

Kindliche Medien- welten reflektieren

Sexualität, Selbstbilder und
Rollen im Bewegtbild

Anna Lena Weigl
Michael Gurt



Anna Lena Weigl

Redakteurin

FLIMMO am JFF

Studium der

Sozialen Arbeit



Michael Gurt

Projektleiter

FLIMMO am JFF

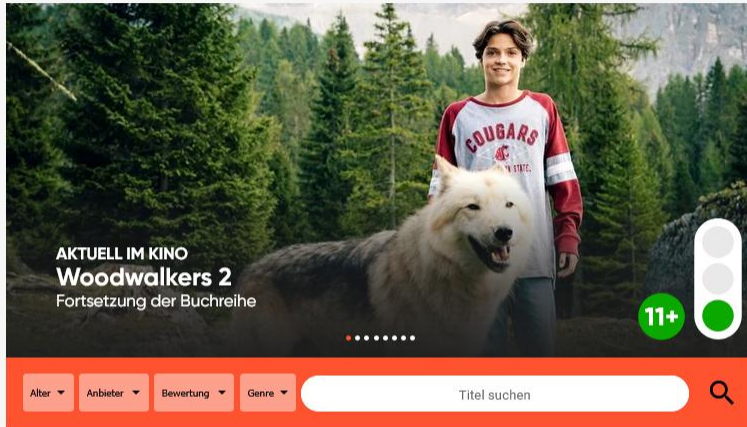
Medienpädagoge

FLIMMO Elternratgeber für
TV, Streaming & YouTube

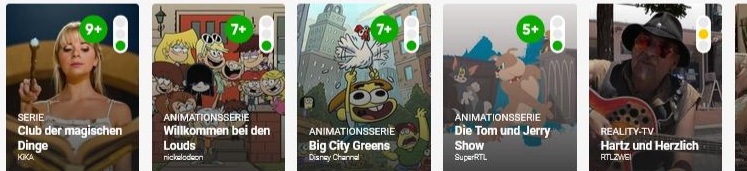


RATGEBER

ÜBER FLIMMO



Jetzt im TV



Was läuft im TV?



www.flimmo.de



[@flimmo.elternratgeber](https://www.instagram.com/flimmo.elternratgeber)



„Sie küssen sich und
manchmal haben sie auch ...“

(Laura, 10 Jahre)

FLIMMO Kinderbefragung 2018



Wer war die Medienheldin/
der Medienheld deiner Kindheit?

Theoretische Leitlinien am JFF

Subjektzentrierter Ansatz: Das Subjekt steht im Mittelpunkt. Verarbeitet Medieninhalte aktiv, verbindet Themen, Figuren usw. mit der eigenen Lebenswelt, Entwicklungsaufgaben usw.

Der Prozess der Aneignung (Theunert/Schorb)

- **Wahrnehmung:** Selektion nach aktuellen Bedürfnissen
- **Verarbeitung:** Abgleich mit eigenen Erfahrungen
- **Integration:** Orientierung an Medieninhalten

Zwei zentrale Funktionen

- **Themenbearbeitung:** Kinder suchen sich Inhalte, für ihre aktuellen Lebensthemen relevant sind
- **Identitätsarbeit:** Medienfiguren dienen als „identifikatorische Angebote“.

Repräsentanz von Geschlechtern in Medien

Die mediale Welt ist oft stereotyper als die reale Lebenswelt (Maja Götz / IZI-Studien)

- **Unterrepräsentanz:** Mädchen und Frauen sind in vielen Formaten (insb. Zeichentrick) seltener vertreten als Jungen/Männer (oft Verhältnis 1:3)
- **Eindimensionale Rollen:**
 - **Mädchen:** Fokus auf Aussehen, Empathie, soziale Beziehungen und „Gerettetwerden“
 - **Jungen:** Fokus auf Stärke, Technik, Problemlösung und „Retten“
- **Diversitätslücke:**

LGBTQ+ Repräsentation (vor allem im ÖR-Fernsehen) sehr gering; BIPOC, Kinder mit Behinderungen oder diverse Familienmodelle ebenfalls unterrepräsentiert (Studien der Malisa Stiftung).

