

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus: *Swipen, Matchen, Chatten*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



H.14

Soziale Kommunikation und soziale Interaktion

Swipen, Matchen, Chatten – Dating im digitalen Zeitalter

Nach einer Idee von Michaela Bockelstein
Überschrieben von Aika Kottbus



Durch die Nutzung sozialer Medien haben sich die Bedingungen des Kennenlernens auf grundlegendem Niveau verändert. Nutzung von Dating-Apps wie Tinder hat Jugendlichen und jungen Erwachsenen seitdem ermöglicht, sich neue Leute kennenzulernen oder einen Partner/die Partnerin zu finden. Diese Interaktionsweise birgt jedoch Chancen und den Risiken des digitalen Datings und stellt damit Ab- und Stärken und bedarf für einen kritischen Umgang mit Dating-Apps in der Schule.

KOMPETENZPROFIL

Jahrgangsstufe: 10/11
Kompetenzen: Fachwissen definieren, sprachlich bedingungen in eigenen Worten wiedergeben, Textinhalte kritisch reflektieren
Thematische Bereiche: Partnerschaft, Ehe, Online-Körpers, Beziehungen, Kommunikation, Liebe, Werbung, soziale Medien, Medienrecht, sexuelle Selbstbestimmung, Vielfalt

Methoden: Text-, Bild- und Medienanalyse, Präsentieren, Schulbuchverbindung

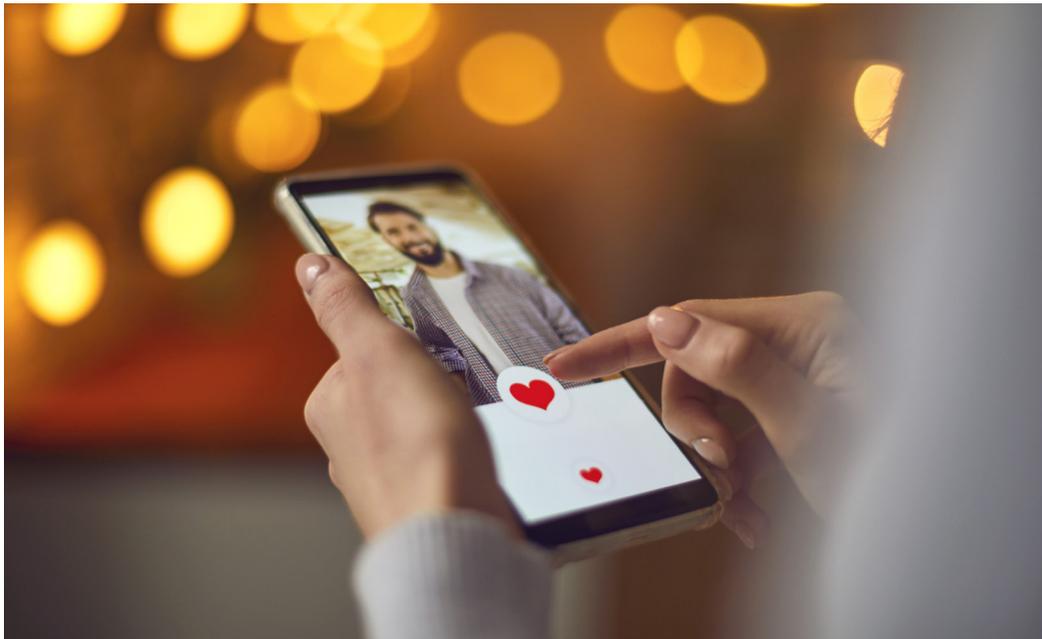
Medien: Internetseiten, Videos, Interviews, Audioaufnahmen

H.14

Soziale Kommunikation und soziale Interaktion

Swipen, Matchen, Chatten – Dating im digitalen Zeitalter

Nach einer Idee von Michaela Bodensteiner
Überarbeitet von Julia Matthias



© RAABE 2022

© Studio Romantic/AdobeStock

Durch die Nutzung sozialer Medien haben sich die Bedingungen des Kennenlernens auf grundlegende Weise verändert. Heutzutage sind Dating-Apps wie Tinder bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebte Mittel, um neue Leute kennenzulernen oder eine Partnerschaft zu finden. Diese Unterrichtseinheit widmet sich den Chancen und den Risiken des digitalen Datings und zielt darauf ab, die Schülerinnen und Schüler für einen kritischen Umgang mit Dating-Apps zu sensibilisieren.

