

Jochim, Valerie; Gebel, Christa

**"Der will das nicht zeigen, ob er jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist".
GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen:
Online-Forschungswerkstätten mit 10- bis 16-Jährigen**

München : JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 2022, 106 S.



Quellenangabe/ Reference:

Jochim, Valerie; Gebel, Christa: "Der will das nicht zeigen, ob er jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist". GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen: Online-Forschungswerkstätten mit 10- bis 16-Jährigen. München : JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis 2022, 106 S. - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-257740 - DOI: 10.25656/01:25774

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-257740>

<https://doi.org/10.25656/01:25774>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen, solange sie den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen und die daraufhin neu entstandenen Werke bzw. Inhalte nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrags identisch, vergleichbar oder kompatibel sind. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work or its contents in public and alter, transform, or change this work as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. New resulting works or contents must be distributed pursuant to this license or an identical or comparable license.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

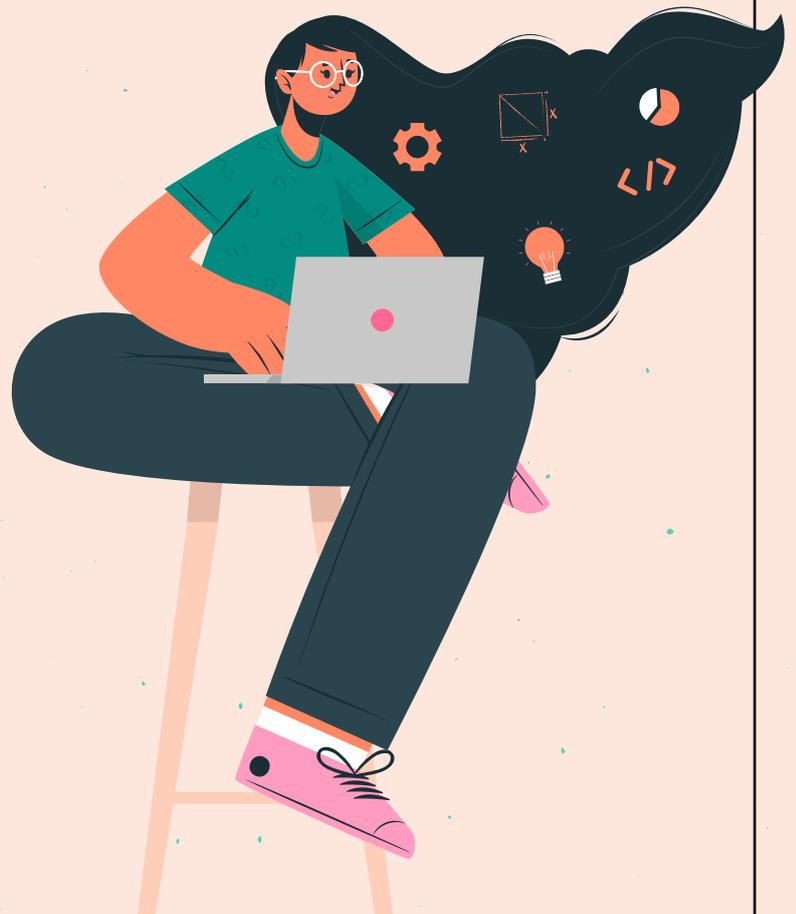
Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

„Der will das nicht zeigen, ob er jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist“

GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen: Online-Forschungswerkstätten mit 10- bis 16-Jährigen

Valerie Jochim und Christa Gebel



GENDER
ONLINE

JFF
JFF – Institut für
Medienpädagogik

Herausgebendes Institut

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Anschrift

Träger: JFF – Jugend Film Fernsehen e. V.
Arnulfstraße 205
80634 München
www.jff.de

Autorinnen

Valerie Jochim und Christa Gebel

Die Autorinnen danken

Katharina Jäntschi für die Mitarbeit an der Konzeption und der Durchführung der Erhebungen,
Elona Kalicanaj für die Ausarbeitung der Inhalte im Anhang, für die Mitarbeit bei den Recherchen, den Erhebungen und der Auswertung sowie
Johanna Wolleschensky, Lisa Brugger und Carla Adam für die Mitarbeit bei den Recherchen und Erhebungen.

