

---

**Themenheft 61: Becoming Data – Pädagogische Implikationen postdigitaler Kultur.**  
Herausgegeben von Anna Carnap und Viktoria Flasche

## Widersprüchliche Anforderungen sichtbar machen

### Impulse postdigitaler Analysen am Beispiel der YouTube Beauty Community

Susanne Richter<sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Universität Paderborn

#### Zusammenfassung

*Soziale Plattformen und insbesondere Beauty Content – also Beiträge, in denen Praktiken des Schönheitshandelns thematisiert werden – generieren pädagogische Aufmerksamkeit im Schnittpunkt von Gender- und Medienpädagogik. Damit bietet die Beauty Community in zweierlei Hinsicht Ansatzpunkte für die Frage nach postdigitalen Impulsen für die Pädagogik: Zum einen ist sie Gegenstand pädagogischer Arbeit, zum anderen ein neuer sozialer Raum, der komplexe Analysen der Performances und Aushandlungen sozialer- und Geschlechterordnungen ermöglicht. In diesem Beitrag werden die Befunde einer geschlechtersoziologischen Studie der YouTube Beauty Community (Richter 2021) im Hinblick auf die Frage nach pädagogischen Implikationen postdigitaler Kultur gelesen. Dafür werden zunächst pädagogische Problematisierungen der Beauty Community dargestellt und anschliessend durch ausgewählte Befunde der fokussierten Studie kontrastiert, um eine produktive Perspektive auf diese Probleme zu erarbeiten: Die Akteur:innen der Community werden darin sichtbar als in Widersprüchen verortet, die Herstellung von Souveränität wird als zentraler Wert verhandelt. Pädagogische Implikationen postdigitaler Kultur, so wird abschliessend argumentiert, liegen im analytischen Potenzial der Untersuchungen digitaler Arenen, das sowohl für die Erforschung gegenwärtiger gesellschaftlicher Transformationen als auch als Grundlage für pädagogisches Handeln eingesetzt werden kann – nicht zuletzt in Bezug auf Herausforderungen, die mit der Entstehung und Etablierung dieser neuen Arenen und ihrer Ausbreitung einhergehen.*



## **Making contradictory requirements visible. Impulses of post-digital analyses using the example of the YouTube beauty community**

### **Abstract**

*Social platforms and in particular beauty content, i.e. posts in which beautification practices are thematised, evoke pedagogical attention situated in the intersection of gender and media pedagogy. The beauty community thus allows to approach to the question of post-digital pedagogy in two respects: On the one hand, it is the object of pedagogical work and interventions, and on the other hand, it is a new social space that enables complex analyses of performances and negotiations of social and gender orders. In this article, the findings of a gender-sociological study of the YouTube beauty community (Richter 2021) are read with regard to the question of the pedagogical implications of post-digital culture. For this purpose, pedagogical problematizations of the beauty community are first presented and then contrasted with selected findings of the focused study in order to develop a productive perspective on these problems: The actors of the community appear situated in contradictions, the production of sovereignty is negotiated as a central value. Post-digital pedagogy, it is argued in conclusion, appears characterised by the analytical potential of studies of digital arenas, which can be used both for studying complex contemporary social transformations and as a basis for pedagogical action – not least in relation to challenges that arise with these new arenas.*

### **1. Einleitung: Medienpädagogik und Gender**

Der vorliegende Band fragt nach pädagogischen Implikationen postdigitaler Kultur<sup>1</sup> und danach, was das Ziel erzieherischen Tätigseins sein kann, wenn Orientierung an der Idee eines souverän und rational handelnden mündigen Subjekts infrage gestellt ist. Ich möchte mit diesem Interesse die Befunde meiner geschlechtersoziologischen Studie der YouTube Beauty Community (Richter 2021) lesen und nähere mich damit in zweierlei Hinsicht der Überlegung, was postdigitale Pädagogik sein kann: zum einen in Bezug auf digitale Plattformen und darauf stattfindende Thematisierungen von Schönheitshandeln (Degele 2004) als thematischem Gegenstand, der pädagogisches Interesse und Handlungsbedarf generiert. So geben soziale Plattformen vielfältigen Anlass zu Problematisierungen: Sie können starke Anziehungskraft entfalten, operieren hochgradig marktförmig motiviert und ermöglichen Kindern und Jugendlichen schwer kontrollierbaren Zugang (vgl. Brunn 2007, 373) zu potenziell problematischen Inhalten. Weiterhin stellen ihre Akteur:innen zu

<sup>1</sup> Der Begriff «postdigital» wird uneinheitlich genutzt (vgl. Taffel 2016). Ich verwende ihn zur Beschreibung einer Situation, in der Digitalisierung bereits etabliert und erhebliche von ihr ausgelöste Dynamiken zu verzeichnen sind, die jedoch auch in kritischem Kontrast zur Annahme fundamentaler Umwälzungen durch die Digitalisierung positioniert ist (vgl. Jandrić et al. 2018; Engel und Karpowitz 2022).

ihren Rezipient:innen über parasoziale Beziehungen (Döring 2013, 302ff.) mitunter starke affektive Bindungen her. Wie in Abschnitt 2 ausgeführt werden wird, ist der Themenbereich von Beauty Content häufig Gegenstand für derartige problematisierende Aufmerksamkeit, wobei oft der konsumorientierte Fokus sowie der Zusammenhang zu normierenden Körperbildern und damit einhergehenden potenziellen Belastungen für die Rezipierenden hervorgehoben wird. Die zweite Ebene, auf der die Beauty Community mit einem Interesse an postdigitaler Pädagogik fokussiert werden kann, ist jene des analytischen Potenzials, das sich aus ihrer Untersuchung mit einer geschlechtertheoretisch fundierten Fragestellung eröffnet.<sup>2</sup> Die Performances und Aushandlungen<sup>3</sup> von Mädchen und jungen Frauen, die sich in digitalen Räumen mit dem Thema Schönheitshandeln sichtbar machen, und am selben Ort diskutiert werden, können nämlich produktiv als Aushandlungen der Geschlechterordnung untersucht werden. Ich will in diesem Beitrag beide Ebenen verbinden, indem ich ausgewählte Befunde meiner Studie zur Beauty Community darlege und unter der Frage beleuchte, wie sie mit Interesse an pädagogischen Implikationen postdigitaler Kultur gelesen werden können. Dabei entwickle ich eine Perspektive, die die Möglichkeit und Notwendigkeit komplexer Analysen betont, die angesichts gesellschaftlicher Transformationen mit Phänomenen der Digitalisierung einhergehen. Um dies zu erarbeiten, trage ich im ersten Schritt Problematisierungen der Beauty Community zusammen, die ich als *Aufwerfen pädagogischer Probleme* lese. Im zweiten Schritt kontrastiere ich diese durch ausgewählte Befunde meiner Studie, um eine produktive Perspektive auf diese Probleme zu entwickeln: Die Akteur:innen der Beauty Community erscheinen darin mit der persistenten Abwertung von Weiblichkeit und mit widersprüchlichen Anforderungen konfrontiert und ‹Souveränität› wird als ein zentraler Wert erkennbar, der in der Community hergestellt wird. Im dritten Schritt erarbeite ich auf dieser Grundlage, inwiefern eine postdigitale Perspektive dem Dilemma begegnen kann, dass ‹Mündigkeit› oder ‹Autonomie› als Ziele erzieherischen Handelns kompromittiert erscheinen mögen, aber auch nicht leichtfertig verabschiedet werden können: Betont wird dabei das analytische Potenzial, mit dem die Untersuchungen digitaler Arenen für die beständige Aufgabe komplexer

---

2 Eine feministische Perspektive auf Digitalisierung kann durch drei Thesen charakterisiert werden (vgl. Richter 2022): (1) Digitale Räume sind wie andere gesellschaftliche Bereiche auch durch Ungleichheiten, etwa entlang der Kategorien gender, class und race durchzogen, technologischer Fortschritt und Digitalisierung haben Effekte, die Diskriminierung verstärken. (2) Digitale Räume bieten viel Potenzial für Analysen über den Wandel der Geschlechterverhältnisse. (3) Für analytische Haltungen, die Phänomene der Digitalität als ‹eigenständig handelnd› auffassen, sind Theorien der Geschlechterforschung produktiv anschlussfähig.

