



Social Media **Kampagne**

Instagram Sensibilisierungskampagne
Zum Thema stereotype Frauenbilddarstellung auf Instagram

Lehrprojekt von

Gertrud Eggenberger
Oberer Steinagger
9472 Grabserberg
gertrud.eggenberger@stud.fhgr.ch

Hauptreferentin: Joëlle Kost
Korreferentin: Yvonne Herzig Gainsford

Fachhochschule Graubünden
Institut für Multimedia Production
Bachelorstudiengang Multimedia Production

12. August 2022

01	Xommira	Seite 01
02	Konkurrenz	Seite 02
03	Kampagne Position	Seite 04
04	Zielgruppe	Seite 05
05	Persona	Seite 06
06	Content Planung	Seite 07
07	Visuelle Planung	Seite 08
08	Inhaltliche Planung	Seite 09
09	Storyboard	Seite 10
10	Arbeitsprozess	Seite 11
11	Fazit	Seite 13
12	Ausblick	Seite 14

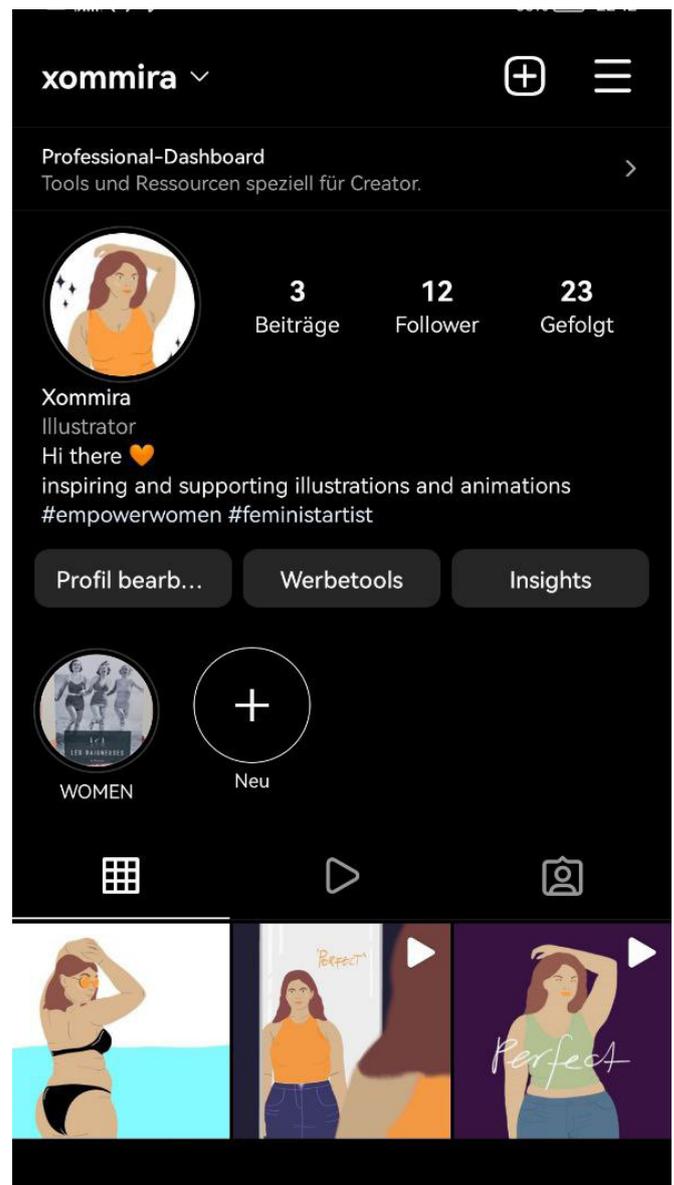
01 Xommira

Die Kampagne ist eine Instagram Sensibilisierungs Kampagne, welche aus GIF Animationen und Illustrationen besteht. Das Ziel der Kampagne ist, mit den Inhalten der GIF Animationen und Illustrationen auf die einseitige stereotype Frauenbilddarstellung auf Instagram aufmerksam zu machen.

Instagram

Die Animationen sind Frame by Frame Charakter Animationen. Der Feed wird mit Animationen und Illustrationen befüllt. Regelmässig werden Storys geteilt über den Arbeitsprozess oder Inspirationen. Der Charakter ist eine realistisch illustrierte Frau-figur. Der Name des Charakters ist Xommira, was zugleich der Name der Instagramseite ist. Der Name hat keine tiefere Bedeutung.