Zitationsvorschlag

Jochim, Valerie/Gebel, Christa (2022):
„Der will das nicht zeigen, ob er jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist.“
GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen:
Online-Forschungswerkstätten mit 10- bis 16-Jährigen. Herausgegeben
vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.
München. <https://gender.jff.de/wp-content/uploads/2022/11/Studie.pdf>

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Lektorat

Ursula Thum | Text+Design

Layout, Grafik und Satz

Kathrin Windhorst | Studiokwi

München, Dezember 2022

Vervielfältigung und Verbreitung sind unter Angabe der Quelle erlaubt.

Weitere Informationen unter

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>.

Es wird darauf hingewiesen, dass trotz sorgfältiger Bearbeitung und Prüfung alle Angaben ohne Gewähr erfolgen. Eine Haftung der Herausgebenden ist ausgeschlossen.



Inhalt

Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen: Einleitung und Erkenntnisinteresse	1
Theoretisches Fundament	5
Hintergründe zu Historie und Geschlechtertheorie	5
Geschlecht und Medien mit Blick auf Kinder und Jugendliche	8
Einblicke in entwicklungspsychologische Perspektiven auf Geschlecht	15
Erheben in Zeiten der Pandemie: Akquise, Methode und Sample	19
Methodische Grundlagen und Erhebungssetting	20
Methodische Reflexionen	24
Vorstellung der Gruppen	28
Geschlecht und Social Media: empirische Erkundungen	31
Geräteverfügbarkeit und Nutzungsspektrum von Online-Angeboten	31
Gender: Begriffsverständnis und Wissensquellen	36
Geschlechterwissen über und durch Social Media	40
• „Das merkt man halt“: Naturalisierungen als Ausgangspunkt von Geschlechtszuordnung	41
• „Der hat sehr ausgeprägte Muskeln und zieht bei Toren sein T-Shirt aus“: Tun mit und am eigenen Körper	44
• „Bei manchen Sachen gibt es halt auch keine Mädchen, die das machen“: Interessen und Aktivitäten	46
• „Er sah schon wirklich, wirklich aus wie eine Frau“: (Un)Eindeutigkeiten	51
Zwischen Schutzbedarf und Authentizität: Aspekte der Selbstdarstellung	55
Mediale Bedingungen	59
Zusammenfassung und Einordnung	63
Ansprüche und Herausforderungen für die medienpädagogische Praxis	71
Literaturverzeichnis	77
Anhang	83
Glossar	83
Kurzbeschreibungen der Accounts aus der Methode <i>Wer hat's gesagt?</i>	88
Von den Befragten genannte Accounts	92

Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen: Einleitung und Erkenntnisinteresse

Aufwachsen findet heute selten ohne Soziale Medien statt. Sei es, um sich dort lediglich hin und wieder durchzuklicken, sei es, um länger darauf zu verweilen und sich Bilder und Beiträge anzusehen, sei es, um selbst aktiv Inhalte einzustellen. Die meisten Kinder und Jugendlichen haben heute zumindest Zugriff auf verschiedene digitale Endgeräte, häufig aber auch ein eigenes Smartphone und/oder ein eigenes Tablet. Die jährlich erscheinenden Untersuchungen KIM-Studie und JIM-Studie enthalten unter anderem Zahlen zur Medienausstattung und zum Medienbesitz von 6- bis 13-Jährigen beziehungsweise von 12- bis 19-Jährigen. Die Jugendlichen unter den Befragten besitzen in der Regel eigene Geräte, wobei das Smartphone am häufigsten genannt wird (vgl. Feierabend et al. 2021a, S. 6). Auch bei den Kindern sind eigene Mobiltelefone am weitesten verbreitet, allerdings besitzen sie „selbst noch ein vergleichsweise überschaubares Spektrum an Geräten“ (Feierabend et al. 2021b, S. 11).¹ Mit Blick auf die Nutzung von Social-Media-Angeboten fasst Franziska Koschei zusammen, dass insbesondere YouTube, Instagram und TikTok für die Kinder und Jugendlichen im Alter von 9 bis 15 Jahren relevant sind, wobei etwa TikTok eher von den Jüngeren präferiert wird, während Instagram bei den Älteren beliebter ist. Die verschiedenen Plattformen werden von den jungen Nutzer*innen teilweise täglich verwendet (vgl. Koschei 2021, S. 8 ff.).