- **Ausgestaltung von Geschlechtsidentität**

Einschränkung der geschlechtlichen Identität durch Stereotype und unerreichbare Ideale in Medien.

Starke weibliche Figuren sind oft makellos und entsprechen gängigen Schönheitsidealen. Männliche Figuren verkörpern oft Stärke, Unverwundbarkeit und Kontrolle.

- **Digitaler Perfektionismus**

Beauty- und Fitness-Influencer*innen haben großen Einfluss auf die Selbstwahrnehmung. Filter und andere digitale Tools führen zu Optimierungszwang und unerreichbaren Idealvorstellungen.

- **Algorithmische Verstärkung und Filterblasen**

Vorlieben und Interessen von Nutzer*innen von Social Media werden interpretiert und verstärkt. → kann zu Verengung bei der Identitätsentwicklung führen („Looping Effekt“)



Paw Patrol

- Sehr populär bei 3-6-Jährigen
- Ungleiche Geschlechterverteilung: 5 männliche 2 weibliche Hunde („Schlumpfine Prinzip“)
- Skye lange die einzige weibliche Figur, stereotyp in rosa gekleidet (stereotype Farbgebung)
- Skye als unterstützende Figur, die auf wenige „typisch“ weibliche Attribute reduziert wird
- Mit der Einführung von Everest als zweite weibliche Figur wurde auf Kritik reagiert



KPop Demon Hunters

- Huntrix als starke Identifikationsfiguren für Mädchen
- Thema Identität in Gestalt von Rumi als Halbdämonin
- Kpop Phänomen / Anderssein / Ruhm in Zeiten von Social Media sind wichtige Themen
- Stereotype Darstellungen: Die Figuren sind extrem schlank und überzeichnet „attraktiv“ (Proportionen / Größe der Augen / Muskulöse Körper der Boyband)



Germanys Next Topmodel (PR07)

Für Kinder problematische Orientierung

- **Schönheitsideal:** Normatives Schönheitsideal als Voraussetzungen für Anerkennung.
- **Abspaltung von Bedürfnissen:** Unterdrückung von Scham, Angst oder körperlichen Grenzen um erfolgreich zu sein.
Bodyshaming: Bewertung und Kritik von Körperlichkeit vor Millionenpublikum.
- **Schein-Diversität:** „Curvy-“ oder „Best-Ager-Models“ bleiben Randnotiz. Abweichungen von Norm als exotische Ausnahme statt realer Vielfalt.



Too Hot to Handle (Netflix)

Für Kinder problematische Orientierung

- Reduktion von Identität auf körperliche Attraktivität und sexuelle Verfügbarkeit.
- „Preisgeld-Prinzip“: Intimität als Ware/Belohnung.
- Operierte und/oder maximal trainierte Körper setzt unrealistische Standards.
- Reality Format erschwert die Distanzierung.
- Oberflächlichkeit und strategisches Verhalten statt Kommunikation und Empathie als „Dating-Muster“.



Pamela Reif

- Lieblingsinfluencerin laut KIM-Studie 2024
- Themen: Sport, Gesundheit, Beauty
- Körperbetonte Darstellung: Posen, Workout-Videos, Fokus auf muskulöse Körperteile
- Orientierung für Kinder
 - Motivation für Sport, gesunde Ernährung, Beautytipps, Rezeptideen
 - unrealistisches Körperideal, Optimierungsdruck



Elevator Boys

- fünf junge Männer, die mit humorvollen Aufzug-Videos bekannt wurden
- Themen: Unterhaltung, Lifestyle, Musik, Mode, Beauty
- Oberflächliche Selbstdarstellung: betont sexy, flirty, sportlich und attraktiv --> Narrativ: "Die coolen, gut aussehenden Jungs"
- Orientierung für Kinder
 - unterhaltsame Kurzvideos, Identifikationsfiguren, die teilweise Geschlechterstereotypen brechen (Make-up, Kleidung, Swifties, ...)
 - Druck, dem als erstrebenswert dargestellten Männerbild zu entsprechen (Idealkörper, Coolness)



Ein Känguru wie du (KiKA)

- thematisiert Homosexualität und queere Lebensentwürfe kindgerecht
- Charaktere (z. B. das boxende, aber schwule Känguru) vereinen vermeintliche Gegensätze. So werden Klischees hinterfragt.
- Spielerische Erzählweise / Vielfalt als bereichernden Normalzustand („Du bist gut, so wie du bist“).



