



SOZIALE MEDIEN UND GENDER STUDIES

UMFRAGEERGEBNISSE

Online-Umfrage von Pia Schlechter, M.A. im B.A. Gender Studies
der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Oktober 2022

24 Teilnehmende/ausgefüllte Fragebögen von Gender Studies Studierenden

Fragebogen mit Feedback von Lotta Bluhm, Mo Haldenwang, Mira Ibanek, Dr. Sylvia Pritsch

UMFRAGETEXT

Umfrage Soziale Medien und Gender Studies

Diese Umfrage richtet sich an Studierende des B.A. Gender Studies der Uni Oldenburg.

Wie wichtig sind Soziale Medien für die Herstellung und Vermittlung von Gender-Wissen? Und gehört das in die Uni?

Ich, Pia (Schlechter, sie/ihr), aktuell Lehrende in den Gender Studies, schreibe gerade einen Artikel darüber, inwiefern in Sozialen Medien Genderthemen besprochen werden, die teilweise (noch) nicht in der Uni bzw. der Lehre behandelt werden. Immer wieder höre ich von Studierenden, dass sie sich mehr aktuelle queer feministische Themen in Seminaren wünschen – und/oder den Einbezug von Sozialen Medien. Ich möchte von Euch wissen, wie ihr das findet und was ihr für Ideen habt.

Der Artikel ist für den Sammelband „Doing Knowledge – Hervorbringung von Genderwissen im Kontext Hochschule“, den ich mit anderen Doktorand*innen herausgebe. Mir/ uns ist es wichtig, dass sich auch Studierende dazu äußern können, was aktuell in den Gender Studies passiert. Bei dem Sammelband schreiben auch einige Studierende mit – auch hier aus Oldenburg. Ich möchte Euch dabei unterstützen, dass Eure Stimme gehört wird. Ich werde auch darüber schreiben, dass in Seminaren von mir Instagram-Posts für die aktive Teilnahme erstellt wurden.

Die Ergebnisse der Umfrage werde ich in dem Artikel beschreiben, außerdem stelle ich sie (gemeinsam mit Studierenden) bei der Ringvorlesung am 8. November vor.

Bitte füllt die Umfrage deswegen **bis zum 30.10.2023 aus**.

Das Ausfüllen der Umfrage dauert **etwa 10-15 Minuten**, je nach Ausführlichkeit der Antworten.

Es müssen nur die Fragen beantwortet werden, zu denen Ihr etwas sagen könnt.

Für Studierende im ersten Semester: Füllt nur 1., 2. Und 4. aus und überspringt Teil 3. Dort geht es nämlich um Erfahrungen im Studium. Die Umfrage richtet sich vorrangig an Studierende im höheren Semester.

1. Deine Soziale Medien-Nutzung

1.1 Bist du selbst auf Sozialen Medien aktiv? Wo hast du einen Account?

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter/ X
- Youtube
- Snapchat
- Tumblr
- Pinterest
- Mastodon

weitere:

1.2 Wenn du nicht auf sozialen Medien bist bzw. kaum: warum nicht?

1.3 Was findest du schwierig/gefährlich an Sozialen Medien?

1.4 Inwiefern nutzt du soziale Medien auch im Kontext Gender bzw. Queer_Feminismus?

- ich folge queer_feministischen Influencer*innen
- ich erhalte Infos über aktuelle queer_feministische Debatten/Themen
- ich tausche mich mit einer Community aus
- ich teile Material anderer queer_feministischer Accounts
- ich erstelle selbst queer_feministische Inhalte (Unterhaltung/ Kunst)
- ich erstelle selbst queer_feministische Inhalte (Information/Aktivismus)

Anderes:

2. Queer_Feministische Inhalte und Soziale Medien

2.1 Welche Plattform findest du am wichtigsten für queer_feministische Inhalte und warum?

2.2 Über welche genderbezogenen Themen informierst du (dich) über Soziale Medien?

2.3 Welche Accounts kennst du, die interessant für die Lehre in den Gender Studies sein könnten?

2.4 Wie wichtig sind deiner Meinung nach Soziale Medien für aktuelle queer_feministischen Debatten und warum?

2.5 Findest du, dass diese Themen auch in der Lehre der Gender Studies behandelt werden? Welche Themen werden aufgegriffen?

2.6 Welche Themen sollten mehr in die Lehre aufgenommen werden?

2.7 Woran meinst du liegt es, dass in der Universität und auf Sozialen Medien teilweise unterschiedliche Gender-Themen behandelt werden?

3. Soziale Medien in der Lehre der Gender Studies

3.1 Wurden in der Gender Studies Lehre, die du bisher erlebt hast, Soziale Medien eingesetzt (auch als Analysematerial)? Wenn ja, wie?

3.2 Wie fandest du das? Was ist daran anders, als mit anderen Lehr-/Lernformen?

3.3 Was fällt dir mit Sozialen Medien in der Lehre leicht, was fällt dir schwer?

3.4 Kannst du einigen der folgenden Vorteile zustimmen?

- Vereinfachung von Wissen
- Zugänglichkeit von Wissen
- Verbreitung von Wissen über die Seminargrenzen hinaus
- Aufforderung zu mehr Dialog durch Kommentarfunktionen Verfasser*innen können auf Kommentare reagieren und den Text ändern
- Einbeziehen aktueller Debatten
- Einbeziehen verschiedener (intersektionaler) Perspektiven
- Einbeziehen von Alltags- und Erfahrungswissen
- praktische Erfahrung (z.B. für Öffentlichkeitsarbeit)

Was für Vorteile für mehr soziale Medien in der Lehre fallen dir noch konkret ein?

