

**KUNST
HALLE
BREMEN**

(bre)ma Bremische
Landesmedienanstalt

#FAKE #SELFIE

**INSZENIERUNG IN KUNST
UND SOCIAL MEDIA**

ARBEITSMATERIALIEN FÜR DEN UNTERRICHT
ab 7. Klasse

Editorial

Wir sehen sie tagtäglich in den sozialen Medien: makellose Menschen. Sie sind sportlich, haben glatte Haut, sind durchgehend gut gelaunt und haben ein strahlend weißes Dauerlächeln auf den Lippen. Besonders bei erfolgreichen Influencer*innen, die für viele Jugendliche Vorbilder sind, wirken die Fotos auf den ersten Blick authentisch, sind es oft aber nicht. Umso wichtiger, das zu reflektieren: was für viele wie ein Phänomen aussieht, das durch die digitalen Medien aufkam und durch diese eine große Reichweite erhalten hat, ist keineswegs neu. Jedes Kunstwerk ist eine Inszenierung, hinter dem viel Aufwand steckt. Doch was haben das künstlerische Selbstporträt auf der Leinwand und das Selfie auf dem Smartphone gemeinsam? Welche Möglichkeiten und Gründe zur Selbstinszenierung gab es damals und welche gibt es heute? Woran ist eine möglicherweise unechte, verzerrte und gefakte Darstellung des Selbst erkennbar, wie wirkt sie auf die Betrachter*innen – und wer profitiert davon?

Sowohl in der Kunstgeschichte als auch in den sozialen Medien lassen sich in Gemälden und bei Selfies verschiedene Techniken, Strategien und Motivationen ermitteln, die der Selbstdarstellung zugrunde liegen. Ob gesellschaftliche Erwartungen, finanzielle Anreize, Reichweite, Anerkennung oder Provokation – Modifikationen einer vermeintlich authentischen Selbstdarstellung sind nicht unbedingt ein Makel. Doch gerade junge Betrachter*innen, die durch Fake-Darstellungen ihrer Lieblings-Influencer*innen leicht beeinflussbar sind, sollten deren Strategien und Intentionen erkennen und einordnen können. Es geht darum, echt von fake zu unterscheiden, damit Jugendliche nicht sofort alles glauben, was sie sehen – und das geht nur, wenn sie auch die manipulativen Potenziale der Medien kennen.

Durch den Vergleich von analogen und digitalen Selbstdarstellungen können unsere Arbeitsmaterialien Schüler*innen (SuS) für die Bandbreite von Fake-Mechanismen sensibilisieren, zu einem bewussteren Umgang mit sozialen Medien beitragen und zu einer reflektierten Auseinandersetzung mit

Selbstinszenierungen führen. Neben der Betrachtung von Darstellungen in den sozialen Medien und in der Kunstgeschichte geht es auch um die eigene Selbstdarstellung. Als Lernziel wird der Blick für Selbstinszenierungen geschärft und Hintergründe für die jeweils gewählte Darstellungsform werden ergründet. Diese Arbeitsmaterialien können sowohl im Kunstunterricht als auch in anderen Fächern wie Geschichte, Politik, Religion, Philosophie, Deutsch und z. B. im Rahmen von Projekttagen eingesetzt werden. Nach zwei einführenden Texten folgen konkrete Anregungen für einen Unterrichtsverlauf. Die Einheit ist modular aufgebaut, sodass auch nur einzelne Aufgaben verwendet werden können. Dennoch ist sie so konzipiert, dass die Phasen aufeinander aufbauen und insgesamt einen zeitlichen Rahmen von ca. drei Doppelstunden benötigen. Gedacht ist dieses Material für Jugendliche ab ca. 13 Jahren (7. bis 10. Klasse). Für höhere Altersstufen (11. und 12. Klasse) sind die Vertiefungsmöglichkeiten lila gekennzeichnet. Das Material sowie die Kopiervorlagen stehen auch online zur Verfügung und können unter www.bremische-landesmedienanstalt.de/medienkompetenz und www.kunsthalle-bremen.de/schule-kita heruntergeladen werden.

Entwickelt wurde dieses Arbeitsmaterial auf Grundlage des Workshops „#Fake #Selfie – Selbstinszenierung in Kunst und Social Media“. Für das gleichnamige Kooperationsprojekt wurde die Kunsthalle gemeinsam mit der Bremischen Landesmedienanstalt im Jahr durch die VGH-Stiftung mit dem Förderpreis Museumspädagogik 2018 ausgezeichnet. Dafür sind wir sehr dankbar, denn am Ende ermöglichte uns dieser Preis die Vertiefung unseres Peer-to-Peer-Angebots in Form dieser Unterrichtseinheit.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Bearbeiten dieses vielfältigen Themas!

Cornelia Holsten,
Direktorin der Bremischen
Landesmedienanstalt

Prof. Dr. Christoph Grunenberg,
Direktor der Kunsthalle Bremen

Impressum

Herausgeber

Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen
Bremische Landesmedienanstalt (bre|ma)
Am Wall 207, 28195 Bremen / Richtweg 14, 28195 Bremen
Tel.: +49 421 32908 0 / Tel.: +49 421 33 494 0
E-Mail: info@kunsthalle-bremen.de / info@bremische-landesmedienanstalt.de
Webseite: www.kunsthalle-bremen.de / www.bremische-landesmedienanstalt.de

Verantwortlich

Elisa Fritzsche, Bildung & Vermittlung, Kunsthalle Bremen
Edina Medra, Referentin für Medienkompetenz, (bre|ma)

Autor*innen Fachtexte

Tamira Mühlhausen, Maren Schwartz, Katharina Nölle und Hartwig Dingfelder

Redaktion

Edina Medra und Katharina Nölle (bre|ma)
Hartwig Dingfelder, Elisa Fritzsche und Lisa Kärcher (Kunsthalle Bremen)

Copyright © 2020

by (bre|ma und Kunsthalle Bremen)

Stand: April 2020

Alle Rechte vorbehalten

Abbildungsnachweis:

Titelbild (Seite 1): Lisa Kärcher
Medienwandel (Seite 7): Katharina Nölle
Kunstwerke:
Heinrich Knauth und Ludwig Friedrich August Schott,
Doppelbildnis der Künstler, 1833
© Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen
Foto: Lars Lohrisch
Paula Modersohn-Becker, *Selbstbildnis am 6. Hochzeitstag*, 1906
© Museen Böttcherstraße, Paula Modersohn-Becker Museum
Rembrandt Harmenszoon van Rijn, *Selbstbildnis mit verärgertem Gesicht*, 1630
© Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen
Foto: Lars Lohrisch
Max Beckmann, *Selbstbildnis mit Saxophon*, 1930
Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen © VG Bild-Kunst, Bonn 2020
Foto: Lars Lohrisch

Gestaltung und Satz

Tobias Katt, www.tobiarts.de

Lektorat

Franziska Riedel (bre|ma)

Druck

www.saxoprint.de

Das Selbstporträt im kulturhistorischen Kontext

Grundlegend für das Selbstbildnis ist der Blick in den Spiegel. Das gilt für das gezeichnete und gemalte Selbstporträt, mit dem sich Kunstschaffende von Albrecht Dürer bis David Hockney zu inszenieren wussten. Und das gilt gleichermaßen für das Selfie. Hier wird die Funktion des Spiegels vom Kamerabild im Display des Smartphones übernommen.