3 Meine Verwendung des Begriffs der *Performances* fasst zum einen den Aspekt von YouTube Videos als intendierte Aufführungen, die sich an ein Publikum richten. Zum anderen transportiert der Begriff *Performances* von bspw. *Weiblichkeit* auch ein geschlechtertheoretisches Verständnis, das sowohl an die Performativitätstheorie von Judith Butler (1990; 1993) als auch auf Andrea Maihofers Theorie von Geschlecht als Existenzweise (1995) anschliesst. Er inkludiert so die Annahme, dass die Performances in den Videos mit der gelebten und gefühlten vergeschlechtlichten Existenz der Akteur:innen in Verbindung stehen (vgl. Richter 2021, 72ff.).

Analysen eingesetzt und so auch für pädagogisches Handeln nutzbar gemacht werden können – nicht zuletzt für die Entwicklung von Strategien in Bezug auf Herausforderungen, die mit diesen neuen Arenen einhergehen.

Der thematische Fokus auf die YouTube Beauty Community legt direkte Bezüge auf zwei Kategorien pädagogischen Handelns nahe: geschlechtersensible Pädagogik zum einen und Medienpädagogik zum anderen. Diese verschiedenen Felder haben Gemeinsamkeiten und Schnittstellen. Sowohl Geschlecht als auch die Digitalisierung können als gesellschaftlich produzierte Strukturen und Transformationsprozesse gefasst werden, die in komplexen Wechselbeziehungen (nicht nur zueinander) stehen (vgl. Richter 2022, 189). Die Auseinandersetzung mit Geschlechterstereotypen ist in der Medienpädagogik sehr geläufig, da «Körperdarstellungen, Schönheitsideale und Genderstereotype» (Roth-Ebner 2019, 9) auf digitalen Plattformen häufig in den Blick genommen werden. Dies liegt nicht zuletzt darin begründet, dass Sexualisierung und Medialisierung miteinander, wie Brigitte Hipfl argumentiert, verknüpft sind und die Medienpädagogik herausfordern, dies zu bearbeiten (vgl. Hipfl 2015, 17). Zugleich wird mitunter auch kritisch diskutiert, dass geschlechterreflektierte Pädagogik bislang nicht ausreichend in der Medienpädagogik etabliert sei (vgl. Roth-Ebner 2019, 2f.).

Pädagogische Aufmerksamkeit für Mädchen und Frauen – als vorrangige Adressat:innen von Schönheitsdiskursen (vgl. Bordo 1995; Bartky 1990; Bourdieu 2005, 112–21; Richter 2021, 98–118) – generiert ein spezifisches Spannungsfeld. Aus geschlechtertheoretischer Perspektive sind Frauen und Mädchen in der bürgerlichen Geschlechterordnung<sup>4</sup> subordinierte Positionen zugewiesen. Dass sie angesichts des historischen und fortdauernden Wandels der Geschlechterverhältnisse auf spezielle Weise in sich transformierenden Ordnungen situiert sind, muss von geschlechtersensibler Pädagogik berücksichtigt werden. «So befinden sich», schreibt Caroline Roth-Ebner mit Bezug auf Hipfl (2015, 20),

«Mädchen und junge Frauen in einem bipolaren Feld zwischen der Wahrnehmung einerseits als emanzipierte, sich frei inszenierende Subjekte (girl power) und andererseits als Opfer sexualisierter sozio-kultureller (Medien-)Praktiken (girls at risk)» (Roth-Ebner 2019, 10).

Dies, so kritisiert sie, könne innerhalb pädagogischer Kontexte zu einer Doppel-moral im Absprechen und Zuschreiben von Verantwortung führen, die nur weibliche Akteur:innen betreffe (vgl. ebd.). Hipfl beschreibt diese als Konstruktionen, in denen

---

<sup>4</sup> Ich verwende den Begriff der Geschlechterordnung, um symbolisch subordinierte Positionierung von Weiblichkeit zu untersuchen, die durch die Aspekte von Hierarchie, Binarität und Alterität gekennzeichnet ist und durch symbolische Gewalt (vgl. Bourdieu 2005, 63ff.) aufrechterhalten wird (vgl. Richter 2021, 84ff.). Analytischer Referenzpunkt ist der Diskurs der bürgerlichen Geschlechterordnung (vgl. Maihofer 1995; Hausen 1976; Klinger 2000), die in Transformation befindlich, jedoch weiterhin im Geschlechterdiskurs wirkmächtig ist (vgl. Jäger, König, und Maihofer 2013, 33).

Mädchen zugleich «als unschuldige Opfer sexualisierter sozio-kultureller Praktiken, die es zu schützen gilt», gefasst als auch als Akteur:innen von «gegenwärtiger Hypersexualisierung» (Hipfl 2015, 15) problematisiert würden. Diese Doppelmoral und die feministische Kritik daran sind intensiv diskutiert (vgl. Ringrose 2013; Lamb und Peterson 2012; Gill 2012; Banet-Weiser 2014) und nicht abgeschlossen verhandelt. Ich nutze sie in diesem Beitrag als Zugang zu der Frage nach pädagogischen Implikationen postdigitaler Kultur, die ich im nächsten Schritt mit Blick auf pädagogische Debatten herausarbeite.

## 2. Pädagogische Problematisierungen digitaler Plattformen

Um eine Perspektive auf postdigitale Implikationen für die Pädagogik zu entwerfen, stelle ich in diesem Abschnitt Problematisierungen digitaler Phänomene zusammen und werde sie im Anschluss anhand der Ergebnisse meiner Studie kritisch kontextualisieren. An dieser Stelle will ich zwei Aspekte darstellen: zum einen feministisch lesbare Kritiken an den körpernormierenden Effekten, die Konsum digitaler Medien mit belastenden und schädigenden Folgen für das Selbstbild der Rezipierenden haben kann, zum anderen einen alarmierenden Fokus auf den nicht immer offenkundigen kommerziellen Charakter sozialer Plattformen. In Diskussionen über das Thema «Beauty» laufen beide zusammen, etwa wenn soziale Plattformen als Ursache für Körpernormierungen und Essstörungen in den Blick genommen (vgl. Hurtz, Kampf, und Kruse 2022; Eckert, Kampf, und Tadmory 2022) und die kommerziellen Motivationen von Beauty Influencer:innen besonders betont werden. Beispiele dafür sind Studien, die Beauty Influencer:innen aus einer Geschlechterperspektive auf sozialen Plattformen untersuchen. Sie arbeiten heraus, dass Frauen nur in sehr spezifischen Sphären auf digitalen Plattformen Raum finden und ihr Content oftmals traditionelle und restriktive Geschlechterarrangements perpetuiert (vgl. Prommer et al. 2019; 2021). In einer Untersuchung zu Influencer:innen setzt Maya Götz deren Selbstinszenierungen auf Instagram in Bezug zu der Frage nach Konsequenzen für die Körperwahrnehmungen von Mädchen, die diese Inhalte rezipieren (vgl. Götz 2019, 25). Sie verbindet dabei die Perspektive von Mädchen auf ihren Körper mit deren Rezeptionsverhalten: «Wer einem Model oder einem/ einer YouTuber\*in folgt», so Götz, «dem ist es mit 94% Wahrscheinlichkeit wichtig, schlank auszusehen.» (ebd., 28) und «Alle, die Heidi Klum folgen, nutzen zumindest manchmal Filter, um ihre Haut zu verbessern, und die meisten bleichen auf den Fotos ihre Zähne nach» (ebd., 28). Die Autorin koppelt in diesen Passagen Beauty-Content, den die Akteur:innen auf digitalen Plattformen konsumieren, mit der Annahme eines defizitären Selbstbildes und deutet eine kausale Verbindung zwischen beiden an.