3.5 Was ist schwierig dabei, Soziale Medien in die Gender Studies Lehre einzubeziehen?

- Nicht alle kennen sich mit dem Erstellen von Posts aus
- Orientierung in der Masse von Informationen ist schwierig
- Social Media ist keine wissenschaftliche Quelle
- Die Informationen ändern sich zu schnell
- Politik und Wissenschaft müssen unterschieden werden
- Informationen für einen Post zu reduzieren kostet viel Zeit
- Es wird kein wissenschaftliches Arbeiten eingeübt
- Social Media kann keine intensive Textlektüre ersetzen
- Kulturwissenschaftliche Theorien werden wenig auf Social Media behandelt

Welche Nachteile von Sozialen Medien in der Lehre fallen dir noch konkret ein?

3.6 Was für Widerstände hast du von Lehrenden/Kommiliton*innen erlebt, mehr Soziale Medien in die Gender Studies einzubeziehen, welche Gegenargumente gehört?

3.7 Hast Du eine Idee, wie Soziale Medien mehr in die Lehre einbezogen werden könnten?

4. Persönliche Angaben:

Zuletzt: dieser Fragebogen kann anonym ausgefüllt werden. Aus Wertschätzung für Eure Ideen besteht auch die Möglichkeit, dass ihr namentlich im Artikel zitiert werdet.

ich möchte komplett anonym bleiben.

Pia kann mich namentlich zitieren, und zwar unter dem Namen:

Ich möchte bei einem Zitat (anonym oder mit Namen) beschrieben werden als: ... (z.B. „queere Studentin, die auch Pädagogik studiert“, „nichtbinäre Person, die sich aktivistisch engagiert“ etc.)

Pronomen:

sie/ihr

er/ihm

dey/deren

keine Pronomen

they/them

eigene Angabe:

mein anderes Fach:

Semesteranzahl:

1. Semester

2.-4. Semester

5 oder mehr Semester

Das möchte ich noch sagen:

UMFRAGEERGEBNISSE

Im Folgenden werden die Umfrageergebnisse vorgestellt. Dabei wurden die Antworten inhaltsanalytisch mit dem qualitativen Datenverarbeitungsprogramm MAXQDA ausgewertet. Die Darstellung erfolgt zusammenfassend und anonym, einzelne Zitate werden aufgeführt im Artikel:

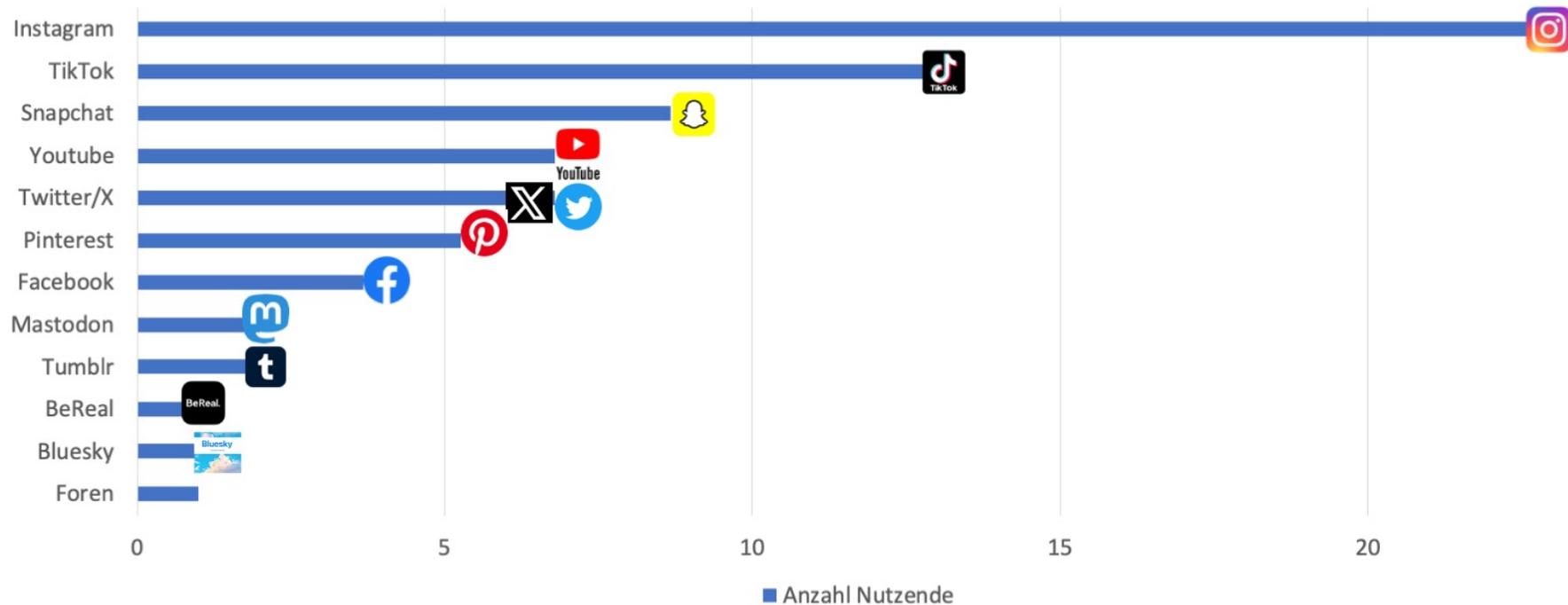
Schlechter, Pia: „Soziale Medien als Orte der Genderwissensproduktion. Perspektiven von Gender Studies-Studierenden auf den Einbezug queer_feministischen Erfahrungswissens in die akademische Lehre“.