Im Selfie wie im künstlerischen Selbstporträt werden Aspekte wie Bildausschnitt, Lichtbalance, Auswahl der Attribute und des Hintergrunds im Spiegel definiert. Mit dem Pinsel auf der Leinwand, dem Stift auf dem Papier oder den Bearbeitungswerkzeugen und Filtern in der Foto-App werden diese gestaltet. Ähnlich wie sich der Künstler im Selbstporträt inszeniert, kann sich heute jeder*mann in Form eines Selfies darstellen.

In den vergangenen 500 Jahren hat sich der Umgang mit dem Spiegelbild im künstlerischen Selbstporträt grundlegend verändert. Während sich die Inszenierung des Selbst bis ins 19. Jahrhundert vor allem auf den persönlichen und beruflichen Status sowie das individuelle Aussehen und den charakterlichen Ausdruck konzentrierte, wird sie schon im späten 19. Jahrhunderts bis heute um die Reflexion innerer Zustände und individueller Wunschvorstellungen ergänzt.

Und welche Möglichkeiten eröffneten sich Menschen früherer Jahrhunderte mit Bedürfnis nach Selbstdarstellung, aber ohne künstlerische Fertigkeiten? Mit den nötigen finanziellen Mitteln ausgestattet beauftragten sie Porträtkünstler*innen. So entstanden bis ins 18. Jahrhundert in erster Linie Standesporträts von Adligen und Kirchenleuten, später auch von Bürger*innen im privaten oder beruflichen Kontext. Im Porträt konnte man seinen tatsächlichen oder erstrebten gesellschaftlichen Status zum Ausdruck bringen.

Rembrandt als Influencer und Marketing-Profi



Eine herausragende Stellung in der Geschichte der Selbstdarstellung nimmt im Hinblick auf Qualität, Verbreitung und Vorbildcharakter bis heute Rembrandt Harmenszoon van Rijn ein: Rembrandt inszenierte sich in seinen über 80 Selbstbildnissen mit fröhlicher, grimmiger, sorgenvoller oder skeptischer Miene und mit unterschiedlichsten Bekleidungen und Kopfbedeckungen. Sein Variantenreichtum zeigt: Rembrandt beherrschte

die authentische Abbildung des gesamten emotionalen Spektrums. Damit demonstrierte er seine künstlerischen Fertigkeiten und präsentierte sich auf dem Kunstmarkt. Vor allem das schnelle und wirkungsvolle Medium der Kaltnadelradierung ermöglichte ihm eine hochwertige Vervielfältigung und große Verbreitung. Rembrandts Marketingstrategie zahlte sich aus: Schon unter den Kunstsammler*innen seiner Zeit galten Rembrandts Selbstporträts als Zeichen von Qualität und Geschmack der eigenen Sammlung. Wegen seiner Wirkung auf Künstler*innen würde man Rembrandt heute als einen äußerst erfolgreichen Influencer bezeichnen. (Def. Influencer siehe S. 4).

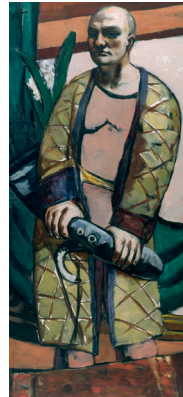
Friendship Goals – Freundschaftsbilder



Im Selbstporträt haben sich immer wieder Sonderformen herausgebildet, die auch dem Zeitgeist geschuldet waren. Als sich zum Beispiel im frühen 19. Jahrhundert an vielen Orten Vereine, Burschenschaften und Freundschaftsbünde bildeten und als man der Freundschaft in der Musik und Literatur wie einer Ersatzreligion huldigte, malten auch die Künstler*innen zunehmend Freundschaftsbilder. Oft zeigte es Freundschaften zwischen Künstler*innen, wie in dem *Doppelbildnis der Künstler* (Kunsthalle Bremen), das Heinrich Knauth und Ludwig

Friedrich August Schott 1833 gemeinsam gemalt haben. In diesem kleinen, aber wirkungsvollen romantischen Bild inszenieren sich beide Künstler sowohl als Freunde, indem sie sich gegenseitig den Arm um die Schulter legen, als auch als etablierte und selbstbewusste Bürger. Hinweise auf ihre Profession – z.B. Palette und Pinsel oder Steinblock und Meißel – fehlen. Übrigens bleibt das Freundschaftsbild, also die Darstellung zweier oder mehrerer, innig einander zugewandter Menschen ohne erotische Konnotation, auch nach seiner Blütezeit im 19. Jahrhundert in der Kunstgeschichte bis heute präsent.

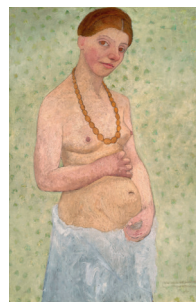
Inszenierung mit Attributen



Zu allen Zeiten wurden charakteristische Outfits, Settings oder Gegenstände in Selbstinszenierungen als Codes eingesetzt, die den Betrachtenden Hinweise auf die Intentionen der Autor*innen liefern. Doch Max Beckmann verzichtet in seinem *Selbstbildnis mit Saxophon* von 1930 (Kunsthalle Bremen) auf Attribute, die ihn als bildenden Künstler ausweisen. Vielmehr inszeniert Beckmann sich in diesem Selbstbildnis mit dem stilprägenden Instrument in den Händen als Anhänger des Jazz – einer im Jahr 1930 noch jungen, hochmodernen Musikrichtung und Subkultur. Beckmann hat seine Liebe zum Nachleben der Großstädte in vielen seiner Gemälde und Grafiken zum Ausdruck gebracht.

Oft stehen die Figuren in Beckmanns Bildern mit ihren jeweiligen Attributen als Metaphern für existenzielle, individuelle oder gesellschaftliche Gegebenheiten. Auch hier ist nicht auszuschließen, dass er das Saxophon etwa als Symbol mit sexuellem Charakter einbezogen hat – gleichzeitig weisen Überbleibsel eines Grammofons aus einem früheren Zustand des Gemäldes darauf hin, dass Musik für den passionierten Schellackplattensammler Beckmann einfach eine wichtige Rolle spielte. Das Saxophon mag Beckmann als spezifischer Hinweis auf den Swing-Jazz jener Jahre passender erschienen sein, als der auch alle etablierteren Musikformen wiedergebende Plattenspieler. Einen Hang zum Nonkonformismus drückte Beckmann auch mit seiner Kleidung aus, einem simplen Artistentrikot unter dem schweren, bohémienhaften Morgenrock.