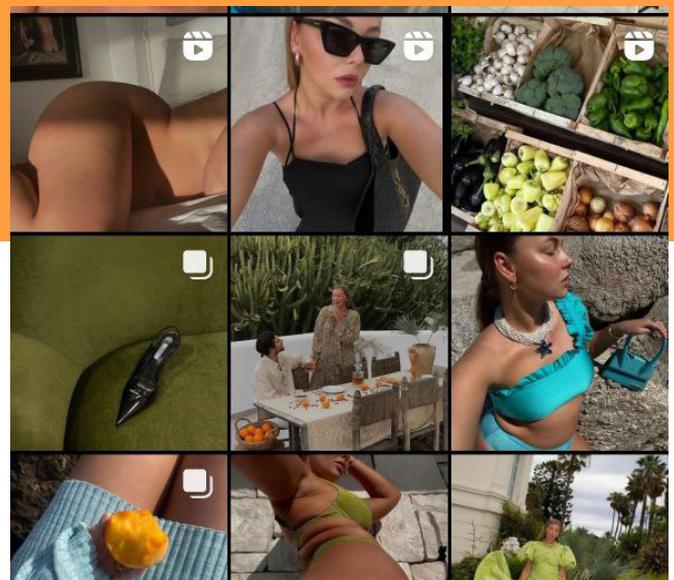
Die Kriterien waren einen ein-silbigen Namen ohne Zahlen und Zeichen, der keine Verwechslungsgefahr hat und der nicht weit verbreitet ist. Es ist durchaus eine Herausforderung, auf Instagram einen freien Namen zu finden. Schlussendlich viel die Wahl auf Xommira.



02

Konkurrenz

Es gibt viele feministisch orientierte Accounts und Illustratorinnen auf Instagram, die sich dem #empowerwomen anschliessen. Der #empowerwomen oder auch #feminism ist sehr verbreiten in der feministischen Szene. Zu der Gruppe gehören Influencer, Organisationen, Illustratorinnen und Künstlerinnen und andere Kreativ-Creator.



GIF Animationen

Es gibt viele Accounts, die auf GIF Animationen fokussiert sind, jedoch nicht das stereotype Frauenbild thematisieren. Als Beispiel der Account Ketnipz mit über 3 Mio. Follower. Der Account besteht aus dem fiktiven Charakter Bean. In den GIF Animationen über Bean werden Alltagssituationen gezeigt.



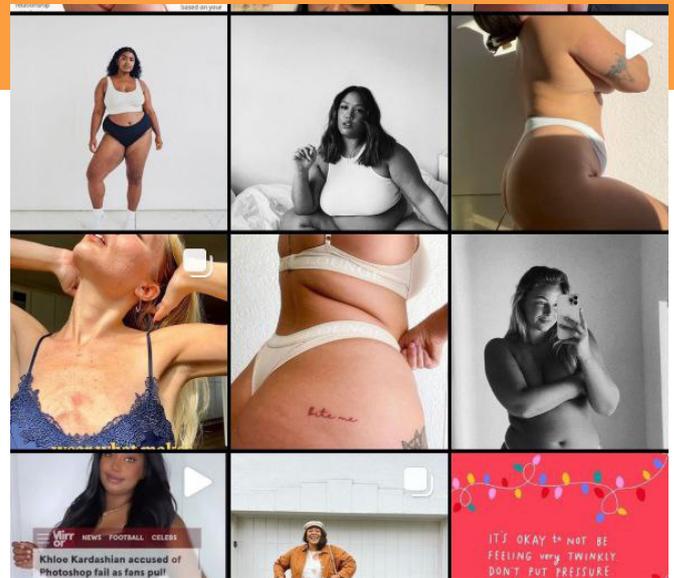
ketnipz

Influencer

Zu der Gruppe #empowerwomen gehören auch viele Influencerinnen. Viele der Influencerinnen entsprechen auch nicht dem stereotypen Frauenbild, das auf Instagram verbreitet ist. Ein Beispiel ist Vivian Hoorn mit über 500 Tausend Follower. Auf ihrer Instagramseite verbreitet die Influencerin Bodypositivity.



vivianhoorn



Illustratorinnen

Nebst Realbild Content gibt es einige bekannte Illustratorinnen, die mit ihren illustrativen Bildern und Animationen das Thema *#empowerwomen* thematisieren. Zum Beispiel Sara Andreasson. Sie illustriert diverse Frauenfiguren, oftmals auch in Kooperation mit bekannten Unternehmen und Marken.