Neben dem Fokus auf schädigende Effekte digitaler Medien auf Körper- und Selbstbild ist auch ihre Kommerzialisierung und die Idee von Manipulation der Adressat:innen durch Influencer:innen oft Gegenstand pädagogischer Problematisierungen.<sup>5</sup> In einem anderen Beitrag beschreiben Götz et al. das Phänomen von Beauty Influencer:innen wie folgt:

«Influencer\*innen bestimmen die aktuellen Trends der Jugendkultur. Sie beeinflussen, indem sie (scheinbar) authentisch und völlig offen einen Blick in ihre Lebenswelt gewähren, und setzen so nicht nur Trends, was Marken und Mode angeht, sondern werben für bestimmte Lebensweisen und Produkte, die unhinterfragt als Ideale angenommen werden» (Götz et al. 2019, 31).

Die stark kommerzialisierten Aspekte der Beauty Community werden in diesem Ausschnitt in Zusammenhang zu den besonderen Bedingungen für parasoziale Beziehungen in sozialen Medien (vgl. Döring 2013) sowie zu einer Problematisierung der Rezeptionsverhalten und der Manipulierbarkeit junger Adressat:innen gestellt. In einem weiteren Beispiel formuliert Axel Dammler in einem Beitrag für die Zeitschrift *Television*: «Was die Digital-Promis in die Kamera halten, wird gekauft» (Dammler 2019, 23) und erklärt etwas lapidar:

«Die YouTuber\*innen waren nicht nur deswegen so extrem wirkmächtig, weil sie sich über die Jahre große Fangemeinden aufgebaut haben, sondern auch, weil wir Menschen für diese Form der Informationsvermittlung sehr anfällig sind. [...] Es wird verdrängt, dass oft kaum Information geliefert wird oder dass es andere Meinungen/Infos geben könnte» (ebd.).

Diese Ausschnitte fokussieren den Kommerzialisierungsaspekt digitaler Communities, in denen Influencer:innen durch verschiedene Formen von Kooperationen mit den sozialen Plattformen und dritten Unternehmen ihre Inhalte monetarisieren und anhand der aufgebauten affirmativen Bindungen ihre Rezipient:innen zu Konsumverhalten aktivieren und fehlerhafte oder einseitige Informationen verbreiten.

Diese Passagen ermöglichen unterschiedliche Weisen der Rezeption: Sie können kritisch auf die dargestellten oder implizierten engen Kausalitäten zwischen bestimmter digitaler Medien und der Ausbildung eines defizitären Selbstbildes befragt werden sowie auf das Bild der Adressat:innen als «manipulierbar». Zugleich können die dargestellten Aspekte auch plausibel erscheinen. Dann lassen sich die Fragmente als Problematisierungen digitaler Medien lesen, die pädagogische Herausforderungen darstellen: Wie kann die Einbindung der Adressat:innen in mediale Praktiken, körpernormierende Diskurse und die hierarchische Geschlechterordnung

---

5 Dass Aspekte von Manipulation und Falschheit in der Wahrnehmung von Thematisierungen von Schönheitshandeln oft im Fokus stehen, kann aus analytischer Perspektive auch als Motiv «Unaufrichtiger Weiblichkeit» gefasst und in Zusammenhang mit der hierarchisierten Position von Weiblichkeit in der Geschlechterordnung gesetzt werden (vgl. Richter 2021, 114f.).

pädagogisch analysiert, begleitet und ggf. interveniert werden? Wie kann ihre Medienkompetenz angesichts der Entgrenzung digitaler Plattformen und des damit einhergehenden Kontrollverlusts gefördert und gestaltet werden? Und: (Wie) können parasoziale Beziehungen auf sozialen Plattformen pädagogisch begleitet und Adressat:innen vor Gefahren sozialer Netzwerke geschützt werden?

### 3. Die YouTube Beauty Community: Mädchen unter widersprüchlichen Anforderungen

Um eine Perspektive auf diese Problemstellungen anzubieten, beleuchte ich in diesem Abschnitt ausgewählte Befunde meiner Untersuchung der YouTube Beauty Community (Richter 2021), die postdigitale pädagogische Strategien informieren können. Ich lege dar, dass die Hierarchisierung von Weiblichkeit in der Analyse persistent erscheint, die Aspekte ‹Authentizität› und ‹Souveränität› zentrale Werte und Kategorien in der Community darstellen und Mädchen in Hinsicht auf widersprüchliche Anforderungen auf ihr Schönheitshandeln als ‹notgedrungen renitent› positioniert sind. In meinem Dissertationsprojekt habe ich die deutschsprachige YouTube Beauty Community aus geschlechtersoziologischer Perspektive untersucht. Unter Verwendung der Situationsanalyse (Clarke 2005; Clarke, Friese, und Washburn 2018), habe ich 27 Videos und die dazugehörigen Kommentierungen analysiert. Das Forschungsinteresse war auf die Performances und Aushandlungen von Weiblichkeit und deren Position in der Geschlechterordnung gerichtet, die in der Community hervorgebracht wurden. Die untersuchten Daten wurden als mediale Artefakte einerseits, aber auch als natürliche Daten in den Blick genommen, die Zugang zu den Perspektiven der Akteur:innen auf Schönheit, Frau-Sein usw. bieten können. Forschungsleitend war die Annahme der Positionierung von Weiblichkeit in einem Spannungsverhältnis. Einerseits wurde sie historisch diskursiv in einer minoritären und alteritären Position verortet und etabliert: Männlichkeit wird darin als das ‹Eigentliche›, Weiblichkeit als die ‹Abweichung› davon verstanden (vgl. Beauvoir 1951, 12). Diese Hierarchisierung ist auch trotz des immensen Wandels der Geschlechterverhältnisse nicht obsolet, steht aber in immer grösserer Spannung zu sich etablierenden Normen von Geschlechteregalität (vgl. Meuser 2019). Die Beauty Community als ein Ort, an dem (vor allem) junge Frauen Praktiken des Schönheitshandelns vornehmen und diskutieren, eignet sich sehr gut, um dieses Spannungsverhältnis zu ergründen, denn Schönheit verweist auf hierarchische Konfigurationen im Geschlechterverhältnis, mit denen die Akteur:innen konfrontiert sind und die sie in ihren Performances bearbeiten müssen (vgl. Richter 2021, 98–118).

Jennifer Eickelmann macht darauf aufmerksam, dass Vorstellungen über Geschlecht und das Internet wirksam in die Konzeption von digitalen Phänomenen einfließen (vgl. Eickelmann 2017, 183). Die Untersuchung von Weiblichkeit in der

YouTube Beauty Community erfordert sowohl Setzungen von Weiblichkeit als auch das Zusammenfassen von heterogenen Creator:innen und diversen Praktiken in analogen wie digitalen Räumen als «Beauty Community», als auch die Entscheidung, sich auf YouTube als dem zum Untersuchungszeitraum charakteristischsten Schauplatz zu konzentrieren. Mediensoziologische Beschreibungen YouTubes fokussieren auf die Aspekte *Participatory Culture*, die Konzeption seiner Nutzenden als *prosumer* und das Spannungsfeld von Amateurhaftigkeit und Professionalisierung. Der Aspekt der «Participatory Culture» (Beteiligungskultur), die gestalterische oder kommunikative Teilhabe von Konsumierenden an Medien, kann als Demokratisierungsprozess verstanden werden, der mit der Verhandlung sozialer Normen einhergeht (vgl. Zabel und Pagel 2016, 9). Dabei werden Konflikte zwischen Kommerzialisierung und allgemeinem Interesse als charakteristisch beschrieben (vgl. Burgess und Green 2009, viii). Die Nutzenden als «Prosumer» (aus engl. to produce und to consume) zu fassen, betont die Verschiebung der Rolle passiven Medienkonsums hin zu der zunehmenden Befähigung, Inhalte aktiv zu gestalten. Dies beinhaltet zum einen das Veröffentlichliche von Beiträgen, die (beinahe) allen offensteht, zum anderen dass ausnahmslos jede algorithmisch verwertete Aktivität auf der Plattform bereits als aktive Mitgestaltung zu verstehen ist (vgl. Snickars und Vonderau 2009, 11). Der Grossteil der Nutzenden veröffentlicht allerdings keine Videos und interagiert nicht aktiv (vgl. van Dijck 2013, 152). Eine konzeptionelle Trennung derjenigen, die Videos produzieren von jenen, die sie rezipieren, wird so nicht obsolet, jedoch verschwimmen die Grenzen beider Rollen. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, YouTube Videos nicht nur als Summe singulärer Medieninszenierungen zu konzeptionalisieren, sondern auch den Artikulationen von Rezipierenden Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Letztlich können die Inhalte YouTubes durch das Spannungsfeld von Professionalisierung und Amateurhaftigkeit charakterisiert werden, und in vielen Fällen ist die Herstellung der Videos eher als Erwerbstätigkeit denn als Hobby zu verstehen (vgl. Zabel und Pagel 2016, 51). YouTube Videos können so zwar als Natürliche Daten (vgl. Salheiser 2014) untersucht werden, die Aspekte ihre Professionalisierung und Kommerzialisierung müssen jedoch ebenfalls bedacht werden.