Virtuelle Inszenierung – Projektion und Fiktion im Selbstbildnis



In der Tradition Rembrandts stehend und doch so anders: Wie Max Beckmann gilt auch Paula Modersohn-Becker heute als Ikone der modernen Kunst – auch und gerade durch ihre vielfältigen Selbstporträts in unterschiedlichsten Variationen. Paula Modersohn-Beckers wohl berühmtestes Selbstporträt, das *Selbstbildnis am 6. Hochzeitstag* aus dem Jahr 1906 (Museen Böttcherstraße, Paula Modersohn-Becker Museum) war und ist in jeder Hinsicht unkonventionell. Zunächst stellte sie sich hier mit nacktem Oberkörper

dar, was keine Künstlerin vor ihr getan hat. Darüber hinaus malte sie sich als Schwangere. Auch das war unüblich, denn Schwangerschaft war weder zu ihrer Zeit noch in den Jahrhunderten davor ein Bildthema, das außerhalb der christlichen Ikonografie auftauchte. Und entspricht wohl auch heute noch nicht den künstlerischen wie alltäglichen Darstellungskonventionen: Modersohn-Becker zeigte sich als Schwangere, ihren großen Kinderwunsch ausdrückend, ohne jedoch tatsächlich schwanger gewesen zu sein. Ihre Schwangerschaft begann erst im darauffolgenden Jahr – folgeschwer, denn sie starb wenige Tage nach der Geburt ihrer Tochter im Wochenbett im November 1907.

■ Ergänzungen zum Thema Selbstporträt:

Die Kunsthalle Bremen und die Museen Böttcherstraße bieten ein umfangreiches Workshopangebot für Schulklassen an, in dessen Rahmen das Thema Selbstporträt und Selbstdarstellung weiter vertieft werden kann: www.kunsthalle-bremen.de/schule-kita und www.museen-boettcherstrasse.de/schulangebote

Faszination Selfie – Selbstdarstellung in digitalen Medien

Wie in dem vorangegangenen kunsthistorischen Abriss deutlich wurde, hat die Selbstdarstellung in Form eines Selbstporträts eine langjährige Tradition. Die Erfindung der Fotografie bewirkte schließlich eine Demokratisierung des Bildmediums und machte die bildliche Selbstdarstellung für große Teile der Bevölkerung möglich. Durch mobile Technik wie Smartphones ist das Fotografieren heutzutage ein fester Bestandteil des Alltags geworden und jederzeit sowie beinahe überall möglich. Die einfache Handhabung macht „Selfies“, insbesondere bei Jugendlichen, zur besonders beliebten Entstehungsform von Porträts. Bedeutsame Unterschiede zu den Selbstbildnissen früher: Die Fotos können durch das Teilen auf sozialen Netzwerken eine enorm hohe Reichweite haben und öffentlich „geliked“ oder kommentiert werden. Das Versehen mit Hashtags ermöglicht eine Einordnung in umfassendere thematische Zusammenhänge. Die Allgegenwärtigkeit und massenhafte Verbreitung von Bildern fördern zudem den sozialen Vergleich, welcher wiederum sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf das Individuum haben kann.

Ich und mein gesellschaftliches Spiegelbild

Während Selfies, auch in der Forschungsliteratur, oftmals vorschnell mit Narzissmus und Künstlichkeit verbunden werden, können die Gründe für die visuelle Selbstthematisierung vielfältig sein. So können die Selbstdarstellungen einerseits als Suche nach Anerkennung und als situative Selbstwirksamkeitserfahrung mit dem Bestreben nach einer hohen Reichweite gedeutet werden. Andererseits spiegeln Posen und Inszenierungen oft gesellschaftliche Normerwartungen und geschlechtsspezifische Stereotype wider. Ein Beispiel hierfür wäre ein Spiegel-Selfie in einem Fitnessstudio, welches die Person muskulös und in stylischer Sportbekleidung zeigt, sowie Selfies, die eine Person mit seinen Freunden zu einem besonderen Anlass zeigt, wie z.B. bei der Oscar Preisverleihung 2014 (siehe online Bildersuche nach den Begriffen: oscar 2014 selfie).

Identität und Reflexion

Doch auch kritische Distanzierungen von jeglichen Rollenbildern finden über die jugendliche Bildsprache statt. Studien haben gezeigt, dass Selfies nicht nur der Stärkung interpersoneller Beziehungen dienen, sondern auch Ausdruck von (gesellschaftskritischem) Protest und ein Merkmal der Selbstreflexion und Identitätsarbeit sein können. Beispiele hierfür sind fiktionalisierende Bildformen wie eine Vermummung durch Maskierung oder Darstellungen, in denen durch kreative Bildbearbeitung Fiktion und Realität miteinander vermischt werden.

Die Kommerzialisierung des Selbstporträts

So wie Rembrandts Selbstporträts seinerzeit auf dem Kunstmarkt an Wert gewonnen haben, werden auch in Sozialen Medien Selfies mit hoher Reichweite zum Zweck der Monetarisierung verwendet. Bei Influencer*innen, die mit Unternehmen kooperieren, stehen oftmals kommerzielle Interessen im Vordergrund. Selbstporträts werden in diesen Zusammenhängen genutzt, um für ein

bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung zu werben. In einem solchen Fall ist die Kooperation mit einem Unternehmen im veröffentlichten Beitrag als Werbung zu kennzeichnen. Die Aufsicht über die richtige Kennzeichnung von Werbung ist in Deutschland unter anderem die Aufgabe von Landesmedienanstalten.

Definition Selfie: Als Selfie wird ein „mit der Digitalkamera [...] meist spontan aufgenommenes Selbstporträt einer oder mehrerer Personen“ (Dudenredaktion o. J.: „Selfie“) bezeichnet. Aus sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive sind diese Arten der visuellen Selbstdarstellungen auch als „Spiegel und Momentaufnahmen, mit denen Merkmale des sozialen Miteinanders und Erfahrungen, aber auch emotionale Facetten visuell festgehalten und geteilt“ (Völcker/Bruns 2018, S. 5) werden, zu verstehen.

Definition Influencer: Als Influencer*innen (deutsch: Beeinflussende, Meinungsmachende) werden Personen bezeichnet, die in sozialen Netzwerken ein hohes Ansehen genießen, eine starke Präsenz zeigen und dadurch einen großen Einfluss auf ihre „Follower“, also auf ihre Abonnent*innen, haben. Studien haben gezeigt, dass die meisten konsumierenden Personen als Influencer*innen wahrnehmen, wenn sie mindestens 10.000 Follower haben. Eine bestimmte Anzahl an Followern ist auch notwendig, damit Influencer*innen für Marketingzwecke von Unternehmen angefragt werden (vgl. ARD-Forschungsdienst 2018).

