



# My Mirror



321



25

# MY MIRROR (OMU)

Eine DVD mit dem Recht zur nichtgewerblichen öffentlichen Vorführung erhalten Sie [hier](#):

Indien / Deutschland 2020

Kurzfilm, 19 Min.

Regie: Jayakrishnan Subramanian, Franziska Schönenberger

Buch: Franziska Schönenberger

Produktion: Family Business Film in Zusammenarbeit mit dem BR

Cast: Athira Sukumaran; Patrick B. Yogarajan

## AUTOR:INNEN

Das Team der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz an der KH Mainz: Jeanine Wein, Assistentin des Leiters (Redaktion); Leon König und Elena Spaeth, studentische Mitarbeiter:innen; Prof. Andreas Büsch, Leiter.

## GLIEDERUNG

Auszeichnungen	S. 04
Stichworte (in alphabetischer Reihenfolge)	S. 04
Kapitel	S. 04
Sequenzen	S. 04
Einführung	S. 06
Kurzcharakteristik – Inhaltsangabe	S. 07
Einsatzmöglichkeiten	S. 08
Bausteine für Unterricht und Bildungsarbeit	S. 09
BAUSTEIN 1: Tradition und Moderne	S. 09
Arbeitsauftrag 1: Darstellung von Tradition in Social Media	S. 11
Arbeitsauftrag 2: Smartphones als Spiegel des Selbst	S. 12
Arbeitsauftrag 3: Zukunftsmusik	S. 14
BAUSTEIN 2: Geschlechterbilder in den Medien	S. 15
Arbeitsauftrag 1: Geschlechterbilder in der Werbung	S. 17
Arbeitsauftrag 2: Träume, Wünsche, Hoffnungen ...	S. 18
Arbeitsauftrag 3: Social Media im Blickpunkt	S. 20
BAUSTEIN 3: Mediennutzung und Mediensucht	S. 23
Arbeitsauftrag 1: Mythilis Mediennutzung – und meine	S. 26
Arbeitsauftrag 2: Ist Mythili süchtig?	S. 28
Arbeitsauftrag 3: Wie lange bin ich online?	S. 31
Arbeitsauftrag 4: Suchtgefahr eingebaut?	S. 34
BAUSTEIN 4: Suizidalität	S. 35
Arbeitsauftrag 1: Notruf	S. 37
Arbeitsauftrag 2: Die Filmsequenzen näher im Blick	S. 39
Arbeitsauftrag 3: „Just a stunt to get more attention“	S. 40
Arbeitsauftrag 4: „Spieglein, Spieglein ...“	S. 43
M1 Darstellung von Tradition in Social Media“	S. 45
M2 Geschlechterbilder in der Werbung	S. 46
M3 „Mythilis Mediennutzung – und meine“	S. 48
M4 Mein Medientagebuch	S. 49
Literatur und weiterführende Quellen	S. 50
Fachpublikationen	S. 50
Links	S. 51
Tools	S. 52
Weitere Links (Auswahl, Stand: 22.10.2021)	S. 52
Weitere Filme zu den Themen beim kfw (Auswahl, Stand: 22.10.2021)	S. 53

## AUSZEICHNUNGEN

Prädikat besonders wertvoll (FBW – Deutsche Film- und Medienbewertung)

## STICHWORTE (IN ALPHABETISCHER REIHENFOLGE)

Ehe, Eifersucht, Einsamkeit, exzessive Mediennutzung, Frauenbild, Gender, Geschlechterrollen, Identität/Identitätsentwicklung, Inszenierung, Konflikte, Kulturkonflikte, Menschenrechte/Menschenwürde, Online-Beziehungen, Partnerschaft, Patriarchat, Rollenbilder, Tradition, Selbstdarstellung, Sehnsüchte, Social Media, Sucht, Suizidversuch, Werte(-wandel).

## KAPITEL

Nr.	Zeit	Titel
1	00:00 – 00:25	Intro
2	00:26 – 04:43	Hochzeit, Einrichten des Social-Media-Profiles auf My Mirror, 1. Hochzeitstag
3	04:44 – 09:02	Weitere Uploads auf My Mirror, Kontaktaufnahme durch Sathish90, Profil von Sathish90
4	09:03 – 15:21	Konflikte mit dem Ehemann, gemeinsames Video mit Sathish90, mehr Inhalte und Vergrößerung der Reichweite des Social-Media-Profiles
5	15:22 – 18:11	Showdown: letztes Video – Verzweiflung, selbstgefährdendes bzw. suizidales Verhalten, Aufwachen im Krankenhaus
6	18:12 – 18:40	Abspann

## SEQUENZEN

Nr.	Zeit	Titel	Tonspur
1	00:00 – 00:25	Intro: Person hinter Milchglas-Wand	leises Hämmern, Würge-Geräusche und Husten
2	00:26 – 01:52	Eindrücke von der Hochzeit von Ramesh und Mythili als Rückblende („Memories“) aus einer Foto-App	Ruhiger indischer Popsong
3	01:53 – 02:33	Einrichten des Profils auf My Mirror, Upload erster Bilder und Ankündigung eines Videos anlässlich des ersten Hochzeitstags der beiden	„Datentransfer“- und App-Töne O-Ton Mythili
4	02:34 – 03:35	Mythilis Video endet mit dem Abschied von Ramesh am Flughafen	Ruhige Popmusik
5	03:36 – 04:27	Anruf Mythilis bei ihrem Ehemann – „Deswegen rufst du mich an?!“ – Ihre Telefonliste zeigt nur Anrufe beim Ehemann	O-Töne
6	04:28 – 04:43	Mythili entschuldigt sich per Messenger für die Störung und schickt ihrem Mann das Video	App-Geräusche
7	04:44 – 05:48	Mythili erstellt ein erstes Selfie-Video von sich – „Hello friends!“	App- und Tastentöne, Atmo-Geräusche (Straßenlärm), Mythilis Gesang

8	05:49 – 06:21	Mythili lädt Inhalte von sich allein hoch, statt von sich und ihrem Ehemann – Selbstdarstellung auf My Mirror beginnt	App-Geräusch; ruhig swingender indischer Popsong mit weiblichen Vocals
9	06:22 – 07:17	Nachricht von My-Mirror-Nutzer Sathish (@sathish90), dessen Profil und (inszenierte) Videos sie daraufhin durchstöbert	Treibende elektronische bzw. rockige Popmusik und Soundeffekte
10	07:18 – 07:47	Nächstes Video von Mythili, mit dem sie sich an ihre Follower:innen wendet – erstes Thematisieren der Einsamkeit und erster Konflikt mit der Schwiegermutter	O-Töne
11	07:48 – 09:02	Weiteres Video von Mythili auf My Mirror und neues Profilvideo von Sathish	Ruhiger indischer Popsong, z.T. Lip-pensynchronisation von Mythili; App- und Tastentöne; deutlich lebhaftere Musik beim Video von Sathish
12	09:03 – 10:08	Anruf von Ramesh, der sich bei seiner Mutter über die (anwesende) Mythili erkundigt	O-Töne
13	10:09 – 10:46	„Gemeinsames“ (Splitscreen-) Video von Sathish und Mythili auf My Mirror	Elektronischer indischer Popsong, gemeinsamer Gesang als Call-Response bzw. Duett
14	10:47 – 11:51	Verärgerter Anruf von Ramesh: „Eine verheiratete Frau benimmt sich nicht so.“	O-Töne
15	11:52 – 12:36	Versuch, das Profil zu löschen – „Was werden die Leute sagen?“ – Überredung durch Sathish, weiterzumachen	Tastentöne
16	12:37 – 13:57	Mythili zeigt sich immer „westlicher“ in ihren Videos – ihr Profil gewinnt deutlich an Reichweite	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indischer Popsong („moderner“ als die bisher von ihr verwendeten)</li> <li>• App-Töne</li> <li>• englischer Popsong (Singer-Songwriter)</li> </ul>
17	13:58 – 15:21	„Ich habe es im Guten versucht“ – Ramesh macht Mythili schwere Vorwürfe im Videoanruf	O-Ton
18	15:22 – 16:52	Mythilis letztes Video – Abschied, Verzweiflung; offensichtlich selbstgefährdendes bzw. suizidales Verhalten – widersprüchliche Reaktionen der Follower:innen „Fake?“	O-Ton, Hintergrund-Geräusche
19	16:53 – 18:11	Aufwachen im Krankenhaus – Selfie vorm Spiegel	O-Ton (Weinen), leise Atmo
20	18:12 – 18:40	Abspann	Elektronische Musik

## EINFÜHRUNG

Soziale Netzwerke sind kein Spezifikum westlicher Kulturen, sondern es gibt sie überall in der einen Welt – mit zum Teil noch größeren Nutzerzahlen als bei den hierzulande favorisierten Angeboten von Facebook und Co. Und auch die Nutzungsmotive gleichen sich: die Suche nach Kontakt und Bestätigung, das Gefühl, wahrgenommen zu werden und positive Reaktionen auf die eigenen Posts und Videos zu erhalten, sind wohl eine Spielart des menschlichen Grundbedürfnisses nach Kommunikation und Austausch mit anderen.

Und auch die Probleme bei einer eher kompensatorischen Nutzung von Social Media, gerade wenn ein physisches Gegenüber fehlt, sind wohl nicht kulturspezifisch. Die Gründe dafür können vielfältig sein: sei es wie im vorliegenden Film aufgrund von Arbeitsmigration oder aber aufgrund einer COVID-19-Pandemie und deren Folgen, wie wir sie mit den Lockdowns seit März 2020 wiederholt erfahren haben, oder schlicht, weil in der bisherigen Biografie noch keine adäquaten Gegenüber, Freund:innen oder Partner:innen gefunden wurden. Insofern bietet der Film eine Reihe von Anknüpfungsmöglichkeiten.

Über die generellen Erfahrungen mit Social Media hinaus legt der Film *My Mirror* die Auseinandersetzung mit vier Themenfeldern besonders nahe: Tradition und Moderne (1), Geschlechterbilder in den Medien (2), Mediennutzung und Mediensucht (3) sowie Suizidalität (4).

### 1. Tradition und Moderne

Im Film zeigt die Darstellung von Mythili und die Schilderung ihrer Situation, wie traditionsbewusst sie lebt. Deutlich wird dies durch Mythilis traditionelle indische Hochzeit mit Ramesh, durch ihre Kleidung (Sari, Bindi etc.) sowie durch die von ihr für ihre ersten Videos gewählte Musik.

Außerdem ist die Familienhierarchie sehr stark ausgeprägt: Selbst in seiner mehr als ein Jahr dauernden Abwesenheit bestimmt Ehemann Ramesh über den Alltag seiner Ehefrau, wobei seine Mutter als verlängerter Arm agiert und an seiner statt Kontrolle ausübt. Mythilis Wünsche und Bedürfnisse werden kaum beachtet: Sie solle einfach der Mutter im Haushalt helfen und ihn nicht weiter behelligen.

Das wirkt durch den deutlichen Kontrast zu einer modernen westlich und christlich geprägten Lebensrealität in Deutschland befremdlich. Dennoch kann die kulturelle Differenz auch als Verfremdungseffekt gedeutet werden: Inwieweit gibt es auch bei uns noch solche patriarchalen Strukturen und generationale Konflikte? Und es stellt sich die Frage, welchen Platz kulturell etablierte Lebensentwürfe in den sozialen Medien einnehmen. Wie können (soziale) Medien vielleicht sogar dabei helfen, unterschiedliche Perspektiven im Sinne einer Differenz zu verstehen, also ohne dabei sofort in eine Bewertung zu verfallen?

## 2. Geschlechterbilder in den Medien

Die Wahrnehmung ihrer Rolle als Ehefrau ist ein zentrales Element in Mythilis Leben. Dabei stößt sie an kulturell bedingte Schranken, welche die indische Kultur Frauen auferlegt. Demgegenüber scheint ihr die mediale Selbstdarstellung Freiheiten und Entwicklungen zu ermöglichen; sie findet auf diese Weise Wege, sich auszudrücken und in Kontakt mit anderen Menschen zu treten. Durch den potenziell weltweiten Zugang zu Informationen und Kontakten im Web und insbesondere in sozialen Netzwerken kann sie unterschiedliche Konzepte auch hinsichtlich Geschlechter- und Rollenbildern kennenlernen. Somit sind soziale Medien für Mythili auch Ort der Information und Emanzipation – und damit kann sie zum Role Model (Rollenvorbild) werden.

## 3. Mediennutzung und Mediensucht

Mythili hat kaum persönliche Kontakte. Als einzige Ansprechperson erscheint im Film die Schwiegermutter, mit der sie zusammenlebt, während sich der Ehemann beruflich in Dubai aufhält. Sie flieht in die Social-Media-Welt der fiktiven App My Mirror. Dabei handelt es sich um eine Art TikTok. Schnell entwickeln sich eine Fangemeinde und eine Online-Freundschaft, die für sie zur einzigen Kontaktmöglichkeit werden.

Die mediale Selbstdarstellung bietet nicht nur tiefe Einblicke in das Privatleben, sondern auch Möglichkeiten, die eigene Identität weiterzuentwickeln und Entwicklungsaufgaben zu meistern. Dass diese Nutzung auch zu Eskapismus oder Folgeproblemen führen kann, darf nicht außer Acht gelassen werden.

Neben der Gefahr exzessiver Mediennutzung bis hin zur Sucht gibt es leider auch problematische Interaktionsformen im Internet. Trolle und gezielte Falschinformationen sind nur eine mögliche Quelle von negativen Einflüssen. Auch Cybermobbing ist eine höchst reale Gefahr und Desinformation ist geeignet, unsere Haltungen und unser Verhalten entscheidend zu beeinflussen. Daher ist der präventive Erwerb von Medienkompetenz, vor allem die Aspekte der Kompetenz zur Beschaffung und Überprüfung von Informationen, ebenso wichtig wie das Erlangen von Handlungskompetenz.

## 4. Suizidalität

In dem Film *My Mirror* durchlebt Mythili Krisen, die nicht einmal ansatzweise durch ihr soziales Umfeld aufgefangen werden. Diese allgemeine Hilflosigkeit geht so weit, dass sie einen Suizidversuch während eines Livestreams begeht. Auch wenn dieser nicht gelingt, wird doch sehr deutlich: Soziale Medien begleiten uns durch gute, aber auch durch schwierige Zeiten.

Dass das Internet nichts vergisst, ist dabei ein Aspekt. Ein weiterer ist, dass das Internet auch Dinge zeigt, die „im wirklichen Leben“ oft ungesehen bleiben. Dies kann auch zu Trigger-Effekten und Nachahmungstaten führen, die in der Medienwirkungsforschung auch als Werther-Effekt bezeichnet werden. Allerdings kann im Gegensatz zur Literatur des 18. Jahrhunderts das Netz gerade hinsichtlich suizidaler Gedanken und Suizidversuchen auch eine Plattform sein, die es durch entsprechende Hilfsangebote und Beratungsseiten ermöglicht, schnell und konstruktiv Unterstützung zu finden.

## KURZCHARAKTERISTIK – INHALTSANGABE

*My Mirror* ist ein Kurzfilm, der in 19 Minuten auf kreative Weise die Geschichte der Inderin Mythili erzählt. Vor Kurzem hat die junge Frau traditionell geheiratet und wohnt nun im Elternhaus ihres Ehemannes, unter der Aufsicht ihrer Schwiegermutter, die wenig Verständnis für die junge Ehefrau zeigt. Kontakt hat das Ehepaar selten und lediglich über das Smartphone, denn Ramesh, Mythilis Ehemann, arbeitet in Dubai.

Die titelgebende fiktive App mit dem sprechenden Namen My Mirror, die ähnlich wie Instagram oder TikTok Videoplattform und Messenger kombiniert, bietet Mythili einen Ausweg aus ihrer Einsamkeit. Aus den kurzen Videoclips entstehen bald eine Fangemeinde und auch eine Internetfreundschaft mit einem Mann namens Sathish. Über die intensive Nutzung der App und die Internetbekanntschaft zu einem fremden Mann ist Ehemann Ramesh erzürnt und wirkt immer mehr auf sie ein, die App zu löschen. Da dies die einzige Freude in Mythilis Leben zu sein scheint, ist sie derart verzweifelt, dass sie einen Suizidversuch während eines Livestreams unternimmt. Der Film endet offen mit einem Selfie von ihr im Krankenzimmer.

Am auffälligsten sind wohl die besondere Perspektive und das damit zusammenhängende Format des Films. Mit My Mirror erlangen die Zuschauer:innen nicht nur einen intimen Einblick in Mythilis Smartphone, sondern auch in das Leben von Mythili. Denn lediglich das, was der Handybildschirm sieht, wird gezeigt. Sowohl die Aufnahmen, welche Mythili macht, als auch ihre Video-Anrufe sind Teil des Films.

Eine Rahmung bieten kurze Sequenzen zu Beginn und Schluss des Kurzfilms, die in einer ganz anderen Atmosphäre geschehen – in einem Krankenhaus. Damit bekommt der Film eine besondere Dynamik; die Thematik Suizidversuch, die hier neben die Themen der Social-Media-Nutzung tritt, erfordert eine entsprechend sensible Aufbereitung und pädagogische Begleitung.

## EINSATZMÖGLICHKEITEN

Unter der Prämisse, dass Kinder und Jugendliche gerne Filme mit Protagonisten schauen, die etwas älter als sie selbst sind, lässt sich der Kurzfilm gut mit Schüler:innen ab der 9. Klasse (14 Jahre) einsetzen.

Auch für die Elternarbeit sowie die Erwachsenenbildung bietet **My Mirror** zahlreiche Anknüpfungspunkte für eine Auseinandersetzung der Teilnehmer:innen mit den genannten Themen.

Unabhängig von der Zielgruppe sollte die pädagogische Begleitung beachten, dass die kulturelle Differenz des Films, dessen Handlung in Indien spielt, für die Rezeption durchaus ambivalent sein kann. Einerseits kann sie möglicherweise zu einer (vorschnellen) Distanzierung führen – „so etwas gibt es doch bei uns hier nicht“. Auch könnte der fremde Kulturkreis zu einer emotionalen Distanz (z.B. zum suizidalen Verhalten der Hauptfigur) führen. Bei der didaktischen Rahmung der nachfolgenden Bausteine und Arbeitsaufträge kommt es daher darauf an, Parallelen durch Anregungen zur Reflexion zu verdeutlichen und so den Transfer der zugrunde liegenden Fragestellungen und Probleme zu leisten, die unabhängig vom kulturellen Kontext existieren.