In: Kronschläger, Thomas; Rickwärtz, Ninja Christine; Roth, Anna Theresa; Schlechter, Pia (Hg.): *„Doing Knowledge - Hervorbringung von Genderwissen im Kontext Hochschule“*.

Schriftenreihe L'AGENda, hg. von der LAGEN, Landesarbeitsgemeinschaft der Einrichtungen für Frauen- und Geschlechterforschung in Niedersachsen, Leverkusen-Opladen: Barbara Budrich. Erscheint voraussichtlich 2025.

1.1 SOCIAL MEDIA NUTZUNG

Anzahl Nutzende in den Gender Studies (24 gesamt)



Deutschland 2023:

1. YouTube 
2. Facebook 
3. Instagram 
4. Pinterest 
5. TikTok 
6. Foren
7. Twitter/ X 
8. LinkedIn 
9. Snapchat 
10. Xing 

1.2 KEIN/WENIG SOCIAL MEDIA: GRÜNDE

ZU VIEL!

- Doomscrolling-Gefahr
- *Schwer:* Regulierung Medienkonsum
- *Schwer:* loskommen

MENTALE GESUNDHEIT

- Negativ, sich schlecht fühlen
- Reizüberflutung

DATENSCHUTZ

GEGENMAßNAHMEN

- Weniger online-Zeit
- Schutz: Apps unzugänglich
- Accounts noch vorhanden
- Reduzierung, z.B. nur YouTube

1.3 SCHWIERIGKEITEN/GEFAHREN SOCIAL MEDIA (1)

GLAUBWÜRDIGKEIT VON INFORMATIONEN

- Fake-News Verbreitung
- Unseriöse, unüberprüfbare Quellen
- Meinungen vs. Fakten
- Wer kontrolliert das?

BEFÖRDERUNG VON HASS, MISOGYNIE

- Hass im Netz/ Hate Speech, Mobbing
- Toxische Männlichkeit, Antisemitismus, Rassismus...
- Z.B. Rassistische Videos gehen viral, Plattformen greifen wenig ein
- Melden/Sperren von Accounts schwer
- Algorithmen → Radikalisierung

POLARISIEREND

- Bubbles, Meinungsblasen beeinflussen Wahrnehmung
- Algorithmen:
- Selektion von Inhalten
- Aufmerksamkeitsbindung --> erzeugt Wut
- emotionalisiert
- Wenig Diskussion, Dialog

PLATTFORMSTRUKTUREN

- Wenig Datensicherheit
- Profitorientierte Strukturen
- Zensur, z.B. von Nacktheit, durch Algorithmen (auch Kunst)

1.3 SCHWIERIGKEITEN/GEFAHREN SOCIAL MEDIA (2)

NEGATIVE EINFLÜSSE (AUFS SELBSTBILD)

- Schönheitsideale/
Stereotype, Körperbild
- ‚Perfekte‘ Lebensweisen
(auch: Ernährung...)
- Vergleich zu anderen
(Druck)
- Unrealistische Standards
- Gestörtes Selbstbild,
weniger Selbstwert
- Mental Health Belastung
- Toxic positivity