Organisationen

Teil der *#empowerwomen* sind auch unterschiedliche Organisationen. Ein gutes Beispiel dafür ist die Organisation "be more". Die Organisation setzt sich für *positivity, inclusivity* und *empowerment* ein. Auf ihrer Instagramseite verbreiten sie Content von feministischen Illustratorinnen und Influencerinnen.



03

Kampagne Position

Zusammengefasst, Sensibilisierungskampagnen zum Thema Frauenbilddarstellung auf Social Media gibt es viele, doch in der Umsetzung zeigen sich die Unterschiede. In diesem Kapitel werden die Merkmale der Sensibilisierungskampagne aufgezeigt, und wie sie sich zur Konkurrenz unterscheidet.

Anonymität

Viele Illustratorinnen geben sich erkennbar auf ihren Social Media Profilen und bringen die eigene Persönlichkeit in ihren Content mit ein. Beim Account *Xommira* ist die Person hinter dem Account nicht erkennbar. Der Charakter steht im Mittelpunkt der Kampagne.

GIF Animation und #empowerwomen

Viele GIF Animation auf Instagram thematisieren nicht das verbreitete Frauenbild auf Social Media. Es gibt durchaus GIF Animation zum Thema, doch es entspricht nicht der Mehrheit. Mit der Kampagne *Xommira* werden beide Aspekte GIF Animationen und die Frauenbilddarstellung kombiniert.

Illustrationen

Es gibt schon einige Illustratorinnen, die illustrativen Content generieren, doch die Mehrzahl von feministischen Content besteht aus Realbildern. Mit der Sensibilisierungskampagne möchte ich den illustrativen Content in der feministischen Szene mehr verbreiten.

04

Zielgruppe

Wen spreche ich an?

Junge Frauen im Alter von 18-28 Jahren, welche sich mit der stereotypen Frauenbilddarstellung auf Social Media vergleichen und darunter leiden.

Welche Ziele werden verfolgt?

Eine Sensibilisierung daraufhin, dass nicht jeder Frauenkörper auf Social Media präsentiert wird.

Wann ist der beste Zeitpunkt um sie zu erreichen?

Wenn die jungen Frauen an sich selbst zweifeln und sich nicht wertschätzen. Die jungen Frauen haben rund um die Uhr das Handy bei sich und checken regelmässig ihre Social-Media-Kanäle. Deswegen werden sie täglich mit der einseitigen stereotypen Frauendarstellung auf Instagram konfrontiert.

Warum sollte die Zielgruppe die Beiträge sehen?

Die GIF Animation zeigen eine breitere und keine stereotype Frauenbilddarstellung auf Social Media. Es ist ein kreativer und lockerer Weg, sich mit dem Thema zu befassen.

**Lisa**

24 Jahre, PH-Studentin

Interessen: Krafttraining, Joggen, Wandern, ihre Katze

trägt Kleidergrösse XL

Sie ist sehr sportlich, aber aufgrund einer Hormonstörung ist es für sie sehr schwierig, Gewicht zu verlieren. Sie trägt nie enge oder bauchfreie Oberteile, weil sie sich schämt. Ihr gefallen jedoch modische Sportswear, die Fitnessmodel immer tragen.

**Jannine**

28 Jahre, verheiratet, Mutter von 2 Kindern

Interessen: Makramee, Backen, Yoga

Sie hat Schwierigkeiten, nach den Schwangerschaften ihren Körper zu akzeptieren.

Seit 2 Jahren schon hat sie verschiedene Diäten und Trainings versucht, um wieder ihre alte Form zu erreichen. Sie folgt verschiedenen Fitness Influencer auf Instagram

**Anne**

18 Jahre, Schülerin

Interessen: TikTok-Videos drehen, Tanzen, Freundinnen treffen, täglich auf Social-Media

Sie trägt Kleidergrösse M, sie vergleicht ihren Körper mit den schlanken Models und Influencer, die sie auf den Social Media Apps sieht und ist unzufrieden mit sich selbst.