Welchen Einfluss Social-Media-Angebote auf die persönliche Entwicklung, eigene Perspektiven und Haltungen haben und welchen Beitrag sie beim Aufwachsen leisten, ist damit von Interesse (vgl. Brüggem/Wagner 2017). Entsprechend ist auch die Geschlechterinszenierung in Social Media in der Medienpädagogik zum Gegenstand kritischer Reflexion geworden, denn eine zentrale Rolle für die persönliche Entwicklung spielt das Geschlecht – sowohl

1 Aufbauend auf diesen Zahlen findet sich eine Übersicht zu den Nutzungsweisen von Kindern und Jugendlichen in dem im vorliegenden Projektvorhaben entstandenen Arbeitspapier von Franziska Koschei (vgl. 2021).

die individuelle Geschlechtsidentität als auch die Bedeutung, die Geschlecht als gesellschaftlicher Strukturkategorie zugeschrieben wird. Geschlecht ist wohl die Kategorie, die für uns zuallererst relevant wird, zum Beispiel wenn es bereits vor der Geburt darum geht, welches Geschlecht ein Kind *eigentlich* hat. Und genau diese vermeintliche ‚Eigentlichkeit‘ gilt es in den Blick zu nehmen, um nachzuvollziehen, wie und auf welche Weisen Geschlecht in unserer Gesellschaft verhandelt wird, mit welchem Wissen über Geschlecht Menschen aufwachsen und welche Schlüsse sie daraus für ihre eigene Geschlechtsidentität ziehen. Im Kinder- und insbesondere im Jugendalter erfahren derlei Fragen nochmals eine besondere Bedeutung mit Blick auf die eigene Identitätsfindung und körperliche Veränderungen.

„GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen“² heißt das Projekt, in dem die vorliegende Begleitstudie entstanden ist. Zum Thema gemacht werden soll eben jene Relevanz der Kategorie Geschlecht mit Blick auf die Sozialen Medien, bei denen es häufig darum geht, sich mit Peers zu vernetzen, sich zu informieren, Spaß zu haben oder sich selbst zu präsentieren. Das Projekt mit einer Laufzeit von 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2022 wird vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales gefördert und hat zum Ziel, mittels medienpädagogischer Arbeit auf der Basis von bayernweiten Modellprojekten Arbeitshilfen für die Jugendsozialarbeit an Schulen zu entwickeln. In den Projekten setzen sich Kinder und Jugendliche zwischen 9 und 15 Jahren mit geschlechtsbezogenen Fragestellungen im Kontext von Social Media auseinander. Ausgangspunkt der inhaltlichen Beschäftigung sind stets die eigenen Erfahrungen mit beispielsweise Snapchat, TikTok, Instagram und YouTube. Zentrales Moment ist also die Reflexion der eigenen Social-Media-Nutzung sowie der Transfer zu gesellschaftlichen Fragestellungen. Darüber hinaus bieten Fortbildungen für Fachkräfte die Gelegenheit, sich zu informieren und die Methoden kennenzulernen. Bei der Durchführung eigener Projekte haben Fachkräfte darüber hinaus die Möglichkeit, sich im Rahmen des Projekts beraten und aktiv begleiten zu lassen.

Die Entwicklung und Erprobung dieser medienpädagogisch-praktischen Aktivitäten wird von der vorliegenden explorativen Studie begleitet, die das Ziel verfolgt, aus den gewonnenen Erkenntnissen Hinweise für die medienpädagogisch-praktische Arbeit zu erhalten. Leitende Forschungsfragen sind dabei,

- anhand welcher Merkmale Kinder und Jugendliche Geschlecht beschreiben,
- inwiefern sie sich (kritisch) mit Geschlechterdarstellungen auseinandersetzen und
- welche Aspekte ihnen in ihren Selbstpräsentationen wichtig sind.