Definition Influencer Marketing: Ab einer bestimmten Anzahl an Follower*innen ist für Unternehmen eine Zusammenarbeit mit Influencer*innen lukrativ. Als Influencer Marketing wird „die Planung, Steuerung und Kontrolle des gezielten Einsatzes von Social-Media-Meinungsführern und Multiplikatoren“ (Deges o.J.) bezeichnet. Dabei stellen Unternehmen den Influencer*innen Produkte kostenlos zur Verfügung („PR-Samples“) oder bezahlen sie dafür, die Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens öffentlich vorzustellen oder zu zeigen (Werbung oder Produktplatzierung). Ziel ist es, das Vertrauen der jeweiligen Zielgruppe zu den Influencer*innen zu nutzen, um „die Wertigkeit und Glaubwürdigkeit der eigenen Markenbotschaft zu steigern“ (Online Marketing o. J.). Influencer Marketing ist äußerst erfolgreich und gewinnt zunehmend an Relevanz. Bei einer Umfrage, an der 4.000 Personen zwischen 16 und 61 Jahren in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und den USA teilnahmen, gaben 31 Prozent der Befragten an, bereits ein Produkt gekauft oder einen Service genutzt zu haben, das/der von Influencer*innen in veröffentlichten Beiträgen präsentiert wurde (vgl. ARD-Forschungsdienst 2018; Olapic 2018).

■ Vertiefende Literatur:

Völcker, Matthias; Bruns, Alexander (2018): Die digitale Selbstdarstellung: Zur subjektiven Bedeutung von Selfies für Heranwachsende und junge Erwachsene. Forum Qualitative Sozialforschung, 19(3), Art. 17. <http://dx.doi.org/10.17169/fqs-19.3.2873>

Möglicher Unterrichtsverlauf/ Vorschläge für die Umsetzung im Unterricht

1. Doppelstunde			2. Doppelstunde			3. Doppelstunde					
Phase	Inhalt	Arbeitsform/ Methode	Medien/ Arbeitsmaterial	Phase	Inhalt	Arbeitsform/ Methode	Medien/ Arbeitsmaterial	Phase	Inhalt	Arbeitsform/ Methode	Medien/ Arbeitsmaterial
Einstieg	Spiel „Medienwandel“ Lernziel: Historischen Wandel verdeutlichen, Medien definieren, Kenntnisstand erfassen und erweitern ■ Vertiefung: Diskussion der Medien- definitionen	Aktivierung Diskussion in Kleingruppen	Tabelle mit Darstellungen der Gesten (S. 7)	Einstieg	Definition Influencer	Kennisstand abfragen	Tafel Definition (S. 4)	Phase 3 Vorüberlegungen	Eigene Selbstdarstellung Lernziel: Balance zwischen Darstellung und Leerstellen z.B. durch Inkognito-Selfie – wieviel und was zeige ich warum von mir?	Einzelarbeit	Tabelle (S. 12)
Phase 1 Kunsthistorische Auseinandersetzung mit dem Thema Selbstdarstellung	Gemäldeanalyse Lernziel: Genaueres Beobachten und Hintergründe kennenlernen 1.1 Hashtag 1.2 Szenische Interpretation 1.2.1 Nachstellen 1.2.2 Gruppen-Hashtag 1.2.3 Plenum 1.3 Karteikarten ■ Vertiefung: Vergleich zwischen gestern und heute	Einzelarbeit: Bildbetrachtung Gruppenarbeit: Szenische Interpretation Präsentation	1 x Tabelle (S. 12) für jede *n SuS in A3 Vier Bilder (S. 9) groß ausgedruckt Karteikarten (S. 9)	Phase 2 Selbstdarstellung in Social Media	Influencer-Selfie analysieren Lernziel: Mechanismen und Motivation der Selbstdarstellung auf Sozialen Plattformen erkennen 2.1 Bildauswahl 2.2 Bilderfassung ■ Vertiefung: Vergleich zwischen Darstellung von Geschlechtern 2.3 Motivation bzw. Intention	Gruppenarbeit Einzelarbeit: assoziatives Schreiben	Handy mit Influencer-Selfie Tabelle (S. 12)	Selbste erstellen	Kreativarbeit: Digitale oder analoge Selbstdarstellung ■ Vertiefung: Gegenüberstellung eigenes Bild vs. Influencer-Bild	Einzelarbeit	Verschiedene Materialien zur kreativen Gestaltung
Reflexion Hausaufgabe	Kurze Reflexion im Plenum, Selfie bzw. Selbstdarstellung von Influencer raussuchen	Diskussion im Plenum	Influencer-Bild auf Handy mitbringen (Screenshot)	Ergebnisdokumentation	Plenum: Welche Motive lassen sich erkennen? Sammlung von Motiven und Intentionen. Top 3 Motive aussuchen	Sammeln von Ergebnissen Diskussion	Tafel	Phase 4 Einstieg in die Reflexion	Reflexion Eigenschaften von Gemälden und Foto-Selfie ergänzen (Rückkopplung an Einstiegsaufgabe)	Plenum	Tafel
								Reflexion und Fazit	Galerie: Vergleich der Selbstdarstellungen früher, heute und selbst Lernziel: Wandel erkennen und Intentionen verstehen ■ Vertiefung: Szenario-Methode	Plenum: Galerie World-Café oder Intensions-Cluster	Tabelle (S. 12) Alle Bilder an der Wand Drei Tische mit Flipchartpapier in der Mitte

Einstieg – Medienwandel: ein aktivierendes Spiel

Didaktische Hinweise: Wie haben sich die Medien im Laufe der Geschichte verändert und was sind Medien überhaupt? Erkenntnisgewinn durch das Spiel: Die unterschiedlichen Medien bauen aufeinander auf, haben aktuell auch noch alle eine Daseinsberechtigung, vermitteln Inhalte auf verschiedene Weise.

Spielverlauf: Zuerst wird in das Themenfeld der Medien spielerisch und aktivierend eingeführt. Das Spiel „Medienwandel“ stellt die historische Entwicklung der Medientechniken visuell dar, indem die Schülerinnen und Schüler (SuS) je ein Medium verkörpern. Zu Beginn stellen sie das gleiche Medium gestisch dar (Reihenfolge und Geste siehe Tabelle anbei). Alle SuS fangen als das Medium „Sprache“ an, indem sie stumm die Worte „Bla Bla Bla“ formen und dabei durcheinander im Raum herumgehen. Dann suchen sie sich ein Gegenüber und spielen Schere-Stein-Papier. Wer eine Runde weiter kommt, wird zur „Schrift“ und sucht eine andere „Schrift“ unter den Mitschüler*innen, um wieder Schere-Stein-Papier gegeneinander zu spielen. Die Verlierer*innen dieser Runde Schere-Stein-Papier verbleiben in ihrer Medienart und suchen sich ihrerseits neue SuS mit derselben Medienart. So führt das Spiel jeden einzelnen von Medium zu Medium bis zum aktuellen „Selfie-Stadium“. Wer

diesen letzten Schritt erreicht hat, stellt sich an den Rand der Gruppe und signalisiert dadurch, dass er fertig ist. Dort kann ein „Selfie“ mit der aktuellen Medienlandschaft (sprich: den anderen SuS) im Hintergrund erstellt werden. Das Spiel endet, wenn fünf Personen mit der Medienart „Selfies“ am Rand stehen. Am Schluss existieren im Raum ganz viele Medien parallel, was die aktuelle Medienvielfalt in der Gesellschaft abbildet. Es gibt also keine Gewinner*innen oder Verlierer*innen.

