger besonders viel Wert auf ihr bzw. sein Äußeres? Verdient sie oder er Geld damit?
Interesse an perfekten Bildern
- Würde ich mich wohl fühlen, wenn ich auch so aussehen würde?
- Könnten gesundheitliche Probleme dadurch entstehen?
Magersucht, übertriebenes Körpertraining usw.

Die Lernenden sollen dabei in der Lage sein, zu erkennen und zu beurteilen, wie verlässlich und vertrauenswürdig die vermittelten Informationen sind und welche Interessen dahinter stehen.



Erarbeitung 2

Die Frage „Sind diese Einsichten für mich oder mein Umfeld relevant?“ steht im Mittelpunkt der Erarbeitung.

Vorschläge der Lernenden – Positive Folgen:

- gesunde Lebensweise kennenlernen und in den Alltag integrieren
- sportliche Aktivitäten starten
- bewusste Ernährung / Gefahren von Unter- und Übergewicht kennen
- Toleranz oder Empathie für das Aussehen anderer
- raus aus der eigenen „Bubble“ / aus der Komfortzone

Vorschläge der Lernenden – Negative Folgen:

- Abrutschen in extreme Formen: Bodybuilding, Diäten, Orthorexie (Zwang, gesund zu essen)
- psychische und physische Folgen: Substanzmissbrauch, Essstörungen, Depressionen
- Das ganze Leben dreht sich nur noch um das vermeintliche Schönheitsideal.
- Unrealistische Ziele wollen erreicht werden.
- Wer nicht dem Ideal entspricht, wird gemobbt.

Reflexion 1

Hilfsangebote kennenlernen und nutzen (Schau hin!):

Mobbingprävention, Essstörungen bei Freundinnen und Freunden ansprechen, Schulpsychologinnen und Schulpsychologen, Vertrauenslehrkräfte, städtische und regionale Anlaufstellen

Internetangebote:

- Nummer gegen Kummer: 116 111, (Cybermobbing): www.juuuport.de/beratung
- Beratungstelefon der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) bei Essstörungen: 0221892 031
- Informationsseite der BZgA: www.bzga-essstoerungen.de

Die Lernenden sollen anhand der erarbeiteten Inhalte in der Lage sein, Lösungen bei digitalen Hilfsseiten finden zu können.

Produktion 1

Die Lernenden sollen die Inhalte dieser Einheit vor Augen haben (Tafel, Whiteboard, Arbeitsblätter, Schulheft) und daraus einen Blogeintrag erstellen.

Wenn es die Zeit erlaubt, die Arbeiten der Lernenden zu begutachten, kann eine gute Arbeit tatsächlich auf die Schulhomepage gestellt werden, in den Jahresbericht integriert werden oder beim Schulfest prominent platziert werden.

Alternative Schreibaufgabe „Werbung und Körperbilder“:

Dabei werden folgende Themen aufgegriffen:

1. Wie und warum werden derartige Körperbilder (Werbung 1) in einer Gesellschaft verbreitet?

- Schönheitsindustrie: finanzielle Vorteile des Körperbilds, das dazu verleitet, den eigenen Körper immer „verbessern“ zu wollen
- Unterstützung von bekannten Persönlichkeiten, Influencerinnen und Influencern, die dafür bezahlt werden, als Vertreterinnen und Vertreter dieser Schönheitsideale die Produkte zur Selbstoptimierung zu bewerben
- Vermarktungsstrategien für jugendliche Kundschaft auf den gängigen sozialen Netzwerken

2. Welche Auswirkungen kann die Präsenz dieser Körperbilder auf Jugendliche haben?

- Lust auf einen gesünderen Lebensstil, auf den Körper achten, Körper pflegen
- Reflexion über die eigene Ernährung
- mehr Bewegung und Fitness
- Gefahren: extreme Verhaltensmuster (z. B. Essstörungen, übertriebenes Bodybuilding, Orthorexie)
- kann zu Mobbing führen

3. Schlage Hilfestellungen und Aspekte der Body Positivity / Body Neutrality vor, um den extremen Ausprägungen des Körperkults zu begegnen.