Andererseits kann gerade die Tatsache, dass die Handlung in einer mehr oder minder fremden Kultur spielt, auch einen Freiraum darstellen, unbefangener über persönliche Betroffenheit in ein Gespräch zu kommen, als dies anhand unmittelbarer Identifikationsfiguren aus der eigenen Kultur möglich wäre.

Da die Arbeitsaufträge sich nicht nur (aber auch) an Schüler:innen richten, verwenden wir im Folgenden den weiter gefassten Begriff der Teilnehmer:innen. Daher sind auch die Zeitangaben der jeweiligen Methoden lediglich als Richtwerte zu verstehen, die jeweils im Hinblick auf aktuelle Gegebenheiten wie konkrete Zielgruppe, Vorerfahrungen und Größe der Gruppe bzw. Klasse oder Kurs überprüft und ggf. angepasst werden müssen.

## BAUSTEINE FÜR UNTERRICHT UND BILDUNGSARBEIT

### BAUSTEIN 1: TRADITION UND MODERNE

In dem Kurzfilm *My Mirror* gerät die junge Inderin Mythili in einen Konflikt zwischen der von Traditionen geprägten indischen Kultur und modernen Aspekten der Digitalisierung. Kulturen zeichnen sich durch gemeinsam geteilte Werte, Handhabungen, Konzepte und Traditionen aus. Sie verfügen über ein eigenes Gedächtnis, welches das Zusammenleben regelt – und das basierend auf den Erfahrungen der vorherigen Generationen (vgl. Assmann/Assmann 1994). Innerhalb einer Kultur kennen Menschen die gleichen Gesellschaftsstrukturen, Riten und Geschichten. Dies zeigt sich in Märchen und Erzählungen, die bereits im Kindesalter gekannt werden, aber auch in traditioneller Kleidung sowie Festtagen und Ernährungsgewohnheiten.

So hat sich beispielsweise die Kommunikation nicht zuletzt durch Smartphones und die Dynamik des Internets verändert. Ehen, Freundschaften und Informationsbeschaffung sind von digitalen Kanälen beeinflusst oder durch sie überhaupt erst möglich. Dabei sind nicht nur Generationskonflikte häufig, wenn die permanente digitale Vernetzung beispielsweise durch Eltern in Frage gestellt wird. Vielmehr erzeugen auch die Globalisierung und der mit ihr einhergehende Zugang zu unterschiedlichen Auslegungen von Werten und ideellen Lebensentwürfen neue Herausforderungen im Alltag. Eine kurze Online-Recherche beispielsweise erlaubt den Zugriff auf Informationen zu verschiedenen Kulturen und vielfältigen Wissensbeständen. Außerdem eröffnet der Zugang zu weltweiten Informationen die Möglichkeit, eigene verinnerlichte Werte und Rollenbilder zu hinterfragen. Schließlich bieten vor allem soziale Medien die Möglichkeit der – weltweiten – öffentlichen Selbstdarstellung. Dass dies nicht immer auf positive Resonanz trifft, wird in *My Mirror* ersichtlich.

Der Film verdeutlicht Spannungsfelder auf zwei Ebenen: einerseits zwischen sehr traditionellen und modernen Elementen der indischen Kultur sowie andererseits bezogen auf die Nutzung sozialer Medien. Während eine der ersten Szenen eine traditionelle indische Hochzeit zeigt, folgen Kurzvideos, in denen die Hauptperson Mythili versucht, ihre Sozialität digital zu leben. Dabei wird deutlich, dass der Kontakt zu ihrem in Dubai arbeitenden Ehemann lediglich über Telefonate stattfindet. Als sie mit Anrufen und einem Erinnerungsvideo zur gemeinsamen Hochzeit versucht, ihm nahe zu sein, trifft dies auf wenig Anklang.

Anders in der App *My Mirror*: Diese fiktive App, die Ähnlichkeiten mit TikTok und Instagram aufweist, ermöglicht ihr, von anderen Menschen Resonanz und Anerkennung zu erfahren. Schnell folgen ihr einige Menschen, machen ihr Komplimente und es entwickelt sich auch eine Internetfreundschaft zu einem anderen Nutzer namens Sathish90.

Auch wenn Mythilis Ehemann nicht vor Ort ist, wird er durch seine Mutter vertreten. Diese wohnt bei Mythili und übt an seiner Stelle Kontrolle über Mythili aus. Sie beschwert sich im Beisein ihrer Schwiegertochter bei ihrem Sohn über deren Internetnutzung. Und auch Mythilis Ehemann heißt ihre Aktivitäten im sozialen Netzwerk nicht gut und will ihr diese untersagen. Er kritisiert die Videos, die sie erstellt, und unterstellt ihr, mit Sathish ein Verhältnis zu haben. Es zeigt sich, dass er den Aussagen seiner männlichen Kollegen und seiner Mutter eine höhere Bedeutung einräumt als der der eigenen Ehefrau. Die Abweisung, die sie durch den älteren Ehemann und ihre Schwiegermutter erfährt, führt dazu, dass Mythili sich verstärkt ihren Internetfreund:innen zuwendet und sich von ihnen positives Feedback holt.

Das Zusammenleben in Indien ist geprägt von einer hohen Wertigkeit von Traditionen, die sich beispielsweise in Saris (Wickelkleidung der Frau) und Bindis (Punkt auf der Stirn, über dem energetischen dritten Auge) verdeutlicht. Ebenso wichtig sind aber auch wirtschaftliche Bestrebungen, um sich auf dem globalen Markt zu behaupten. Traditionsbedingt bestehen starre gesellschaftliche Schichten, die nach Kasten aufgeteilt sind. Im Hinduismus sind die Menschen in ihre soziale Stellung hineingeboren. Diese werden durch mediale Einflüsse und neue Entwicklungen innerhalb der indischen Gesellschaft zwar gelockert, haben aber dennoch weiterhin Gewicht.

In allen (traditionellen) Gesellschaften gibt es Riten und Traditionen, die durch die Globalisierung und Digitalisierung weltweit zugänglich werden, was sich nicht zuletzt auf Rollen- und Geschlechterrollen auswirkt (siehe auch Baustein 2: Geschlechterbilder in den Medien). In modernen Gesellschaften wie in Deutschland werden Traditionen, auch aus der jahrhundertelangen christlichen Prägung, sowohl fortgeführt als auch hinterfragt bzw. neuinterpretiert und dadurch weiterentwickelt.

Für Jugendliche erhält damit die Entwicklungsaufgabe, sich vom Elternhaus abzulösen, eine zusätzliche Dynamik: Im Gegensatz zu vormodernen Gesellschaften sind Rollen und Verhaltensoptionen in der Regel nicht mehr vorgegeben. Durch das Erproben neuer Werthaltungen und Rollenbilder entstehen daher automatisch generationale Konflikte. Die sozialen Medien wirken dabei ebenso sozialisatorisch auf die Entwicklung von Jugendlichen wie Eltern, Schule und andere Institutionen.

Gleichzeitig prägen Influencer:innen und Nachrichten aus aller Welt das Selbst- und Weltverhältnis. Durch das Kennenlernen verschiedener Kulturen lassen sich eigene Gewohnheiten und Handhabungen hinterfragen. Welche Rolle Traditionen in der Moderne spielen und was aus ihnen gelernt werden kann, wird sich jede:r selbst beantworten müssen. Vor dem Hintergrund eigener kultureller Prägung und globaler Einflüsse lassen sich die Ziele der Selbstdarstellungen in sozialen Medien anders reflektieren. Dies ermöglicht, bedachte Entscheidungen darüber zu treffen, was hochgeladen wird. Zudem verdeutlicht dies, wie Absichten religiöser, politischer und kultureller Darstellungsweisen reflektiert werden können.

## ARBEITSAUFTRAG 1: DARSTELLUNG VON TRADITION IN SOCIAL MEDIA

<b>Zeitbedarf:</b>	20 Minuten (90 Minuten mit Fotoprojekt)
<b>Sozialformen:</b>	Kleingruppenarbeit, im Plenum vorstellen
<b>Material:</b>	Filmausschnitt (Sequenz 16, Min. 12:38 bis 13:05), Kamera (Smartphone) Präsentationsmöglichkeit, Tafel oder Flipchart, Arbeitsblatt M1

### Lernziele:

- Kulturelle Reflexionsfähigkeit
- Darstellungsweisen von Traditionen erkennen
- Wert von Traditionen anerkennen
- Offenheit gegenüber anderen Kulturen erlangen

### Kurzbeschreibung:

Ein Ausschnitt des Films (Sequenz 16, Min. 12:38 bis 13:05) wird erneut angesehen und anhand dessen die Darstellungsweise von Tradition herausgearbeitet. In einem der hochgeladenen Videos von Mythili zeigt sie sich in vier verschiedenen Outfits, die immer „westlicher“ wirken (siehe Arbeitsblatt M1). Zur Visualisierung können die vier Bildausschnitte aus dem Film genutzt werden. Im Anschluss daran wird gemeinsam in Kleingruppen die Bedeutung dieser „Verwandlung“ anhand der Leitfragen auf dem Arbeitsblatt erarbeitet. Die Ergebnisse der Gruppenarbeit werden im Plenum an der Tafel zusammengetragen und diskutiert.

Anschließend bietet sich ein Fotoprojekt an, um eigene Traditionen zu reflektieren. Dazu finden sich die Teilnehmenden wieder in den Kleingruppen zusammen und sammeln eigene Traditionen. Mögliche Anregungen bieten hier Märchen und Kinderlieder, die besonders deutlich machen, dass sich Traditionen zwar oft gemeinsame Ziele/Intentionen teilen, jedoch nicht in ihrer Ausgestaltung übereinstimmend sind (siehe die Darstellung moralischen Verhaltens etc.). Hierbei können interessante Diskussionen entstehen. Daraufhin wird überlegt, wie diese Traditionen bildlich oder symbolisch dargestellt werden können. Mit Fotokameras oder den eigenen Smartphones setzen sie ihre Bildideen um. Dies ist besonders schön möglich durch Requisiten oder durch die Einbeziehung von Zeichnungen an der Tafel, die den eigenen Körper bildlich erweitern ([Beispiel](#)).

Die Fotos werden im Anschluss im Plenum präsentiert: Erraten die anderen Gruppen, welche Traditionen hier dargestellt werden? Eine Fotoausstellung bietet sich ebenfalls an.

## ARBEITSAUFTRAG 2: SMARTPHONES ALS SPIEGEL DES SELBST

<b>Zeitbedarf:</b>	20 Minuten, weiterführendes Legetrick-Projekt möglich
<b>Sozialformen:</b>	Großgruppenarbeit, Kleingruppenarbeit, Diskussion im Plenum
<b>Material:</b>	Tafel, Flipchart, Computer mit Internetzugang; für das Legetrickprojekt Bastelmaterial, Kamera (alternativ Smartphone oder Tablet), Nachbearbeitungsmöglichkeit, evtl. Stativ

### Lernziele:

- Reflexion der Bedeutung von sozialen Medien in Mythili's Leben
- Reflexion der Bedeutung von sozialen Medien im eigenen Leben
- Kreative Verarbeitung von Erkenntnissen
- Gestalterische Kompetenzen steigern

### Kurzbeschreibung:

Nach der Sichtung des Films werden die Teilnehmenden in zwei thematische Gruppen eingeteilt. Je nach Anzahl können diese wiederum in Kleingruppen aufgeteilt werden. Die eine thematische Gruppe beschäftigt sich mit Mythili und ihrer Social-Media-Nutzung. Die Teilnehmenden sammeln an der Tafel, am Flipchart oder in einem passenden Online-Tool ihre Ideen zu folgenden Fragen:

1. Welche Bedeutung haben das Smartphone und die App My Mirror für Mythili?
2. Welche Vor- und Nachteile entstehen ihr durch die Nutzung von My Mirror?
3. Wie werden dabei traditionelle Komponenten deutlich?
4. Was bedeuten ihre Follower:innen für ihre sozialen Bedürfnisse?

Die andere thematische Gruppe überlegt sich, welchen Stellenwert mobile Endgeräte und Social-Media-Apps für sie persönlich einnehmen. Dabei können die unten genannten Fragen helfen:

1. Welche Möglichkeiten bieten soziale Netzwerke, sich selbst auszudrücken?
2. Über welche eigenen Erfahrungen können und möchten die Teilnehmer:innen berichten? Welche Gefühle lösen Kommentare und Likes bei ihnen aus?
3. In welchen (emotionalen) Stimmungen wenden sich die Teilnehmenden Social Media zu?
4. Welchen Unterschied macht es, selbst zu posten oder nur zu reagieren?
5. Welchen Stellenwert haben Internetfreundschaften für die Teilnehmenden? Wie verbindlich sind sie?

Im Plenum werden die Ergebnisse der Gruppen vorgestellt und anschließend über Parallelen und Unterschiede diskutiert. Wie beurteilen die Teilnehmer:innen die kulturellen Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzung zwischen Mythili und ihnen?

Als Ergebnissicherung könnten Mindmaps erstellt werden – diese lassen sich beispielsweise mit [mind-map-online.de](http://mind-map-online.de) auch online anlegen (weitere Mindmapping-Dienste finden sich in der [Tools-Übersicht](#) der Clearingstelle Medienkompetenz).

Wenn mehr Zeit zur Verfügung steht, kann ein Legetrickfilm erstellt werden. Dazu wird aus den gemeinsamen Überlegungen der Kleingruppe ein Storyboard für einen eigenen Filmbeitrag erarbeitet (siehe Links).

Dann werden Zeichnungen oder Gegenstände z.B. aus Knetgummi oder ähnlichen Materialien erstellt, welche dazu geeignet sind, das Thema visuell zu vermitteln. Alternativ lassen sich auch Lego- oder Playmobil-Figuren nutzen. Anschließend werden die Materialien in den Aufnahmebereich einer laufenden Kamera gelegt und verschoben bzw. wieder entfernt. Parallel fungieren

eine oder mehrere Personen als Sprecher:in, welche:r den Themeninhalt vorträgt. Alternativ kann der Film auch als Stopptrick erstellt werden, bei dem Bild für Bild fotografiert wird. Dazu lässt sich der Sprechtext separat aufnehmen und dem Video später hinzufügen. Für diese Methode benötigt man lediglich eine Kamera (ggf. über Smartphone oder Tablet), Stifte und Papier; ein Stativ ist dabei von Vorteil. In der Materialdatenbank [mekomat.de](http://mekomat.de) werden zum Thema passende Veröffentlichungen vorgestellt, beispielsweise „[Erklärvideos im Unterricht](#)“ und „[Die Trickboxx](#)“. Außerdem interessant ist die Publikation „[Trickfilm to go](#)“.

## ARBEITSAUFTRAG 3: ZUKUNFTSMUSIK

<b>Zeitbedarf:</b>	45 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Einzelarbeit, Plenumsarbeit, Kleingruppenarbeit
<b>Material:</b>	Stift, Papier, Möglichkeit zur Musikkrecherche an einem Computer mit Internetzugang (YouTube, Spotify etc.), Möglichkeit zur Wiedergabe der Musik (z. B. Bluetooth-Lautsprecher), für die Kleingruppenarbeit mehrere internetfähige Geräte und ggf. Kopfhörer

### Lernziele:

- Analyse der Darstellungsweise der Personen aus dem Film
- Reflexion der Bedeutung von Filmmusik
- Kreative Verarbeitung von Erkenntnissen
- Kennenlernen des (absichtsvollen) Einsatzes von Musik als Medium

### Kurzbeschreibung:

Die Aufgabe besteht darin, die Darstellungsweise der im Film vorkommenden Charaktere und ihrer (ausbleibenden) musikalischen Untermalung genauer zu betrachten. Dazu machen sich die Teilnehmer:innen bei einer Sichtung des Films entsprechende Notizen und schreiben zu den einzelnen Personen passende Adjektive auf. Dabei legen sie besonderes Augenmerk auf die musikalische Untermalung der Charaktere. Vor allem sollte im Blick behalten werden, welche Musik traditioneller und welche moderner gewählt wurde.

In Kleingruppen vergleichen sie ihre Ergebnisse und nehmen eine vorher festgelegte Person (Mythili, Ramesh, Sathish, Schwiegermutter) näher in den Blick und schreiben zu dieser einen Steckbrief. Welche Eigenschaften hat die Person? Welche Ziele und Wünsche?

Wie könnte für diese Person eine mögliche Zukunft nach dem offenen Ende des Films aussehen? Dazu überlegen sich die Teilnehmer:innen konkrete Lieder/Musikrichtungen, die sie auswählen würden, um die Charaktere zu untermalen. Dazu nutzen sie beispielsweise YouTube an Schulrechnern – hierbei sind Kopfhörer oder das Aufteilen der Gruppen in verschiedene Räume zu empfehlen.

Anschließend werden die Steckbriefe und die gewählte Musik im Plenum vorgestellt und deren Auswahl begründet. In dieser Stelle wird darüber diskutiert, welche Aussagen musikalische Untermalungen im Film haben können. Besonders spannend dabei: Wie kann die indische Kultur einfließen?

Hinweis: Wie unterschiedlich Musik im Film wirkt, lässt sich auch mithilfe der [App TopShot](#) sehr gut erfahren. Unter „Interaktiv erleben“ gibt es die Möglichkeit, eine Filmsequenz mit unterschiedlichen Sounds zu unterlegen. Die App gibt es für Android und iOS.