Content Planung

Programme

Zum Erstellen der GIF Animationen verwende ich das Programm Adobe Fresco. Die GIF Animationen werden keine komplexe Animation sein, sondern es sollen simple Frame by Frame GIF Animation werden. Dazu eignet sich Adobe Fresco hervorragend. Das Programm ist vielseitig einsetzbar. Es ist ideal zum digital Zeichnen und es hat die Möglichkeit, die Zeichnung Frame by Frame zu animieren. Zudem lassen sich die Illustrationen in Vektordateien konvertieren. Es vereinfacht den Arbeitsprozess, wenn die Anzahl der Programme auf eines reduziert ist.

Wording

Die Sprache ist persönlich und positiv. Es wird auf Englisch kommuniziert. Eine Bildbeschreibung kann sein: "Everybody is PERFECT!" oder "Hey there". In den Animationen wird wenig Text verwendet. Die GIF Animation soll für sich selbst sprechen. Es werden einzelne Wörter verwendet wie zum Beispiel: «Perfect» «Hey» Die Wörter in der Animation wird in der Handschrift geschrieben. Es werden die Hashtags, #empowerwomen #perfectbody #feministart #animation #illustration und ähnliche verwendet.

Corporate Design

Das Corporate Design besteht aus dem Orange #FC9D3F und dem Blau #1B1B4A. Die GIF Animationen und Illustrationen folgen grundsätzlich dem Corporate Design, aber es werden auch weitere passende Farben mitverwendet. Hauptsächlich werden genderspezifische Farben verwendet. Rosa, gelb, rot, violett. Die Inhaltsanalyse der Thesis feministische Illustrationen hat ergeben, dass feministisch orientierte Illustratorinnen mehrheitlich zu genderspezifischen Farben greifen, in ihren grafischen Illustrationen.

07

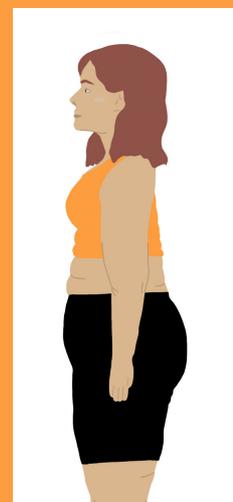
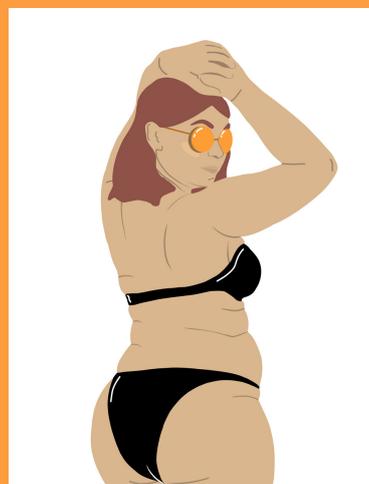
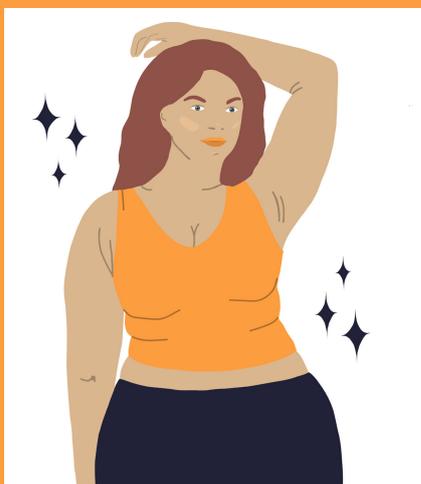
Visuelle Planung

Moodboard



Zeichnungsstil Protagonistin

Der Zeichnungsstil wird an die Zielgruppe angepasst. Er ist modern und schlicht. Das heisst keine illustrativen Details und keine breite Farbpalette. Das vereinfacht auch das animieren. Das Ziel ist das der Körper und Gesichtsausdruck der Protagonistin in den Fokus zu setzen.