Information: Diesem Trend zum perfekten Körper, vermittelt durch die mediale Landschaft, werden zunehmend zwei Bewegungen entgegengesetzt: zum einen der Gedanke „Body Positivity“, welcher zum Ziel hat, seinen Körper zu lieben, so wie er ist, denn Körper kommen in allen Formen und Größen vor und keiner ist schlechter oder besser als der andere. Kritiker weisen hier darauf hin, dass auch bei der Idee der „Body Positivity“ Druck aufgebaut wird, seinen Körper lieben zu müssen. Einen anderen, für viele erstmal „neutraleren“ Weg geht die Bewegung der „Body Neutrality“. Hier respektiert man seinen Körper. Jede Person hat nun mal einen Körper, der uns durchs Leben bringt und diese Tatsache nimmt man an. Wie selbstverständlich das sein kann, zeigt Abbildung 2, wo klar herausgestellt wird, dass jede Figur eine Strand-/Bikinifigur ist.

Schlussformulierungen:

Die Lernenden können vielleicht auf Influencerinnen und Influencer oder auf Videos verweisen, um sich mit dem Thema intensiver auseinander zu setzen. Sie können auch informieren, wo es örtliche Hilfestellen für Betroffene gibt, oder einen Aufruf starten, um gegen künstlich kreierte Schönheitsideale auf schulischer Ebene vorzugehen (Malwettbewerb, Fotowettbewerb, Bewegungstag für alle „Körperformen“ usw.).

Transfer 2

Die Lernenden sollen Antworten auf folgende Fragen finden und diskutieren: Welche Kriterien kann ich heranziehen, um vertrauenswürdige Gesundheitsinformationen zu erkennen?

Inhaltliche Erläuterungen zu Arbeitsblatt 4 – Eine Auswahl der Antwortmöglichkeiten:

Welche fachliche Qualifikation hat die Autorin oder der Autor?

Gibt es einen medizinischen Background, der die Kompetenz plausibel erscheinen lässt? Gibt es mehr als eine Autorin oder einen Autor? Wie sind deren Qualifikationen? Sind diese Qualifikationen verifizierbar?

Wird deutlich gemacht, ob es sich um Information oder Werbung handelt?

Es muss deutlich zu erkennen sein, ob die dargebotenen Informationen von einem Hersteller medizinischer Produkte bezahlt wird. Sind Information und Werbung getrennt aufbereitet?

Wird gesagt, für welche Zielgruppe die Information bzw. das Produkt gedacht ist?

Welche Krankheitsbilder können damit behandelt werden, welche Ziele können mit dem Produkt unterstützt werden? Ist das relevant für mich?

Wird die Funktionsweise des Produktes verständlich erklärt?

Behauptungen zur Funktionsweise müssen von unabhängigen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern belegt und nachprüfbar sein. Die Erläuterungen müssen sprachlich verständlich aufbereitet sein (ohne Eindruck schindendes medizinisches Fachvokabular).

Werden große Erfolgsversprechen gegeben?

„20 Kilo in 40 Tagen“, „30 % mehr Muskelmasse in 3 Monaten“, „Nie wieder Pickel“ usw. Solche Aussagen ohne Quellen sind keine vertrauenswürdigen Gesundheitsinformation.

Wird auf Risiken und Nebenwirkungen hingewiesen?

Kein medizinisches Produkt kommt ohne Angaben der Nebenwirkungen. Werden sie klar benannt und erläutert? Das gilt auch für Nahrungsergänzungsmittel, Abnehm-Shakes (Verstopfung, Leber, Niere) und Vitaminpräparate (allergische Reaktionen).

Produktion 2 (alternativ).