Ausgehend davon können Antworten darauf gefunden werden, welche Potenziale Social Media jungen Menschen hinsichtlich ihrer persönlichen geschlechtsbezogenen Entwicklung bieten

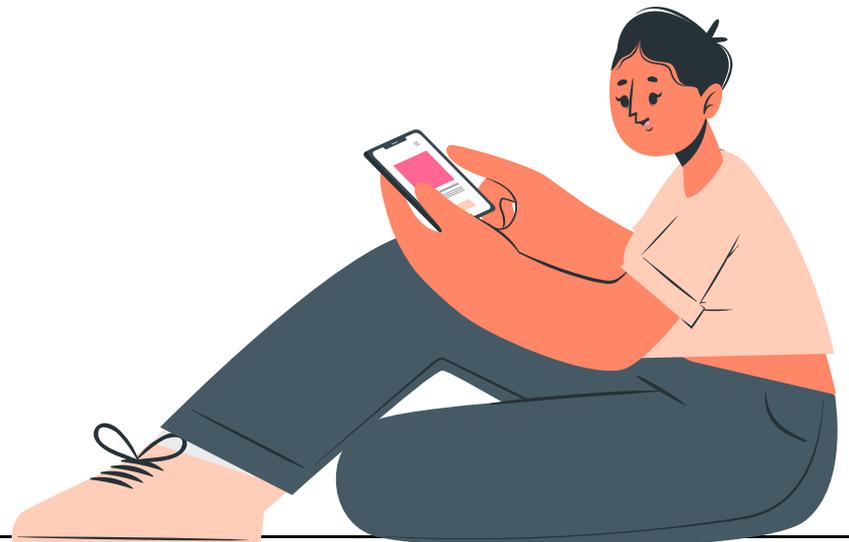
2 Das Projekt ist online unter www.gender.jff.de zu finden.

und welche Herausforderungen sich dabei ergeben. Für eine entsprechende theoretische und kontextuelle Grundlegung wurde im Vorfeld in einem Arbeitspapier von Franziska Koschei der Forschungsstand zum Themenfeld erarbeitet. Konkret liefert die Aufbereitung der aktuellen Studienlage Informationen dazu,

- inwiefern Geschlechterbilder ein relevantes Feld „im Zuge der Entwicklung einer eigenen Geschlechtsidentifizierung und sexuellen Orientierung [für Kinder und Jugendliche]“ (Koschei 2021, S. 4) sind,
- zu welchen Ergebnissen inhaltsanalytische Studien mit Blick auf geschlechtliche Darstellungen in Social-Media-Angeboten kommen,
- welche Aspekte sich durch Befragungen von Kinder und Jugendliche herauskristallisieren und
- welche Handlungsempfehlungen sich aus diesem bestehenden Wissen unter anderem für die empirische Forschung mit Kindern und Jugendlichen zu dem Themenfeld ergeben (vgl. ebd., S. 4 f.).

Aufbauend auf dieser Grundlage wurden für die Umsetzung der vorliegenden Studie sogenannte Online-Forschungswerkstätten entwickelt, in denen qualitative Erhebungsmethoden eingesetzt werden, um mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch zu kommen. Der offene Werkstattcharakter unterstützt die Auseinandersetzung der Kinder und Jugendlichen mit dem Thema und schafft Situationen, in denen sie ihre eigenen Perspektiven zum Ausdruck bringen und gemeinsam inhaltliche Fragen diskutieren und reflektieren können.

Nach einer Darstellung des theoretischen Fundaments, auf dem die Studie fußt, und einem kurzen Einblick in entwicklungspsychologische Ansätze zu Geschlecht widmet sich ein Kapitel der methodischen Herangehensweise und Konzeption der Forschungswerkstätten. Durch einige Unwägbarkeiten und Unsicherheiten aufgrund der Corona-Pandemie wurde das Setting als Online-Format entwickelt. Methodenkritisch wird dabei eingeordnet, inwiefern verschiedene pandemiebedingte Aspekte Einflüsse auf die Erhebungen hatten. Im Anschluss daran folgt das umfangreiche Kapitel zu den empirischen Erkundungen, in dem die verschiedenen Perspektiven der befragten Kinder und Jugendlichen verdeutlicht werden. Zwei abschließende Kapitel widmen sich einer Zusammenfassung der Ergebnisse wie auch Folgerungen für die medienpädagogisch-praktische Arbeit.