Nach dem Spiel:

- Die SuS setzen sich hin, bleiben aber in ihrer „Rolle“ und nennen zu ihrem Medium drei Stichpunkte. Der konkrete Arbeitsauftrag lautet: „Definiere, was macht dich als Medium aus“.
- Die Lehrkraft achtet dabei darauf, dass bei dem Vergleich nicht gewertet wird bzw. keines der Medien als etwas „Besseres“ dargestellt wird (ggf. kann man die Stichpunkte im Anschluss sammeln und diskutieren).
- Anschließend verweist die Lehrkraft darauf, dass Gemälde und Selfies in den weiteren Stunden den Schwerpunkt bilden werden. Eigenschaften dieser beiden Medien werden an die Tafel geschrieben und bei der Reflexion in Phase 4 aufgegriffen.



■ Vertiefung: Diskussion der Mediendefinitionen

Didaktische Hinweise: Nach dem spielerischen Einstieg durch das aktivierende Spiel „Medienwandel“ kann der Begriff „Medien“ gemeinsam definiert werden. Kommunikation geschieht über Medien als Vermittler. Ein Brief ist durch sein Merkmal der Schriftsprache anders zugänglich als beispielsweise ein Foto, beide gelten jedoch als Medien. In engeren Definitionen wird der Begriff „Medium“ auf das technische Gerät reduziert, wie Smartphone oder Fernsehgerät. Soziale Netzwerke und Computerspiele fallen wiederum unter die breite Definition des Begriffs. Folgende Fragen könnten die SuS in Kleingruppen vertiefend behandeln:

1. Welche Medien fehlen in der Tabelle auf S. 7? Ergänzt die Liste (Mögliche Antworten: Soziale Medien, Computerspiele, Film, Fernsehen, Sprache)
2. Wodurch unterscheiden sich diese Medien? Und wie wird jeweils unterschiedlich kommuniziert? (Mögliche Antworten: manche sind objektthafte Träger und andere sind Medieninhalte; manche beziehen sich auf Text, andere auf Bilder.)
3. Überlegt Euch eine Definition für Medien.
(Nehmen Sie die untenstehenden Definitionen von Saxer, Kittler und Hörisch als Grundlage für eine Diskussion mit den SuS.)

Definition Medien

1.	Saxer (1994, S. 532)	„Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“
2.	Kittler (1995, S. 519)	„Medien sind Technik zum Speichern, Übertragen und Verarbeiten von Informationen.“
3.	Hörisch (1998, S. 28)	„Medien speichern und/oder transportieren über unterschiedliche Kanäle (wie Bücher, Telefonleitungen, Tonbänder und Disketten) Mitteilungen und Informationen.“



1. Medium:
Sprache

Geste:
Stumm die Worte
„Bla Bla Bla“ formen



5. Medium:
Foto

Geste:
Apparat in der Hand
imitieren, ans Auge
führen und
Auslöser mit dem
Zeigefinger drücken



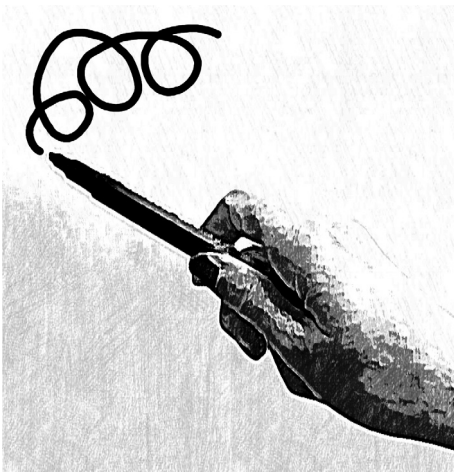
2. Medium:
Schrift

Geste:
Schreibende Bewe-
gung mit der Hand
imitieren und dabei
die andere Hand als
Blatt nutzen



6. Medium:
Film

Geste:
Filmklappe mit den
Händen imitieren



3. Medium:
Gemälde

Geste:
In der Luft malende
Handbewegung (z.B.
lange Pinselstriche
und Kreise) imitieren



7. Medium:
**Soziales
Netzwerk**

Geste:
Daumen hochhalten,
um Facebook-Like zu
imitieren



4. Medium:
Buch

Geste:
Öffnen und
Schließen eines
Buchs imitieren



8. Medium:
Selfie

Geste:
Hand wie mit einem
Smartphone in der
Hand über den
Kopf strecken (typi-
sche Selfie-Haltung)

Phase 1 – Kunsthistorische Auseinandersetzung

Didaktische Hinweise: Es stehen vier kunsthistorische Porträts zur Auswahl. Die separaten Karteikarten beinhalten Hintergrundwissen über die jeweiligen Gemälde für die Bearbeitung von Aufgabe 1.3. Außerdem benötigt jede*r SuS eine Kopie der Tabelle auf Seite 12. Lernziel: Genaues Beobachten und Hintergründe kennen lernen; Gemäldeanalyse.

Ablauf: Es finden sich Kleingruppen von mindestens vier, maximal sechs Personen zusammen. Pro Gruppe wird jeweils ein Bild ausgewählt und mithilfe folgender Aufgaben „analysiert“.

1.1 Hashtags

- Einzelarbeit: Jede*r macht sich zu folgenden Fragen Gedanken und notiert die Antworten auf der Rückseite der Tabelle.
 - Was ist dein erster Gedanke zum Bild?
 - Welche drei Hashtags würdest du für das Bild vergeben?

1.2 Szenische Interpretation

1.2.1 Gruppenarbeit: Die Szene des Gemäldes wird nachgestellt. Dabei werden folgende Rollen eingenommen, die durch die SuS selbst oder die Lehrkraft verteilt werden.

Figur (ein bzw. zwei Personen): folgt/folgen den Anweisungen der Regie, um die Szene des Gemäldes nachzustellen

*Regisseur*in*: gibt der/den Figur/-en die Anweisung, wie die Pose auf dem Gemälde optimal nachzustellen ist. Dabei sollen auch Gegenstände, Perspektive, Hintergrund und Kleidung berücksichtigt werden.

*Psychologe*in*: Wenn die Endposition eingenommen ist, fragt die/der Psychologe*in die Figur/-en nach den Gefühlen und Gedanken, die in der nachgestellten Pose entstehen: Wie fühlst du dich in dieser Pose bzw. mit dieser Mimik? (Mögliche Antworten: natürlich/unnatürlich, wohl/unwohl, etc.)

*Beobachter*in*: beobachtet die Szene und trägt die gesehenen Elemente und gehörten Aussagen soweit wie möglich in die Tabelle (S. 12, Nr. 1–5) ein.

Wenn die Szene abgeschlossen ist, kann ein Foto mit dem gleichen Ausschnitt wie dem des Gemäldes von der Szene gemacht werden. Danach werden Szene (oder Foto der Szene) und Gemälde verglichen und die restlichen Gestaltungselemente (Nr. 4+5) gemeinsam von der Kleingruppe in die Tabelle eingetragen.