## BAUSTEIN 2: GESCHLECHTERBILDER IN DEN MEDIEN

Medien bestimmen unser Leben maßgeblich. Sie nehmen grundlegenden Einfluss auf unsere Wahrnehmung, unsere Einstellungen, Meinungen und Denkweisen und damit auch auf unsere Identitätsbildung. Demnach sind Medien, neben z.B. Familie oder Schule, als zentrale Sozialisationsinstanzen zu verstehen. Dadurch beeinflussen sie mittelbar und unmittelbar auch unsere Geschlechtsidentität (engl.: *gender*). Zwar produzieren Medien Geschlechtsidentitäten nicht direkt; dennoch bieten sie das Fundament für diese und dienen als Ressource und Orientierungspunkt für das eigene Selbstbild und -verständnis. Die Sozialisationsforschung hat diesbezüglich in den letzten Jahren gezeigt, dass Medien für Heranwachsende ein zentraler Bestandteil für die Herstellung von Geschlechter- und Gesellschaftsbildern sind. Dabei tradieren Medien nicht bloß eine bestimmte Vorstellung über z.B. Geschlechterrollen, sie können diese ebenso aufgreifen und modifizieren, aber auch festschreiben und reproduzieren. Sie tragen Anforderungen und Erwartungshaltungen an uns heran, was wir unter den jeweiligen Geschlechterbildern zu verstehen haben. Im Prinzip ist die Geschlechtsidentität ein soziales und immer wieder neu hergestelltes Konstrukt, was daran deutlich wird, wie umfassend Menschen die Rollenerwartungen erfüllen. Dementsprechend ist auch die Rede von *doing gender*, d.h. dass Rollenbilder durch unser Handeln entworfen und realisiert werden und Geschlechtsidentität nicht statisch, sondern prozesshaft zu verstehen ist.

In *My Mirror* sind die (Selbst-)Darstellung von Mythili und die Wahrnehmung ihrer Rolle als Ehefrau zentrale Bestandteile des Films. Sie bilden den Ausgangspunkt für die Konflikte zwischen der jungen Inderin und ihrem Ehemann sowie dessen Mutter. Weil Mythili vor lauter Einsamkeit viel Zeit auf einer Social-Media-Plattform verbringt und sich dort in einer Art und Weise präsentiert, die dem traditionellen indischen Ideal einer Ehefrau nicht entspricht, kommt es zu Auseinandersetzungen und Vorwürfen. Damit macht der Film unmissverständlich auf die Unterdrückung der Frau in der traditionellen indischen Kultur aufmerksam. Wie im Film zu sehen ist, bieten gerade digitale Medien ungeahnte Möglichkeiten im Bereich der Kommunikation und Vernetzung und ermöglichen eine nicht-hierarchische Kommunikation über nationale und kulturelle Grenzen hinweg. Im Film prallen diese neuen Möglichkeiten mit alten Traditionen zusammen.

Auch in Deutschland gibt es eine solche (systematische) Benachteiligung bis hin zur Unterdrückung von Frauen, die allerdings häufig auf einer subtileren Ebene geschieht. Daher lassen sich auch in unserer Gesellschaft Anknüpfungspunkte für eine Auseinandersetzung mit den Themen Geschlechterbilder und Benachteiligungen von bestimmten Geschlechtern herstellen. Der Wandel der Geschlechterverhältnisse und die Veränderung weiblicher Biografien sind zentrale Merkmale unserer westeuropäischen Kultur. Dennoch gibt es auch hierzulande bestehende Brüche und benachteiligende bzw. diskriminierende Strukturen im Geschlechterverhältnis, z.B. durch Gehaltsunterschiede zwischen Männern und Frauen, sexuelle Belästigungen am Arbeitsplatz oder Benachteiligung aufgrund einer bestehenden bzw. sogar bloß möglichen Schwangerschaft. Zudem gibt es mit Blick auf die medialen Darstellungsformen von Geschlechterbildern schon seit einigen Jahrzehnten Erhebungen darüber, dass weibliche Geschlechterrollen nicht angemessen vertreten sind (z.B. Küchenhoff 1975; Lukesch/Bauer/Eisenhauer/Schneider 2004; Prommer/Linke 2019; Weiderer 1993).

So konstatieren diese Erhebungen Sexismus und Bodyismus. Letzteres meint die Diskriminierung von Menschen aufgrund vorherrschender Schönheits- und Körpernormen. Gleichzeitig benachteiligt und diskriminiert das in der Gesellschaft verankerte binäre Geschlechtsmodell, das ausschließlich männlich und weiblich unterscheidet, Menschen, die sich nicht eindeutig geschlechtlich verorten können oder wollen. Starre Geschlechterkonzeptionen hindern Personen bzw. Gruppen an der freien Entfaltung ihrer Persönlichkeit und stellen ihre Identität infrage. Demnach spiegeln Medien, egal ob digital oder analog, ein verzerrtes Bild unserer Wirklichkeit wider, wenn es um Geschlechterverteilung und Identitätsvorstellungen von Geschlechtern geht.

In den folgenden Übungseinheiten soll der Blick daher verschärft auf die mediale Darstellung von Geschlechterbildern gerichtet werden. Gerade junge Menschen begegnen ihrer sozialen und kulturellen Umwelt heutzutage mit einem hohen Maß an Toleranz und Akzeptanz, das geht aus den Kinder- und Jugendstudien der letzten Jahre hervor (Calmbach et al. 2020). Vielfalt, Gleichberechtigung, Toleranz und Freiheit sind zentrale Werte, mit denen sich die junge Generation identifiziert. So gesehen bieten sich Heranwachsende als kompetente Ansprechpartner:innen für eine Auseinandersetzung und Diskussion zu den genannten Themen an. Gleichzeitig können gerade jüngere Menschen Verallgemeinerungen und Verzerrungen der Wirklichkeit selbst noch nicht ausreichend erkennen und einordnen. Erwachsene können und sollten ihnen dabei unterstützend zur Seite stehen und auch ihre eigene Haltung reflektieren. Gerade Pädagog:innen sollten im Vorfeld eigene verinnerlichte Strukturen reflektieren und offen sein für die (hoffentlich) sehr unterschiedlichen Ansichten der Teilnehmenden. Dabei können die nachfolgenden Übungen „Jung“ und „Alt“ eine Anregung bieten, über Geschlechterbilder, (stereotype) Rollenerwartungen o. Ä. nachzudenken und miteinander ins Gespräch zu kommen.

Weitere Informationen und Links zu den Themen Geschlechterdarstellung, Emanzipation, Toleranz etc.:

- [Mädchenmannschaft](#) (Bildungsarbeit und Aufklärung über die Lage von Mädchen und Frauen\_Lesben\_Trans\* in Deutschland sowie weltweit)
- [queerer Vernetzungstammtisch Frankfurt am Main](#)
- [Webvideoreihe Say my name](#)
- „[Papa im Rock](#)“ (EMMA)
- [Glanz & Natur](#) (FUNK)

## ARBEITSAUFTRAG 1: GESCHLECHTERBILDER IN DER WERBUNG

<b>Zeitbedarf:</b>	45 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Plenum, Gruppen- oder Einzelarbeit
<b>Material:</b>	Arbeitsblatt M2 „Geschlechterbilder in der Werbung“ für Einzel- oder Gruppenarbeit. Optional: Tafelanschrieb oder Pinnwand für Zusammentragen und Visualisierung der Ergebnisse (ggf. Moderationskoffer)

### Lernziele:

- Sensibilisierung für das Thema Geschlechterbilder und geschlechtsspezifische Rollenerwartungen
- Analysieren von Werbeinhalten und Erkennen von stereotypen Verhaltenszuweisungen
- Bewusstwerden über die Wirkung von Werbung
- Reflexion des eigenen Medienkonsums und insbesondere Stärkung der Werbekompetenz

### Kurzbeschreibung:

Diese Übung kann auch bereits mit jüngeren Teilnehmer:innen (ab ca. zehn Jahren) umgesetzt werden. Es geht darum, die auf dem Arbeitsblatt M2 „Geschlechterbilder in der Werbung“ aufgeführten Fotos zu analysieren. Dabei handelt es sich um verschiedene alltägliche Beispiele aus der Werbung. Auf jedem Foto sind bestimmte Personen oder Gegenstände abgebildet bzw. inszeniert. Die nachfolgend aufgeführten Fragen sollen bei der Bearbeitung des Themas helfen. Nachdem sich die Teilnehmer:innen in Einzel- oder Gruppenarbeit Notizen zu den einzelnen Fragen gemacht haben, erfolgt eine gemeinsame Diskussion im Plenum. Dabei ist auch eine geschlechterdifferenzierte – also in getrennten Gruppen stattfindende – Bearbeitung möglich. Die Ergebnisse können schlagwortartig an die Tafel geschrieben oder an eine Pinnwand geheftet werden.

### Fragen:

1. Wie werden die Personen in den gezeigten Beispielen dargestellt?
2. Welche Unterschiede gibt es zwischen Männern und Frauen? Gibt es „typisch männliche“ bzw. „typisch weibliche“ Darstellungen? Woran machen die Teilnehmer:innen das fest? Was fällt auf?
3. Welche Werte und Rollenerwartungen werden dabei (indirekt) an die Konsument:innen der Werbung formuliert und vermittelt?
4. Kennen die Teilnehmer:innen eines oder mehrere dieser Werbebeispiele aus ihrem Alltag? Wie reagieren sie, wenn sie mit solchen Inhalten im Alltag in Berührung kommen? Haben sie vorher schon einmal solche Inhalte hinterfragt oder kritisiert?
5. Kennen die Teilnehmer:innen über diese Beispiele hinaus Werbeinhalte, in denen sich auch andere Geschlechtsidentitäten bzw. -ausdrücke finden als männliche oder weibliche?

## ARBEITSAUFTRAG 2: TRÄUME, WÜNSCHE, HOFFNUNGEN ...

<b>Zeitbedarf:</b>	25 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Plenum, Gruppen- oder Einzelarbeit
<b>Material:</b>	Tafel oder Pinnwand, (farbige) Karteikarten, Klebeband oder Reißzwecke zum Anpinnen der Kärtchen (ggf. Moderationskoffer)

### Lernziele:

- Sensibilisierung für Motive der Selbstdarstellung und Inszenierung in Social Media
- Erkennen von Vor- und Nachteilen bezüglich der Selbstdarstellung in Social Media
- Erkennen, dass Daten Rückschlüsse auf Personen zulassen
- Reflexion der eigenen (Online-)Selbstdarstellung

### Kurzbeschreibung:

Bei dieser Übungseinheit geht es darum, die Gefühle und Bedürfnisse von Mythili zu deuten. In ihrem Nutzungsverhalten liegen bestimmte Motive, die Rückschlüsse auf die Bedürfnisse, Träume, Hoffnungen und Wünsche der jungen Inderin zulassen. Ganz beispielhaft lässt sich das an der Szene im Film analysieren, in der Mythili ein Video für ihre Community erstellt, bei dem sie zuerst eine Hälfte ihres Gesichtes als lachende und danach die andere Hälfte als weinende, trauernde Seite zeigt (s. Abbildung unten). Im Film ist diese Sequenz im Zeitraum von Min. 07:49 bis 08:19 (in Sequenz 11) zu sehen.

### Aufgabe:

Die Teilnehmer:innen tauschen sich anhand folgender Impulsfragen über ihre Wahrnehmung aus und kommen so in die thematische Auseinandersetzung:

1. Was könnte der Grund sein, warum sich Mythili ihren Follower:innen gegenüber auf diese Weise zeigt?
2. Welche Aussage könnte anhand dieser Szene darüber getroffen werden, wie sich Mythili in ihrer Rolle als Ehefrau wahrnimmt?
3. Welche Träume, Wünsche, Hoffnungen offenbaren sich in ihrem Handeln (speziell durch die Nutzung ihres Smartphones und des Social-Media-Profiles)?
4. Inwiefern findet sich die junge Inderin womöglich in einer diskrepanten, also zwiespältigen, verzwickten Situation bzw. Lebenslage wieder durch die sozialen und kulturell-traditionellen Erwartungen an sie als (Ehe-)Frau auf der einen und ihre subjektive Wahrnehmung und Bedürfnisse auf der anderen Seite?

Diese und weitere Fragen können eine Anregung liefern, um mit der Zielgruppe ins Gespräch zu kommen und die Situation, die Sichtweisen und Bedarfe von Mythili – und darüber hinaus von indischen Frauen bzw. Menschen, die sich in ihrer Kultur in einer ähnlichen Lage befinden – zu deuten und zu bewerten.

Die Ideen bzw. Ergebnisse der Teilnehmer:innen lassen sich dann stichwortartig auf den Karteikarten sammeln und können an der Tafel oder Pinnwand der jeweiligen Frage zugeordnet werden.

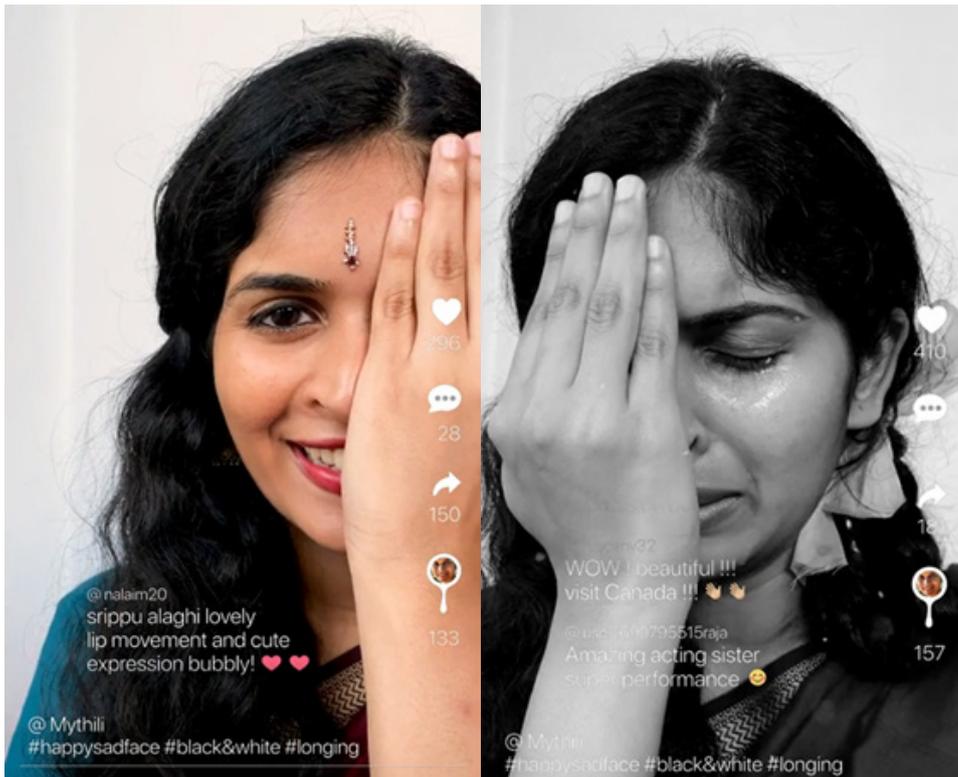


Abbildung 1 Screenshot aus dem Film [07:49 bis 08:19]

Weiterführend - und mit einem vertiefenden Blick auf die Lebensverhältnisse hier in Deutschland - kann auch danach gefragt werden, welche Rückschlüsse auf das Leben hier in Deutschland gezogen werden können. Bei diesen Fragen bietet es sich an, die Sozialform zu wechseln. Das bedeutet, wenn die vorherigen Fragen zu dieser Übungseinheit in Kleingruppenarbeit bearbeitet wurden, dann ist nun ein Wechsel hin zu einer Diskussion im Plenum sinnvoll – und umgekehrt. Außerdem ist es wichtig, bei der Umsetzung der folgenden Punkte auf einen sensiblen Umgang zu achten, da die Thematik ggf. persönliche (negative) Emotionen bzw. Erfahrungen der Teilnehmer:innen hervorrufen kann.

5. Finden sich hierzulande auch Personen und soziale Gruppen, die den von außen an sie herangetragenen Vorstellungen und Erwartungen nicht entsprechen können und/oder wollen? Sind diese Personen auf eine ähnliche Weise an der freien Entfaltung ihrer Persönlichkeit gehindert wie Mythili im Film?
6. Welchen Beitrag könnten Medien wie Fernsehen, Radio und Social Media dazu leisten, damit es diesen Gruppen besser geht? Denn wie oben bereits deutlich wurde, spiegeln Medien ein verzerrtes Bild unserer Wirklichkeit wider, wenn es um Geschlechterverteilung und Identitätsvorstellungen geht. Wie könnten Politik, Gesellschaft und Medien mehr Vielfalt und Toleranz ermöglichen? Was würden die Teilnehmer:innen diesbezüglich verändern, wenn sie die Möglichkeit dazu hätten, sich etwas „wünschen“ dürften?

## ARBEITSAUFTRAG 3: SOCIAL MEDIA IM BLICKPUNKT

<b>Zeitbedarf:</b>	20 bis 30 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Plenum, Gruppen- oder Einzelarbeit
<b>Material:</b>	Smartphones oder Tablets zur Recherche von Social-Media-Profilen für die Einzel- oder Gruppenarbeit. Optional: Tafelanschrieb oder Pinnwand für die Zusammentragung und Visualisierung der Ergebnisse (ggf. Moderationskoffer) oder entsprechende Online-Tools wie Oncoo oder Taskcards

### Lernziele:

- Sensibilisierung für Motive der Selbstdarstellung und Inszenierung in Social Media
- Sensibilisierung hinsichtlich geschlechterstereotyper Darstellung in Social Media
- Kennenlernen der Bedeutung von Influencer:innen in Bezug auf die Wahrnehmung und Darstellung von Geschlechterbildern
- Reflexion der eigenen (Online-)Selbstdarstellung und Haltung gegenüber Influencer:innen

### Kurzbeschreibung:

Durch die Entwicklung von Social Media kam es zu einem gravierenden Wandel in der Medienlandschaft. Während klassische Medien wie Printpublikationen, Radio, Film und Fernsehen einseitig Inhalte von Produzent:innen für Rezipient:innen veröffentlichen, bietet das Social Web vielfältigere Möglichkeiten: Nutzer:innen können Content nun selber kreieren, teilen und sich mit anderen Nutzer:innen vernetzen.