Juli tanzt (ZDF Mediathek)

- Film über jugendliche Tänzerin, die sich erfolgreich gegen Bodyshaming und Mobbing zur Wehr setzt.
- Botschaften von Toleranz und Vielfalt werden mit Hilfe von coolen Tanz-Performances und Rap Songs vermittelt.
- Weitere Themen, die Kinder ansprechen: erstes Verliebtsein, Selbstakzeptanz, Zugehörigkeit zu einer Gruppe, Begeisterung für Musik und Tanz

PUR+ Folge: "Wie sind Jungs?"

(ZDF Mediathek)

Reportage zu Geschlechterstereotypen:
Moderator Eric reflektiert gemeinsam mit
Schülern männliche Rollenbilder.



- Kinderperspektive: Was denken Jungen über Jungen?
- Botschaft: Sei du selbst und lass dich in keine Schublade stecken
- Regt zur Reflexion über eigene Geschlechtervorstellungen an
- Geschichtliche Einordnung tradierte Geschlechterrollen
- Influencer Lorenz (@losleben) als Vorbild, das Männlichkeit hinterfragt und Geschlechterrollen aufbricht

- ECHT (KiKA)
- Rot (Disney+)
- Kicken wie ein Mädchen (KiKA)
- Love, Simon (Disney+)
- Little Miss Sunshine (Joyn, Disney+)
- Heartstopper (Netflix)
- Strange World (Disney+)
- Mulan (Disney+)
- Tib und TumTum (KiKA)
- Ich bin ich (KiKA)
- Logo! No.front: Jungs haben's besser – ja oder nein?! (KiKA)
- PUR+: Mädchen oder Junge? (KiKA)
- stark!: Leo – Ich bin ein Junge (KiKA)
- Checker Reportagen: Der Schönheits-Check (KiKA)
- ...
- ...
- ..
- ...
- ...
- ...

Medienanalyse

- Einteilung in 2-er Gruppen
- Karte aus dem Fundus auswählen
- QR-Codes Scannen und Videos anschauen
- Einschätzung mit Hilfe des Arbeitsblatts
- Einordnung in Ampelsystem auf Flipchart
- Vorstellung der Ergebnisse in der Runde

Medienanalyse

Format: ☐ Film ☐ Serie ☐ Reality-Show ☐ Influencer*in/Star

1. Rahmendaten & Erster Eindruck

- Titel/Name _____
- Worum geht es? _____
- Was kann Kinder ansprechen? _____

Für welches Alter interessant: _____

2. Figuren & Rollenbilder (Gender-Check)

- Wer sind die Hauptfiguren?

- Welches Frauenbild/Männerbild wird vermittelt?

- Gibt es Darstellung von LGBTQAI+ Personen/Themen?

- Geschlechterzuschreibungen & Verhalten
 - Wer ist aktiv/bestimmend, wer eher passiv/beobachtend?

 - Welche Emotionen werden gezeigt und von wem?

 - Wie gehen die Figuren miteinander um?

3. Selbstbild & Körperlichkeit

- **Körperideale:** Welche Körperbilder werden als „normal“ oder „erstrebenswert“ dargestellt? (z. B. muskulös, sehr schlank, gestylt)

- **Sexualität:** Wie wird Körperlichkeit, Beziehung, Dating dargestellt? Welche Normen werden vermittelt?

4. Orientierung für Kinder/Bezug zur eigenen Lebenswelt

- **Identifikationspotential:** Welche Figur dient als Vorbild? Warum fasziniert sie Kinder?

- **Lerneffekt:** Was „ziehen“ Kinder aus dem Inhalt heraus? (z. B. Vorstellungen, Rollenbilder, Schönheitsideale, Verhaltensweisen)

- **Problemlagen:** Gibt es problematische Inhalte (Sexismus, Diskriminierung, Gewalt)?