KOMPETENZPROFIL

Jahrgangsstufe:	10/11
Kompetenzen:	Fachtermini definieren, zentrale Textaussagen in eigenen Worten wiedergeben, begründet Stellung nehmen
Thematische Bereiche:	Partnersuche, Ehe, Online-Dating, Beziehungen, Kommunikation, Liebe, Werbung, soziale Medien, Medienethik, sexualisierte Selbstdarstellung, Sexting
Methoden:	Text-, Bild- und Videoanalyse, Präsentation, Schaubilderstellung
Medien:	AnswerGarden, Videos, Interviews, Quellentexte

Swipen, Matchen, Chatten – Dating im digitalen Zeitalter

Jeder Topf findet seinen Deckel? Rund 22 Millionen Singles leben zurzeit in Deutschland.¹ Und die Suche nach einem Lebenspartner bzw. einer Lebenspartnerin hat sich durch das Internet grundlegend verändert. Immer mehr Menschen vertrauen auf die Vermittlungsalgorithmen von Online-Dating-Plattformen und Dating-Apps, um neue Menschen kennenzulernen.

In früheren Zeiten fand die Partnersuche unter anderen Voraussetzungen statt. Die Ehe zwischen Mann und Frau war das Ziel der Partnersuche. Sie war die sozial verbindliche Lebensform und in erster Linie durch materielle Interessen bestimmt. Sie wurde häufig von den Eltern arrangiert und das Vermögen, das die Frau mit in die Ehe brachte, war von entscheidender Bedeutung. Ob ein Paar zusammenpasste, spielte keine bzw. nur eine untergeordnete Rolle. Erst im 18. Jahrhundert änderte sich diese Einstellung und die Liebesheirat löste nach und nach die Vernunfthe ab. Fortan spielten die Gefühle bei der Partnerwahl eine immer entscheidendere Rolle und die Heiratswilligen wurde ein immer größeres Mitspracherecht zugebilligt.

Heute begeben sich Singles in der Regel selbst auf die Suche nach einem für sie geeigneten Partner bzw. einer Partnerin. Und die Ehe ist keine „Notwendigkeit“ mehr. Zur Kontaktaufnahme mit potenziellen Partnerinnen und Partnern stehen dabei vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung. Während vor der Verbreitung des Internets beispielsweise noch Zeitungsannoncen bei der Partnervermittlung behilflich waren, nehmen heute zahlreiche Menschen Apps und Plattformen in Anspruch – Tendenz steigend.

Zum Gegenstand: Dating-Apps

Mit Dating-Apps kann man über das Smartphone oder das Tablet neue Kontakte knüpfen. In erster Linie sind sie darauf ausgelegt, dass sich Menschen, die sich attraktiv finden oder gemeinsame Interessen teilen, kennenlernen und austauschen können. Dating-Apps bieten dabei mehrere Möglichkeiten, sich auf dem eigenen Profil vorzustellen, oft in Form von Fotos oder Angaben zur eigenen Person und persönlichen Interessen. In der Regel sind die Basis-Funktionen von Dating-Apps für Nutzerinnen und Nutzer kostenfrei. Möchte man jedoch eine App in vollem Umfang nutzen, ist es meist unumgänglich, einen kostenpflichtigen Premium-Account anzulegen.

Zwar haben die Deutschen im weltweiten Vergleich ihre Partnerinnen und Partner am seltensten über eine App kennengelernt², jedoch steigen die Nutzerzahlen auch hierzulande unaufhaltsam. In einer Umfrage aus dem Jahr 2020 gaben 28 Prozent der Deutschen an, bereits auf Online-Dating-Plattformen aktiv gewesen zu sein, wobei hierzu neben Dating-Apps wie *Tinder* auch Partnervermittlungsportale wie *Elitepartner* oder *Parship* zählen. Vor allem unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das Online-Dating beliebt. Fast die Hälfte der 16- bis 29-Jährigen gibt an, schon einmal Online-Dating genutzt zu haben. Bei den über 65-Jährigen beläuft sich der Anteil immerhin auf elf Prozent. Was das Geschlechterverhältnis angeht, gibt es leichte Unterschiede: Während 2020 etwa ein Drittel der männlichen Befragten angab, bereits eine Online-Dating-Plattform genutzt zu haben, lag der Anteil bei den weiblichen Befragten bei nur knapp einem Viertel.³

1 Vgl. Statista Research Department vom 2.12.2021 unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/286810/umfrage/umfrage-in-deutschland-zur-anzahl-der-singles-nach-geschlecht/> [letzter Abruf am 03.01.2022].