Es ist anzunehmen, dass in Räumen, in denen Personen weitestgehend eigenverantwortlich darüber entscheiden können, was sie veröffentlichen und was nicht, insgesamt ein vielfältigeres und diverseres Bild in Bezug auf Geschlechterdarstellungen herrscht, als in Räumen, in denen Inhalte vorgegeben und somit an die Rezipient:innen herangetragen werden. Sicherlich trifft das auch zu, gibt es doch eine Menge an Initiativen und Gegenöffentlichkeiten, die sich über soziale Netzwerke organisieren und aktiv für mehr Geschlechtergerechtigkeit eintreten (s. z.B. Hashtag Activism oder Body Positivity). Allerdings zeigen neuere Studien zur Selbstinszenierung und Geschlechterdarstellungen in den sozialen Medien (vgl. Döring et al. 2016) auch, wie stereotyp und geschlechterhierarchisch sich junge Frauen im Social Web inszenieren. Gleichzeitig konstatieren diese, dass das weibliche Geschlecht deutlich unterrepräsentiert ist. Somit setzt sich die weiter oben bereits beschriebene Marginalisierung von Geschlechtergruppen neben dem Bereich Film und Fernsehen auch in digitalen Angeboten fort.

Vor allem weiblich gelesene Jugendliche und junge Frauen greifen, so die Ergebnisse aus den genannten Untersuchungen, die vermittelten Geschlechterbilder aus der Populärkultur (Werbung, Musikvideos, Influencer:innen etc.) auf, um sie dann in ihrer privaten Selbstdarstellung z.B. in sozialen Netzwerken ungefiltert nachzuahmen. Die Art und Weise, wie sich weiblich gelesene Heranwachsende im Netz präsentieren, erinnere eher an ein veraltetes Frauenbild als an eine gleichberechtigte, moderne Gesellschaft, so die Autorinnen einer [Studie der MaLisa-Stiftung](#). Demnach bedienen diese vor allem solche Themenbereiche, die als stereotyp weiblich gelten, wie z.B. serviceorientierte Formate (How-to), in denen sie Schmink- und Lifestyltipps geben, sowie Koch- und Backideen präsentieren und durch Alltagsspaß bei ihren Follower:innen punkten.

Hingegen decken männlich gelesene Nutzer deutlich mehr Themenbereiche ab (Unterhaltung, Politik, Lernvideos und Wissenskanäle etc).

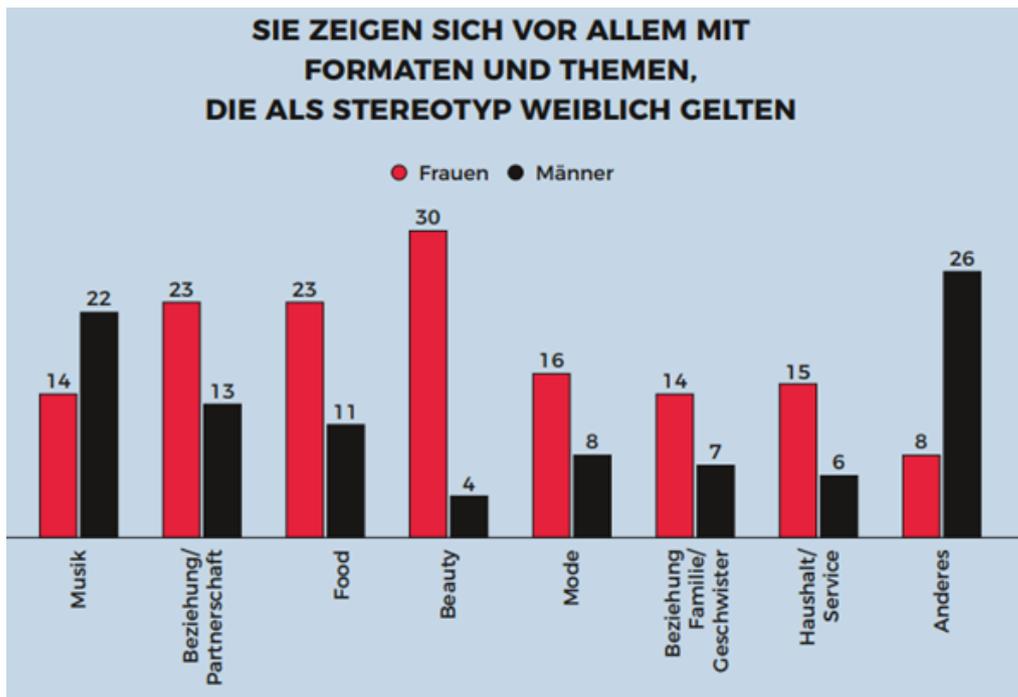


Abbildung 2: MaLisa-Studie 2019, S. 4

### Aufgabe:

Nach dieser kurzen Einführung in das Thema besteht die Aufgabe für die Teilnehmer:innen darin, sich Social-Media-Profile von bekannten Personen (z.B. auf Instagram, YouTube oder TikTok) anzusehen und auf die angesprochene Thematik hin zu analysieren. Also konkret: Erkennen die Teilnehmer:innen signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen Geschlechtern? Für eine Sensibilisierung hinsichtlich geschlechterstereotyper Darstellungen, wie sie als Ziel dieser Übungseinheit formuliert steht, eignen sich diese Plattformen besonders gut. Dabei sei darauf hingewiesen, dass die unten aufgeführten Kanäle alles öffentliche Profile sind, was bedeutet, dass auch nicht registrierte Nutzer:innen die Möglichkeit haben, die Inhalte anzuschauen.

- Erkennen die Teilnehmer:innen Merkmale, Verhaltensweisen, Eigenschaften etc. in den Darstellungen, die „typisch männlich“ oder „typisch weiblich“ sind?
- Falls ja, woran machen sie diese fest? Wie präsentiert sich beispielsweise der oder die Lieblings-Influencer:in hinsichtlich der jeweiligen Geschlechterrolle?
- Welche Körperhaltung nehmen die Personen z.B. beim Posieren für ein bestimmtes Bild ein?
- Wirken Männer mehrheitlich eher dominant, überlegen, präsent, stark und machtvoll, wohingegen sich Frauen eher unterlegen, schutzbedürftig, attraktiv, begehrenswert darstellen und eine weniger raumgreifende Pose einnehmen?
- Können die Teilnehmer:innen eine solche pauschalisierende Kennzeichnung ebenfalls auf den Profilen anderer Influencer:innen erkennen?
- Und nehmen die Teilnehmer:innen es selbst auch wahr, dass weiblich gelesene Personen eher bestimmte Sparten an Content (Beauty, Fashion, Lifestyle) und männlich gelesene Personen eher eine andere, offenere Bandbreite an Themen bedienen?

Falls den Teilnehmer:innen keine eigenen Ideen für Influencer:innen einfallen, sind nachfolgend einige sehr bekannte Vorschläge formuliert, die sich für die thematische Auseinandersetzung sehr gut anbieten:

- Cristiano Ronaldo
- Thomas Müller
- Pamela Reif
- Bibis Beauty Palace
- Younes Zarou
- Simon Desue
- Stefanie Giesinger
- Ariana Grande
- Ester Exposito
- Kim Kardashian

**Zusätzliche Impulsfrage:**

Inwiefern geben die Inhalte auf den Profilen (Fotos, Videos, Storys, Reels etc.) Hinweise auf die Persönlichkeit und individuelle Besonderheit der gezeigten Personen?

Oder handelt es sich um eine Orientierung und Bestätigung von stereotypen Erwartungen und klassischen (indirekten) Rollenzuschreibungen?

### BAUSTEIN 3: MEDIENNUTZUNG UND MEDIENSUCHT

Im Kurzfilm *My Mirror* nutzt die junge Inderin Mythili eine fiktive App namens My Mirror, um sich in kurzen Videos selbst zu präsentieren. Es scheint sich um ein soziales Netzwerk zu handeln, das in seiner Funktion Ähnlichkeiten mit Instagram und TikTok aufweist.

Soziale Netzwerke sind ein Erfolgsmodell: Nach Zahlen von [statista.de](https://www.statista.de) sind 4,2 Milliarden Menschen monatlich auf entsprechenden Plattformen aktiv – Tendenz steigend. Zum Vergleich: Im Jahr 2015 war die Zahl noch weniger als halb so hoch. Dabei führen Facebook, YouTube (Google) und WhatsApp (Facebook) die Rangliste weltweit an.

Für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren in Deutschland sind laut [JIM-Studie 2020](#) YouTube, Instagram und WhatsApp (S. 36) die liebsten Internetangebote (gefolgt von Netflix, Google, Snapchat, Tiktok). Die tägliche Online-Nutzung schätzen im Jahr 2020 Heranwachsende, von denen 89 % das Internet täglich nutzen, für sich selbst auf im Schnitt 258 Minuten ein – das sind über vier Stunden (ebd., S. 33).<sup>1</sup> Auch Mythili nutzt regelmäßig ihr Smartphone, um mit ihrem Ehemann in Kontakt zu bleiben und sich über die App My Mirror mit anderen zu vernetzen.

*TikTok: Bei der App TikTok geht es darum, kurze Videoclips aufzunehmen, zu bearbeiten und zu teilen. Diese können mit Lieblingssongs unterlegt werden. Während es anfangs vor allem Lippensynchronisationsvideos waren, erstreckt sich die Bandbreite nun auf viele weitere Themen wie Sport, Comedy, Beauty etc. – es geht um spontane, witzige Selbstdarstellung. Die App, die früher unter dem Namen „Musical.ly“ bekannt war, ist bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland sehr beliebt. In der Kritik steht das Unternehmen u.a. wegen der werblichen Inhalte und aufgrund mangelnden Jugendschutzes – manche junge Nutzer:innen präsentieren sich in der Community sehr freizügig. Weitere Informationen finden sich beispielsweise bei [klicksafe.de](https://www.klicksafe.de).*

Doch was fasziniert Menschen so am Internet und an der Nutzung von sozialen Netzwerken? Die Gründe sind vielfältig und hängen mit der Gestaltung der Angebote zusammen, aber auch mit den Bedürfnissen von Mediennutzenden, die durch Internetangebote erfüllt werden können. Allgemein haben Medien viele Funktionen und sind so in der Lage, menschliche Bedürfnisse zu befriedigen – z.B. Bedürfnisse nach Informationen, Kommunikation oder Unterhaltung. Auch aus Langeweile wenden sich viele Menschen Medienangeboten zu oder um aus dem Alltag zu fliehen (Eskapismus). Gerade soziale Netzwerke sind besonders gut darin, Nutzer:innen auf ihren Seiten zu halten, indem sie viele verschiedene Bedürfnisse erfüllen: Das Posten von Bildern in einer Social-Media-App ermöglicht, von anderen in der eigenen Selbstdarstellung gesehen zu werden und dabei auch mit unterschiedlichen Darstellungen zu experimentieren. Feedback darauf gibt es in Form von Likes und Kommentaren – eine unmittelbare Belohnung. Auch Informationen im Sinne von Nachrichten, Tipps und Aktivitäten im eigenen Bekanntenkreis werden über soziale Netzwerke geteilt und gelesen. Für Unterhaltung sorgen zusätzlich eingebaute Spiele-Anwendungen, wie es beispielsweise Facebook macht.

Für die Unternehmen, welche hinter den sozialen Netzwerken stecken, ist das auch wichtig: Denn indem ihre Nutzer:innen möglichst lange auf den jeweiligen Plattformen verweilen, steigt die Attraktivität für Werbepartner:innen – was wiederum für Umsatz sorgt. „Weiterscrollen!“, „Weiterlesen!“ sind dabei die Botschaften, die durch diverse Mittel inhaltlicher und gestalterischer Art transportiert werden.

---

<sup>1</sup> Diese Zahlen wurden im Jahr 2020 erhoben, das durch die Corona-Pandemie und damit zusammenhängend Home-schooling sowie Wegfall verschiedener Freizeitaktivitäten charakterisiert war.

*„Tatsächlich gibt es Anreize in Sozialen (sic!) Netzwerken und zugehörigen Apps, die wie in Spielen die Nutzer\*innen zum Dranbleiben motivieren wollen – ähnlich wie ein spannender Film oder ein großartiges Buch. In sozialen Netzwerken sind es vor allem die Likes, die Nutzer\*innen für ihre Beiträge erhalten, die eine offensichtliche Belohnung darstellen und unmittelbar mit der Dopamin-Ausschüttung korrelieren (Jannsen, Tremmel 2019, S. 66). Auch Erinnerungsmails und Benachrichtigungen der Netzwerkbetreiber, die darauf hinweisen, wer aus den persönliche (sic!) Netzwerken etwas gepostet hat oder aber, dass die eigenen Follower schon länger nichts Neues mehr gehört bzw. gesehen haben, gehören zu den gut erkennbaren und doch wirksamen Versuchen, die Nutzer\*innen dazu zu bewegen, mehr Zeit in den sozialen Netzen, Apps oder Games zu verbringen. Das psychologische Wirkungsprinzip ist dabei die intermittierende Verstärkung. Aber auch eher unauffällige bzw. mittlerweile selbstverständliche Methoden wirken auf die Nutzungsdauer. So führt z.B. das unendliche Scrollen in sozialen Netzwerken dazu, dass Menschen immer länger in den sozialen Netzen aktiv sind, die diese Technik einsetzen. Eine vergleichbare Wirkung hat die Funktion, neue Nachrichten über ein Wischen über die Website oder in einer App zu erhalten: wie (sic!) bei einem Glücksspielautomaten erscheint nach dem „Ziehen des Hebels“ die Belohnung (Harris 2016). Diese und andere Mechanismen führen dann unter Umständen zu einer Angst, etwas zu verpassen (fear of missing out, FOMO). Dieses Phänomen, das vor allem bei Nutzer\*innen sozialer Netzwerke zu beobachten ist, kann zu Müdigkeit, Stress und anderen physischen Symptomen führen (Milyavskaya u.a. 2018, S. 729-730). In Spielen und Netzwerken sind es darüber hinaus relativ offensichtliche Design-Merkmale wie die Steigerung von Rängen: wie (sic!) sich viel beteiligt, steigt in einer virtuellen Rangskala bzw. erhält entsprechende Belohnungen. Vor allem aber ist es die Bindungskraft virtueller Gemeinschaften, z.B. von Gilden in Online-Spielen, die gemeinsam agieren müssen, um einen Spielfortschritt bzw. -erfolg zu erreichen. Daraus resultiert offensichtlich ein sozialer Druck auf die einzelnen Spieler\*innen, sich zu beteiligen. Daneben treten bei sogenannten Free-to-play-Spielen, die kostenlos installiert werden können, In-App-Käufe, ohne die ein Weiterspielen früher oder später nicht möglich oder sehr frustrierend ist.“ (Büsch 2020, S. 89-90).*

Insbesondere junge Menschen wenden sich darüber hinaus sozialen Netzwerken auch mit ihren spezifischen Entwicklungsaufgaben zu, die sie während des Aufwachsens zu bewältigen haben. Sie haben das Bedürfnis sich mitzuteilen, Bestätigung zu erfahren und dazuzugehören. Noch viel stärker als Erwachsene sind sie dabei, ihre Umwelt zu verstehen und sich darin zu orientieren, um schließlich sich selbst und den eigenen Platz in der Gesellschaft zu finden. Damit dies gelingt, nutzen sie die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel – und dazu zählen seit über zehn Jahren eben auch soziale Netzwerke, mit denen Jugendliche Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement betreiben (vgl. Paus-Hasebrink, Schmidt, Hasebrink 2009). Denn Social Media sind ideal darauf ausgerichtet, menschliche Bedürfnisse nach Kontakt, nach Kommunikation, Selbstdarstellung und Bestätigung zu erfüllen. Neben dem Wunsch nach zwischenmenschlicher Interaktion und Zugehörigkeit können auch die Bedürfnisse nach Autonomie, nach Kompetenz beispielsweise bei der Gestaltung eines Social-Media-Profiles zum Ausdruck kommen. Im besten Fall erhöhen soziale Netzwerke also die Handlungsoptionen ihrer Nutzer:innen und schaffen die gerade für Heranwachsende wichtige Möglichkeit, sich eigene soziale Netzwerke außerhalb der Familie zu etablieren. Häufig stellen diese eine Ergänzung und Verstärkung zu persönlichen Treffen dar, können aber auch ein Ersatz für solche sein. Viele Jugendliche profitieren in ihrer Identitätsentwicklung davon, in sozialen Netzwerken einen Raum zu haben, in dem sie verschiedene Selbstdarstellungsweisen ausprobieren und entsprechende Rückmeldungen darauf von ihren „Freund:innen“ bekommen können.

Unbestritten sind viele Menschen in der Lage, Medien gewinnbringend in ihr Leben zu integrieren. Doch bei manchen kommt es zur Entwicklung von ungesunden Verhaltensweisen. Dabei spielt die Nutzungsdauer sicherlich eine Rolle, ist aber für sich genommen noch kein Kriterium für eine problematische Nutzung.<sup>2</sup> In Fällen, in denen Mediennutzung ungesund (dysfunktional) wird, wird im Alltag schnell von „Sucht“ und „Abhängigkeit“ gesprochen.

Und in der Tat weist laut DAK-Studie (2018)

„eine wachsende Zahl wissenschaftlicher Studien [...] darauf hin, dass die exzessive Nutzung sozialer Netzwerke mit Symptomen einhergehen kann, die traditionell mit substanzbezogenen Störungen bzw. Substanzabhängigkeiten in Zusammenhang gebracht werden. Merkmale dieser Art beziehen sich auf starkes Eingenommensein, Toleranzentwicklung, Entzugserscheinungen, Kontrollverlust, Fortsetzen der Nutzung trotz negativer Konsequenzen, Täuschen von Familienmitgliedern, Therapeuten oder anderen Personen in Bezug auf das wirkliche Ausmaß der Nutzung sowie Nutzung der sozialen Netzwerke, um negativen Stimmungen entgegenzuwirken. Ob die unkontrollierte und exzessive Anwendung sozialer Netzwerke tatsächlich als sogenannte Verhaltenssucht aufgefasst werden kann, ist Gegenstand derzeitiger wissenschaftlicher Erörterungen. Eine einheitliche Lehrmeinung gibt es derzeit nicht. Manche Wissenschaftler warnen vor einer Pathologisierung üblichen gesellschaftlichen Lebens und andere stellen die Gemeinsamkeiten sogenannter internetbezogener Störungen („Mediensucht“) mit anderen Verhaltenssuchten heraus. Ein einheitlicher und allgemein anerkannter Begriff für die auf die Internetanwendungen bezogenen Störungen existiert bisher international nicht.“

Weitere Informationen und Links zum Thema Internet-/Computerspielsucht:

- [Ist mein Kind süchtig? - Internetsucht bei Kindern und Jugendlichen](#) (Internet-ABC)
- [Videospielsucht und Abhängigkeit](#) (Klicksafe)
- [Checkliste: Besteht bei meinem Kind die Gefahr einer digitalen Abhängigkeit](#) (Klicksafe)
- [Internetsuchthilfe e.V.](#)
- [Ins Netz gehen](#) (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung)
- [10 Fragen zur Mediensucht](#) (MEDICLIN)

---

<sup>2</sup> Es gibt zweifelsfrei Situationen, in denen auch ein gemeinhin als Vielnutzung beschriebener Medienumgang durch spezifische Lebensumstände erklärbar sein kann und wichtige Funktionen erfüllt. Als Beispiel wird bei Six (2007) langes Telefonieren und überdurchschnittlicher Radio- und/oder Fernsehkonsum bei allein lebenden Senior:innen genannt.