1.2.2 Gruppenarbeit: Abschließend einigt sich die Gruppe gemeinsam auf einen Hashtag, der ihrer Meinung nach das Bild am besten beschreibt, und trägt ihn in die Tabelle ein (Nr. 4).

1.2.3 Plenum: Die Gruppen stellen die Ergebnisse aus der Tabelle und den gewählten Hashtag vor.

1.3 Karteikarten

- Gruppenarbeit: Jede Gruppe erhält die zu dem ausgewählten Bild passende Karteikarte, liest sich die Informationen durch und gleicht diese mit den eigenen Ergebnissen aus der Tabelle ab. Jetzt werden auch die Intentionen des Künstlers erfasst und in die Tabelle eingetragen (Nr. 5).

■ Vertiefung: Vergleich zwischen gestern und heute

Wäre es denkbar, sich heute so zu inszenieren?

- Plenum: Die Lehrkraft fragt die SuS nach ihren neu gewonnen Erkenntnissen und ergänzt diese ggf., um eine vollständige Tabelle zu erhalten.

Hausaufgabe: Jede*r SuS sucht im Internet ein Selfie eines*r Influencer*in heraus, das dem ausgewählten Gemälde ähnelt, und zu dem der Gruppen-Hashtag passt. Achtung: Sofern es möglich ist, sollen „echte“ Selfies (= Selbstporträts) gefunden werden und die/der Influencer*in sollte eine Reichweite von mindestens 10.000 Followern haben. Die SuS haben die Aufgabe, alle auffindbaren Informationen zu dem Selfie zu notieren, beispielsweise: Wo ist das Bild entstanden, wer ist noch zu sehen und warum wurde es aufgenommen? Anschließend machen die SuS von dem Selfie einen Screenshot und bringen diesen in der nächsten Unterrichtsstunde offline abrufbar auf dem Handy mit.

Erklärung: Szenische Interpretation

Eine „Szenische Interpretation“ zeichnet sich dadurch aus, dass literarische Texte sowie Kunstwerke „nicht von einer Außenperspektive analysiert und interpretiert, sondern von einer Binnenperspektive erkundet werden, indem jede Schülerin, jeder Schüler sich in eine Figur einfühlt und [...] aus der Perspektive dieser Figur szenisch agiert“ (Kumschlies 2008, S. 13). Die Rezipierenden begeben sich somit in den literarischen Text (bzw. in das Kunstwerk [A.d.R.]) hinein, füllen ihn mit Leben und machen ihn „emotional, imaginativ und leibsinlich erfahrbar“ (ebd.).



Arbeitsblatt Karteikarten



Heinrich Knauth (1804 – nach 1845) und Ludwig Friedrich August Schott (1811 – 1843)

- Der Freundschaft wurde im frühen 19. Jahrhundert in Musik und Literatur wie einer Ersatzreligion gehuldigt.
- In der Kunst bekam das Freundschaftsbildnis so auch einen herausragenden Stellenwert.
- Hier: Beide Künstler haben sich gegenseitig in diesem Bild porträtiert.
- Inszenierung als Freunde – Arm in Arm, aber auch Darstellung als etablierte und selbstbewusste Bürger.
- Attribute (Pinsel, Palette oder Steinblock und Meißel), die auf das künstlerische Wirken schließen lassen, sind nicht dargestellt.
- Ausdruck der gegenseitigen Freundschaft, aber auch die Präsentation der künstlerischen Fertigkeiten können die Intention dieses Werkes sein.

Heinrich Knauth und Ludwig Friedrich August Schott, *Doppelbildnis der Künstler*, 1833
© Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen



Max Beckmann (1884 – 1950)

- Selbstporträt als Artist oder Schauspieler mit Saxophon.
- Das Bild ist eines von mehreren Selbstporträts, in denen Max Beckmann sich selbst als Artist oder Clown verkleidet darstellt.
- Verzichtet auf Attribute (zum Beispiel Pinsel, Palette oder Leinwand), die ihn als Künstler ausweisen.
- Bezug zur (Jazz-)Musik wird durch das Saxophon deutlich.
- Gewählte Kleidung (Artistentrikot und Bademantel) drückt seine persönliche Einstellung aus, die nicht mit den allgemein anerkannten Ansichten seiner Zeit übereinstimmen.

Max Beckmann, *Selbstbildnis mit Saxophon*, 1930
Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen © VG Bild-Kunst, Bonn 2020



Paula Modersohn-Becker (1876 – 1907)

- Schuf eine Vielzahl an Selbstporträts in unterschiedlichsten Varianten.
- Hier: Selbstporträt als Schwangere.
- Unkonventionelle Selbstinszenierung als Akt im Halbprofil – das hatte vor ihr noch keine Künstlerin gemacht.
- Schwangerschaft wird durch die Pose noch mehr betont.
- Schwangerschaft war bis dahin kein Bildthema in der Kunstgeschichte (außer in christlichen Mariendarstellungen)
- Mit dem Bild verleiht Modersohn-Becker ihrem bislang unerfüllten Kinderwunsch Ausdruck.

Paula Modersohn-Becker, *Selbstbildnis am 6. Hochzeitstag*, 1906
© Museen Böttcherstraße, Paula Modersohn-Becker Museum



Rembrandt Harmenszoon van Rijn (1606 – 1669)

- Insgesamt über 80 Selbstbildnisse erschaffen, in denen er unterschiedlichste Gemütsstimmungen zum Ausdruck brachte.
- Beherrschte die authentischen Abbildungen des gesamten emotionalen Spektrums.
- Wollte damit seine künstlerischen Fertigkeiten zum Ausdruck bringen, um sich auf dem Kunstmarkt einen Namen zu machen.
- Verbreitung seiner Selbstbildnisse durch die grafischen Techniken.
- Machte Eindruck sowohl auf seine Zeitgenossen als auch auf die nachfolgenden Generationen.
- „Influencer“ des 17. Jahrhunderts.

Rembrandt Harmenszoon van Rijn, *Selbstbildnis mit vergrößertem Gesicht*, 1630
© Kunsthalle Bremen – Der Kunstverein in Bremen

Phase 2 – Selbstdarstellung in Social Media

Didaktische Hinweise: Die SuS arbeiten mit dem eigenen Handy und der Tabelle weiter. Lernziel: Mechanismen, Motivation bzw. Gründe der Selbstdarstellung auf Sozialen Plattformen erkennen.

Ablauf: Es wird in den gleichen Kleingruppen weitergearbeitet und eines der gefundenen Influencer*innen-Bilder mithilfe folgender Schritte analysiert.

2.1 Bildauswahl

Gruppenarbeit: Jede*r SuS begründet die Auswahl des eigenen Influencer-Bildes. Anschließend tauschen die Gruppenmitglieder ihre Meinungen über die mitgebrachten Bilder aus und einigen sich auf ein Bild, das am besten zum Gruppen-Hashtag und zum Gemälde passt. Damit das Bild von jedem abgerufen werden kann, wird das ausgewählte Selfie von der jeweiligen Person an alle Mitglieder der Gruppe geschickt.