Individuelle Vorschläge der Schülerinnen und Schüler (ansprechende Werbesprüche, interessante Fakten, aussagekräftige Bilder)

Das Prinzip Body Positivity bzw. Body Neutrality soll den idealisierten Schönheitsidealen aus der digitalen Welt entgegengestellt werden. Informationen dazu finden Sie in Produktion 1.

Werbeplakat: Über **PowerPoint** können auch interaktive Elemente eingefügt werden wie Videos, Musik, Umfragen usw.

Reflexion 2

Individuelle Antworten der Lernenden

Arbeitsblatt 1

Körperbilder im Internet

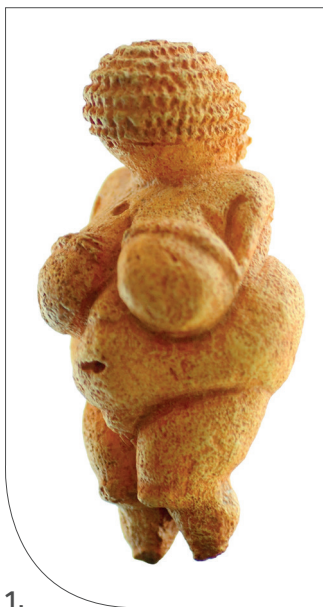


© fotofabrika - stock.adobe.com



Schönheitsideale verschiedener Zeitalter und Regionen

Hier siehst du verschiedenste Darstellungen von zu ihrer Zeit und in ihrer Region als „schön“ angesehenen Personen. Schreibe dazu Merkmale auf, welche Aspekte als „attraktiv“ galten oder gelten. Betrachte z. B. Körperbau, Kleidung, Haare, Beine, Arme, Accessoires, Blick.



1.

© commons.wikimedia



2.

© commons.wikimedia



3.

© commons.wikimedia

1. Venus von Willendorf, ca. 25.000 v. Chr.
2. Ägypten, ca. 1330 v. Chr.
3. Don Juan, ca. 1570



4.
© lahrer-zeitung/Schlessmann



7.
© pinterest/Corey Hart



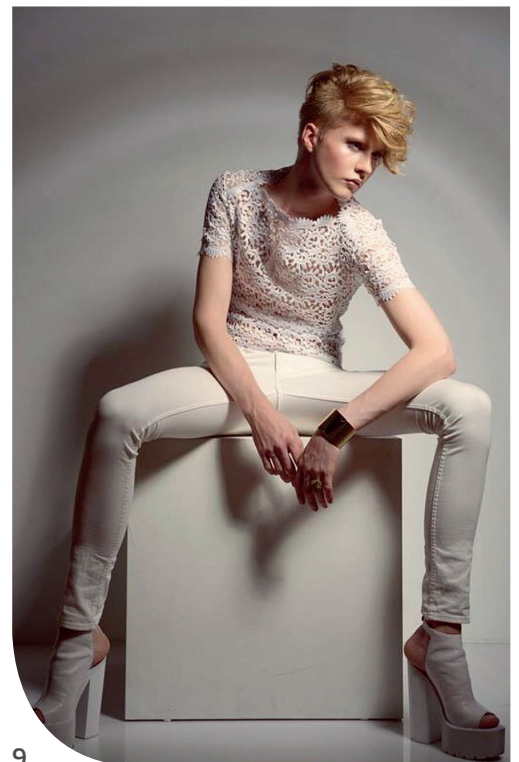
5.
© commons.wikimedia



6.
© heute.at

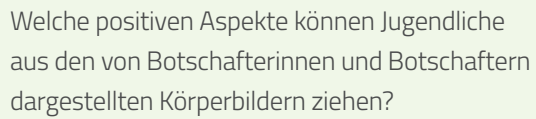
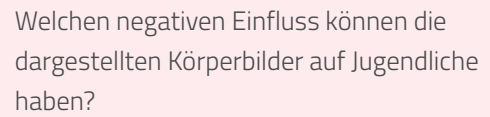