## ARBEITSAUFTRAG 1: MYTHILIS MEDIENNUTZUNG – UND MEINE

<b>Zeitbedarf:</b>	45 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Kleingruppenarbeit, Plenum
<b>Material:</b>	ggf. Arbeitsblatt M3 mit Film-Screenshots

### Lernziele:

- Kennenlernen von Gründen und Motiven der Mediennutzung
- Reflexion von Mythilis Mediennutzung
- Reflexion des eigenen Medienhandelns und der eigenen (Online-)Selbstdarstellung

### Kurzbeschreibung:

In diesem Arbeitsauftrag geht es darum, Gründe für Mythilis Mediennutzung herauszuarbeiten. Auf dieser Basis kann auch das eigene Nutzungsverhalten reflektiert werden; darüber hinaus sollen Hilfsmöglichkeiten kennengelernt werden.

Im Laufe des Films verändert sich die Bedeutung, die die App My Mirror für Mythili hat. Insbesondere vor dem Hintergrund des engen Korsetts aus Begrenzungen, denen sie zu Hause als indische Hausfrau ausgesetzt ist, ist der Smartphone-Bildschirm für sie ein Tor zur „Welt draußen“. Hier – konkret in der App My Mirror – scheint alles möglich: Freundschaften mit Menschen überall auf der Welt, Zugehörigkeit zu einer Gruppe, die immer für einen da ist, eine Selbstinszenierung fernab von traditionellen Rollenbildern u.v.m. (s. auch Arbeitsauftrag „Träume, Wünsche, Hoffnungen ...“ im Baustein *Geschlechterbilder in den Medien*). Entsprechend bedrohlich sind die Aufforderungen ihres Mannes und ihrer Schwiegermutter, die Social-Media-Nutzung zu unterlassen.

Der Weg von einer funktionalen hin zu einer dysfunktionalen bzw. „süchtigen“ Nutzung kann – auch wenn die Ursachen dafür sehr vielfältig sein können - über eine kompensatorische Nutzung geschehen. Negativ erlebte Zustände, etwa durch Stress, Einsamkeit, depressive Gefühle, führen bei manchen Nutzer:innen zu einer verstärkten Hinwendung zu sozialen Netzwerken – zur Schaffung positiver Gefühle (Selbstaufwertung, soziale Unterstützung ...) oder zur Verdrängung der negativen. Hier kommt es dann oft zu einem „Teufelskreis“: Die erlebten negativen Gefühle führen zu einem verstärkten Hinwenden zu Medien, kurzfristig wird eine Bedürfnisbefriedigung erlebt, längerfristig kommt es jedoch zu negativen Konsequenzen und damit wiederum zu negativen Gefühlen. Eine Spirale der Abhängigkeit kann daraus resultieren. Aus diesem Grund lohnt es sich, einen genaueren Blick auf die Gründe und Motive für Mythilis Mediennutzung zu werfen.

### Aufgabe:

1. In Kleingruppenarbeit diskutieren die Teilnehmer:innen, was sie im Film über Mythilis Gefühle erfahren. Wie fühlt Mythili sich? (Wie wird das filmisch dargestellt?) Wie reagiert ihr Mann bzw. ihr soziales Umfeld darauf? Die Screenshots aus dem Film können als Diskussionsgrundlage dienen (s. Arbeitsblatt M3).
2. Nach der Ergebnispräsentation im Plenum können darüber hinaus auch noch folgende Fragen gestellt werden:
  - a. Was ist der Grund für Mythilis erstes Video, das sie in die App My Mirror hochlädt? Inwiefern verändern sich ihre Gründe im Laufe des Films?
  - b. Welche positiven Erfahrungen und Gefühle sind für Mythili mit der App verknüpft? Was kann ihr die App geben, was sie in ihrem „richtigen“ Leben nicht hat?

In der Plenumsdiskussion soll deutlich werden, welche kompensatorischen Funktionen die App für Mythili besitzt (Stichworte: Einsamkeit, Eskapismus, Selbstdarstellung/-verwirklichung, Zugehörigkeit, Kommunikation, Identitätsbildung).

3. Im nächsten Schritt diskutieren die Teilnehmer:innen erst in Kleingruppen, dann im Plenum, wann sie sich Medienangeboten zuwenden. Dadurch reflektieren sie ihre eigene Mediennutzung sowie ihre Strategien, mit negativen Gefühlen umzugehen.
  - a. Was mache ich, wenn es mir nicht gut geht? Welche Tätigkeiten helfen mir?
  - b. Habe ich schon mal Social Media (oder auch andere Medienangebote) genutzt, um mich von negativen Gefühlen abzulenken?
  - c. Wie schätzen die Teilnehmer:innen Mythilis Situation ein? Was könnte ihr helfen?

Weiterführend lässt sich an dieser Stelle mit der Zielgruppe darüber sprechen, wie die Qualität der Beziehungen in Online-Netzwerken zu bewerten ist. Sind diese ebenso verbindlich (s. auch Arbeitsauftrag „Smartphones als Spiegel des Selbst“ im Baustein *Tradition und Moderne*)? Wie steht es hier mit der emotionalen Bindung (s. auch Strizek/Puhm 2017)? Auch die Rolle Sathishs als reiner Internetfreund kann hier eingeordnet werden. Wie lässt sich diese Beziehung charakterisieren - auch im Vergleich zu Mythilis Ehemann, zu dem Mythili nur per Telefon Kontakt hält? Inwiefern ist Rameshs Eifersucht gerechtfertigt?

## ARBEITSAUFTRAG 2: IST MYTHILI SÜCHTIG?

<b>Zeitbedarf:</b>	60 Minuten, weiterführende Beschäftigung mit dem Thema darüber hinaus möglich
<b>Sozialformen:</b>	Kleingruppenarbeit, Plenum
<b>Material:</b>	Tafel, Whiteboard, PCs und Internet für Gruppenarbeit, ggf. Klicksafe-Checkliste

### Lernziele:

- Sensibilisierung für das Thema Sucht und Internetabhängigkeit
- Reflexion des eigenen Medienhandelns
- Kennenlernen von Hinweisen, die für eine Internetabhängigkeit sprechen
- Kennenlernen von Hilfsmöglichkeiten und -strukturen

### Kurzbeschreibung:

In diesem Arbeitsauftrag sollen die Teilnehmer:innen darüber diskutieren, ob Mythili abhängig von ihrem Smartphone bzw. der Nutzung von Social Media ist. Dafür lernen sie die Kriterien kennen, die für eine internetbezogene Störung sprechen und gleichen diese mit Mythilis Mediennutzungsverhalten ab. In einem nächsten Schritt reflektieren sie darüber hinaus ihr eigenes Handeln und lernen Hilfsstrukturen kennen.

*Hinweis: Umgangssprachlich meinen die Begriffe Abhängigkeit und Sucht meist dasselbe. Im offiziellen Sprachgebrauch der WHO wurde der Begriff der Sucht im Jahr 1964 durch den Begriff der Abhängigkeit ersetzt, der wertneutraler und konkreter ist und verdeutlichen soll, dass es sich um eine Krankheit handelt. Bei der stoffgebundenen Abhängigkeit können Betroffene nicht mehr ohne eine bestimmte Substanz (das können Medikamente, Drogen, Alkohol etc. sein) leben. Darüber hinaus kann aber auch jede Form menschlichen Verhaltens krankhaft werden (Spielsucht, Arbeitssucht, Esssucht ...). Oft findet sich die Idee eines Kontinuums von verschiedenen Nutzungsmustern vor, das über exzessive Mediennutzung über eine exzessiv-dysfunktionale Mediennutzung hin zur pathologischen oder auch „süchtigen“ Mediennutzung reicht, wobei bei letzterer zusätzlich wesentliche Suchtkriterien erfüllt sein müssen (vgl. Six 2007). Oft wird dann übergeordnet von „internetbezogenen Störungen“ gesprochen, die sowohl eine Internetabhängigkeit wie auch mildere Ausprägungsgrade einer dysfunktionalen Nutzung einschließen (vgl. DAK-Gesundheit 2018). Im internationalen ICD-Kriterienkatalog ([ICD-11](#)) ist mittlerweile zumindest die „Computerspielabhängigkeit“ (engl. gaming disorder) aufgenommen worden, was zwar nicht unumstritten ist, aber Betroffenen ermöglicht, eine entsprechende Behandlung durch die Krankenkassen finanziert zu bekommen.*

### Aufgabe:

1. Zum Einstieg wird im Plenum danach gefragt, was die Teilnehmer:innen persönlich über Mythilis Mediennutzung denken. Ist sie abhängig von ihrem Smartphone bzw. der App? Woran machen sie ihre Einschätzung fest? Meinungen bzw. spontane Reaktionen darauf werden gesammelt und beispielsweise auf einem Whiteboard oder einer Tafel zusammengetragen. (Wenn der vorherige Arbeitsauftrag [„Mythilis Mediennutzung – und meine“] bereits erarbeitet worden ist, kann an dieser Stelle nochmals auf die Gründe der Mediennutzung Bezug genommen werden.)

Um allgemein für das Thema problematische Internetnutzung zu sensibilisieren, kann auch eine Ampelabfrage eingesetzt werden. [Fallbeispiele](#) werden vorgelesen oder präsentiert und die Teilnehmenden um ihre Meinung gebeten: Handelt es sich aus ihrer Sicht um Fälle von problematischer Mediennutzung?

2. Anschließend bekommen die Teilnehmenden in Kleingruppen den Arbeitsauftrag, einen Selbsttest für eine:n Freund:in auszufüllen, die bzw. der in einer ähnlichen Situation wie Mythili ist. Dazu nutzen sie die Seite der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: <https://beratung.ins-netz-gehen.de/check-dich-selbst/bin-ich-suechtig#content>



Abbildung 3: Screenshot eines Selbsttests zum Thema Mediensucht

Hinweis: Es geht hier nicht darum, alle Fragen „richtig“ zu beantworten, sondern sich in eine Person mit problematischem Nutzungsverhalten hineinzuversetzen und aus deren Perspektive den Fragebogen auszufüllen.

Die Gruppen stellen im Anschluss ihre Ergebnisse vor und sammeln gemeinsam Kriterien einer problematischen Nutzung. Je nach verfügbarer Zeit können diese auch kritisch diskutiert werden. Bei Bedarf kann auf die spontane Sammlung zu Beginn der Arbeitseinheit zurückgegriffen werden.

Alternativ kann auch die [Checkliste von klicksafe.de](#) zum Thema digitale Abhängigkeit ausgedruckt und verteilt werden. Diese richtet sich allerdings an Eltern und ist auch entsprechend formuliert (z.B. „Ist Ihr Kind häufig übermüdet?“). Die Unimedizin Mainz hat ebenfalls einen [Selbsttest](#), allerdings vorrangig zum Thema Computerspielsucht. Dieser kann aber gegebenenfalls auch thematisch angepasst werden.

3. Wo finden Betroffene Hilfe bei internetbezogenen Störungen? Was können Angehörige und Freund:innen tun, um Hilfe zu suchen? Die Teilnehmer:innen recherchieren Anlaufstellen im Netz und erstellen Plakate dazu.

Falls über die Unterrichtsstunde hinaus Zeit für die Beschäftigung mit dem Thema zur Verfügung steht, könnte eine Kreativaufgabe angeschlossen werden, bei der (Werbe-)Plakate gestaltet werden.

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung bietet [Plakate zum Download](#) an, die für das Thema Mediennutzung sensibilisieren sollen. Die Teilnehmer:innen schauen sich die Plakate an (entweder selbst am PC oder sie bekommen diese präsentiert) und erstellen im Anschluss selbst welche. Das können auch Memes sein, die mit entsprechenden Online-Meme-Generatoren (z.B. [Imgflip](#) oder [loveimg](#)) kostenlos in Kleingruppenarbeit an PCs erstellt werden.

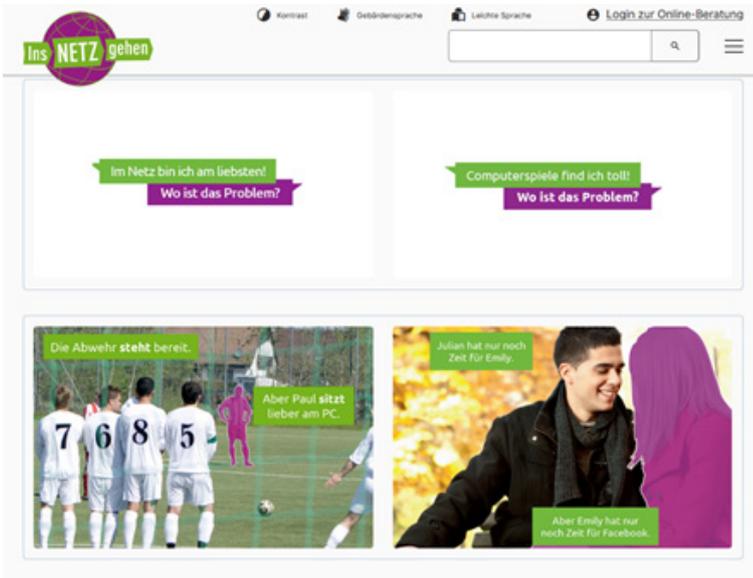


Abbildung 4: Screenshot der Seite ins-netz-gehen.de

Auch mithilfe des [Tests ReSeT](#), der aus einem Kooperationsprojekt der Universität Duisburg-Essen, Fachgebiet Allgemeine Psychologie: Kognition und der Landesanstalt für Medien NRW hervorgegangen ist, können die Teilnehmer:innen ihr eigenes Mediennutzungsverhalten reflektieren.

Wie wird das Smartphone im Alltag verwendet? Wie wichtig ist es für jede und jeden? Der Test gibt Alltagssituationen vor. Richtige oder falsche Antworten gibt es nicht. Nachdem die Teilnehmer:innen in Einzelarbeit den Test gemacht haben, bietet sich eine Reflexionsrunde an. Gegebenenfalls kann die Lehrkraft vorher ein paar im Test beschriebene Alltagssituationen herausgreifen.

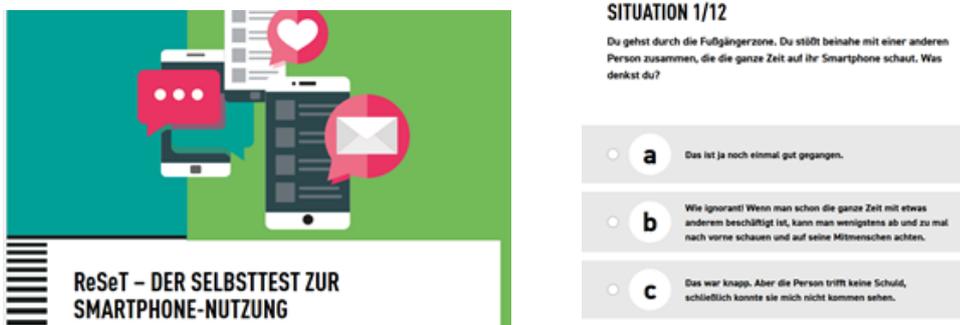


Abbildung 5: Screenshot des Tests ReSeT

Eine kurze Einordnung des Tests findet sich im Serviceangebot [mekomat.de](#) der Clearingstelle Medienkompetenz; die entsprechende [Studie](#) ist im Jahr 2018 erschienen.

## ARBEITSAUFTRAG 3: WIE LANGE BIN ICH ONLINE?

<b>Zeitbedarf:</b>	30 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Plenum, Kleingruppenarbeit
<b>Material:</b>	eigene Smartphones der Teilnehmer:innen

### Lernziele:

- Sensibilisierung für die Zeitdauer, die wir in/mit Social-Media-Angeboten verbringen
- Kennenlernen von technischen Funktionen, die Mediennutzungszeiten zu überwachen und bei Bedarf zu limitieren

### Kurzbeschreibung:

In diesem Arbeitsauftrag geht es darum, die eigene Mediennutzungsdauer herauszufinden und zu reflektieren. Außerdem lernen die Teilnehmer:innen Überprüfungs- und Einstellungsmöglichkeiten in verschiedenen Apps wie Instagram und YouTube kennen, die ihnen dabei helfen können, ihre Online-Zeit zu kontrollieren und zu limitieren.

### Aufgabe:

Als Einstieg schätzen die Teilnehmer:innen, wie lange sie pro Tag online sind. Zum Vergleich: Heranwachsende zwischen 12 und 19 Jahren schätzen die tägliche Online-Nutzung laut [JIM-Studie 2020](#) für sich selbst auf im Schnitt 258 Minuten ein – das sind über vier Stunden.

- Wie ordnen sich die Teilnehmer:innen selbst ein? Darüber oder darunter?<sup>3</sup>
- Gibt es bestimmte Apps, in denen besonders viel Zeit verbracht wird?
- Oder ist es mehr die Summe aus vielen Online-Aktivitäten (hier ein YouTube-Video schauen, schnell mal Nachrichten checken, mal kurz durch den Insta-Feed wischen ...).

Im nächsten Schritt beschäftigen sich die Teilnehmer:innen in Kleingruppen mit den Funktionen einzelner Apps auf ihren eigenen Smartphones. Jede Gruppe schaut sich eine App und deren Funktionen hinsichtlich Online-Zeit und möglichen Einstellungen an und präsentiert im Anschluss die Ergebnisse im Plenum.