2 Vgl. YouGov-Umfrage vom Juni 2021 unter: <https://yougov.de/news/2021/09/29/beziehung-dank-dating-app-liebe-auf-den-virtuellen/> [letzter Abruf am 03.01.2022].

3 Vgl. Statista Research Department vom 10.11.2021 unter: <https://de.statista.com/themen/885/online-dating/#dossierKeyfigures> [letzter Abruf am 03.01.2022].

Die Dating-App *Tinder*

Bei *Tinder* handelt es sich um eine kommerzielle, mobile Dating-App, die im Jahr 2012 in den USA auf den Markt gekommen ist. Ziel dieser App ist es, das Kennenlernen von Menschen aus der näheren Umgebung in kürzester Zeit zu erleichtern. *Tinder* wird somit vor allem für Dates und Beziehungssuche von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt. Die App präsentiert ihren Nutzerinnen und Nutzern Profilfotos, Namen und Alter anderer Personen im gewählten Umkreis. Sofern zusätzlich eine Biografie erstellt wurde, ist diese ebenfalls einsehbar. Aufgrund dieser Informationen entscheidet jeder Nutzer und jede Nutzerin durch sogenannte Swipes (= Streichen mit dem Finger) nach links oder rechts, ob er oder sie andere *Tinder*-Mitglieder interessant findet und ob er oder sie mit diesen eine Konversation beginnen möchte. Wenn zwei Mitglieder sich gegenseitig als interessant einstufen, kommt es zu einem Match und eine Konversation innerhalb der App zwischen beiden Mitgliedern ist nun möglich.

Das Phänomen *Sexting*

Viele Heranwachsende verschicken heutzutage über soziale Medien intime Bilder. Das nennt sich *Sexting* (Zusammensetzung aus „sex“ und „texting“). In vielen Fällen laden die Bilder nur dort, wo sie landen sollen. Doch in einigen Fällen werden die Bilder ohne Einverständnis der abgebildeten Person weitergeleitet oder im Internet für andere öffentlich gemacht. Dann ist *Sexting* strafbar. Gerade im Zusammenhang mit Dating-Apps ist dieses Thema von Bedeutung, um Heranwachsende im Zuge des Kennenlernens neuer Menschen vor dem Missbrauch intimer Aufnahmen zu schützen und sie über ihre Rechte aufzuklären.

Entwicklung von Medienkompetenz

Da Schülerinnen und Schüler heute täglich Medien nutzen und somit unter anderem viel Werbung ausgesetzt sind, ist es unerlässlich, Medienkompetenz zu erlangen. Werbung wird konstruiert, um bestimmte Produkte bekannt zu machen oder deren Beliebtheit zu steigern, um Verbraucherinnen und Verbraucher zum Kauf anzuregen. Das gilt auch für Dating-Apps. Damit ein Produkt möglichst attraktiv erscheint, werden dabei vor allem die positiven Seiten des jeweiligen Produktes betont und zugleich falsche bzw. übertriebene Erwartungen und Assoziationen geweckt. Für Jugendliche ist es somit besonders wichtig, Methoden kennenzulernen, um Werbung verstehen und bewerten zu können. Denn sie sollen in die Lage versetzt werden, Medieneinflüsse kritisch und kompetent zu hinterfragen.

Ergänzende Materialien

- ▶ **Illouz, Eva:** *Warum Liebe endet. Eine Soziologie negativer Beziehungen.* Suhrkamp. Berlin 2020. Die Soziologieprofessorin Eva Illouz erörtert in diesem Buch, wie es um Beziehungen in Zeiten von *Tinder*, Gelegenheitssex und Körperkult bestellt ist.
- ▶ **Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest:** *JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Verfügbar unter https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf [letzter Abruf am 03.01.2022]
Die seit 1998 jährlich erscheinende JIM-Studie präsentiert aktuelle Daten und Fakten zur Mediennutzung von Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren in Deutschland.

- ▶ **Schmidt, Gunter u.a.:** *Spätmoderne Beziehungswelten: Report über Partnerschaft und Sexualität in drei Generationen.* VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2006.

Die in diesem Buch präsentierte Studie versucht, beziehungssoziologische und sexualwissenschaftliche Ansätze zu vereinen. Dazu wurden Männer und Frauen aus drei Generationen interviewt, die zum Zeitpunkt der Befragung 30, 45 bzw. 60 Jahre alt waren. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht der Wandel von Beziehungsbiografien und Beziehungsformen im frühen, mittleren und höheren Erwachsenenalter.