Folgende Situationselemente wurden identifiziert und analysiert: Als kollektive Akteur:innen die Beauty YouTuber:innen und ihre Zuschauenden, YouTube als Plattform und Unternehmen, das Impulse zur Monetarisierung und als Lernressource setzt, dritte Unternehmen als Kooperationspartner:innen und Multi-Channel Netzwerke. Als weitere nichtmenschliche Elemente wurden Kameras, Spiegel und Bildschirme als Agenten des Blicks, technische und kosmetische Objekte sowie zeitliche und räumliche Elemente untersucht. Dass sich Tendenzen zur Kommerzialisierung und Professionalisierung der Community sowohl auf der Ebene der Situation als auch auf derjenigen der Diskurse feststellen liessen, führte zu der Entwicklung der Schlüsselkategorien «Profit» und «Authentizität». Diese wurden als Arenen



konzeptualisiert. Die Identifizierung und Untersuchung von sozialen Welten und Arenen ist ein Schritt der Situationsanalyse. Clarke versteht unter sozialen Arenen thematische «Diskursorte» (Clarke 2012b, 77), an denen Debatten ausgetragen werden, in denen verschiedene soziale Welten zusammentreffen und die sich gut für die Analyse von Machtverhältnissen eignen.

### **3.1 Duale Konfigurationen von Weiblichkeit**

«Schützenswerte Kinder» ist ein Modus, die Adressat:innen pädagogischer Arbeit zu denken. Dieser Modus kann, in den in Kapitel 2 dargelegten Fragmenten identifiziert werden. Auch in den untersuchten Diskussionen in der Beauty Community ist dies ein Modus, in dem die Rezipierenden der Videos oftmals aufgerufen erscheinen, wenn über sie gesprochen wird. Aus diskurstheoretischer Perspektive erscheint dies als kontingente Konstruktion, denn Beauty Videos werden von einer heterogenen Gruppe rezipiert, die auch anders gerahmt werden könnte. Sie kann so als aktiv hervorgebracht erkannt und mit kulturellen und literarischen Figurationen in Verbindung gebracht werden. So erscheinen jene, die Beauty Videos produzieren, und jene, die sie rezipieren und diskutieren, in der Analyse der Community als kontrastierende Figuren, die in den Diskussionen auf bestimmte Weise imaginiert und besprochen werden: Während die Rezipierenden so etwa vorrangig als «Kinder» und mit dem Vokabular der Situationsanalyse als «Implizite Akteur:innen» (vgl. Clarke, Friese, und Washburn 2018, 76f.) aufgerufen werden, die naiv, durch Manipulation durch die Content Creators bedroht und schützenswert seien, werden die Beauty YouTuber:innen demgegenüber häufig als manipulativ und profitmotiviert gerahmt (vgl. Richter 2021, 201f.) Dies ist angesichts der intensiven Monetarisierung und Kommerzialisierung sozialer Medien plausibel. Gleichwohl ist es auch als dichotome Konfiguration bemerkenswert, die die Gruppe vorrangig junger Frauen strukturiert, die in der Community zur Auseinandersetzung mit Schönheitshandeln zusammenkommen (vgl. ebd.).

Durch die Konstruktion der Zuschauenden als «manipulierbare Kinder» werden sowohl diese als auch die YouTuber:innen vergeschlechtlichend angerufen:

«Die Darstellung der Zuschauenden als kindlich und oft auch explizit als «kleine Mädchen» zeichnet sie als schutzlos den medialen Beeinflussungen ausgesetzt, betont ihre Angreifbarkeit und Naivität und greift somit kulturell etablierte Attribute von fragiler Weiblichkeit auf. Die Beauty YouTuber\_innen, denen diese so konstruierten Zuschauenden zur Seite gestellt werden, werden damit als «unaufrichtig» konstruiert. Indem ihr Verdienst durch die Werbebeteiligungen als «Täuschung manipulierbarer Kinder» gerahmt wird, wird er als illegitim gesetzt. Hierin findet sich auch eine Aktualisierung und Reformierung der etablierten diskursiven Verknüpfung von (unaufrichtiger)

Weiblichkeit und Schönheitshandeln als Maskerade oder Falschheit. Weiterhin impliziert dies auch die Idee einer moralischen Verantwortung, eine Anrufung in eine Fürsorgerolle an die YouTuber\_innen und damit einen impliziten Verweis auf eine traditionellere Form von Weiblichkeit.» (Richter 2021, 201f.)

Die Zusammenstellung von naiv-fragiler Weiblichkeit einerseits, bedrohlich-manipulativer Weiblichkeit andererseits kann weiterhin als duale Konstellation von Weiblichkeit gefasst werden. Sie kann so in Bezug gesetzt werden zu Literatur- und Kulturpraktiken, in denen idealisierte und bedrohliche Weiblichkeitsaspekte einander gegenübergestellt sind. Diese können auf den strukturellen Ausschluss von Frauen aus Kultur- und Zivilisationsproduktion zurückgeführt (vgl. Dahlke 2010, 768) und auf ihre Wirkweise für das Patriarchat befragt werden (vgl. Simonis 2002, 401). Dass diese Konfigurationen in gegenwärtigen, alltagsweltlichen Aushandlungen erkennbar werden, lässt sich so als Hinweis auf die persistente Hierarchisierung und Alterität verstehen, in der Weiblichkeit weiterhin positioniert ist (vgl. Richter 2021, 114f.).

### **3.2 Authentizität und Souveränität**

Zentrale Kategorien, die als bedeutende Werte in der Untersuchung der Beauty Community hervorgebracht werden, sind ›Authentizität‹ und ›Souveränität‹. Sie stellen Leitmotive aus den Diskursen der Beauty Community dar, die direkt und indirekt im Material häufig aufgerufen werden und so als zentrale Kategorien identifiziert werden können. Diese Aushandlungen werden in der Community intensiv geführt (vgl. Richter 2021, 214). So existieren offen rigide Aussagen über Schönheitsnormen im Material nur vereinzelt, jedoch sind hohe Anforderungen an ›richtige Performances von Weiblichkeit‹ durchaus präsent. Dies wird vor allem erfahrbar, wenn diese Anforderungen von YouTuber:innen nicht erfüllt werden und dies in den Kommentierungen sanktioniert wird.<sup>6</sup> ›Souveränität‹ hingegen wird kaum direkt als Begriff aufgerufen, erscheint aber in der empirischen Untersuchung der Community als zentraler Wert, der von den Beauty YouTuber:innen und ihren Kommentierenden hervorgebracht wird. Souverän ist, wer auch im Angesicht von Schwierigkeiten oder Zumutungen gelassen und kompetent agiert. Souveränität, wie sie in Bezug auf Schönheitshandeln in der Beauty Community performt, diskutiert, gefordert und gelehrt wird,

---

<sup>6</sup> Eine Möglichkeit, dies zu theoretisieren, liegt in der Deutung dieser Struktur als ›Flexible Essentialisierung‹, womit die wirkmächtige, aber nicht offenbare Normativität als Strategie ausgelegt wird, mittels der die Persistenz der tradierten Geschlechterordnung in ihrem Wandel beharrt (vgl. Richter 2020).