2.2 Bilderfassung

2.2.1 Einzelarbeit: Mit der Methode des „Assoziativen Schreibens“ wird das Foto erfasst. Dafür werden auf einem leeren DIN A4-Blatt zunächst die Konturen der abgebildeten Person grob gezeichnet. Die daraus entstandene Skizze beschriften die SuS mit passenden Adjektiven, die sie mit bestimmten Teilen des Bildes verbinden. Die entsprechenden Adjektive schreiben die SuS demnach an die jeweiligen Positionen der Kontur, an der bestimmte Assoziationen beim Betrachten entstehen.

2.2.2 Gruppenarbeit: Die Erkenntnisse werden in die Tabelle eingetragen und mit den Notizen über das Gemälde verglichen und diskutiert: Welche Ähnlichkeiten haben Gemälde und Influencer-Bild? Was unterscheidet sie voneinander?

■ Vertiefung: Vergleich zwischen Darstellung von Geschlechtern

- Welche Posen, Perspektiven und Filter sind angesagt oder typisch?
- Welche Unterschiede gibt es bei der Darstellung von Mädchen (etwa hübsch und süß?) und Jungen (etwa sportlich und stark)?
- Gibt es auch Gegenbeispiele, in denen jemand mit der Norm bricht?
- Und gibt es kulturell bedingte Darstellungsformen?

2.3 Motivation bzw. Intention

2.3.1 Gruppenarbeit: Die Gruppe überlegt gemeinsam, mit welcher Intention die/der Influencer*in das Selfie veröffentlicht haben könnte. Die Person, die das Bild mitgebracht hat, stellt die Informationen vor, die sie über das Selfie hat, sodass eine Mischung aus Interpretation und Fakten entsteht.

2.3.2 Plenum: Die Lehrkraft sammelt die Gründe aller Gruppen, indem sie an der Tafel ein Cluster erstellt und die genannten Gründe ggf. anschließend ergänzt. Mögliche Motive können sein:

- PR Samples, Werbevertrag (siehe S. 4)
- Sympathie erzeugen, Ansehen und Beliebtheit steigern
- Eigenes Selbstwertgefühl steigern
- Reichweite erhöhen, Follower generieren
- Mit dem Zeitgeist gehen/Trends mitmachen
- Nahbarkeit und Authentizität durch menschliche Fehler o.Ä. zeigen
- Aufklärung, Klimaschutz, politischer Aktivismus
- Inspiration und Lebensfreude teilen
- Eigenwerbung für Blogbeiträge oder selbst entwickelte Produkte

2.3.3 Plenum: Welche Motive kommen am häufigsten vor? Die Klasse einigt sich auf die „Top 3“ der genannten Motive.

Erklärung „Assoziatives Schreiben“

Beim assoziativen Schreiben liegt der Fokus auf dem Schreibprozess selbst. Es wird alles aufgeschrieben, was einem zu einem bestimmten Thema einfällt, und assoziativ aneinander gereiht (vgl. Kumschlies 2008, S. 55).

Phase 3 – Eigene Selbstdarstellung

Didaktische Hinweise: Diese Phase dient dem tieferen Verständnis des Konzepts „Selbstdarstellung“ mithilfe der kreativen und praktischen Umsetzung der eigenen Selbstdarstellung. Die Verbindung des Themas mit der eigenen Lebenswelt fördert den Transfer des Begriffs auf sich selbst, die Selbstreflexion und das Beantworten der Frage „Was will ich öffentlich von mir preisgeben?“. Die aus den vorherigen Phasen bereits ausgefüllte Tabelle wird auch hier benötigt. Je nachdem, wie die SuS vorgehen möchten, brauchen sie unterschiedliches Material zur Gestaltung des Selbstporträts.

Ablauf: Alle SuS stellen sich bewusst selbst dar, indem sie z.B. eine Strichzeichnung, ein Gemälde, ein Foto oder eine Collage gestalten (Tipp: Je nach verfügbarer Zeit festlegen). Die Gestaltung des Selbst soll mit der Annahme geschehen, dass die Ergebnisse veröffentlicht werden – letztlich entscheidet aber die Lehrkraft, ob die Ergebnisse das Klassenzimmer verlassen. Dabei reflektieren die SuS folgende Fragen: Wie möchte ich von anderen wahrgenommen werden? Welches Detail bzw. Facette meiner Selbst möchte ich betonen und veröffentlichen? Und aus welchem Grund?

3.1 Vorüberlegungen

Einzelarbeit: Die SuS füllen für ihre eigenen Bilder die Tabellenspalte „Ich“ aus, bevor sie das eigene Bild gestalten. Dabei müssen sie darüber nachdenken, wie viel sie über sich bekannt machen möchten, um zum einen sie „selbst“ zu bleiben und zum anderen nicht zu viel von sich preiszugeben. Es muss eine Balance zwischen dem „authentischen Selbst“ und dem „Wunsch-/Teil-Selbst“, das öffentlich sein kann, gefunden werden: Was möchte ich öffentlich aussagen? Und wie stelle ich das geschickt dar? Es ist nicht zwingend notwendig, selbst sichtbar im Bild zu sein. Was lasse ich also bewusst weg und erzeuge damit eine sogenannte „Leerstelle“ (bekannt aus Literatur-, Musik-, Kunst-, Filmanalyse)? Auch ein Gegenstand oder ein Ausschnitt kann stellvertretend für eine Person stehen; ein solches Bild wird als „Inkognito-Selfie“ bezeichnet. Bei der Bildgestaltung sollten jeweils grundsätzliche Charaktereigenschaften unterstrichen werden, die potenziell auch zukünftig für die Person stehen könnten. In der Kunst wurden Gemälde häufig lange geplant und gemalt, weshalb eine lange Gültigkeit auch für das Selfie erstrebenswert ist.

Definition Inkognito

Inkognito bedeutet laut Duden „mit fremdem Namen (auftretend, lebend)“, sei aber auch ein Synonym für „anonym“ (Dudenredaktion o. J.: „Inkognito“).

3.2 Selfie erstellen

Einzelarbeit: Die geplante Selbstdarstellung wird erstellt.

Phase 4 – Reflexion

Didaktische Hinweise: Es soll das Bewusstsein dafür geschärft werden, dass alles, was veröffentlicht wird und wurde, eine Inszenierung in diversen Darstellungsformen und mit verschiedenen Intentionen bzw. Motivationen ist. Lernziel: Vielfalt der Intentionen und Motivationen hinter Selbstdarstellungen erkennen und ggf. den Selfies zuordnen zu können.

Ablauf: In dieser Phase werden die vier Gemälde aus Phase 1, die sechs bis sieben Influencer-Bilder aus Phase 2 (abhängig von der Anzahl der Kleingruppen) und die einzelnen Selbstporträts der SuS aus Phase 3 benötigt.