8.
© imgegenteil.de/Gast



9.
© instagram/modelveitalex

- 4. Schwarzwald, 19. Jahrhundert
- 5. Joan Crawford, 1927
- 6. Models, 1990er Jahre
- 7. Model Corey Hart, 2022
- 8. Frau im Online-Magazin im gegenteil!, 2022
- 9. Veit Alex, 2019

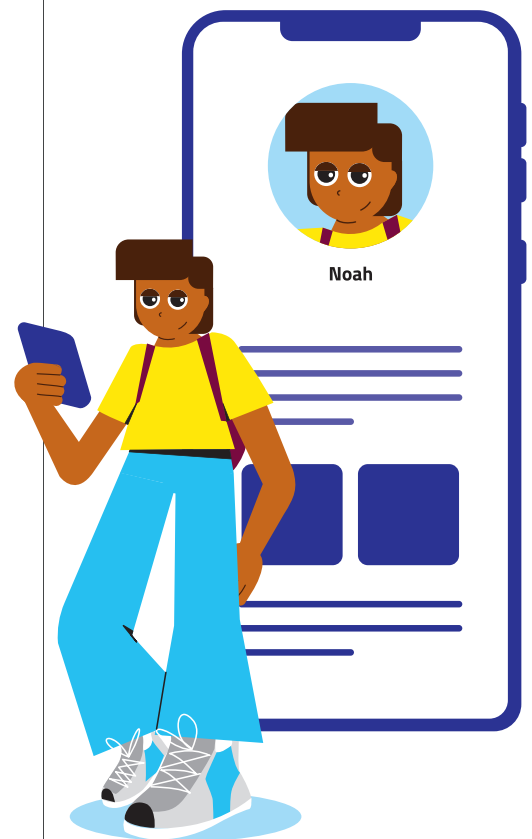
[illegible][illegible]



Blodgeintrag

Baue deinen Blogeintrag für die Schulhomepage nach folgendem Muster auf:

1. Schreibe Allgemeines zu Schönheitsidealen im Laufe der Jahrhunderte.
2. Wie werden Körperbilder in einer Gesellschaft verbreitet?
3. Welche positiven und negativen Auswirkungen kann die mediale Präsenz dieser Körperbilder auf Jugendliche haben?
4. Schlage Hilfestellungen und Aspekte der Body Positivity vor, um den extremen Ausprägungen des Körperkults zu begegnen.

[illegible]



Kreative Schreibaufgabe

Im Jahr 2015 hat eine Firma, die Nahrungsergänzungsmittel verkauft, folgende Werbeanzeige gestaltet:



© Protein World

Als Reaktion darauf gab es diese „Gegenwerbung“:



© Navabi

Zum Projekttag an eurer Schule unter dem Motto „Gesund und fit in der Schule“ nimmst du diese beiden Bilder zum Anlass einen Blogbeitrag zum Thema „Körperbilder und Schönheitsideale“ zu schreiben.

Du kannst den Text nach folgenden Vorgaben strukturieren:

1. Wie und warum werden derartige Körperbilder (Werbung 1) in einer Gesellschaft verbreitet?
2. Welche Auswirkungen kann die Präsenz dieser Körperbilder auf Jugendliche haben?
3. Schlage Hilfestellungen und Aspekte der Body Positivity / Body Neutrality vor, um den extremen Ausprägungen des Körperkults zu begegnen.



Kriterienkatalog zum Einordnen wertvoller gesundheitsrelevanter Informationen

Checkliste:

- Welche fachliche Qualifikation hat der die Autorin oder der Autor?
- Wird deutlich gemacht, ob es sich um Information oder Werbung handelt?
- Wird gesagt, für welche Zielgruppe die Information bzw. das Produkt gedacht ist?
- Wird die Funktionsweise des Produktes verständlich erklärt?
- Gibt es unabhängige wissenschaftliche Quellen und weiterführende Links zum Produkt?
- Wird auf Risiken und Nebenwirkungen hingewiesen?
- Gibt es Kontaktinformationen bei Fragen zum Produkt?
- Werden große Erfolgsversprechen gegeben?
- Wird nur ein einziges Produkt vorgestellt?
- Wird darauf hingewiesen, sich ärztlichen Rat einzuholen?
- Werden die Kosten genannt?