«umfasst die doppelte Anforderung, nicht lediglich die Aufgabe zu bewältigen, stetig ein bestmögliches Aussehen herzustellen, sondern auch mit dem Druck, der damit einhergeht, kompetent umgehen zu können. Es ist die Fähigkeit, vieles zu managen und zu balancieren: das eigene Verhältnis zur Schönheit, zu den damit einhergehenden Anforderungen, die Unerreichbarkeit existierender Ideale und daraus resultierende Belastungen sowie den Verweis auf subalterne Positionen im Geschlechterverhältnis.» (Richter 2021, 288)

Die Beauty Creators zeigen performativ, dass sie nicht nur den Anforderungen, schön zu sein, zu entsprechen vermögen. Sondern sie sind auch im Stande, das unausweichliche Scheitern an diesen unerreichbaren Massstäben zu managen und die defizitären Gefühle, die damit einhergehen können, gelassen zu ertragen (vgl. Richter 2021, 287–315). Sie unterweisen ihre Zuschauenden direkt und indirekt in dieser Fähigkeit, die diese Impulse ihrerseits in den Kommentardiskussionen affirmativ aufgreifen und weiter ausbauen. Eine souveräne Haltung – sowohl bezüglich der wahrnehmbaren Performances, als auch innerlich – erscheint so als massgebliches normatives Ziel der Beauty Community, an dem sich die schönheitshandelnden Subjekte orientieren.

### 3.3 *Notgedrungen renitent*

Letztlich ist festzustellen, dass die Akteur:innen, wenn sie sich mit Schönheitshandeln sichtbar machen, mit der persistenten Hierarchisierung von Weiblichkeit konfrontiert werden. Sie begegnet ihnen als Abwertung, die sie bearbeiten müssen (vgl. Richter 2021, 325f.). Zugleich jedoch ist das, was sich in der Untersuchung zeigt, keineswegs als rein traditionelle Performances und Diskurse von Weiblichkeit zu verstehen. Stattdessen sind Anforderungen von Autonomie und Eigenverantwortlichkeit präsent. Die Akteur:innen erscheinen also widersprüchlich positioniert: Sie sind von tradierten Weiblichkeitsvorstellungen und der Situierung in einem hierarchischen Geschlechterverhältnis angerufen und zugleich an Werten wie Autonomie und Souveränität orientiert, die nicht einem traditionellen Weiblichkeitsverständnis, sondern eher gegenwärtiger neoliberaler Logik zuzuordnen sind.

Sich mit dem Thema Schönheitshandeln sichtbar zu machen, positioniert die Akteur:innen so als *unfreiwillig widerständig* oder *notgedrungen renitent*, denn sie befinden sich in dem unauflösbaren Konflikt, in dem Performances von gefälliger Weiblichkeit zugleich normativ gefordert, aber auch als «zu unterworfen» sanktioniert werden. Unter den Anforderungen von Emanzipation wird die Herstellung normativer Weiblichkeit nicht obsolet, erscheint jedoch auch als verdächtige Position komplizinnenhafter Konformität. Die Akteur:innen können in ihren Reaktionen auf die Abwertungen ebenso wie auf die Autonomieanforderungen sowohl als

«provokativ gefällig» als auch als «provokativ renitent» sichtbar werden und müssen stets an der subordinierten Positionierung von Weiblichkeit in der Geschlechterordnung arbeiten (vgl. Richter 2021, 330).

Anhand dieser Befunde – der Konfiguration dualer Weiblichkeitsmodi, in der die YouTuber:innen und ihre Rezipierenden in den Diskussionen der Beauty Community aufgerufen sind, die zentralen Werte von Authentizität und Souveränität und die Positionierung der Akteur:innen als «notgedrungen renitent» – wird sichtbar, dass die Akteur:innen in Geschlechterordnungen positioniert sind, die sich ihrerseits in Transformation befinden. Dies geht für sie mit hohen Anforderungen einher. Im Kontrast zu den Perspektiven aus Kapitel 2 zeigt sich, inwiefern diese Ergebnisse auch für pädagogische Kontexte produktiv eingesetzt werden können. So verschiebt sich das Bild von Adressat:innen als schützenswerte Rezipient:innen manipulativer Inhalte hin zu Akteur:innen, die in Widersprüchen situiert sind, die sie kompetent navigieren. Sarah Dangendorf zeigt, dass schon sehr junge Mädchen sowohl um die grosse Bedeutung wissen, schön auszusehen, als auch um die Anforderung an sie, Kind zu sein und medial vermittelte Schönheitsnormen nicht unhinterfragt zu übernehmen (vgl. Dangendorf 2012, 175f.). Die Akteur:innen werden so sichtbar als sowohl von Schönheitsnormen gefordert als auch unter dem Druck stehend, diesen nicht zu unterworfen zu erscheinen – und ihnen souverän zu begegnen.

Weiterhin wird durch die Perspektive auf die Aushandlungen in der Beauty Community deutlich, dass die Schönheitsnormierungen nicht auf einzelne Medien begrenzt sind, sondern auf die Geschlechterordnung und deren gesellschaftliche Etablierung zurückgeführt werden müssen. Zwar können Zusammenhänge zwischen Beauty Content auf sozialen Plattformen und defizitären Selbstbildern von Rezipient:innen identifiziert werden (vgl. Baumgartner-Hirscher und Zumbach 2019). Wird dieses Verhältnis aber direkt kausal gedacht, bleibt ausgeblendet, dass die normative und hierarchische Schönheits- und Geschlechterordnung auf diesen Plattformen zwar hochwirksam, aber keinesfalls auf sie beschränkt ist. Stattdessen durchzieht diese die gesamte Gesellschaft, und Akteur:innen nehmen sich mit guten Gründen als darin situiert wahr. Parasoziale Beziehungen von Mädchen mit Beauty Influencer:innen erscheinen so gesehen weniger als Ursachen für defizitäre Körperwahrnehmung, sondern eher wie Katalysatoren von Dynamiken, die auf die Verortung in einer Gesellschaft mit intensiven Ordnungs- und Diskriminierungsstrukturen zurückzuführen sind, welche die Körpererscheinung zum Ziel haben (vgl. Hoffarth 2021, 204ff.).

#### 4. Postdigitale Implikationen: Komplexe Analysen als Grundlage pädagogischer Interventionen

Bislang habe ich zentrale Befunde meiner Studie zur deutschsprachigen YouTube Beauty Community mit anderen Problematisierungen ähnlicher digitaler Phänomene kontrastiert, die Weiblichkeit fokussieren. Ich erarbeite nun im letzten Schritt mein zentrales Argument: *Eine postdigitale Perspektive auf Pädagogik kann sich dadurch auszeichnen, dass sie diejenigen analytischen Potenziale als Grundlage für pädagogische Praxis nutzt, die sich mit den Arenen digitaler Plattformen eröffnen, etwa um ihre Adressat:innen in der Navigation gegenwärtiger widersprüchlicher Anforderungen zu erkennen und zu begleiten.*

Das verunsicherte Verhältnis der Pädagogik zu ihrer grundlegenden Orientierung an den Werten der Aufklärung und Erziehung zur Mündigkeit, kann auf verschiedene Weisen theoretisch gerahmt werden: Wie schon von Kant problematisiert (1803), ist die Idee, Subjekte durch pädagogischen Zwang zu Mündigkeit und Autonomie zu erziehen, inhärent paradox (vgl. Moser 2008, 35; Fuchs 2019, 97). Auch evoziert die Idee des Subjekts, das in seiner Emanzipation zu unterstützen sei, einen fragwürdigen Blick auf die «krude Gesellschaft» (Thompson 2004, 43) der es gegenübergestellt ist und gegen die es sich kraft seiner Vernunft zu erheben habe. In poststrukturalistischen Subjektivierungstheorien wird schliesslich die Idee eines mündigen Subjekts grundlegend herausfordert: Hier erscheinen Subjekte als erst in Unterwerfung unter Normen hervorgebracht. Sie existieren nicht vor oder ausserhalb von Normen, Diskursen und Zugriffen durch Herrschaftsverhältnisse, sondern entstehen erst in ihrer Einbindung, sozialen Erkennbarkeit und so Unterwerfung (vgl. Ricken 2012, 343f.).