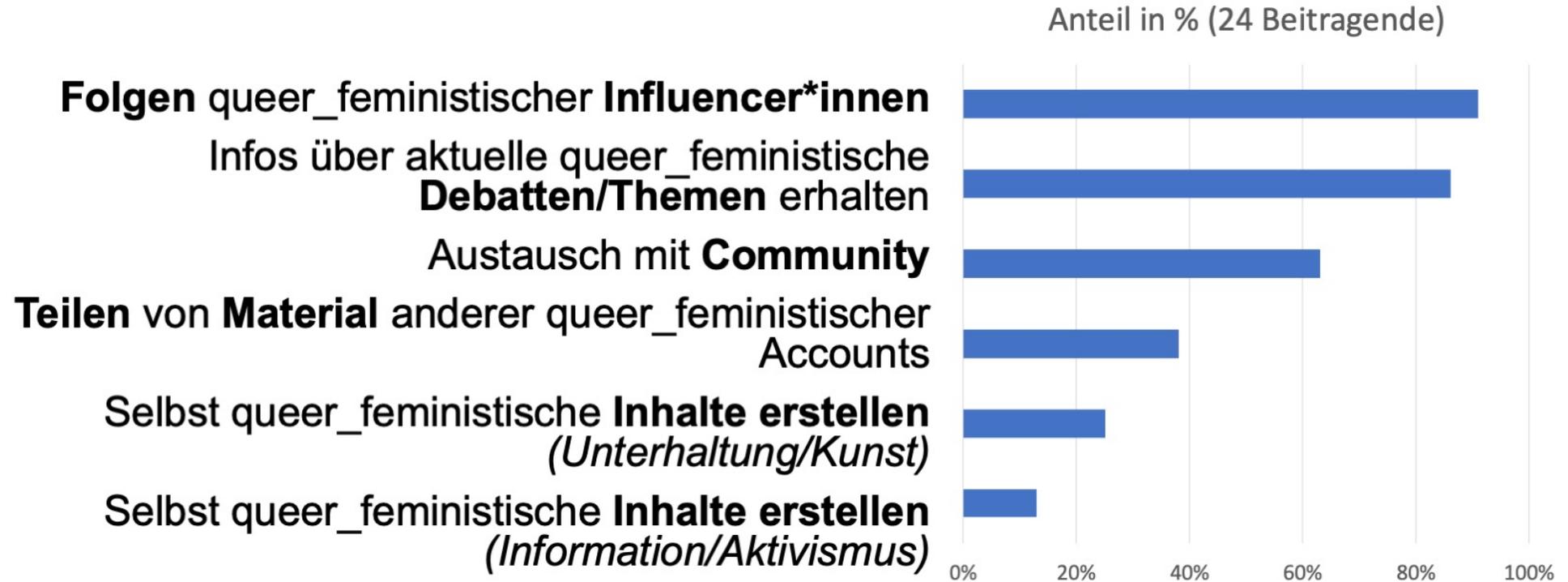
SUCHT

- Hohes Suchtpotential
- Nimmt Zeit
- Wenig Aufklärung dazu

UNÜBERBLICKBARE MASSE AN INFOS

- Überwältigende
Informationsflut
- Überblick leicht zu
verlieren
- Medienkompetenz,
Basiswissen benötigt

1.4 NUTZUNG SOCIAL MEDIA IM KONTEXT QUEER_FEMINISMUS



Eigene Angaben:

- Mit Freund*innen und Familie über gesehene Inhalte diskutieren
- Videoessays schauen

2.1 DIE WICHTIGSTE(N) PLATTFORMEN FÜR QUEER_FEMINISTISCHE INHALTE



1. INSTAGRAM



- Reichweite/Bekanntheit
 - Hohe Nutzung (auch selbst)
 - Schnell/ hohe Sichtbarkeit auch durch das Teilen von Inhalten
- Zugänglichkeit von Infos
 - Kurze Inhalte
 - Infografiken
 - Verlinkte Quellen
 - Weniger ‚emotionalisiert‘ als Twitter
- Möglichkeit für eigene Inhalte Zugang
 - Austausch in Kommentaren
 - Künstlerische Gestaltungsmöglichkeiten
 - Selbst schreiben/sprechen leicht möglich



1. TIKTOK



- Reichweite/Bekanntheit
 - Hohe Nutzung (auch selbst), Aufmerksamkeit
- Zugänglichkeit von Infos
 - Visuelle Medien ansprechender
 - Videos verhandeln auch komplexe Infos
 - Einblick in reales Leben anderer
- Für Junge Nutzer*innen
 - Kurze Aufmerksamkeitsspanne
 - V.a. bei jungen Leuten beliebt
 - Dadurch weniger ernst genommen
- Algorithmen/Bubbles
 - Zufällig neue Inhalte/neue Zielgruppen
 - bestehende Bubbles – mehr Inhalte
- Möglichkeit für Austausch
 - In Kommentaren
 - In Livestreams



3. YOUTUBE

- Videoessays/
Kommentarvideos



4. TWITTER/ X

- Diskursüberblick
- *Gefahr*: Polarisierung, Algorithmus



5. TUMBLR

- Historische visuelle Archive



6. MASTODON

- Dezentrale Struktur, weniger Manipulation
- Safe(r) spaces



2.2 BELIEBTE GENDER-THEMEN AUF SOCIAL MEDIA

1. GESCHLECHTLICHE, ROMANTISCHE & SEXUELLE IDENTITÄTEN

- Begriffsdefinitionen
- Spez. Themen (trans*, nichtbinär...)
- (Neo-)Pronomen
- Selbstbezeichnungen aus Community
- Queere Lebensbezeichnungen

5. RECHTE, GESETZE

- Selbstbestimmungsgesetz
- Spezifisch: für trans*, inter* Personen etc.
- Änderungen

2. (QUEER)-FEMINISMUS GENERELL

- Intersektionale Perspektiven
- Geschichte Feminismus
- (Queer) Forschung
- Spez. Zusammenhänge, wie Kapitalismus

6. ERFAHRUNGEN UNTERSCHIEDLICH POSITIONIERTER PERSONEN

7. FORMEN VON DISKRIMINIERUNG / GEWALT

3. KRITISCHE ANALYSEN

- Medien, Werbung
- Nachrichten/Ereignisse
- Politik, Protestbewegungen

8. TERMINE

- Demonstrationen
- Gedenktage
- Konzerte
- Freizeit

4. INTERNATIONALES

- Positionen
- Kontexte
- Auch: technische Entwicklungen

9. POPKULTUR, MEDIEN, SPORT

10. UMGANG MIT ANTIFEMINISMUS

11. SAFE(R) SPACES

2.3 THEMEN AUF EMPFOHLENE ACCOUNTS

FEMINISMUS

- Körperakzeptanz
- Leben mit Kindern

OLDENBURG

- Queere News, Veranstaltungen
- Fachschaftsrat Gender Studies
- Seminaraccounts
- Koloniale Kontinuitäten
- Kurdische Positionen
- Aromantik/Asexualität Gruppe

KATEGORIE RACE

- Antirassismus
- Postmigrantische Perspektiven
- Black_queer_feminism
- Afrofluencer*innen

TRANS*, TIN* PERSONEN

- Institutionen: dgti, trans* Recht e.V.
- Onlineprojekt #wirredenmit
- Buchautor*innen

GESUNDHEIT, BE_HINDERUNG

- Ableismus
- Neurodivergenz/ Neurodiversität
- Mental Health
- Respektvolle Gynäkolog*innen