Inhaltliche Planung

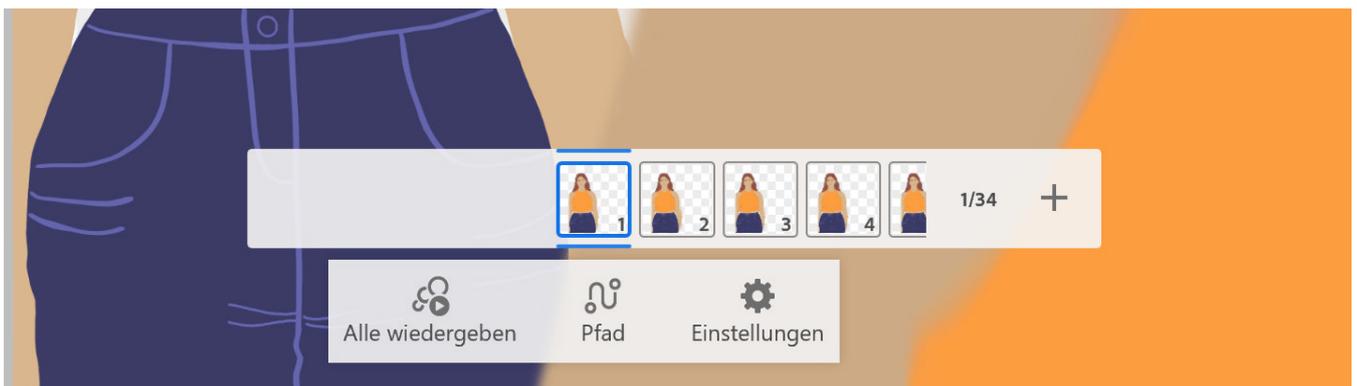
Kontext

Die GIF Animation soll eine Alltagssituation darstellen, wo die Protagonistin unzufrieden mit ihrem Körper ist oder bewusst ihren Körper präsentiert und sich wohlfühlt. Eine Alltagssituation, womit sich die Zielgruppe identifizieren kann. Zwischen den GIF Animationen werden auch Illustrationen gepostet. Eine Illustration, die zu den Themen der GIF Animation passt. Zum Beispiel eine Animation am Strand: Die Protagonistin liegt im Liegestuhl und trinkt einen Cocktail. Nebst der GIF Animation wird eine Illustration gepostet, welche Xommira am Strand zeigt, in einer anderen Pose, aber im gleichen Bikini. Das gleiche Thema wie in einer GIF Animation und in einer Illustration dargestellt.

Technische Daten

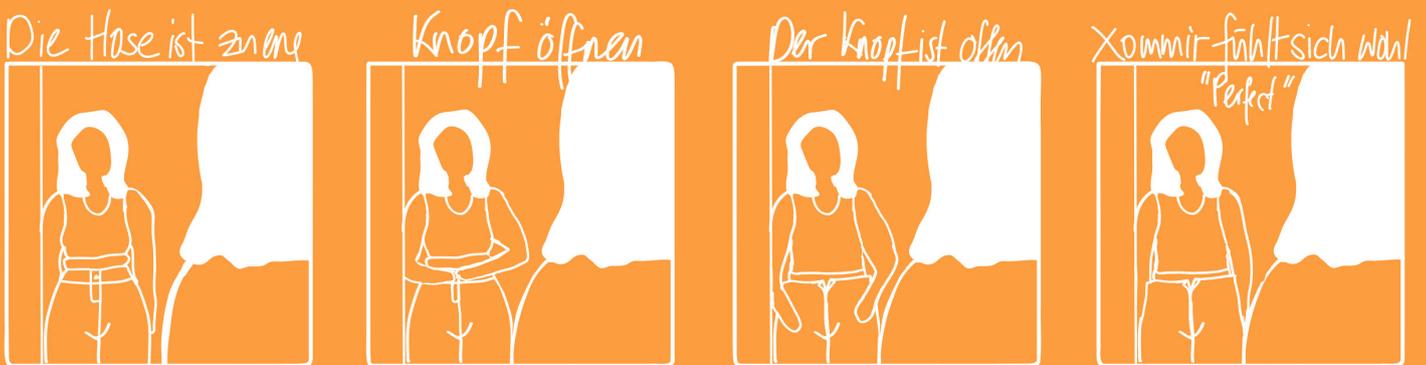
Die GIF Animationen werden ca. 5 sec. lang sein mit 15 Frames per second (fps.). Die Animationen werden als mp4 gerendert und auf Instagram hochgeladen. Eine GIF Datei eignen sich in diesem Fall nicht. GIF Dateien können nur durch die Zusatzapp Giphy hochgeladen werden, was grundsätzlich kein Problem ist. Jedoch komprimiert die App die Dateien und sie werden neu gerendert, was zur Folge hat, dass eine Animation mit 15 fps. neu auf 25fps. gerendert wird. Dadurch wird die ganze Animation zu schnell abgespielt, und die Bewegungen sind nicht mehr deutlich erkennbar.