Ich bediene mich feministischer Theorie für meine Perspektive, die von den oben skizzierten Ansätzen nicht strikt abzugrenzen ist, aber anhand bestimmter Punkte charakterisiert werden kann. So ist es ein Ansatzpunkt feministischer Kritik, dass vermeintlich universale Werte der Moderne wie «Vernunft» und «Rationalität» stark mit Männlichkeit assoziiert sind (vgl. Maihofer 1995, 103), sie ist aber nicht auf diesen Punkt beschränkt. Sie zielt auch auf die Einbettung dieser Werte in Hierarchiesysteme und deren Orientierung an Selbstbeherrschung und Beherrschung Anderer (vgl. ebd., 109ff.). Weiterhin kritisiert sie das dialektische Verhältnis dieser Machtsysteme zu den Werten von Gleichheit und Menschenrechten (vgl. Horkheimer und Adorno 1972; Maihofer 2009) und die grundlegende Idee des autonomen Subjekts (vgl. Maihofer 1995, 109ff.; Maihofer 2018, 33ff.). Auch betont sie die analytischen Impulse foucaultscher Diskurstheorie für das Eingebundensein von Subjekten in Diskurse mit Historizität und macht Geschlecht als «hegemonialen Diskurs» (vgl. Maihofer 1995, 79ff.) denkbar. Aus dieser Perspektive feministischer Theorie erscheinen Subjekte – beispielsweise Mädchen – als in Diskurse eingebunden, deren Historizität für sie wirksam, aber nicht unbedingt ersichtlich ist. Dies kann an eine pädagogische Kritik des «mündigen Subjekts» anschliessen: Die Adressat:innen von

Pädagogik werden als in der Historizität von Diskursen situiert sichtbar und so von der Anrufung der ›Mündigkeit‹ potenziell entlastet. Denn auch wenn die Fähigkeit, normierende Diskurse kritisch zu hinterfragen, wünschenswert bleibt, wird die Anforderung relativiert, sich kraft des eigenen Verstandes über normierende Ordnungen zu erheben, wenn deren Gewicht und ihr produktiver Charakter in den Fokus geraten. Indem die Akteur:innen in der Untersuchung ihrer Performances und Debatten als in Widersprüchen positioniert erscheinen, wird die Aufgabe, souverän zu sein, ihrerseits als anspruchsvolle Anforderung deutlich. Daraus entsteht eine Perspektive auf die pädagogischen Möglichkeiten, die sich daraus ergeben: Es gilt dann, die Adressat:innen in der Navigation dieser Widersprüche zu begleiten, in denen sie – aber auch alle anderen – unweigerlich situiert sind. Indem sichtbar wird, dass Impulse, Mädchen vor dem Leid hoher Körpernormierungen zu bewahren, ihrerseits in hohen Anforderungen und damit einhergehendem Druck resultieren und ihre alteritäre Positionierung in der Geschlechterordnung verfestigen können, wird auch möglich, dieses Wissen in die Gestaltung pädagogischer Strategien einzubringen.

Eine entsprechend produktive pädagogische Haltung zeichnet sich nicht durch eine Leugnung oder Ausblendung möglicher Gefahren aus, die mit der Digitalisierung, Kommerzialisierung und Perpetuierung unrealistischer, schädigender Körperbilder (nicht nur) für Heranwachsende einhergehen können. Sie nimmt jedoch auch Ursachen und Situierungen dieser Aspekte in den Blick, die über die schnelle technologische Entwicklung von sozialen Plattformen hinausgehen, und fokussiert auch auf die Geschlechter- und Gesellschaftsordnungen, in die Heranwachsende auch ausserhalb ihrer *screen time* situiert sind. Dies impliziert die Forderung einer reflexiven Haltung, was zwar Spannungen und nicht lösbare Probleme aufwirft, aber auch ermöglicht, Adressat:innen pädagogischer Angebote kompetent in der Navigation der Widersprüche zu begleiten, die die gesamte Gesellschaft betreffen und von Pädagogik nicht aufgelöst werden können.

Wie eingangs dargelegt, ist meine Perspektive auf pädagogische Implikationen postdigitaler Kultur an zwei Aspekten aufgespannt. Zum einen – dies wird in Kürze ausgeführt – berührt sie die Frage, wie pädagogisch auf konkrete Phänomene der Digitalisierung reagiert werden kann. Zum anderen aber nutzt sie auf abstrakterer Ebene das analytische Potenzial, das sich mit der Digitalisierung und den Möglichkeiten ihrer Erforschung eröffnet. Indem in digitalen Räumen die Performances der Akteur:innen im Kontext ihrer Aushandlungen stehen (Richter 2021, 335f.) und für Analysen besonders zugänglich sind, kann die Transformation der Geschlechterordnung im Spannungsfeld von Wandel und Persistenz ergründet werden. So wird die Ambivalenz der Situation derjenigen besser sichtbar, die in diesen Positionen situiert und von Anforderungen sowohl der traditionellen Geschlechterordnung als auch neoliberaler Ordnung angerufen sind.

Dies ist besonders bedeutsam angesichts der Herausforderung, die es gegenwärtig darstellen kann, die Komplexität sozialer Wirklichkeit zu verstehen. Maihofer beschreibt, dass

«gerade im Rahmen der sich gegenwärtig lokal wie global vollziehenden neo-liberalen Transformationsprozesse [...] sich die gesellschaftlichen Entwicklungen und deren innere Logik aufgrund ihrer zunehmenden Dynamik und Komplexität sowohl dem Verständnis der Menschen als auch der demokratischen Einflussnahme immer mehr [entziehen].» (Maihofer 2018, 57)

Sie betont dabei, dass das Verstehen komplexer gesellschaftlicher Verhältnisse mit dem Verständnis zusammengeht, dass diese menschengemacht und demnach prinzipiell veränderbar sind (vgl. ebd.) – auch wenn sie sich naturgegeben oder alternativlos anfühlen mögen, wie etwa die Zweigeschlechterordnung oder der Kapitalismus. Diese Perspektive auf das unabgeschlossene Projekt, Analysemethoden auf die komplexe und in Transformation begriffene gesellschaftliche Realität weiterzuentwickeln, betont das analytische Potenzial postdigitaler Kultur. Dies ist sowohl in der Forschung bedeutsam als auch als Grundlage für Strategien in angewandten pädagogischen Feldern.

Bezogen auf konkrete Herausforderungen digitaler Phänomene kann eine post-digitale Perspektive so bereits etablierte Ansätze bereichern. Existierende medienpädagogische Strategien in Bezug auf das Problem unrealistischer und schädigender Körperbilder, die in traditionellen und digitalen Medien vermittelt werden, fokussieren die Förderung von Kompetenzen in der Navigation digitaler Medien und der Dekonstruktion medialer Narrative. Beispielsweise beschreiben Baumgartner-Hirscher und Zumbach eine Kurzintervention für den Schulunterricht, in der gegenwärtige Schönheitsideale diskutiert und Werbung mit Hinblick auf Körperbild, Rollenbild und Werbebotschaft analysiert wird (vgl. Baumgartner-Hirscher und Zumbach 2019, 54). Ansätze, die auf Aufklärung und kritisches Wissen über Stereotypen zielen, zeigen sich in Untersuchungen erfolgreich (vgl. Roth-Ebner 2019, 8). Allerdings fällt mit der beschriebenen Perspektive auf, dass bestimmte Punkte damit oft noch nicht ausreichend adressiert erscheinen: Zum einen können – wie oben dargelegt – pädagogische Strategien, die (auch implizit) auf Feminität gerichtet sind, der Gefahr der Doppelmoral unterliegen (vgl. Roth-Ebner 2019, 10). Sie können – mitunter ungewollt – die Alterität und Hierarchie reproduzieren, die eigentlich reduziert werden sollen, wann immer Praktiken von Mädchen auf eine Weise überwacht und sanktioniert werden, von der Jungen nicht betroffen sind. Auch berücksichtigt der Fokus auf stereotype Medien nicht oder nur wenig die Perspektive, dass Rezipierende mediale Angebote aktiv und auf komplexe Weisen be- und verarbeiten (vgl. ebd.). Nicht bearbeitet bleibt weiterhin die Forderung, auch die Medienkompetenz von Erwachsenen, pädagogischen Akteur:innen und nicht zuletzt Medienschaffenden (vgl.