KRITIK, ANALYSEN VON POPKULTUR

- Philosophie

QUEERNESS

INTERSEKTIONALER QUEER_FEMINISMUS

- Polyamorie
- LGBTQIA+ Rechte
- Lesbische Mutterschaft
- Klimaaktivismus
- Bioethik

2.3 BELIEBTE ACCOUNTS: THEMEN (1)



@oleliebl



@frauloewenherz.de



@aljosh



@mattxiv



@yourfriendlyqueer



@susebockspringer



@jamessomerton

QUEERNESS

POLYAMORIE



@saskiamichalski

LESBISCHE MUTTERSCHAFT



@claire_training

LGTBIQIA+ RECHTE



@lsvdbundesverband

KLIMAAKTIVISMUS



@fabiangrischkat

BIOETHICS



@gaygtownbae

TRANS*, TIN* PERSONEN



@madisonwerner



@trans.parenz

BUCHAUTOR*INNEN



@linus_giese



@feliciaewert

INSTITUTIONEN



@trans_recht



@trans_recht

ONLINE PROJEKT



@wirredenmit

QUEERNESS UND GESUNDHEIT/ BE_HINDERUNG

MENTAL HEALTH



@serintogo



@graveyadpansy



YouTube

NEURODIVERSITÄT/NEURODIVERGENZ



@minzgespinst



@was.kai.sagt



@bbiiirdphd

TikTok

RESPEKTVOLLE GYNÄKOLOG*INNEN



@gynformation

ABLEISMUS



@radikalbehindert



@cornelissenlena



@luisalaudace



@krawall_und_liebe

INTERSEKTIONALER, SCHWARZER UND POSTMIGRANTISCHER QUEER_FEMINISMUS

INTERSEKTIONALER FEMINISMUS



@workin_germany



@emiliazenzile



@ms_platonina

BLACK QUEER_FEMINISMUS



@chrytheauthor



@black_ken01

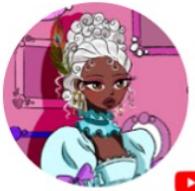


@ismatu.gwendolyn

ANTIRASSISMUS



@tupoka.o



@shanspeare



@shanspeare



@kat_blaque

AFROFLUENCER*INNEN



@deinbrudersteve

POSTMIGRANTISCH



@erklaermimal

2.3 BELIEBTE ACCOUNTS: THEMEN (5)

POPKULTUR, MEDIEN UND GESELLSCHAFT (YOUTUBE VIDEOESSAYS)

PHILOSOPHIE



@philosophytube



@contrapoints



@plasticpills



@jonasceikacck

POPKULTUR



@salemtovar

QUEER_FEMINISMUS



@popculturedetective



@princessweekes



@alexander_avila



@silvicarlsson



@verilybitchie



@jordanotheresa



@cheyennelin



@tiffanyferg



@rowanellis

2.3 BELIEBTE ACCOUNTS: THEMEN (6)

OLDENBURG

SEMINARACCOUNT



@queer_fem_selfies

FACHSCHAFTSRAT GS



@genderstudiesoldenburg

KOLONIALE KONTINUITÄTEN



@koloniale.kontinutaeten

AROMANTIK, ASEXUALITÄT



@aces_and_aros

KURDISCHE POSITIONEN



@bum_bebe

QUEERE NEWS, VERANSTALTUNGEN



@hoch.motiviert

FEMINISMUS




@wastarasagt




@pinkstinks_de




@taramooknee




@feminismusmitvorsatzpodcast




@bruStraus

KÖRPERAKZEPTANZ




@melodie_michelberger

ALLTAG MIT KINDERN




@flusine

2.4 RELEVANZ SOCIAL MEDIA FÜR AKTUELLE QUEER_FEMINISTISCHE DEBATTEN

1. VIELE STIMMEN & GROBE REICHWEITE

- Sehr viel Aufmerksamkeit
- Beeinflussung von offline Debatten
- Erreichen der jungen Generation
- Pluralität von Stimmen und Empfängern

2. SCHNELLE UND ZUGÄNLICHE WISSENSPRODUKTION UND INFORMATION

- Vertiefung an anderem Ort/ zu anderer Zeit möglich
- Aufklärungsarbeit im Alltag
- Einige Studierende haben das meiste Wissen über Instagram
- Schnellere Wissensaneignung
- Frei zugänglich, sicherer

3. OFFENHEIT VON ÖFFENTLICHEN, VIELFÄLTIGEN DEBATTEN

- Viele Perspektiven, Stimmungen
- Demokratisieren Meinungsaustausch
- Queer_feministischer Raum, der sonst weniger vorhanden ist