Timeline in Adobe Fresco



Storyboard #01

Xommira steht vor dem Spiegel. Sie hat eine Jeans und ein Top an. Die Hose ist aber zu eng. Sie öffnet den obersten Knopf und die Hose passt perfekt. Zufrieden lächelt sie und sagt "perfect!"

**Storyboard #02**

Xommira liegt im Liegestuhl am Strand. Sie trägt einen knappen Bikini und trinkt gemütlich einen Cocktail.



10

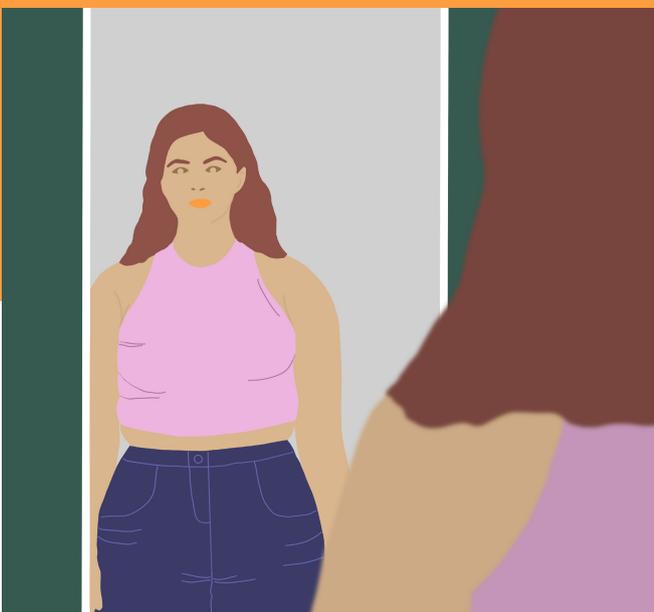
Arbeitsprozess

Story #01

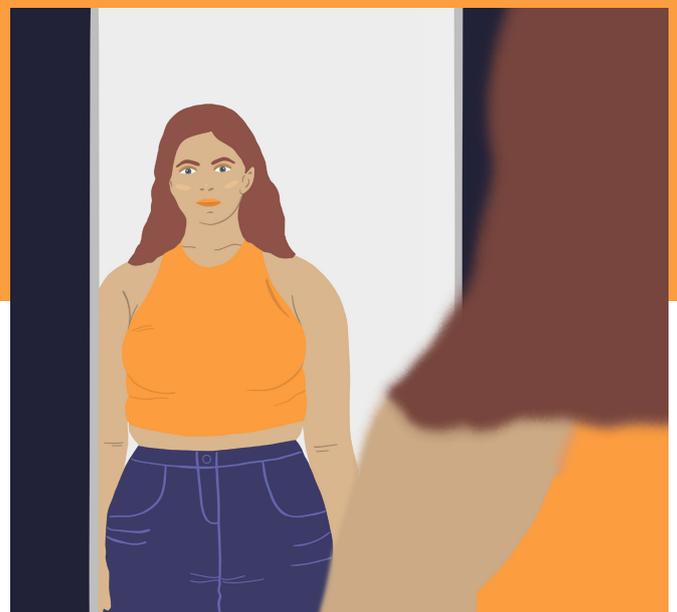
Die erste Story basiert auf eigener Erfahrung. Es ist ein sehr erleichtertes Gefühl, wenn der Knopf geöffnet werden kann. Sei es zu Hause oder im Restaurant, mit vollem Bauch.

Bei dieser Illustration war ich immer noch im Prozess, die Figur Xommira zu definieren. Deshalb war es auch ein längerer Arbeitsprozess. In dieser Animation definierte ich das Corporate Design. Ich probierte verschiedenen Farbkombinationen aus, schlussendlich entschied ich mich für die dominante Farbe Orange. Schwierigkeiten beim illustrieren der Hände. Schlussendlich machte ich Fotos von mir mit dem Bewegungsablauf. Das war sehr hilfreich. Obwohl es eine kurze Animation ist, ging der Animierungsprozess länger. Ich hatte schon länger nicht mehr mit Fresco animiert. Deshalb ging viel Zeit verloren mit ausprobieren, bis der Ablauf wieder sattelfest war.