- 1. Instagram:** Über die Profilseite lässt sich das Menü aufrufen. Dort gibt es den Menüpunkt „Deine Aktivität“, der in Form eines Säulendiagramms für die letzten sieben Tage darstellt, wie viel Zeit auf Instagram verbracht worden ist. Außerdem finden sich hier verschiedene Einstellungsmöglichkeiten, z.B. lässt sich unter „Richte eine tägliche Erinnerung ein“ eine Zeit in Minuten oder Stunden angeben, die man pro Tag maximal in der App verbringen möchte. Ein Pop-up erinnert dann daran, wenn diese Zeit abgelaufen ist. Auch „Benachrichtigungseinstellungen“ anzupassen, kann sinnvoll sein. Denn eingehende Nachrichten verlocken gerne dazu, nachzuschauen, was Neues passiert ist. Push-Benachrichtigungen können auch beispielsweise für eine bestimmte Zeit komplett ausgeschaltet werden, um nicht von eingehenden Nachrichten gestört oder unterbrochen zu werden.
- 2. YouTube:** In der mobilen App informiert YouTube über die Nutzungszeiten. Über einen Klick auf das Profilbild oben rechts findet sich der Menüpunkt Wiedergabezeit. Ähnlich wie bei Instagram wird in einem Balkendiagramm die Nutzungsdauer der letzten Tage angegeben. Unter „Tools, um deine Zeit auf YouTube zu verwalten“ finden sich Benachrichtigungsoptionen, mit denen in bestimmten Zeitintervallen Erinnerungen an regelmäßige Pausen erscheinen. Auch Erinnerungen an die - selbst zu definierende - Schlafenszeit sind möglich. Weiterhin kann hier eingestellt werden, ob nach Beendigung eines Videos direkt automatisch ein weiteres abgespielt werden soll (*Autoplay*).

<sup>3</sup> Nach Zahlen der [ARD/ZDF-Onlinestudien 2019 und 2020](#) bezogen auf die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren liegt die tägliche Internetnutzungsdauer bei 99 Minuten für 2019 und 120 Minuten im Jahr 2020. – Die Steigerung in 2020 ist sicherlich auch auf die Lockdowns während der Pandemie zurückzuführen.

**3. WhatsApp:** Im Instant Messenger lässt sich nicht so einfach die Online-Dauer herausfinden. Hier gibt es die Funktion der Anzahl der gesendeten und empfangenen Nachrichten, die sehr eindrücklich sein kann. Diese findet sich in den Einstellungen unter „Speicher und Daten“ und „Netzwerknutzung“. Die Anzeige setzt sich zurück, wenn WhatsApp oder auch das Smartphone neu installiert werden. Auch ein manuelles Zurücksetzen ist möglich („Statistik zurücksetzen“). Bei WhatsApp ist außerdem der Online-Status, den es auch bei Instagram gibt, interessant. Er zeigt an, wenn ein:e Nutzer:in gerade online ist und lässt sich nicht verbergen. Der „zuletzt online“-Zeitstempel kann unter „Einstellungen“, „Account“, „Datenschutz“ deaktiviert werden.

Bei Bedarf kann eine weitere Gruppe sich auch mit [Facebook](#) und [TikTok](#) beschäftigen. Auch diese Apps bieten entsprechende Kontroll- und Einstellungsmöglichkeiten an.

Weiterführender Aspekt: Nicht nur in den einzelnen Apps, sondern auch auf den mobilen Endgeräten selbst gibt es Möglichkeiten, die Bildschirmzeit einzusehen, z.B. [unter „Bildschirmzeit“ auf dem iPhone und iPad oder „Digitales Wohlbefinden“ auf Samsung-Geräten \(Android\)](#). Zusätzlich gibt es Anwendungen, welche dabei helfen wollen, die [Online-Zeit zu begrenzen](#) oder [durch wachsende Bäume fokussiertes Arbeiten](#) zu unterstützen. Das Betriebssystem Windows 11, das seit Oktober 2021 ausgeliefert wird, bietet Einstellmöglichkeiten, um in einer selbst gewählten Zeitspanne konzentriert zu arbeiten – mit automatisch angelegten Pausen.

Was halten die Teilnehmer:innen von solchen unterstützenden Apps und Einstellmöglichkeiten? Welche Erfahrungen haben sie gemacht?

Falls über diese Einheit hinaus Zeit vorhanden ist, lässt sich gut an die Themen Datenschutz und Privatsphäre anknüpfen. Denn die eigene Online-Nutzung, die von den Apps getrackt wird, erlaubt viele Einblicke in den Tagesablauf von Nutzer:innen.

Um ein Bewusstsein für die eigene Mediennutzung zu bekommen, bietet sich auch das Führen eines Medientagebuchs an. Dazu notieren sich die Teilnehmer:innen in Form einer Tabelle (siehe Arbeitsblatt M4), zu welcher Zeit sie wie lange welche Medien nutzen. Dabei kann der Medienbegriff durchaus weit gefasst werden, sodass auch Radio, Zeitung, Bücher etc. in Betracht gezogen werden. Falls möglich, kann auch eingetragen werden, mit welchem Zweck dieses Medium genutzt worden ist. War es zum Zeitvertreib oder für eine (schulische/berufliche) Rechercheaufgabe? Weitere Vorlagen für Medientagebücher, teilweise auch kostenpflichtig, gibt es für verschiedene Altersgruppen im Netz. Diese [für Grundschüler:innen](#) kann aber auch für ältere Zielgruppen genutzt oder entsprechend angepasst werden.



Abbildung 6: eigener Screenshot (Instagram)

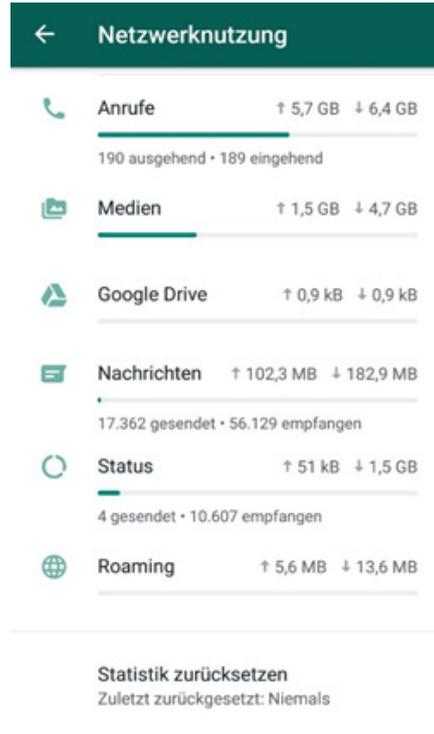


Abbildung 8: eigener Screenshot (WhatsApp)

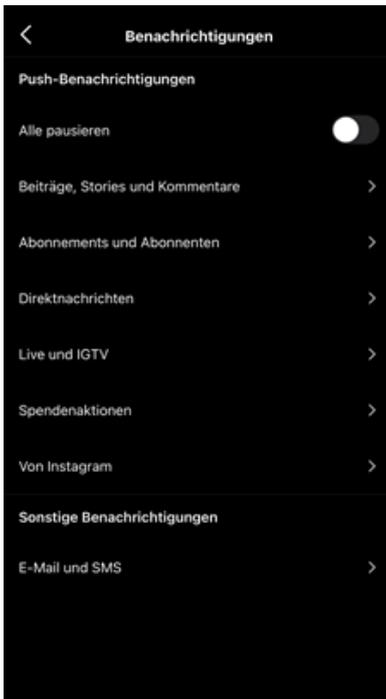


Abbildung 7: eigener Screenshot (Instagram)

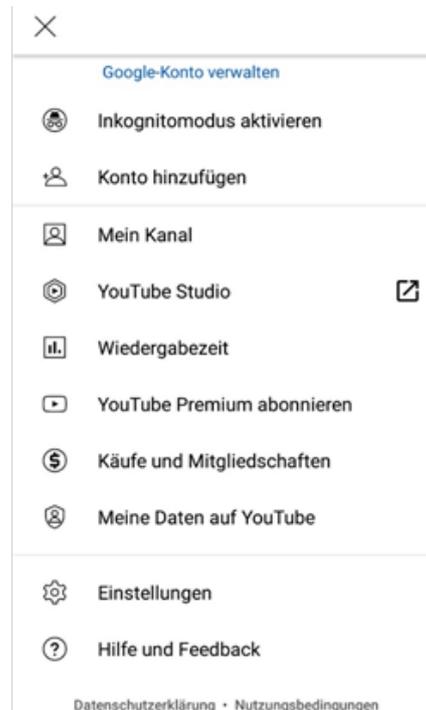


Abbildung 9: eigener Screenshot (YouTube)

## ARBEITSAUFTRAG 4: SUCHTGEFAHR EINGEBAUT?

**Zeitbedarf:** ca. 30 Minuten  
**Sozialformen:** Kleingruppenarbeit am Computer, Plenum  
**Material:** PCs und Internet für Gruppenarbeit

### Lernziele:

- Kennenlernen von Gestaltungswirkung
- Sensibilisieren für die geschäftlichen Interessen hinter Web-Angeboten

### Kurzbeschreibung:

In dieser Einheit beschäftigen sich die Teilnehmer:innen mit dem Thema App-Design und diskutieren, welche Elemente darauf ausgelegt sind, die Nutzer:innen möglichst lange in der App zu halten.

Denn Unternehmen gestalten ihre Apps und Internetanwendungen bewusst so, dass Nutzer:innen möglichst viel Zeit darin und damit verbringen wollen. Das steigert das Interesse für Werbepartner und spült Geld in die Kassen.

In Kleingruppen lesen die Teilnehmer:innen jeweils einen der folgenden Artikel mit dem Arbeitsauftrag: Welche Gestaltungselemente sorgen dafür, dass Nutzer:innen immer wieder zum Smartphone greifen (wollen)?

<https://ze.tt/mit-welchen-tricks-instagram-und-co-dich-suechtig-machen-facebook-twitter-apps/>

<https://www.brandeins.de/magazine/brand-eins-wirtschaftsmagazin/2018/reset/social-media-sucht-am-haken>

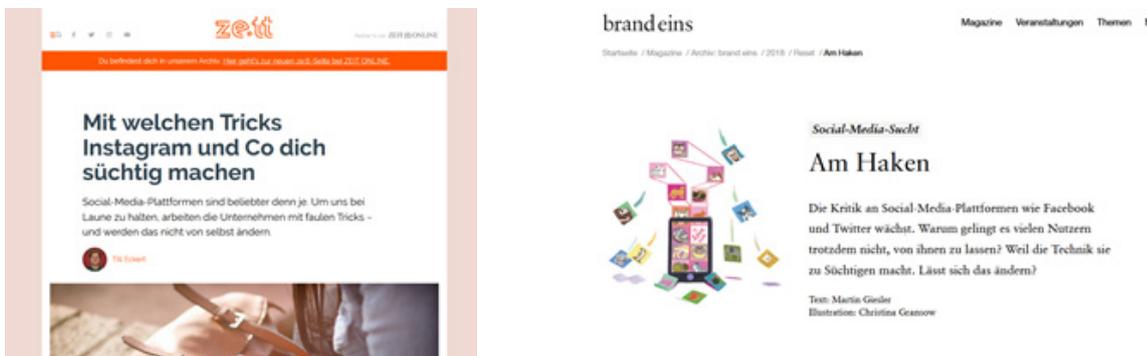


Abbildung 10: Screenshots der beiden Artikel

Die Ergebnisse werden im Plenum präsentiert, beispielsweise in Form einer Mindmap oder eines Tafelanschriebs, anschließend wird über die eigenen Erfahrungen reflektiert.

Wenn darüber hinaus Zeit vorhanden ist, können die Ergebnisse auch als Plakat gestaltet werden (das geht auch digital z.B. mit [Canva](#)). Zusätzlich bietet sich auch eine Diskussion darüber an, welche Maßnahmen dem entgegenwirken können.

## BAUSTEIN 4: SUIZIDALITÄT

Nichts macht Menschen ohnmächtiger und betroffener als der Tod eines geliebten Menschen. Eine nochmals andere Art von Betroffenheit und Angst ergreift uns, wenn sich diese Person selbst dazu entschlossen hat, ihr eigenes Leben zu beenden. Auch wenn Suizide ein oft tabuisiertes Thema sind, ist Suizidalität – im Sinne von gedanklicher Auseinandersetzung oder gezielten Absichten – keine Seltenheit im Leben eines Menschen. Doch gerade Selbsttötung(-versuche) von Jugendlichen gehen unter die Haut und machen betroffen. Der Erfolg der Web-Serie „Tote Mädchen lügen nicht“ (2017) rückte diese ernste Tatsache in das breite Bewusstsein der Öffentlichkeit. Dabei scheint vor allem der Gedanke zu dominieren, dass Selbsttötungen erwachsenen bzw. älteren Menschen „vorbehalten“ seien. Kinder und Jugendliche werden noch als zu jung gesehen, um sich mit solchen Themen und vor allem der Herbeiführung des eigenen Todes zu beschäftigen. Doch die Zahlen zeigen eine andere Wirklichkeit. Laut den aktuellsten Ausführungen des Statistischen Bundesamtes nahmen sich in Deutschland im Jahr 2019 insgesamt 185 Kinder und Jugendliche im Alter von 0 bis 20 Jahren das Leben (vgl. [Statistisches Bundesamt 2019](#)). Jedoch ist davon auszugehen, dass abseits der tatsächlichen Ausführungen die Zahlen suizidaler Tendenzen bei jungen Menschen deutlich höher liegen. Mit der Betrachtung geschlechterspezifischer Unterschiede wird auch deutlich, dass Mädchen häufiger beabsichtigen, sich selbst zu töten, während dies Jungen dreifach so oft gelingt (vgl. [Landeshauptstadt Düsseldorf, S. 3](#)).

Bei der Thematisierung dieses Bausteines ist es wichtig, den Teilnehmer:innen die Möglichkeit zu geben, sich darauf einzustellen. Es empfiehlt sich also eine Triggerwarnung (ein Hinweis im Vorfeld) sowohl vor dem Schauen des Films als auch vor der Bearbeitung des Themenfeldes. Tod, Selbsttötung und Trauer begegnen Menschen in ihrem Leben und es ist nicht vorherzusehen, wer sich gerade unmittelbar betroffen sieht.

*Hinweis: Bei den Begriffen „Selbsttötung“ und „Suizid“ handelt es sich weitestgehend um wertneutrale Begriffe. Bei der Auseinandersetzung mit dem vorliegenden Baustein sollten daher diese beiden Begriffe anstelle von „Selbstmord“ verwendet werden. Die Bezeichnung Selbstmord impliziert eine unerlaubte, sogar unter Strafe gestellte Handlung (Mord, §211 StGB) des Opfers. Durch diese Bezeichnung wird das Opfer stigmatisiert und zusätzlich zum Täter gemacht. Ähnlich verhält es sich mit dem Wort „Freitod“, das darauf schließen lässt, dass das Opfer seine Handlung überlegt und aus freiem Willen durchgeführt hat. Dies ist jedoch oft nicht der Fall: Der Suizid erscheint vielen Betroffenen als die vermeintlich letzte Option in einer subjektiv als ausweglos empfundenen Lebenslage. In gewisser Weise unterstellt auch diese Bezeichnung den Betroffenen eine individuelle Schuld, da sie sich auch für das Leben hätten entscheiden können. Beide Begriffe, Selbstmord und Freitod, maßen sich also ein moralisches Urteil an und basieren auf diversen Vorurteilen. Daher sollte künftig Wert darauf gelegt werden, von **Suizid**, **Suizidalität** und **Selbsttot** zu sprechen. Dies gibt die Tatsache der Todesursache am neutralsten wieder und ist deutlich urteilsfreier.*

Soziale Medien spielen dabei nicht nur im Film eine wichtige Rolle. Medien begleiten uns in guten wie in schlechten Zeiten. Durch die digitale Vernetzung entstehen Freundschaften und Liebschaften. Dadurch werden aber auch neue Formen von Mobbing, Streit und gesellschaftlicher Kontrolle möglich, die auch ihren Beitrag zu Krisen sowie Selbsttötungsversuchen leisten können. Im Film ist es die junge Inderin Mythili, die einen Suizidversuch während eines Livestreams unternimmt. Zu Suizidversuchen kommt es zumeist durch Krisen, psychische Erkrankungen und/oder geringe Unterstützung im sozialen Umfeld[] bei kritischen Lebensereignissen. Dabei wird der Tod oft als alleiniger Ausweg betrachtet aus dem Leiden. Der andere „Kulturkreis“ (s. Baustein 1: „Tradition und Moderne“) in **My Mirror** abstrahiert das Gesehene für die Zuschauer:innen.

Doch sind die Themen im Grunde die gleichen wie für Jugendliche in Deutschland und die filmische Aufbereitung erleichtert, schwierige Themen zu behandeln. Dabei können eigene Erfahrungen mit Krisen (indirekt) thematisiert werden. Veränderte Lebenssituationen, Krisen, psychische Erkrankungen oder das Miterleben derselbigen bei Familie, Freund:innen und Bekannten wirken sich auf das Erleben von Jugendlichen aus. Speziell in Bezug auf Selbsttötung oder dessen Versuch braucht es Umgangsmöglichkeiten. Es gilt also, Gefährdungen zu erkennen, Handlungsfähigkeit zu erlangen und mit Fingerspitzengefühl auf Auseinandersetzungsmöglichkeiten und Hilfsangebote zu verweisen. Hierbei können Angebote der digitalen Trauerbewältigung oder auch andere Filme, die sich mit der Gestaltung von Trauer auseinandersetzen, wie [„Die letzte Ruhe“ mit dazugehörigen Anregungen](#), genutzt werden. Außerdem kann eine [„wissenschaftlichere“ Herangehensweise](#) dabei helfen, Trauer an sich besser zu verstehen. Die Beschäftigung mit dem digital zugänglichen Suizidversuch von Mythili in *My Mirror* hilft dabei, über die Thematik zu reflektieren.