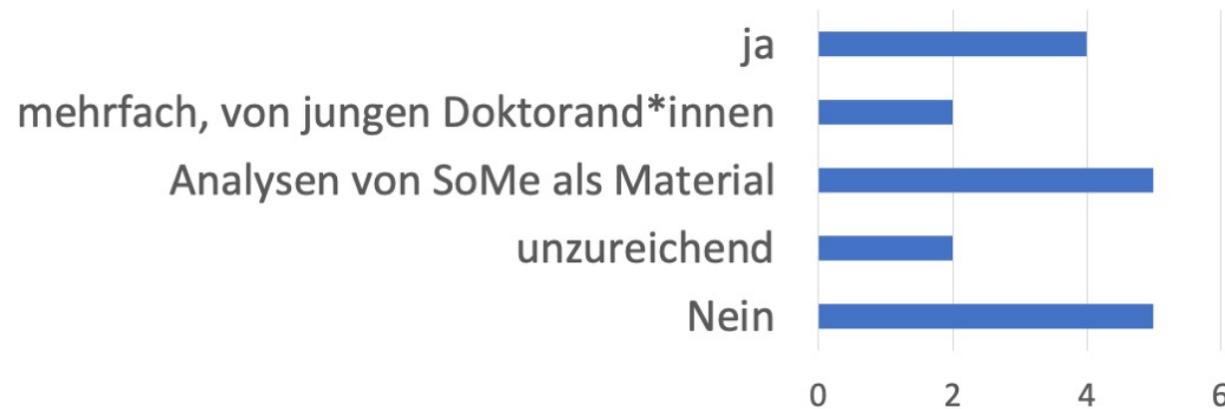
4. VERNETZUNG IN (INTERNATIONALEN) COMMUNITIES

- Verschiedene Stimmen aus Bubble/Community
- Neue Gleichgesinnte finden
- Einblick in Situationen in anderen Ländern
- Ortsunabhängigkeit

4. KRITIK: HASS, FALSCHINFOS, FEHLENDE OFFLINEWELT

- Wenig tiefgehende Diskussionen
- Fokus auf Social Media ausschließlich für offline Personen

2.5 AUFGREIFEN DER THEMEN IN DER LEHRE DER GENDER STUDIES



- **Aufgreifen aktueller Debatten**
 - Teile des Lebens finden online statt, aufgreifen
- **Einbezug des Alltags, weniger akademisch**
- **Forderung: Thematisieren von Vor- und Nachteilen Sozialer Medien für Debatten**
 - Potentiale, Stärken, Schwächen

2.6 GEFORDERTE THEMEN FÜR DIE GENDER STUDIES

1. INTERSEKTIONALE PERSPEKTIVEN/ VERSCH. DISKRIMINIERUNGSFORMEN

- Fettfeindlichkeit, Ableismus, Antirassismus, Klassismus, Antisemitismus, Neurodiversität....
- Queer Studies

2. ERFAHRUNGEN VERSCHIEDEN POSITIONIERTER PERSONEN

- Lebensrealitäten, Erfahrungen, Perspektiven, Identitäten
- Familienbilder, Sexarbeit, butch/femme....

3. AUSWIRKUNGEN TECHNISCHER/ DIGITALER STRUKTUREN

- Auswirkungen von Sozialen Medien auf verschiedene Gruppen
- Platform Governance
- Behandelte Themen in verschiedenen Communities....

4. AUSWIRKUNGEN AKTUELLER EREIGNISSE/KRISEN

- Klimakatastrophe
- Kapitalismus
-

5. SELBSTSORGE/MENTALE GESUNDHEIT

6. REPRÄSENTATIONEN IN POPKULTUR – AUCH SOZIALE MEDIEN

GRÜNDE: UNTERSCHIEDLICHE THEMEN UNI – SOCIAL MEDIA

1. TRENNUNG WISSENSCHAFTLICH/ PERSÖNLICH

- Soziale Medien basieren mehr auf Erfahrungen/ Emotionen
- Persönliche Ebene und akademische werden künstlich getrennt
- Uni „zu verkopft“

2. INHALTE IN UNI/ VON LERNENDEN VERALTET

- Lehrende nutzen Soziale Medien anders als Jüngere
- „klassisches, altes“ wissen bei Lehrenden
- Veraltet: Lehrpläne, Fokus, Inhalte, Formate

3. LEHRENDE KENNEN DEBATTEN NICHT, KEINE ZEIT, KEIN MUT

- Nur wenige junge Leute trauen sich
- Wenig Arbeitszeit zur Einarbeitung
- Kanon ↔ Lehrende
- Lehrende kennen die aktuellen Onlinedebatten nicht also auch nicht die Inhalte

4. AKADEMISCHE VERÖFFENTLICHUNGEN LANGSAM, ZUGANGSBARRIEREN

- Zugang Uni nur durch Abschlüsse
- Langsame Veröffentlichungsverfahren, Peer Review
- Wissenschaft erscheint zeitverzögert zu Debatten
- Wenig Forschung zugänglich für Lehrende

5. SOZIALE MEDIEN OFFENER FÜR NEUES, REALITÄTSBEZOGENER

- Soziale Medien: Abschluss keine Voraussetzung
- Mehr Raum
- Uni weniger realitätsbezogen

6. ONLINEDEBATTEN ZU SCHNELL, ZU INDIVIDUELL

- International, sehr viele Stimmen
- Onlinethemen zu individuell
- Onlinedebatten schneller, aktueller

7. NICHT ALLES IST „AKADEMISIERBAR“

- Manches verliert durch Akademisierung den Reiz
- Manches besser in anderen Formaten, wie queerer Literatur, formulierbar

7. SOZIALE MEDIEN SCHEINBAR ZU VEREINFACHTES WISSEN

- Gender Studies zu breit und widersprüchlich
- Zu kurze Beiträge
- Uni überblicksartiger

3.1 ERFAHRUNG MIT DEM EINSATZ VON SOCIAL MEDIA IN DER LEHRE

1. ALS ANALYSEMATERIAL

- Grounded Theory mit Inhalten
- Repräsentationsanalyse
- Performances
- Inhalts-, Diskursanalysen
- Seminarmaterial...
- Platform Governance

2. POST ERSTELLEN ALS AKTIVE TEILNAHME

3. ALS SEMINAREINSTIEG

4. ALS PRÜFUNGSFORM

5. ALS WISS. QUELLE

6. ALS SEMINARTHEMA

HÄUFIG: NUR MIT EIGENINITIATIVE

TEILWEISE: KEINE ERFAHRUNG

3.2 EINSCHÄTZUNGEN

GUT 1: NÄHER AN ALLTAG/ QUEERER LEBENSREALITÄT

- Auch: soziale Realität auf Social Media beobachten
- Studierende selbst auch viel auf Social Media