- ▶ **Vogelsang, Verena:** *Sexuelle Viktimisierung, Pornografie und Sexting im Jugendalter. Ausdifferenzierung einer sexualbezogenen Medienkompetenz.* Springer. Berlin 2017.

Die Autorin geht der Frage nach, über welche Kenntnisse und Einstellungen Jugendliche im Umgang mit sexueller Viktimisierung, Pornografie und Sexting verfügen. Sie liefert damit einen interessanten und gehaltvollen Einblick in die sexuelle Sozialisation von Jugendlichen im digitalen Zeitalter.

Weiterführende Internetseiten

- ▶ <https://www.klicksafe.de/materialien/lets-talk-about-porno/>
Materialien zu den Themen Jugendsexualität, Internet und Pornografie
- ▶ <https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/sexting/>
Materialien zum Thema Sexting
- ▶ <https://www.schule.at/tools-apps/details/answergarden>
Erläuterungen zum Web-Tool AnswerGarden

[letzter Abruf jeweils am 03.01.2022]

Schnelle Hilfe bei Sexting-Missbrauch

- ▶ <https://www.juuuport.de/beratung> (Online-Beratung von jungen Leuten für junge Leute)
- ▶ <https://kennst-du-sexting.de/index.html#holdirhilfe>
- ▶ <https://www.nummergegenkummer.de/kinder-und-jugendberatung/>

Didaktisch-methodisches Konzept

Diese Einheit bietet eine Einführung in das Thema „Dating im digitalen Zeitalter“. Mithilfe der schüleraktivierenden Arbeitsaufträge und Materialien setzen sich die Lernenden damit auseinander, wie sich der Prozess des Kennenlernens verändert hat und welche Chancen und Risiken damit einhergehen. Dabei können sie ihre eigenen Erfahrungen mit einbringen und werden immer wieder dazu angeregt, Erlebtes aus verschiedenen Perspektiven zu reflektieren. Die Lerneinheit zielt in besondere Weise darauf ab, die Schülerinnen und Schüler zu sensibilisieren. Anhand von Fallbeispielen und der kritischen Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Texten soll ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass die Nutzung von Dating-Apps Chancen wie Risiken zugleich in sich trägt. Ein reflektierter Umgang mit Dating-Apps setzt ein Verständnis für deren Funktionsweise voraus, das mit dieser Unterrichtsreihe gefördert werden soll.

Hinweise zu den Materialien

M 1: In M 1 werden die Schülerinnen und Schüler an das Thema „Dating“ herangeführt, indem sie einen Blick in die Vergangenheit werfen. Sie befassen sich anhand eines Auszugs von Jane Austens Roman „Stolz und Vorurteil“, anhand eines Interviews sowie anhand eines Videos mit dem Wandel, der sich in Bezug auf die Entscheidung zur Partnerwahl und das Kennenlernen im Verlauf der vergangenen Jahrhunderte vollzogen hat.

M 2: Daran anschließend können die Schülerinnen und Schüler in M 2 ihr Vorwissen zum Thema Dating-Apps einbringen, Fragen formulieren und erste Zusammenhänge herstellen. Ihnen wird dazu eine Karikatur als Einstiegsimpuls präsentiert. Nun setzen sie sich damit auseinander, auf welche Weise das Internet die Partnersuche verändert hat. Die Lernenden beleuchten dabei Chancen ebenso wie Risiken. Darüber hinaus befassen sie sich anhand eines Interviews mit der Soziologin Eva Illouz mit Fragen zu Schönheitsstandards, der Qual der Wahl bei der Partnersuche sowie den Marktmechanismen der Liebe. Außerdem beschäftigen sie sich damit, weshalb Dating-Apps als Anreiz auf Belohnung konzipiert werden.