### Hilfsangebote

- TelefonSeelsorge: 24h erreichbar [0800.1110111](tel:0800.1110111) oder [0800.1110222](tel:0800.1110222).  
Auch online: [www.telefonseelsorge.de](http://www.telefonseelsorge.de)
- [Broschüre Suizidprävention junge Menschen](#)
- [Suizidalität bei Kindern und Jugendlichen](#) (richtet sich tendenziell an Erwachsene)
- Füreinander da sein: [Irrsinnig Menschlich e.V.](#)

## ARBEITSAUFTRAG 1: NOTRUF

**Zeitbedarf:** 30 Minuten  
**Sozialformen:** Plenum  
**Material:** keines

### Lernziele:

- Reflektieren eigener Erfahrungen zu den Themen Ängste, Sorgen, Krise, suizidales Verhalten
- Sensibilisierung für die Bedeutung von Hilfeleistung
- Kennenlernen von Hilfsstrukturen – auch online

### Kurzbeschreibung:

In einem offenen Plenumsgespräch werden zunächst erste Vorerfahrungen besprochen. Welche Erfahrungen haben die Teilnehmer:innen mit dem Thema Suizid und Selbstmordabsichten bisher gemacht? Sollten hier viele Wortbeiträge kommen, kann eine Eingrenzung auf das Internet stattfinden. Haben die Teilnehmenden schon erlebt, dass jemand online gedroht hat, sich zu töten? Auch suizidverharmlosende oder -verherrlichende Inhalte können hier besprochen werden.

In einem nächsten Schritt geht es darum, mögliche [Alarmzeichen](#) sowie konkrete Handlungsoptionen zu besprechen. Die untenstehende Abbildung verdeutlicht, um es umgangssprachlich zu formulieren, dass der Suizid lediglich die „Spitze des Eisbergs“ darstellt. Er ist untrennbar von einem vorausgegangenem (meist länger andauernden) Prozess eines immer konkreter werdenden Todeswunsches.

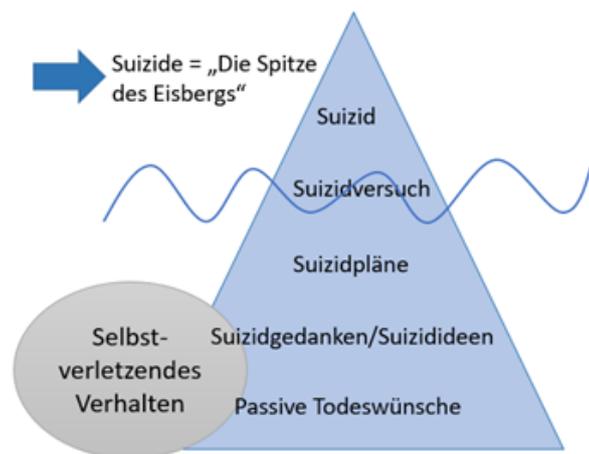


Abbildung 11: eigene Darstellung

In Bezug auf mögliche Alarmzeichen und Hilfeleistungen gilt: Je konkreter die Suizidgedanken sind, desto größer ist die Gefahr und desto mehr Handlungsbedarf besteht!

Das kann u.a. sein:

- Notruf absetzen in akuten Gefährdungssituationen
- Meldfunktion von Social-Media-Plattformen nutzen bei verharmlosenden oder verherrlichenden Suiziddarstellungen (auch bei [jugendschutz.net](http://jugendschutz.net) oder der [internet-beschwerdestelle.de](http://internet-beschwerdestelle.de) können Inhalte gemeldet werden)
- Im Gespräch mit Betroffenen auf Hilfsangebote hinweisen, z.B. [Nummer gegen Kummer](#) oder [TelefonSeelsorge](#) (auch online) oder [jugend.support](#)

Weiterführend oder wenn ein Gespräch über Suizid nicht erwünscht bzw. möglich ist, kann auch allgemeiner über das Themen Krisen gesprochen werden und darüber, wo es Hilfemöglichkeiten gibt. Hier bietet sich ein Einstieg mit der Präsentation des folgenden Bildes der [Caritas](#) an:



Abbildung 12: Quelle: Caritas

Im Gespräch kann dann näher auf den Satz „Sich Hilfe zu suchen ist kein Zeichen von Schwäche“ und auf den Hashtag „#gemeinsamstatteinsam“ eingegangen werden.

## ARBEITSAUFTRAG 2: DIE FILMSEQUENZEN NÄHER IM BLICK

**Zeitbedarf:** 10–15 Minuten oder während der Sichtung des Films  
**Sozialformen:** Einzel- oder (Klein-)Gruppenarbeit  
**Material:** Keines, eventuell Stifte und Papier

### Lernziele:

- Analysieren der einzelnen Sequenzen des Films im Hinblick auf das Wohlergehen und Verhalten von Mythili

### Kurzbeschreibung:

Diese Übungseinheit lässt sich sehr einfach umsetzen. Mythili durchlebt im Film verschiedene Phasen ihres Wohlbefindens. Auf der einen Seite zeigt sie sich glücklich über die stattgefundene Hochzeit und die neuen Möglichkeiten, welche ihr durch die digitale Welt offenstehen. Andererseits ist sie verunsichert, unzufrieden, im Konflikt mit ihrem Ehemann und dessen Mutter und zum Ende des Films sieht sie sogar keinen Ausweg mehr aus ihrer Lage ...

### Aufgabe:

In diesem Sinne lässt sich unter Zuhilfenahme der entsprechenden Sequenz- und Kapitelübersicht danach fragen, wie es Mythili in den einzelnen Sequenzen des Films geht:

- Wie bewerten die Teilnehmer:innen das Wohlergehen und Verhalten der jungen Inderin?
- Wie verändert sich dies im Laufe des Films?
- Welche Phasen sind prägend?
- Was sind die positiven, was die negativen Seiten?

Die Ergebnisse der Einzel- oder Gruppenarbeit können gegen Ende der Bearbeitungszeit zusammengetragen und miteinander verglichen werden. Es besteht ebenfalls die Möglichkeit, den vorliegenden Arbeitsauftrag bereits bei der ersten Sichtung des Films umzusetzen.

Daran anschließend bietet sich etwa der nachfolgende Arbeitsauftrag 3 „Just a stunt to get more attention“ zur Auseinandersetzung an, bei dem der Fokus auf die Kommentare der Follower:innen von Mythili gerichtet ist.

### ARBEITSAUFTRAG 3: „JUST A STUNT TO GET MORE ATTENTION“

<b>Zeitbedarf:</b>	25 Minuten
<b>Sozialformen:</b>	Plenum und Kleingruppenarbeit
<b>Material:</b>	ausgedrucktes Arbeitsblatt 1 „Just a stunt to get more attention“

#### Lernziele:

- Beschäftigung mit dem Thema Umgangsformen (speziell: Kommentare) im Netz
- Sensibilisierung für die Themen Diskriminierung, (Cyber-)Mobbing, Hate Speech
- Sensibilisierung für die Wirkung des eigenen Internethandelns

#### Kurzbeschreibung:

Im Film versucht Mythili, sich das Leben zu nehmen. Das tut sie, indem sie einen Livestream in der fiktiven App My Mirror startet und ihren Follower:innen ihre Beweggründe darlegt und ihre Verzweiflung schildert. „Dies ist mein letztes Video“, sagt sie in die Kamera. Und später: „Mein richtiges Leben ist eine Hölle. Ich kann so nicht mehr leben! Es tut mir leid.“ Danach trinkt sie etwas aus einer kleinen Flasche und beendet den Livestream. Während sie trinkt, erhöhen sich die Zahlen der Personen, die ihrem Livestream folgen (oben rechts im Bild); sind es zu Beginn nur vier, ist die Zahl am Ende des Livestreams bei über 100 Personen angekommen.

Leider existieren diese Fälle von Menschen, die sich das Leben nehmen und das live ins Internet übertragen, tatsächlich. Allerdings handelt es sich hierbei nicht um ein reines Phänomen von Social Media. Bereits im Jahr 1974 beendete die an Depressionen leidende Journalistin und Moderatorin Christine Chubbuck ihr Leben vor laufender Kamera, eine Geschichte, die mittlerweile auch verfilmt wurde.<sup>4</sup> Und auch ohne Medieneinsatz gibt es Suizide, bei denen andere Menschen zugegen sind. Fälle von Selbsttötungen mit Publikum gab und gibt es also leider immer wieder.

#### Aufgabe:

In diesem Arbeitsauftrag soll daher der Fokus auf die Menschen gelegt werden, die Zeug:innen einer solchen Tat werden. Konkret geht es hier um die Beschäftigung mit den Kommentaren der Follower:innen in dieser Szene, die währenddessen auf Englisch im Bild zu sehen sind.

<sup>4</sup> Vgl. <https://www.stern.de/kultur/film/suizid-von-tv-journalistin--die-frau--die-sich-vor-laufender-kamera-das-leben-nahm-6675422.html>

In *Network* (1976, von Sidney Lumet) wird ein TV-Reporter vor laufender Kamera erschossen, vgl. <https://www.filmdienst.de/film/details/11327/network> – Howard Beale, der Protagonist in *Network*, droht mit Selbstmord vor laufender Kamera; der Film spielt damit auf den Tod von Christine Chubbuck an.

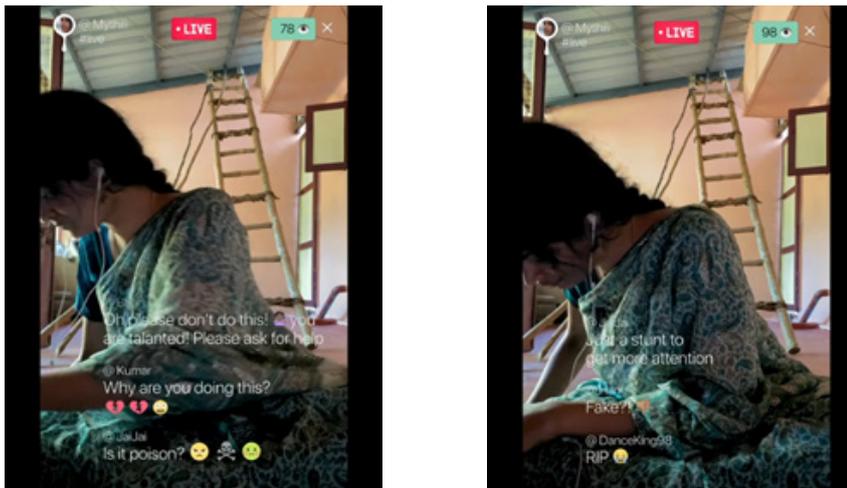


Abbildung 13: Screenshots der Szenen 16:27 und 16:41

Nach der erneuten Sichtung der entsprechenden Szene bekommen die Teilnehmer:innen in Kleingruppen die sieben Kommentare als ausgedrucktes Arbeitsblatt, verbunden mit dem Arbeitsauftrag, diese gegebenenfalls zu übersetzen und danach einzuordnen, welche Gefühle jeweils zum Ausdruck gebracht werden. Wie schätzen die Zeug:innen die Situation ein? Was sagen die verwendeten Emojis zusätzlich über den Text aus? Welche Rollen lassen sich hier identifizieren? Welche Reaktionen halten die Teilnehmer:innen selbst für angemessen oder sinnvoll?

Ergänzend ist hier auch der Hinweis, dass nur sieben Kommentare gezeigt werden, aber über hundert Personen nachher live Zeug:innen von Mythilis Suizidversuch sind. Was lässt sich über diese „schweigende Masse“ aussagen? In diesem Sinne lässt sich die Frage stellen: wie sozial sind soziale Netzwerke tatsächlich?

Im Anschluss an die Kleingruppenphase werden die Ergebnisse im Plenum gesammelt. Sofern weitere Zeit zur Verfügung steht, lässt sich anhand dieser konkreten Beispiele ganz allgemein über das Thema Umgangsformen im Netz sprechen. Dazu können auch die anderen Kommentare, die im Laufe des Films gepostet werden, analysiert werden.

In gleicher Weise interessant und wichtig ist der Aspekt des *Zuschauereffekts* (engl. *bystander effect*). Im Social Web kommt es häufig zu Bystandern (Dabeistehenden). Damit ist gemeint, dass Personen nachweislich weniger Hilfe leisten, wenn sie Zeuge eines Unfalls oder einer kriminellen Handlung werden, wenn andere Personen ebenfalls passiv bleiben und nicht eingreifen. Das Verhalten von Bystandern ist ebenfalls in Bezug auf die zentralen Herausforderungen im Umgang mit dem Internet und sozialen Medien – vor allem im Kontext Cybermobbing bzw. Hate Speech – äußerst problematisch und sollte mit der Zielgruppe näher erläutert werden. Schließlich stellt sich immer auch die Frage, wie wir durch unser Medienhandeln bzw. unsere –nutzung den öffentlichen Raum prägen. In Bezug zum Film könnte das bedeuten, besonders auch das Problem von Bystandern bei Mobbing anzusprechen: Wie verhalten sich die Follower:innen im Film in den Situationen, in es Mythili schlecht geht – insbesondere in der Szene des suizidalen Handelns?

Im Anschluss bietet sich auch Arbeitsauftrag 1 an, sofern noch nicht zuvor behandelt.

**Arbeitsblatt 1: „Just a stunt to get more attention”**

@ Bhanu  
Oh please don't do this! 🙏 you  
are talented! Please ask for help

@ Kumar  
Why are you doing this?  
💔💔😞

@ JaiJai  
Is it poison? 🤢👁️🟡

@ Jai Jai  
Just a stunt to  
get more attention

@ Hari  
Fake?! 🙄

@ DanceKing98  
RIP 🙏

@ Uma  
Somebody call police!

## ARBEITSAUFTRAG 4: „SPIEGLEIN, SPIEGLEIN ...“

**Zeitbedarf:** 30 Minuten  
**Sozialformen:** Einzel- oder Gruppenarbeit  
**Material:** ggf. Tafelanschrieb, alternativ Notizen mit Stift und Papier

### Lernziele:

- Reflexion der Metaebene bzw. der Symbolik
- Verknüpfung mit bekannten Motiven und Märchen
- Beziehung zur eigenen Lebensrealität herstellen

### Kurzbeschreibung:

Das Motiv des Spiegels (engl. Mirror) zieht sich durch den gesamten Kurzfilm. Der Titel des Films lautet **My Mirror** – wie die gleichnamige App, in der Mythili ihre Videos postet. Und auch filmisch stellen Spiegel ein immer wiederkehrendes Element dar. Diese Symbolik lohnt sich, genauer anzuschauen.

Nicht nur für Mythili spielen Spiegel eine wichtige Rolle. Denn das Motiv des Spiegels hat für uns alle die wichtige Funktion der (optischen) Selbstwahrnehmung. In Märchen und Sagen haben Spiegel darüber hinaus noch besondere Funktionen. Die bekannteste Erzählung dazu dürfte das Märchen von Schneewittchen sein, in dem der Spiegel der bösen Königin zunächst einmal ermöglicht, Schneewittchen auszuspionieren. Darüber hinaus leistet er noch viel mehr, denn er vergleicht die Frauen miteinander und wertet ihr Äußeres. Es geht also um Überlegenheit bzw. Hochmut und Eitelkeit – beides im katholischen Verständnis Todsünden.

Im Kunstmärchen von der Schneekönigin von Hans Christian Andersen ist es direkt der Teufel, der den Spiegel gemacht hat. Dieser hatte die Eigenschaft, „dass alles Gute und Schöne, was sich darin spiegelte, fast zu nichts zusammenschwand, aber das, was nichts taugte und sich schlecht ausnahm, hervortrat und noch ärger wurde.“

Auch in der griechischen Mythologie spielt das Spiegelbild eine fatale Rolle: Narziss weist die Liebe anderer zurück und verliebt sich in sein eigenes Spiegelbild, das er in der Oberfläche eines Sees entdeckt. Da er sein geliebtes „Gegenüber“ nicht erreichen kann, verstirbt er an unerfüllter Liebe.

Für diese Aufgabe lohnt es sich also, die Betrachtung des Films zu vertiefen durch Blicke in andere Erzählungen. Vermutlich kennen die Teilnehmenden noch andere Texte oder Lieder, in denen ein Spiegel eine (symbolische) Rolle spielt. Dadurch lassen sich die Rollen der Spiegel im Kurzfilm **My Mirror** nochmals anders deuten. Und auch weitere Parallelen bieten sich an, z.B. auf dem Höhepunkt der Geschichte, denn auch Schneewittchen beißt in einen vergifteten Apfel.

### Aufgabe:

In Kleingruppen oder im Plenum besprechen die Teilnehmer:innen folgende Fragen:

- My Mirror ist eine fiktive Anwendung. An welche App erinnert sie – und warum?
- Was denken sie: Warum heißt die App My Mirror und hat als Symbol den Handspiegel?
- Bei welchen Stellen im Film kommt das Motiv des Spiegels vor und was könnte die dahinterliegende Intention sein? Hier können unterstützend die Screenshots unten gezeigt bzw. die Zeitangaben vorgegeben werden.
- Welche Rolle spielen Spiegel in anderen bekannten Märchen, Sagen, Erzählungen oder Liedern, beispielsweise bei Schneewittchen?

Die Ergebnisse der Einzel- oder Gruppenarbeit können gegen Ende der Bearbeitungszeit zusammengetragen und miteinander verglichen bzw. direkt an der Tafel gesammelt werden. Es besteht ebenfalls die Möglichkeit, den vorliegenden Arbeitsauftrag bereits bei der ersten Sichtung des Films zu integrieren. Daran anschließend bietet sich etwa der vorherige Arbeitsauftrag 3 „Just a stunt to get more attention“ zur Auseinandersetzung an, bei dem der Fokus auf die Kommentare der Follower:innen von Mythili gerichtet ist.