4.1 Einstieg in die Reflexion

Plenum: Zum Einstieg werden die Stichworte zu Eigenschaften von Gemälden und Foto-Selfies aus der ersten Aktivierungsübung zur Hand genommen und ergänzt. Damit wird der Erkenntnisgewinn der letzten Phasen der Unterrichtseinheit deutlich.

4.2 Reflexion und Fazit

4.2.1 Galerie erstellen und betrachten

Plenum: Anschließend wird aus allen gesammelten Bildern eine Galerie erstellt. Dafür werden alle Bilder auf dem Boden ausgelegt oder an die Wand gehängt. Hier wird die Verbindung zwischen historischen Gemälden, Fotos von Influencer*innen und den Bildern der eigenen Darstellung hergestellt.

Hinweis: An dieser Stelle kann zwischen den in 4.2.2.a und 4.2.2.b erläuterten Vorgehensweisen gewählt werden.

4.2.2.a World-Café

Didaktische Hinweise: Ziel der World-Café-Methode ist das gemeinsame Besprechen und intensive Reflektieren des zuvor Erlebten. Das bedeutet konkret, dass der durchgeführte Workshop und dessen Kernziele zusammengefasst und begriffen werden sollen. Die Galerie sollte weiterhin bestehen, damit die Besprechung direkt mithilfe der aushängenden Bilder geschehen kann.

Material: Drei große Tische, drei Flipchartpapiere, mindestens drei dicke Stifte (z. B. Eddings).

Ablauf: Die Arbeit findet in drei Gruppen statt: Auf drei Tischen werden auf Flipchartpapier drei Facetten der Grundfrage notiert, die Sie weiter unten finden: Was unterscheidet bzw. gleicht sich bei Selbstdarstellungen heute und früher? Auf jedem Papier findet sich in der Mitte des Blattes diese Frage mit einem jeweiligen Fokus von einem Kreis umrandet. Die SuS besprechen die Frage und können rundherum auf dem Papier Antworten eintragen. Auch das Erstellen einer Tabelle o.Ä. ist möglich, um die Unterschiede und die Gemeinsamkeiten der Selbstdarstellungen übersichtlich darstellen zu können.

■ Vertiefung: Gegenüberstellung eigenes Bild vs. Influencer-Bild

Eine weitere Möglichkeit der Vertiefung ist die Gegenüberstellung des eigenen Bildes zum Influencer-Bild (z.B. in Hinblick auf Aufwand oder gewählte Aussage). Die Ergebnisse sollen begründet werden, ohne zu werten. Erkenntnisgewinn: Auch Influencer unterscheiden sich in ihrer Offenheit, Intention und Glaubwürdigkeit; auch Influencer planen ihre Postings und verwenden viel Zeit für die Umsetzung.

Die drei Facetten der Grundfrage „Was unterscheidet bzw. gleicht sich bei Selbstdarstellungen heute und früher?“ sind folgende:

- Unterschiede/Gemeinsamkeiten in Hinblick auf die **Gestaltung**
- Unterschiede/Gemeinsamkeiten in Hinblick auf **dargestellte Gefühle bzw. Gedanken**
- Unterschiede/Gemeinsamkeiten in Hinblick auf **Intentionen**

Gruppenarbeit: Die SuS werden (je nach Gruppengröße) auf die drei Tische aufgeteilt und haben 15 Minuten Zeit ihre jeweilige Frage zu besprechen und ihre Ergebnisse zu verschriftlichen. Pro Tisch wird ein/eine Reporter*in bestimmt, der/ die während des gesamten Ablaufs sitzen bleibt. Alle anderen wechseln den Tisch und bearbeiten innerhalb von 15 Minuten die nächste Frage.

Plenum: Nach einem letzten Wechsel und weiteren 15 Minuten Bearbeitungszeit stellen die Reporter*innen im Plenum die Ergebnisse vor, die an ihrem Tisch zusammengekommen sind.

4.2.2.b Intentions-Cluster

Plenum: Unter jedem einzelnen Bild in der Galerie wird eine vermutete oder sogar bekannte Intention bzw. Motivation als Stichwort auf ein Papier gepinnt. Anschließend können die Bilder nach ihren Intentionen geclustert werden. Gab es auch früher bei Gemälden ähnliche Intentionen und Motivationen wie heute bei den Fotos der Influencer*innen? Haben vielleicht auch SuS ähnliche Gründe wie Kunstschafter vor 100 Jahren? Und wie viele Bilder passen zu den „Top 3“ aus der Aufgabe 2.3.3? Diese Besprechung stellt somit zum einen eine Wiederholung und zum anderen eine ergebnisoffene Zusammenführung aller Phasen dar.

■ Vertiefung: Szenario-Methode

Mit der Szenario-Methode lässt sich erforschen, welche Entwicklungen sich die Klasse für die Zukunft vorstellt (vgl. Methodenpool, Uni Köln): Soll die Vermischung von authentischen Selbstdarstellungen und Werbung ohne Kennzeichnung fortbestehen? Was passiert, wenn jedes Selfie als unglaubwürdig angesehen wird? Dabei werden drei unterschiedliche Szenarien entwickelt:

- positives Extremszenario (günstigste Zukunftsentwicklung)
- negatives Extremszenario (ungünstigste Zukunftsentwicklung)
- Trendszenario (Fortschreibung der heutigen Situation in die Zukunft)

Ziel der Übung ist, mithilfe des verfügbaren Wissens und der eigenen Vorstellungskraft unterschiedliche Möglichkeiten aufzuzeigen, diese Zukunftsentwürfe zu reflektieren und sich der eigenen „Möglichkeiten zu deren Gestaltung bewusst zu werden und im Idealfall sogar neue Alternativen zu (er-)finden“ (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2012).

Arbeitsblatt #fake #selfie

	Phase I Gemälde Aufgaben 1.2 + 1.3	Phase II Influencer* innen-Foto Aufgabe 2.2	Phase III Ich-Collage (Aufgabe 3.1)
Gestaltungselemente 1. Figur/en und Objekte: <ul style="list-style-type: none"> • Wer ist dargestellt? (z.B. Beschreibung der Person: Geschlecht, Alter, äußere Merkmale) • Wie ist die Kleidung? • Was macht die Person? • Wie ist die Haltung und der Ausdruck der Person? • Welche Objekte befinden sich im Bild? 			
2. Gestaltung des Bildraumes: <ul style="list-style-type: none"> • Welcher Ausschnitt liegt vor (z.B. Nahaufnahme oder Totale)? • Welche Perspektive wurde gewählt (Frosch-, Normal- oder Vogelperspektive)? • In welchem Licht (dunkel/hell, weich/hart) wird die Person gezeigt? • Welche Farben/Filter hat das Bild (z.B. bunt, sepia, s/w)? 			
3. Vermutete Gefühle bzw. Gedanken der Figur			
4. Gruppen-Hashtag	Aufgabe 1.2.2		
5. Intention des/der Künstler* in für die (Fake-)Darstellung	Aufgabe 1.3	Aufgabe 2.3.1	