M 3: In M 3 steht die Dating-App *Tinder* im Fokus. Zu Beginn wird den Schülerinnen und Schülern die Frage „Was bedeutet Single für Sie?“ gestellt. Anschließend analysieren die Schülerinnen und Schüler den Werbespot der *Tinder*-Werbekampagne aus dem Jahr 2020. Im Anschluss daran arbeiten die Schülerinnen und Schüler in Gruppen. Sie wählen jeweils eine zentrale Person des Werbespots sowie deren Antwort auf die Frage „Was bedeutet Single für Dich?“ aus. Die Lernenden beschreiben die jeweilige Person und analysieren deren Antwort bzw. den jeweiligen Slogan. Danach werden die Ergebnisse im Plenum präsentiert. Im letzten Schritt wird ein Bezug zur Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler hergestellt und diskutiert, ob man Dating-Apps nutzen sollte oder nicht. Aufhänger ist hierbei ein adaptierter Blogeintrag, in dem die Community um ein Meinungsbild bezüglich der Nutzung von Dating-Apps gebeten wird. Den Schülerinnen und Schülern werden bestimmte Rollen zugeteilt, die sie in Gruppen vorbereiten. Die Rollenkärtchen geben bereits unterschiedliche Meinungen zur Nutzung von Dating-Apps vor, die jedoch um weitere Argumente ergänzt werden. Die Informationen der Kärtchen sind bewusst knapp gehalten, um den eigenen Ideen der Schülerinnen und Schüler Raum zu geben. Nach Präsentation der Gruppenergebnisse werden die Lernenden zu einer persönlichen Reflexion aufgefordert. Sie sollen auf den Blogeintrag antworten und damit ihre persönliche Meinung zur Nutzung von Dating-Apps begründet darlegen.

M 4: Daran anschließend geht es in M 4 schließlich um ein Phänomen, das in engem Zusammenhang mit Dating-Apps steht: *Sexting*. Nach der Annäherung an den Begriff werden Risiken der Nutzung diskutiert. Die Schülerinnen und Schüler versetzen sich dabei in die Lage einer Person, die Opfer von *Sexting*-Missbrauch wird. Sie können außerdem ihren eigenen Umgang mit privaten Informationen in den sozialen Medien reflektieren und befassen sich mit der Frage, ab wann *Sexting* eine Straftat darstellt. Zum Abschluss der Unterrichtseinheit erarbeiten die Schülerinnen und Schüler eine eigene Aufklärungskampagne mit Möglichkeiten der Prävention und der Intervention.

Auf einen Blick

Früher war alles besser? – Beziehungen im Wandel der Zeit

M 1

- M 1a „Was für eine Partie wäre das für eine von ihnen.“
M 1b Eine „lebenslängliche Verbindung zweier Personen, die in ihrer Vollkommenheit auf Liebe beruht“
M 1c „Und wie habt Ihr Euch kennengelernt?“
-

Kennenlernen unter veränderten Bedingungen – Dating via App

M 2

- M 2a Neue Chancen, neue Herausforderungen
M 2b Für jeden Topf den gleichen Deckel
M 2c Belohnung fürs Gehirn
-

Tinder unter der Lupe

M 3

- M 3a Mein Leben als Single: Es lebe die Freiheit!
M 3b Single? Ich bin ich.
M 3c Tinder – muss das sein?
-

Sexualisierte Selbstdarstellung

M 4

- M 4a Was ist *Sexting*?
M 4b Risiko *Sexting*
M 4c Wann ist *Sexting* strafbar?
M 4d Mehr *Sexting*-Aufklärung
-

Erwartungshorizonte

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus: *Swipen, Matchen, Chatten*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



H.14

Soziale Kommunikation und soziale Interaktion

Swipen, Matchen, Chatten – Dating im digitalen Zeitalter

Nach einer Idee von Michaela Bockelstein
Überschriften von Aika Kottbus



Durch die Nutzung sozialer Medien haben sich die Bedingungen des Kennenlernens auf grundlegendem Niveau verändert. Nutzung von Dating-Apps wie Tinder hat Jugendlichen und jungen Erwachsenen seitdem ermöglicht, sich neue Leute kennenzulernen oder einen Partner/die Partnerin zu finden. Diese Interaktionsweise birgt jedoch Chancen und den Risiken des digitalen Datings und ist somit als ein Schlüsselmerkmal für einen kritischen Umgang mit Dating-Apps zu verstehen.

KOMPETENZPROFIL

Jahrgangsstufe: 10/11
Kompetenzen: Fachwissen definieren, sprachlich bedingungen in eigenen Worten wiedergeben, Textinhalte darlegen
Thematische Bereiche: Partnerschaft, Ehe, Online-Dating, Beziehungen, Kommunikation, Liebe, Werbung, soziale Medien, Medienrecht, sexuelle Selbstbestimmung, Vielfalt

Methoden: Text-, Bild- und Medienanalyse, Präsentieren, Schulbuchverknüpfung

Medien: Internetseiten, Videos, Interviews, Audioaufnahmen