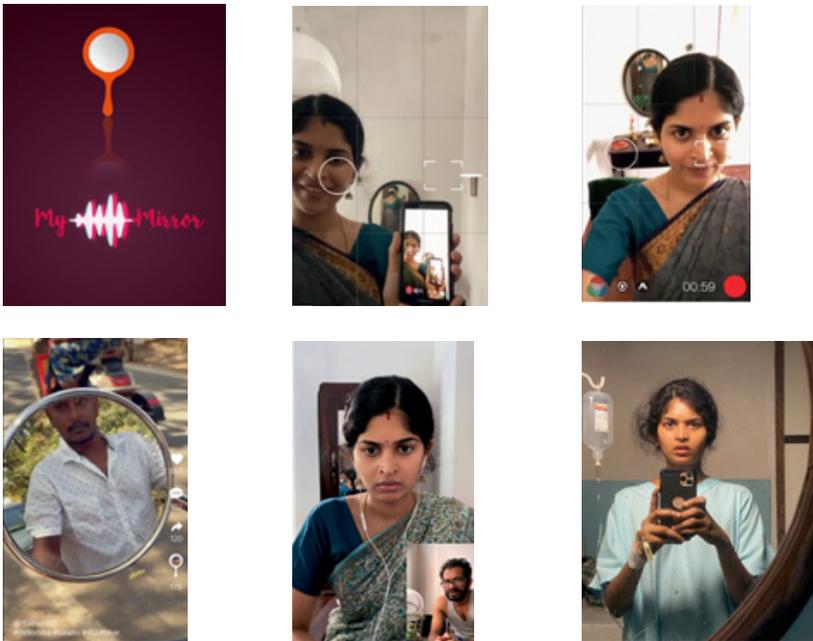


Abbildung 14: Screenshots (von oben nach unten und von links nach rechts):  
04:45 (u.a.) / 05:36 / 05:46 / 07:01 / 14:02 / 18:08

## M1

## Darstellung von Tradition in Social Media

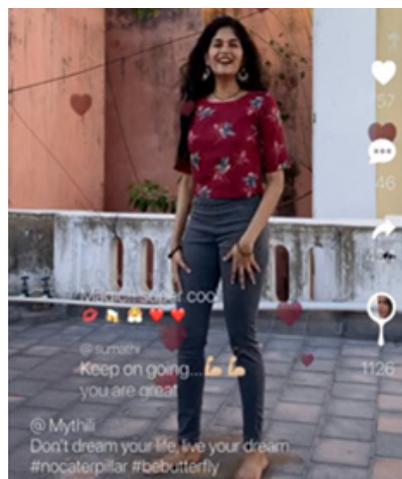
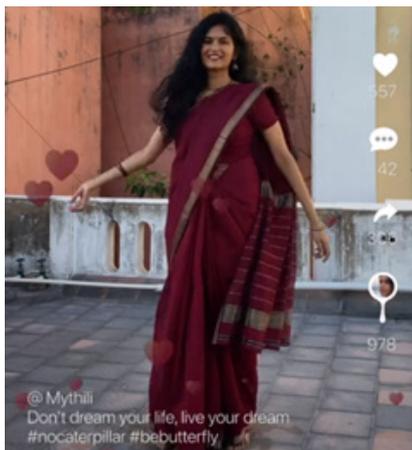


Abbildung 15: Screenshots aus dem Film 12:42, 12:45, 12:50, 12:56

1. Welche Traditionen werden im Filmausschnitt deutlich?
2. Mit welchen Mitteln werden Traditionen im Film dargestellt?
3. Mit welchen Mitteln lassen sich auf Fotos eigene kulturelle Prägungen verdeutlichen?
4. In sozialen Netzwerken stellen Menschen eigene Gewohnheiten und Kulturen dar. Welche Beispiele kennen die Teilnehmer:innen und welche Chancen bieten sich durch die mediale Darstellung von Traditionen für die Moderne? Was ist negativ, was positiv daran?

M2 **Geschlechterbilder in der Werbung**



Foto: Deutsche Bahn



Foto: Lavazza



Foto: Calzedonia



Foto: Dr. Oetker



Foto: Ottakringer Brauerei



Foto: Sparkasse



Foto: Dolce & Gabbana

M2 **Geschlechterbilder in der Werbung**



Foto: Astra



Foto: Hornbach



Foto: Dove

**Scheiben putzen  
ist Männersache.  
Bis 42 mm  
Durchmesser.**

**Fast so kompliziert  
wie eine Frau. Aber  
pünktlich.**



Foto: IWC

M3 „Mythilis Mediennutzung – und meine“

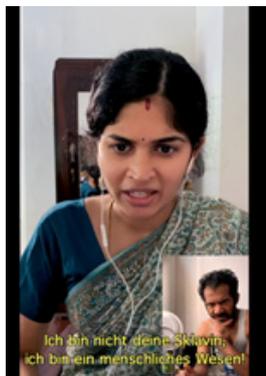
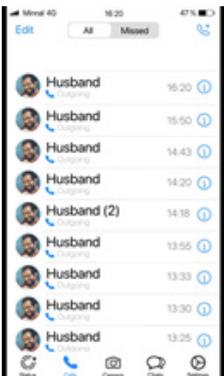
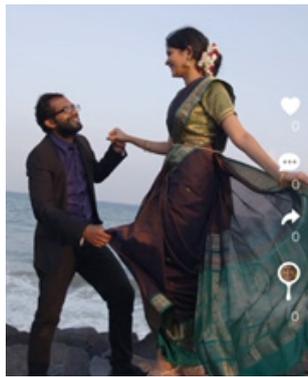


Abbildung 16: Screenshots: Mythilis Gefühle  
[01:32, 03:01, 04:01, 04:26, 07:38, 09:34, 11:45, 14:34, 16:00, 17:13]

**M4****Mein Medientagebuch**

Name: \_\_\_\_\_

Wochentag/Datum: \_\_\_\_\_

Was habe ich an diesem Tag gemacht: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welche Medien habe ich genutzt: Bewegtbild, Audioinhalte, Texte im Internet oder in anderen Medien? Und über welche Geräte - Handy/Smartphone, Tablet, Fernsehen, Spielekonsole, Zeitung, Bücher, Computer/Laptops, Radio?

**Montag:**

	<b>morgens</b>	<b>vormittags</b>	<b>nachmittags</b>	<b>abends</b>	<b>nachts</b>
Welche Medien?					
Zu welcher Uhrzeit/ wie lange?					
Zu welchem Zweck?					

## LITERATUR UND WEITERFÜHRENDE QUELLEN

### FACHPUBLIKATIONEN

Assmann, Aleida; Assmann, Jan (1994): Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis, (114-140), In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Beisch, Natalie; Schäfer, Carmen: Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation und Social Media. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. In: Media Perspektiven 9/2020, 462-481. [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/0920\\_Beisch\\_Schaefer.pdf](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/0920_Beisch_Schaefer.pdf) (letzter Abruf: 17.09.2021)

Büsch, Andreas: Können Medien krank machen? Herausforderungen der Digitalisierung. In: PADUA (2020), 15 (2), 89-94. DOI: 10.1024/1861-6186/a000542.

Calmbach, Marc; Flaig, Bodo; Edwards, James; Möller-Slawinski, Heide; Borchard, Inge; Schleer, Christoph (2020): Wie ticken Jugendliche? 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

DAK-Gesundheit (2018): WhatsApp, Instagram und Co. – so süchtig macht Social Media. DAK-Studie: Befragung von Kindern und Jugendlichen zwischen 12 und 17 Jahren. <https://www.dak.de/dak/download/internetsucht-studie-pdf-2106324.pdf> (letzter Abruf: 17.09.2021)

Döring, Nicola (2019): Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte; Hipfl, Brigitte; Ratkovic, Viktorija (Hrsg.): Handbuch Medien und Geschlecht. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Döring, Nicola et al. (2016): How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. Computers in Human Behavior, 55, 955-962.

Küchenhoff, Erich (1975): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart: Kohlhammer.

Lukesch, Helmut; Bauer, Christoph; Eisenhauer, Rüdiger; Schneider, Iris (2004): Das Weltbild des Fernsehens. Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland. Regensburg: Roderer.

MaLisa Stiftung (Hrsg.) (2019): Weibliche Selbstinszenierung in den neuen Medien. Berlin. <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf> (letzter Abruf: 17.09.2021)

Schmidt, Jan-Hinrik; Paus-Hasebrink, Ingrid; Hasebrink, Uwe (Hrsg.) (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas. URL: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien\\_Forschung/LfM-Band-62.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/LfM-Band-62.pdf)

Prommer, Elizabeth; Linke, Christine (2019): Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen. Köln: Herbert von Halem.

Puhm, Alexandra; Strizek, Julian (2018): Dysfunktionale Nutzung von Social Networking Sites. Fortbildungsreihe am Institut für Verhaltenssüchte, Sigmund Freud Privatuniversität, 8. Mai 2018, Wien.

Six, Ulrike (2007): Exzessive und pathologische Mediennutzung. In: Six, Ulrike; Gleich, Uli; Gimmler, Roland (Hrsg.). Kommunikationspsychologie - Medienpsychologie. Weinheim: Beltz-Psychologie Verlags Union, 356-371.

vom Orde, Heike (2020): Geschlechterbilder in den Medien: eine unendliche (Klischee-)Geschichte. Schwerpunkt, BPJM AKTUELL 2, 09-14. Online: <https://www.bzgj.de/resource/blob/155816/f9156dc487f0f58bd46b7ff7e855c9bf/20202-geschlechtsdarstellungen-in-den-medien-data.pdf>

Weiderer, Monika (1993): Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL plus. Regensburg: Roderer. Online: [https://epub.uni-regensburg.de/3042/1/Frauen\\_und\\_Maennerbild.pdf](https://epub.uni-regensburg.de/3042/1/Frauen_und_Maennerbild.pdf)

## LINKS

- [ICD-11](#)
- [„Mit welchen Tricks Instagram und Co. dich süchtig machen“](#) (ze.tt)
- [„Social-Media-Sucht. Am Haken“](#) (brand eins)
- [„Erklärvideos im Unterricht“](#) (FILM+SCHULE NRW)
- [„Die Trickboxx. Ein Leitfaden für die Praxis“](#) (Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen)
- [„Trickfilm to go“](#) (Medienanstalt NRW)
- [Mädchenmannschaft](#) (Verein, der Bildungsarbeit und Aufklärung über die Lage von Mädchen und Frauen\_Lesben\_Trans\* in Deutschland sowie weltweit betreibt)
- [Queerer Vernetzungstammtisch Frankfurt am Main](#)
- [Webvideoreihe Say my name](#)
- [„Papa im Rock“](#) (EMMA)
- Glanz & Natur (FUNK)
- Bildschirmzeit
  - [Bildschirmzeit und digitales Wohlbefinden](#) (webcare+)
  - [Bildschirmzeit Facebook](#) (webcare+)
  - [Bildschirmzeit TikTok](#) (webcare+)
- [Ist mein Kind süchtig? - Internetsucht bei Kindern und Jugendlichen](#) (Internet-ABC)
- [Videospielesucht und Abhängigkeit](#) (klicksafe)
- [Checkliste: Besteht bei meinem Kind die Gefahr einer möglichen digitalen Abhängigkeit](#) (klicksafe)
- [Internetsuchthilfe e.V.](#)
- [Ins Netz gehen](#) (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung)
- [10 Fragen zu Mediensucht](#) (Mediclin)
- [Schritt für Schritt in Richtung Sucht? Fallbeispiele](#) (DGUV)
- [Selbsttest zur Videospielesucht und exzessiver Internetnutzung](#) (Ins Netz gehen)
- [Selbsttest der Unimedizin Mainz zum Thema Computerspielsucht](#)
- [Plakate der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung zum Thema Mediennutzung](#) (Download)
- [ReSeT – der Selbsttest zur Smartphone-Nutzung](#) (Landesanstalt für Medien NRW)
- [Geschickt geklickt – Studie ReSeT](#) (Landesanstalt für Medien NRW)
- [Todesursache Suizide](#) (Statistisches Bundesamt 2019)

- [Suizidalität bei Kindern und Jugendlichen. Informationen des Zentrums für Schulpsychologie \(Landeshauptstadt Düsseldorf\)](#)
- [Filmtipp „Die letzte Ruhe“ mit dazugehörigen Anregungen](#)
- [Phasen der Trauer: Trauerbewältigung und Trauerphasen](#)
- [Telefonseelsorge](#)
- [Zwischen Selbstzerstörung und Lebensfreude. Hinweise für die Suizidprävention bei jungen Menschen](#)
- [Irrsinnig menschlich](#)
- [Hinweise und Alarmzeichen für Suizidgefährdung](#)
- [jugendschutz.net](#)
- [internet-beschwerdestelle.de](#)
- [Nummer gegen Kummer](#)
- [TelefonSeelsorge](#)
- [jugend.support](#)
- [Gemeinsam statt einsam – themenoffene Online-Beratung für junge Erwachsene \(Caritas\)](#)
- [Suizid von TV-Journalistin: Die Frau, die sich vor laufender Kamera das Leben nahm \(Stern\)](#)
- [Informationen zu TikTok \(klicksafe\)](#)
- [JIM-Studie 2020](#)
- [Medientagebuch](#)

## TOOLS

- [Oncoo](#)
- [Taskcards](#)
- [App TopShot](#)
- [mind-map-online.de](#)
- Online-Gestaltung: [Canva](#)
- Meme-Generatoren, z.B. [Imgflip](#) oder [loveimg](#)

Eine Übersicht mit kurzen Erläuterungen zu diesen und vielen weiteren Tools für den (medien-)pädagogischen bzw. didaktischen Einsatz bietet die [Mindmap der Clearingstelle Medienkompetenz](#).

## WEITERE LINKS (AUSWAHL, STAND: 22.10.2021)

### Zum Film:

[https://www.fbw-filmbewertung.com/film/my\\_mirror](https://www.fbw-filmbewertung.com/film/my_mirror)

[https://www.crew-united.com/de/My-Mirror\\_269955.html](https://www.crew-united.com/de/My-Mirror_269955.html)

### Frauen in Indien:

<https://www.amnesty.ch/de/ueber-amnesty/publikationen/magazin-amnesty/2021-3/das-indien-der-frauen-und-ausgegrenzten>

<https://www.bpb.de/internationales/asien/indien/182059/frauen-in-indien>

<https://www.boell.de/de/2015/01/12/braeute-fuer-indiens-norden>

[https://www.deutschlandfunkkultur.de/frauen-in-indien-weibliche-singles-gelten-als-frei-wild.979.de.html?dram:article\\_id=401693](https://www.deutschlandfunkkultur.de/frauen-in-indien-weibliche-singles-gelten-als-frei-wild.979.de.html?dram:article_id=401693)

<https://www.dw.com/de/ohne-mann-bist-du-in-indien-ein-niemand/a-42872138>

<https://www.frauenrechte.de/unsere-arbeit/themen/internationale-zusammenarbeit/internationale-kooperationen/indien>

<https://www.giga-hamburg.de/de/publikationen/11571323-gender-justice-international-objective-india-g20/>

<https://www.goethe.de/prj/jad/de/the/sti/21955710.html>

<https://www.hss.de/news/detail/frauen-in-indien-zwischen-emanzipation-und-tradition-news4024/>  
<https://news.trust.org/item/20120613010100-sk134/>  
<https://www.planet-wissen.de/kultur/asien/indien/pwiefraueninindien100.html>  
<https://www.religionen-entdecken.de/lexikon/e/ehe-und-familie-im-hinduismus>  
<https://www.sos-kinderdoerfer.de/informieren/wo-wir-helfen/asien/indien/gewalt-frauen-indien>  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/875233/umfrage/ranking-der-gefaehrlichsten-laender-fuer-frauen-weltweit/>

## **WEITERE FILME ZU DEN THEMEN *DIGITALITÄT, GESCHLECHTERROLLEN, SOZIALE MEDIEN UND SUIZID* BEIM KFW (AUSWAHL, STAND: 22.10.2021)**

### **Digitalität, soziale Medien:**

*A Target*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_A\\_Target\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_A_Target_A4.pdf)

*Die Reise meines Lebens*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_Die\\_Reise\\_meines\\_Lebens\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_Die_Reise_meines_Lebens_A4.pdf)

*Follower*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_Follower\\_A4\\_web.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_Follower_A4_web.pdf)

*Hi, AI - Liebesgeschichten aus der Zukunft*

<https://www.kinofenster.de/download/hi-ai-fh2-pdf>

*Ich bin dein Mensch*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM\\_Ich\\_bin\\_dein\\_Mensch\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM_Ich_bin_dein_Mensch_A4.pdf)

*Schöne Aussicht*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_Schoene\\_Aussicht\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_Schoene_Aussicht_A4.pdf)

*Wovon träumt das Internet?*

<https://lizenzshop.filmwerk.de/shop/detail.cfm?id=3041>

### **Geschlechterrollen:**

*Das Mädchen Hirut*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_hirut\\_a4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_hirut_a4.pdf)

*Deepa Mehta Collection - Fire, Earth, Water*

<https://lizenzshop.filmwerk.de/shop/detail.cfm?id=1250>

*Die göttliche Ordnung*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/die\\_goettliche\\_ordnung\\_Unterrichtmaterial\\_.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/die_goettliche_ordnung_Unterrichtmaterial_.pdf)

*Elterngespräch*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM\\_ElterngesprAech\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM_ElterngesprAech_A4.pdf)

*Kleines Mädchen*

<https://lizenzshop.filmwerk.de/shop/detail.cfm?id=3147>

*Nur eine Frau*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/NUR\\_EINE\\_FRAU\\_Schulmaterial.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/NUR_EINE_FRAU_Schulmaterial.pdf)

*Sternstunde ihres Lebens*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_sternstunde\\_a4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_sternstunde_a4.pdf)

*Where to, Miss?*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/Wheretomiss\\_Filmheft\\_1-18\\_Downloadversion-11.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/Wheretomiss_Filmheft_1-18_Downloadversion-11.pdf)

**Suizid:**

*Gott von Ferdinand von Schirach*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM\\_Gott\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/LM_Gott_A4.pdf)

*Ich sterbe, wie ich will*

[http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH\\_ich\\_sterbe\\_wie\\_ich\\_will\\_A4.pdf](http://www.materialserver.filmwerk.de/arbeitshilfen/AH_ich_sterbe_wie_ich_will_A4.pdf)



## **Katholisches Filmwerk GmbH**

Ludwigstr. 33  
60327 Frankfurt a.M.

**TELEFON:** +49-(0) 69-97 1436-0  
**E-MAIL:** [info@filmwerk.de](mailto:info@filmwerk.de)  
**INTERNET:** [www.filmwerk.de](http://www.filmwerk.de)



[facebook.com/Katholisches.Filmwerk](https://facebook.com/Katholisches.Filmwerk)