Praxisphase:

In der Gruppe: Sucht euch ein Thema aus und beantwortet die vorigen Fragen anhand der konkreten Beispiele:



„Die 4 besten Abnehm-Shakes im großen Test 2024“

www.deutsches-gesundheits-journal.com



App zum Abnehmen – „JETZT bis zu 2 Kilo an einem Tag APP-nehmen!“:

www.bild.de



Antipickel Creme – „Anti Pickel Creme: Diese Creme hilft unreiner Haut“:

www.loreal-paris.de



Pillen zum Abnehmen – „20 Diät Pillen auf einmal schlucken?“:

www.gesundheitsfrage.net





Anhang

Anhang 1

Wie lege ich ein Brainstorming auf mindwendel an, um digital Ideen zu sammeln?

- Rufen Sie die DSGVO-konforme Internetseite <https://idea.kits.blog/> auf.
- Sie und Ihre Schülerinnen und Schüler brauchen keinen Account oder Anmeldung auf dieser Seite.
- Geben Sie Ihre Frage ein und klicken Sie auf okay.
- Klicken Sie rechts oben auf das Teilen-Symbol und geben Sie den Link an die Schülerinnen und Schüler bzw. an die Gruppe. (Sie haben auch die Möglichkeit, die einzelnen Posts zu liken oder mit Labels zu versehen.)
- Fertig!

Interessante Links zum Thema „Körperbilder im Internet“

- „Selbstoptimierung vs. Selbstliebe: Informationen zum Thema Schönheitsideale“ unter www.juuuport.de
- „Wenn der Körper zum Imageträger wird“ unter www.amicella.de
- „Schönheitsideale im Laufe der Zeit“ unter www.planet-wissen.de
- „Geschichte von der Sängerin Camila Cabello“ unter www.rnd.de



DURCHBLICKT!

Digital in eine gesunde Zukunft.

Impressum

2. Auflage Mai 2024. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Abweichend hiervon ist die Vervielfältigung und Verbreitung des Werks und seiner Teile an Lernende zur Veranschaulichung des Unterrichts und zur Lehre an Bildungseinrichtungen durch Lehrende erlaubt.

In diesem Werk sind nach dem MarkenG geschützte Marken und sonstige Kennzeichen für eine bessere Lesbarkeit nicht besonders kenntlich gemacht. Es kann also aus dem Fehlen eines entsprechenden Hinweises nicht geschlossen werden, dass es sich um einen freien Warennamen handelt. Haftungsnotiz: Auf verschiedenen Seiten dieses Heftes befinden sich Verweise (Links) auf Internetadressen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich die Betreiberinnen und Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Seiten treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail (p.woehner@klett-mex.de) davon in Kenntnis zu setzen, damit bei Nachdruck der Nachweis gelöscht wird.

Autoren: Michael Kohl

Redaktion und Autorenkoordination: Fabienne Schmaus

Projektkoordination: Petra Wöhner, Klett MEX GmbH

Layout und Satz: We are Family GmbH & Co. KG, Stuttgart

Herausgeber: BARMER, Axel-Springer-Straße 44, 10969 Berlin

Eine Zusammenarbeit der BARMER und der Klett MEX GmbH

©BARMER, Berlin, Klett MEX GmbH, Stuttgart und We are Family GmbH & Co. KG, Stuttgart.

Digital in eine gesunde Zukunft.

Wir wollen die Chancen und Potenziale der Digitalisierung für unsere Gesundheit nutzen, indem wir digitale Kompetenz für selbstbestimmte Entscheidungen in allen Gesundheitsfragen vermitteln.