GUT 3: WECHSELWIRKUNG: LEBENSREALITÄT WISSENSCHAFTLICH BETRACHTEN

- Repräsentationen analysieren
- Eigenen Alltag reflektieren

GUT 2: WENIGER THEORETISCH/ LITERATURLASTIG, ZUGÄNGLICHER, PRAKTISCHER

- Repräsentationen analysieren
- Praktische Forschung
- Abwechslung zum Literatur/Theorie Lesen
- Niedrigschwellig beobachtbar

GUT 4: INTERESSANTER, MOTIVIERENDER, KREATIVER

GUT 5: AKTUALITÄT

BLÖD 1: NÄHER AN ALLTAG/ QUEERER LEBENSREALITÄT

- Nicht alle können Posts erstellen, benötigt Wissen
- Gute Leistung von anderen abschreckend

3.3 WAS FÄLLT LEICHT, WAS FÄLLT SCHWER?

LEICHT 1: INHALTE AUSWÄHLEN

- Nach Relevanz einordnen

LEICHT 2: MOTIVATION

- Identifikation, Teilhabe
- „Am Ball bleiben“
- Interesse

SCHWER 1: POSTS ERSTELLEN

- Infos kürzen
- Zeitaufwändig
- Veröffentlichung erzeugt Druck, Perfektionismus

SCHWER 2: (WISSENSCHAFTLICHEN) FOKUS FINDEN

- Trennung Meinung – wiss. Ansatz
- Unsicherheiten bei Forschungsplanung
- Auswahl der passendsten Beispiele
- Nach Relevanz einordnen
- Richtigen Umgang finden

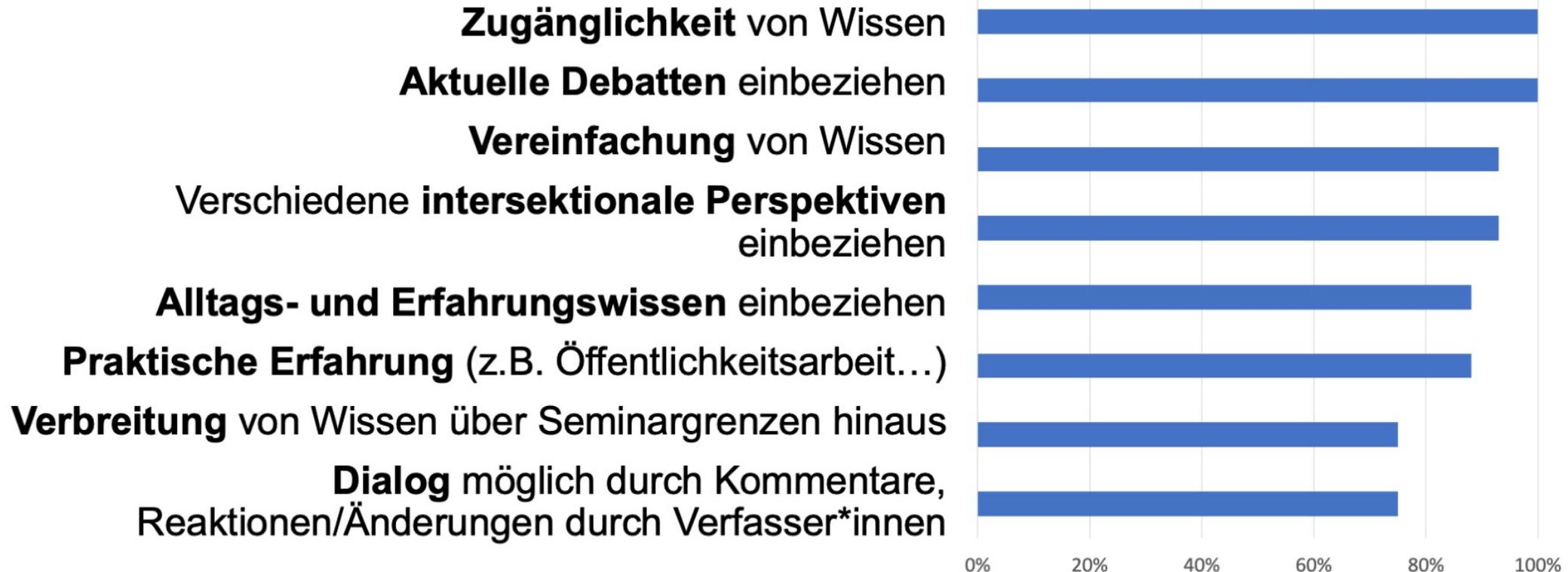
SCHWER 3: NICHT BEIM SCROLLEN ABDRIFTEN

- Führt zu gedankenlosem Scrollen
- Mehr Handyzeit

SCHWER 4: VORAUSSETZUNG: EIGENE ACCOUNTS

3.4 VORTEILE VON SOCIAL MEDIA IN DEN GENDER STUDIES

Anteil in % (16 Antwortende, 67%)



3.4 WEITERE VORTEILE VON SOCIAL MEDIA IN DEN GENDER STUDIES

ZUGÄNGLICHKEIT

- Einfacher Zugang
- Interessanter
- Mehr Freiraum, Ideen

VERKNÜPFUNG UNI - ALLTAG

- Einbeziehen von Erfahrungsberichten
- Auf Social Media ist die Realität
- Verbindung Studium - Freizeit