Gesamteinschätzung

Ampelfarben: ☐ grün ☐ gelb ☐ rot

Einordnen auf Flip Chart



**DRACHENZÄHMEN
LEICHT GEMACHT**



SCAN QR CODE



Drachenzähmen leicht gemacht

SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





VAIANA



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





MAXTON HALL



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





SHIRIN DAVID



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





ZAH1DE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





HE-MAN AND THE MASTERS
OF THE UNIVERSE



He-Man and the Masters of the Universe

SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





WINX CLUB



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE





**DIE BACHELORETTE
DER BACHELOR**



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



SCAN QR CODE



Methode 1 „Das ist ja typisch“ (Alter ab ca. 7 Jahre)

- **Ziele:** Gesellschaftliche Zuschreibungen und Geschlechterklischees hinterfragen
- **Material:** Eine Kiste mit Alltagsgegenständen + Bildkarten mit Medienfiguren und Held*innen der Kinder
- **Durchführung:**

Kinder ordnen Gegenstände als typisch weiblich / typisch männlich zu. Dazu Begründung und Diskussion. Gegenständen werden den Bildkarten zugeordnet. Was zeichnen diese Figuren aus? Können sie mit den Gegenständen was anfangen? Was macht sie für dich zu Vorbildern?

Methode 2 „Photobooth Filtermethode“ (Alter ab ca. 9 Jahre)

- **Ziele:** Schönheitsideale und digitale Identitäten hinterfragen
- **Material:** Tablets, App Photobooth oder Ähnliches, Präsentationsmöglichkeit
- **Durchführung:**

Kinder machen Selfies von sich und bearbeiten, um einen bestimmten Effekt zu erzielen (stark, schön, unsicher, cool, hässlich). Zweite Aufgabe: Selfie so bearbeiten, dass es geschlechtsneutral oder dem jeweils anderen Geschlecht zugeordnet werden kann. Reflexion: Wie habt ihr was gemacht? Wie fühlt sich das an? Was ist der Wert von „Echtheit“?

Methode 3 „Geschlechterbingo Influencer*innen“ (Alter ab ca. 12 Jahre)

Ziele: Schönheitsideale und digitale Identitäten hinterfragen

- **Material:** Bingo Karten (z.B. Macht Werbung für Kosmetik, zeigt Muskeln, gibt private Einblicke, spricht über Gefühle) + Laptops/Tablets zur Recherche
- **Durchführung:**
In Kleingruppen suchen die Kinder auf TikTok, Instagram oder YouTube nach Influencer*innen, die die Merkmale auf der Bingo-Karte erfüllen.
- **Reflexion:** Ist das wirklich ihr privates Leben oder eine Marke? Welches Rollenbild wird hier vermarktet? Warum fühlen wir uns diesen Personen nah?

Methode 4 „Kinder Redaktion“ (Alter ab 7 Jahre)

Ziele: Klischees hinterfragen, Inhalte und Machart reflektieren

Aufgabe: Gemeinsam Ausschnitt einer Lieblingsserie/film anschauen. Danach
Besprechung von Inhalt, Figuren, Darstellungen, ggf. Klischees

- **Stopp-Trick:** Clip an einer spannenden Stelle anhalten: „Wie könnte es weitergehen?“ / „Wie fühlt sich die Person gerade?“
- **Perspektivwechsel:** Fragen zur Diskussion: „Was wäre anders, wenn die Hauptrolle ein anderes Geschlecht hätte?“

- <https://www.flimmo.de/redtext/101400/schoenheitsideale-und-selbstdarstellung-in-den-medien>
- <https://www.flimmo.de/redtext/101507/schoenheitsideale-auf-social-media>
- <https://gender.jff.de/>
- <https://webhelm.de/wissen/>
- <https://webhelm.de/selbstdarstellung-privatsphaere-mit-tiktok/>
- <https://www.klicksafe.de/geschlechterklischees-im-internet>
- <https://www.fragfinn.de/?styp=&s=geschlechterrollen>

DigiGender / Digitale Toolbox der Stadt Wien

- <https://www.wien.gv.at/pdf/ma57/digigender-digitale-toolbox.pdf>

GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen

- <https://gender.jff.de/wp-content/uploads/2022/12/Studie.pdf>



Danke!