Version 01



Version 02



10

Arbeitsprozess

Story #01

Die zweite Story passt zum Sommer ganz nach dem Motto "Hot Girl Summer". Der Sommer ist die Jahreszeit der leichten Bekleidung. Vielen Frauen fühlen sich unwohl, sich im Bikini zu zeigen. Der "Hot Girl Summer" ist für jede Frau, den jede Frau hat es verdient, sich am Strand zu bräunen und genüsslich einen Cocktail trinken, ohne sich für ihren Körper zu schämen. Bei dieser Illustration war zuerst die Herausforderung, Xommira proportional korrekt zu illustrieren. Im Liegestuhl liegend, ist eine Position, die ich noch nie gezeichnet habe. Die zweite Schwierigkeit war der Cocktail in der Hand. Hände sind generell das schwierigste zum Zeichnen für mich. Dafür habe ich Fotos von meiner Hand mit einem Drink in der Hand gemacht und als Referenzbilder verwendet. Der Animationsprozess verlief gut. Zuerst animierte ich die Bewegung zu langsam und es brauchte ein bisschen Zeit, bis der Bewegungsablauf der Hand einigermaßen realistisch wirkte.

Version 01



Version 02



Fazit

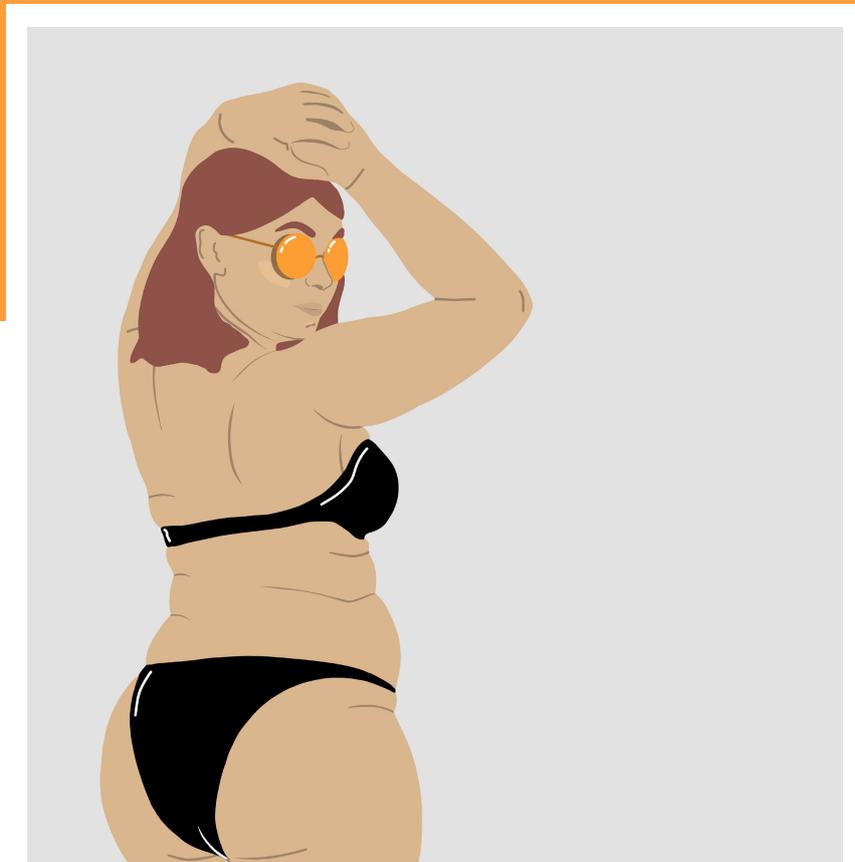
Es gab einige Stolpersteine im Arbeitsprozess. Geplant war, dass ich die GIF Animationen im Programm Procreate illustriere und animiere. Bisher habe ich immer Sketchbook oder Adobe Fresco verwendet. Procreate ist eine Zeichnungsapp für Apple Geräte. Seit Kurzem wechselte ich auf ein Ipad zum illustrieren. Deswegen dachte ich mir, ich könnte mit dem Projekt die Animationsfunktion in Procreate kennenlernen. Zum illustrieren ist Procreate super, beim animieren zeigten sich die Schwierigkeiten. Die Höchstzahl an animierten Ebenen ist 28, dies hatte ich schnell erreicht, weil ich immer mit vielen Ebenen arbeite. Ich versuchte gewisse Ebene zusammenzufügen, obwohl ich überhaupt nicht Fan davon bin, zu viel auf derselben Ebene zu haben. Es ging dann knapp auf mit den 28 Ebenen, aber ich gestaltete die Animation auch nur minimalistisch. Beim Exportieren kam das nächste Problem. Es war nur möglich, die Datei als GIF Datei zu rendern. Wie ihr vielleicht schon wisst, können GIF Dateien nicht direkt auf Instagram hochgeladen werden. Dazu wird das Zusatzapp Giphy benötigt. Das wäre grundsätzlich kein Problem, jedoch render das App die GIF Animationen erneut und die Framerate von 15fps wird in 25fps gerendert. An diesem Punkt wusste ich, dass ich für den weiterführenden Arbeitsprozess eine Lösung finden musste. Ich entschied, mit Adobe Fresco weiterzuarbeiten. Fresco hat sein knapp einem Jahr die Animationsfunktion, viel benutze ich es noch nicht, aber bisher sind keine Probleme aufgetreten. Zu meinem Glück können die Zeichnung aus dem Procreate als PSD Datei in Fresco importiert werden. Somit wird die Ebenen Struktur beibehalten. Also animierte ich die erste Animation nochmals neu in Fresco und exportierte sie als mp4 Datei, somit konnte die GIF Animation direkt auf Instagram hochgeladen werden. Ein Vorteil von Adobe Fresco sind vektorbasierende Illustrationen. Procreate hingegen ist ein Pixel basierendes Grafikprogramm. Aber grundsätzlich ist Procreate besser zum illustrieren, weil es eine sehr breite Pinselpalette hat, Fresco ist da sehr bescheiden, aber für die Illustrationen von Xommira ist es ausreichend. Im weiteren Arbeitsprozess entstanden kein weitere technische Probleme mehr. Ich habe grosse Freude, an den einzelnen Illustrationen zu arbeiten. Manchmal braucht es eigene Zeit, um eine Idee zu generieren und sie auf das digitale Blatt zu bringen. Ausprobieren, löschen, verschieden Variationen zu zeichnen und Inspirationen auf Instagram oder Pinterest suchen, das gefällt mir am kreativen Arbeitsprozess.