Götz 2002, 119) in die Entwicklung von Konzepten und Massnahmen einzubeziehen. Und letztlich findet der Umstand wenig Berücksichtigung, dass neben den Arenen traditioneller und digitaler Medien auch im analogen Umfeld der Adressat:innen die wirkmächtigen Normen in Bezug auf Körper- und Schönheitsnormen aufgerufen, reproduziert und verfestigt werden. Diese Kritikpunkte können mit einer postdigitalen Perspektive als Grundlage einer analytischen Haltung adressiert werden, die die Einbindung der Akteur:innen in Widersprüche aufzeigt und zur Weiterentwicklung von intervenierenden oder gestaltenden pädagogischen Strategien eingesetzt werden kann. So können Doppelmoral und hoher Druck gerade auf Mädchen sensibel reflektiert werden. Die Akteur:innen werden mit ihrem hohen Einsatz und Kompetenzen sichtbar, wenn die verschiedenen Logiken in den Blick geraten, die sie navigieren, während sie intensiv an der Transformation der Geschlechterordnung arbeiten. Diese Perspektive kann genutzt werden, um Bildungsangebote für heranwachsende, aber auch erwachsene Adressant:innen pädagogischer Arbeit, sowie für deren Akteur:innen zu generieren. Dann kann die ausgemachte Gefahr – etwa Angriffe auf Selbstwahrnehmung und Körperbild durch Medien und Schönheitsnormen – kontextualisiert werden und erscheint situiert in Geschlechter-, Klassen- und Rassenordnungen und in der kapitalistischen Gesellschaftsordnung (vgl. Deliovsky 2008; Bordo 1995; McRobbie 2010; Richter 2021, 98–118). Dies verschiebt die Analyse von einzelnen (und wirkmächtigen) medialen Angeboten zu einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive auf Schönheits- und Geschlechternormen. Die Erwartung an die Adressat:innen, Normen kritisch zu hinterfragen und abzulehnen, die gesellschaftlich hochwirksam sind, wird so einerseits in ihrer Widersprüchlichkeit für die Akteur:innen sichtbar. Zugleich ermöglicht dies, die hohen Leistungen anzuerkennen, die Akteur:innen in der Navigation dieser Widersprüchlichkeiten und dem Management der damit verbundenen Gefahr des Scheiterns aufbringen.

Pädagogische Implikationen postdigitaler Kultur liegen damit, so meine zentrale Argumentation in diesem Beitrag, in der *Ermöglichung von analytischen Perspektiven auf die Komplexität gesellschaftlicher Machtverhältnisse in Transformation im Zusammenspiel mit technologischen Innovationen*. Es besteht Potenzial darin, dieses Wissen in die Entwicklung pädagogischer Strategien zu implementieren, um die Adressat:innen in der Navigation der sich transformierenden Gesellschaftsverhältnisse kompetent zu begleiten, von denen alle herausgefordert sind.

## Literatur

- Banet-Weiser, Sarah. 2014. «Am I Pretty or Ugly? Girls and the Market for Self-Esteem». *Girlhood Studies* 7 (1): 83–101. <https://doi.org/10.3167/ghs.2014.070107>.
- Bartky, Sandra Lee. 1990. *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Thinking gender. New York [u. a.]: Routledge.



- Baumgartner-Hirscher, Natalie, und Jörg Zumbach. 2019. «Die Auswirkungen medialer Angebote auf das Körperbild von Jugendlichen: Eine experimentelle Studie mit impliziten und expliziten Methoden». *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* (Occasional Papers): 37–60. <https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2019.10.15.X>.
- Beauvoir, Simone de. 1951. *Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau*. Übersetzt von Eva Rechel-Merten und Fritz Montfort. Reinbek: Rowohlt.
- Bordo, Susan. 1995. *Unbearable weight: Feminism, Western culture and the body*. Berkeley [u. a.]: University of California Press.
- Bourdieu, Pierre. 2005. *Die männliche Herrschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Brunn, Inka. 2007. *Analyse des Jugendmedienschutzsystems: Jugendschutzgesetz und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag; Endbericht*. Universität Hamburg: Eigendruck.
- Burgess, Jean, und Joshua Green, Hrsg. 2009. *YouTube: Online Video and Participatory Culture. Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity.
- Butler, Judith. 1990. *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity. Thinking gender*. New York: Routledge.
- Butler, Judith. 1993. *Bodies that matter: on the discursive limits of <sex>*. New York: Routledge.
- Clarke, Adele E. 2005. *Situational Analysis: Grounded Theory After the Postmodern Turn*. Thousand Oaks: SAGE.
- Clarke, Adele E. 2012. *Situationsanalyse: Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*. Wiesbaden: Springer.
- Clarke, Adele E., Carrie Friese, und Rachel Washburn. 2018. *Situational analysis: grounded theory after the interpretive turn*. Second edition. Los Angeles: SAGE.
- Dahlke, Birgit. 2010. Literatur und Geschlecht. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*, Hrsg. Ruth Becker und Beate Kortendiek, 767–773. Wiesbaden: VS.
- Dammler, Axel. 2019. «Hype oder Flop? Aktuelle Entwicklungen im Influencer\*innen-Markt». *TELEVIZION – Influencer\*innen* 32/2019/1, 23–24. [https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/32\\_2019\\_1.htm](https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/32_2019_1.htm).
- Dangendorf, Sarah. 2012. *Kleine Mädchen und High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen*. Bielefeld: transcript.
- Degele, Nina. 2004. *Sich schön machen: Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln*. Wiesbaden: VS.
- Deliovsky, Kathy. 2008. «Normative White Femininity: Race, Gender and the Politics of Beauty». *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture & Social Justice* 33 (1): 49–59. <https://atlantisjournal.ca/index.php/atlantis/article/view/429>.
- Dijck, José van. 2013. «YouTube beyond Technology and Cultural Form». In *After the Break. Television Theory Today.*, herausgegeben von Marijke de Valck und Jan Teurlings. Amsterdam: University Press. <http://dare.uva.nl/record/448843>.

- Döring, Nicola. 2013. «Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen: Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung und Identifikation». In *Handbuch Medienwirkungsforschung*, herausgegeben von Wolfgang Schweiger und Andreas Fahr, 295–310. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-18967-3\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-531-18967-3_15).
- Eckert, Svea, Lena Kampf, und Sulaiman Tadmory. 2022. «Wie Instagram den Weg in die Magersucht weisen kann». *NDR Panorama* 3. 11. Januar 2022. <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/panorama3/Wie-Instagram-den-Weg-in-die-Magersucht-weisen-kann,magersucht166.html>.
- Eickelmann, Jennifer. 2017. «Hate Speech» und Verletzbarkeit im digitalen Zeitalter: Phänomene mediatisierter Missachtung aus Perspektive der Gender Media Studies. Edition Medienwissenschaft. Bielefeld: transcript.
- Engel, Juliane, und Lara Karpowitz. 2022. «Postdigitale Lernkulturen im Kontext qualitativer Subjektivierungsforschung: «Is the medium still the message?»». In *Praxistheoretische Perspektiven auf Schule in der Kultur der Digitalität*, herausgegeben von Claudia Kuttner und Stephan Münte-Goussar, 129–53. Schule und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-35566-1\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-658-35566-1_7).
- Fuchs, Birgitta. 2019. *Geschichte des pädagogischen Denkens*. herausgegeben von Cathleen Grunert. Einführung in die Erziehungs- und Bildungswissenschaft, Band 1. Opladen, Toronto: Barbara Budrich.
- Gill, Rosalind. 2012. «Media, Empowerment and the «Sexualization of Culture» Debates». *Sex Roles* 66 (11–12): 736–45. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-0107-1>.
- Götz, Maya. 2002. «Geschlechterforschung und Medienpädagogik. Auf den Wegen zu einer geschlechterreflektierenden Medienpädagogik». In *Medienpädagogik in der Kommunikationswissenschaft*, herausgegeben von Ingrid Paus-Haase, Claudia Lampert, und Daniel Süß, 115–29. Wiesbaden: VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-87342-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-322-87342-2_9).
- Götz, Maya. 2019. «Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. Zusammenfassung der Ergebnisse einer Studienreihe». *TELEVISION – Influencer\*innen* 32/2019/1, 25–28. [https://izi.br.de/deutsch/publikation/television/32\\_2019\\_1.htm](https://izi.br.de/deutsch/publikation/television/32_2019_1.htm).
- Götz, Maya, Eva Wunderer, Julia Greithanner, und Maslanka. 2019. ««Warum kann ich nicht so perfekt sein?» Die Bedeutung von Influencerinnen bei Entwicklung von Essstörungen». *TELEVISION – Influencer\*innen* 32/2019/1, 29–31. [https://izi.br.de/deutsch/publikation/television/32\\_2019\\_1.htm](https://izi.br.de/deutsch/publikation/television/32_2019_1.htm).
- Hipfl, Brigitte. 2015. «Medialisierung und Sexualisierung als Assemblagen gegenwärtiger Kultur – Herausforderungen für eine (Medien)- Pädagogik jenseits von «moral panic»». In *Medialisierung und Sexualisierung*, herausgegeben von Josef Christian Aigner, Theo Hug, Martina Schuegraf, und Angela Tillmann, 15–32. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-06427-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-06427-3_2).
- Hoffarth, Britta. 2021. *Profane Praktiken. Dekorative Körpertechniken in der weiblichen Adoleszenz unter bildungstheoretischer Perspektive*. Frankfurt a.M.: Campus.