ZUGÄNGLICHERE PRÜFUNGSLEISTUNG

- Kreative Alternative
- Keine langen Texte schreiben
- Kein Referat/ Sprechen vor großer Gruppe

VERKNÜPFUNG UNI – „DAS AUßEN“

- Erreichen von mehr Menschen
- Teilhabe an aktuellen (online) Debatten
- Teilhabe an aktueller (Uni) Forschung

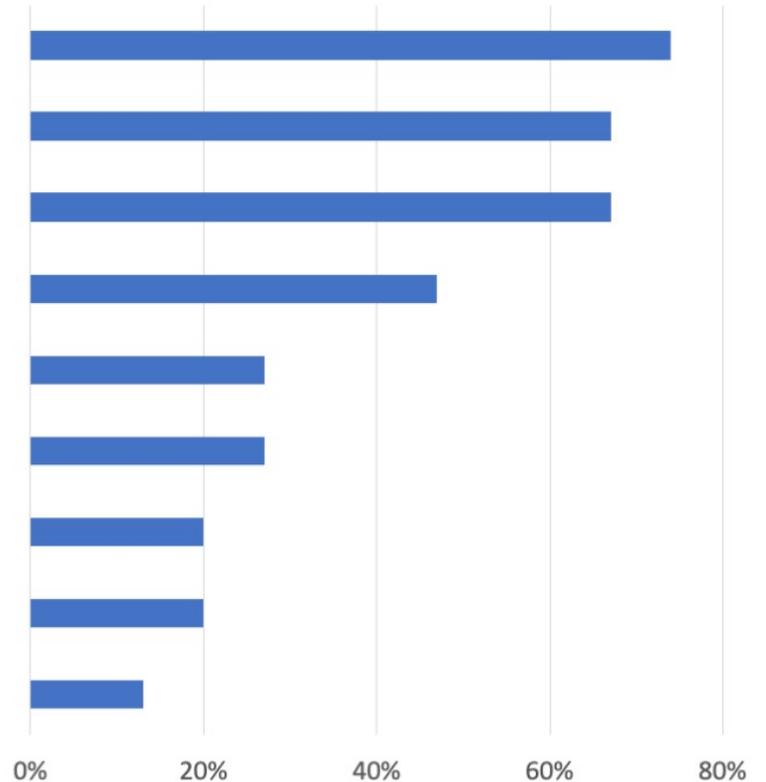
OFFENHEIT VON FORSCHUNG

- Vernetzung von Forscher*innen
- Weniger Abhängigkeit von Verlagen/Institutionen
- „Es führt ganz einfach kein Weg daran vorbei“

3.5 VORTEILE VON SOCIAL MEDIA IN DEN GENDER STUDIES

- Erstellen von Posts** für einige neu/schwierig
- Orientierung in der Masse** von Infos schwer
- Kein Ersatz intensiver **Textlektüre**
- Social Media ist keine **wiss. Quelle**
- Infos zu reduzieren** für Posts zeitintensiv
- Wenig **kulturwiss. Theorien** auf Social Media
- Kein Einüben **wissenschaftlichen Arbeitens**
- Unterschied Politik und Wissenschaft** wichtig
- Schnelle Änderungen** von Infos

Anteil in % (15 Antwortende, 63%)



3.6 WIDERSTÄNDE GEGEN SOCIAL MEDIA

1. ANDERER WISSENSCHAFTSBEGRIFF, „UNWISSENSCHAFTLICH“

- Keine angemessene Quelle
- Verschiedene Wissensdefinitionen
- Verdächtigung, dass das Social Media Wissen falsch ist

3. EINARBEITUNG ZU AUFWENDIG FÜR LEHRENDE

- Lehrende zu wenig Erfahrung mit der Integration
- Argumente wie „YouTube kostet zu viel Zeit“ - wie Texte

2. GEFORDERTE EIGENINITIATIVE DER STUDIERENDEN

- Wenig Unterstützung, eigene Auseinandersetzung
- Dann kann Texte schreiben doch wieder einfacher für Studierende sein

4. ZU WENIG ARBEITSUMFANG

- zu leicht
- Angemessenheit von z.B. Posts vs. best. Seiten von Text

ANDERE HABEN EHER OFFENHEIT ERFAHREN

5. KONSEQUENTES ABLEHNEN

3.7 IDEEN FÜR MEHR EINBEZUG VON SOCIAL MEDIA

EIGENES ERSTELLEN VON POSTS

- Erreichen von nicht Studierenden
- Seminaraccount mit Infos
- Projekte in Livestreams teilen
- Instagramposts
- Twitteraccount für Seminare
- Videoessay
- Post zu Text erstellen
- Seminararbeiten als Post teilen
- Aktive Teilnahme/ Prüfungsleistung...

SITZUNGSVORBEREITUNG: PASSENDEN POST HERAUSSUCHEN

- Infoposts – Einleitungen in Themen
- Ggf. vorgegebene Themen/ Accounts
- Posts zu Text suchen

ALS ANALYSEMATERIAL

- Onlinediskurse analysieren
- Instagramkünstler*innen statt ‚alte Meister‘

LEHRENDE EMPFEHLEN ACCOUNTS, POSTS

ALTERNATIVEN

- Seminarthemen auf aktuelle Geschehnisse anwenden
- Mehr aktuelle Themen einbeziehen
- Wissenschaft und Soziale Medien trennen

„EINFACH MAL MACHEN“