Potential

Die Instagramseite werde ich auch nach der Bachelorabgabe weiterführen. Ich möchte gerne herausfinden, wie gross das Potential der Kampagne sein kann. Jetzt ist es noch

zu früh, um Schlüsse zu ziehen. Grundsätzlich wollte ich das Projekt etwas früher starten, dann könnte jetzt schon eine Zwischenbilanz gezogen werden. Aber Zeitmanagement ist nicht meine Stärke. Auf jedenfalls möchte ich die Community und meine Reichweite vergrössern. Mein Ziel ist es, meine Follower aktiv an dem kreativen Arbeitsprozess teilhaben zulassen, mit Fragerunden und Quiz in der Story. Die Follower sollen auch mitentscheiden, was der Inhalt der Animationen sein soll.

Inhaltlich werde ich vorerst mit den GIF Animation und Illustrationen so weiter machen. In der Zukunft werde ich sicherlich das Design und die Komplexität der Animationen und Illustrationen entwickeln.



Selbstständigkeitserklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich diese Thesis und das Lehrprojekt der Bachelorarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und erlaubten Hilfsmittel benutzt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus Quellen entnommen worden sind, habe ich als solche gekennzeichnet. Beim Lehrprojekt habe ich ausgewiesen, was ich nicht selbst produziert habe, welche Templates, Themes, Tools ich eingesetzt habe und welche Bilder, Videos und Texte Dritter ich verwendet habe. Mir ist bekannt, dass andernfalls die Hochschulleitung zum Entzug der aufgrund meiner Arbeit verliehenen Qualifikationen oder des für meine Arbeit verliehenen Titels berechtigt ist.

Ort, Datum

Vorname, Nachname