- Horkheimer, Max, und Theodor W. Adorno. 1972. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Erstausgabe 1944. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Hurtz, Simon, Lena Kampf, und Berit Kruse. 2022. «Haut und Knochen: Wie Instagram zur Magersucht verführt». *Süddeutsche.de*. 11. Januar 2022. <https://www.sueddeutsche.de/panorama/instagram-magersucht-anorexie-facebook-files-facebook-social-media-1.5505464>.
- Jäger, Ulle, Tomke König, und Andrea Maihofer. 2013. «Pierre Bourdieu: Die Theorie männlicher Herrschaft als Schlussstein seiner Gesellschaftstheorie». In *Zeitgenössische Gesellschaftstheorien und Genderforschung. Einladung zum Dialog*, herausgegeben von Heike Kahlert und Christine Weinbach, 15–36. Wiesbaden: Springer.
- Jandrić, Petar, Jeremy Knox, Tina Besley, Thomas Ryberg, Juha Suoranta, und Sarah Hayes. 2018. «Postdigital Science and Education». *Educational Philosophy and Theory* 50 (10): 893–99. <https://doi.org/10.1080/00131857.2018.1454000>.
- Kant, Immanuel. 1803. *Immanuel Kant über Pädagogik*: herausgegeben von D. Friedrich Theodor Rink. Königsberg.
- Klinger, Cornelia. 2000. «Die Ordnung der Geschlechter und die Ambivalenz der Moderne». In *Das Geschlecht der Zukunft. Frauenemanzipation und Geschlechtervielfalt*, herausgegeben von Sybille Becker, 29–63. Stuttgart: Kohlhammer.
- Lamb, Sharon, und Zoë D. Peterson. 2012. «Adolescent Girls' Sexual Empowerment: Two Feminists Explore the Concept». *Sex Roles* 66 (11–12): 703–12. <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9995-3>.
- Maihofer, Andrea. 1995. *Geschlecht als Existenzweise: Macht, Moral, Recht und Geschlechterdifferenz. Aktuelle Frauenforschung*. Frankfurt a.M.: Ulrike Helmer.
- Maihofer, Andrea. 2009. «Dialektik der Aufklärung. Die Entstehung der modernen Gleichheitstheorie, des Diskurses der qualitativen Geschlechterdifferenz und der Rassentheorien». *Zeitschrift für Menschenrechte* 3 (1): 20–36.
- Maihofer, Andrea. 2018. «Freiheit – Selbstbestimmung – Autonomie». In *Autonomie im Recht – Geschlechtertheoretisch vermessen*, herausgegeben von Susanne Baer und Ute Sacksofsky, 31–60. Baden-Baden: Nomos.
- McRobbie, Angela. 2010. *Top girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*. Wiesbaden: Springer VS.
- Meuser, Michael. 2019. «Wandel – Kontinuität: Entwicklungsdynamiken im Geschlechterverhältnis». In *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*, herausgegeben von Beate Kortendiek, Birgit Riegraf, und Katja Sabisch, 55–63. Geschlecht und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_6).
- Moser, Petra. 2008. «Wünschbare pädagogische Verhältnisse und Bildungsgüter». *akzente* 2008 (3): 34–37.
- Prommer, Elizabeth, Claudia Wegener, und Christine Linke. 2021. «Moderner Kanal – altmodische Rollenbilder. Geschlechterstereotype auf YouTube aus medienethischer Perspektive». *Communicatio Socialis* 54 (3): 341–48. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2021-3-341>.

- Prommer, Elizabeth, Claudia Wegener, Christine Linke, und Mahelia Hannemann. 2019. «Weibliche Selbstinszenierung auf YouTube – Selbstermächtigung oder Normierung?» Malisa Stiftung. <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/YouTube-Studie.pdf>.
- Richter, Susanne. 2020. «Sei was du willst, aber sei es richtig» Anforderungen zur Authentizität in Beauty Videos als Strategie flexibler Essentialisierung». In *Geschlecht und Medien. Räume, Deutungen, Repräsentationen*, herausgegeben von Britta Hoffarth, Susanne Richter, und Eva Reuter, 65–83. Frankfurt a.M.: Campus.
- Richter, Susanne. 2021. *Hallo Schönheiten! Performances und Aushandlungen der Geschlechterordnung in der YouTube-Beauty-Community*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Richter, Susanne. 2022. «Perspektiven feministischer Digitalisierungsforschung: Querschnittsthemen gesellschaftlicher Transformation im komplexen Zusammenspiel». In *Feminismen in der Sozialen Arbeit. Debatten, Dis/Kontinuitäten, Interventionen*, herausgegeben von Anna Kasten und Käthe von Bose, 188–204. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Ricken, Norbert. 2012. «Bildsamkeit und Sozialität». In Judith Butler: Pädagogische Lektüren, herausgegeben von Norbert Ricken und Nicole Balzer, 329–52. Wiesbaden: Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-94368-8\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-531-94368-8_13).
- Ringrose, Jessica. 2013. *Postfeminist education? Girls and the sexual politics of schooling. Foundations and futures of education*. London, New York: Routledge.
- Roth-Ebner, Caroline. 2019. «Medienpädagogik und Gender, Medien- und Genderkompetenz». In *Handbuch Organisationssoziologie*, herausgegeben von Maja Apelt, Ingo Bode, Raimund Hasse, Uli Meyer, Victoria V. Groddeck, Maximiliane Wilkesmann, und Arnold Windeler, 1–16. Wiesbaden: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0\\_31-1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_31-1).
- Salheiser, Axel. 2014. «Natürliche Daten: Dokumente». In *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, herausgegeben von Nina Baur und Jörg Blasius, 813–27. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0\\_62](https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0_62).
- Snickars, Pelle, und Patrick Vonderau. 2009. «Introduction». In *The YouTube Reader*, 9–21. Stockholm: National Library of Sweden.
- Taffel, Sy. 2016. «Perspectives on the Postdigital: Beyond Rhetorics of Progress and Novelty». *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 22 (3): 324–38. <https://doi.org/10.1177/1354856514567827>.
- Thompson, Christiane. 2004. «Diesseits von Authentizität und Emanzipation. Verschiebungen kritischer Erziehungswissenschaft zu einer ›kritischen Ontologie der Gegenwart‹». In *Michel Foucault: Pädagogische Lektüren*, herausgegeben von Norbert Ricken und Markus Rieger-Ladich, 39–56. Wiesbaden: VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-85159-8\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-322-85159-8_3).
- Zabel, Christian, und Sven Pagel. 2016. *Abschlussbericht Wer sind die Creator auf Youtube? Quantitativ-qualitative Befragung deutscher Online-Video-Produzenten*. herausgegeben von Film- und Medienstiftung NRW.