Theoretisches Fundament

Hintergründe zu Historie und Geschlechtertheorie

Die Kategorie Geschlecht trägt in unserer Gesellschaft einen wesentlichen Teil zur Struktur und damit auch zur eigenen Identität(sentwicklung) bei. Was Geschlecht dabei eigentlich meint, wird in unterschiedlichen Kontexten unterschiedlich verhandelt. Seit Jahrzehnten befassen sich Fächer rund um die Geschlechterforschung oder auch Gender Studies mit den Fragen, welche Rolle Geschlecht in verschiedenen Zusammenhängen spielt und wie Geschlecht auf individueller wie struktureller Ebene verhandelt wird. Ausgangspunkte sind dabei in der Regel Formen sozialer Ungleichheit, Ausgrenzungs- und Diskriminierungsmechanismen – also die Ungleichbehandlung aufgrund des (zugeschriebenen) Geschlechts. Historisch betrachtet ging es dabei in erster Linie um die Unterdrückung der Frau in einem zweigeschlechtlichen, binären System. Zuhäuf finden sich theoretische Abhandlungen über Zeiträume ab der Industrialisierung zur Entstehung eines Bildes *der Frau* und *des Mannes*, das insbesondere auch auf Interpretationen naturwissenschaftlicher Ergebnisse rekurrierte und zahlreiche Schlüsse mit weitreichenden Konsequenzen zog (vgl. Behm et al. 1999, S. 31). Wirkmächtig wurden naturalistische Zuschreibungen eines ‚weiblichen und männlichen Charakters‘ und spezifischer Rollenbilder. Die Frau wurde, mit der Ausdifferenzierung von privatem und öffentlichem Raum, fortan dem häuslichen Bereich, der Mann der Erwerbsarbeit zugewiesen (vgl. Hausen 1976, S. 369 f.). Eng damit verbunden ist eine heterosexuelle Norm sowie das Bild der bürgerlichen Kleinfamilie, in der Mann und Frau [mit Kind(ern)] gemeinsam leben (vgl. Hausen 1976, S. 370 f.; Hoffmeister 2001, S. 74 ff.).

Die Entstehung der Frauenbewegung in ihren verschiedenen Ausrichtungen war schließlich dafür maßgeblich, Perspektiven auf Geschlecht(rollen) kritisch zu beleuchten und sich dagegen zu wehren – Themen und

Anliegen befanden sich dabei in einem stetigen Wandel (vgl. Lenz 2014, S. 15): „Ging es anfänglich um ein Sichtbarmachen ungleicher gesellschaftlicher Strukturen, wurden später insbesondere auch Debatten um eine Naturalisierung und ein soziales Herstellen von Geschlecht geführt“ (Jochim 2020, S. 33). Eine Auseinandersetzung mit *sex* – einem biologischen Geschlecht – und *gender* – einem sozialen Geschlecht – trat damit in den Vordergrund, um zu beleuchten, inwiefern soziale Ungleichheiten auf biologischen Legitimationssträngen fußen (vgl. Bendl et al., S. 36). Diese eindeutige Trennung von *sex* und *gender* gilt spätestens seit den 1990er-Jahren durch die Arbeit von Judith Butler allerdings als überwunden (vgl. Butler 1990, 1991; Hirschauer 1994, S. 670; Villa 2003, S. 59). Andrea Maihofer erläutert, dass Butler mit ihren Abhandlungen eine Dekonstruktionsdebatte einläutete und eine Perspektive entwickelte, die davon ausgeht, dass *sex* selbst einer sozialen Konstruktion entspringt und „neutrale anatomische Merkmale innerhalb der heterosexuellen Geschlechterordnung eine spezifische, nämlich *sexuelle* bzw. *geschlechtliche* Bedeutung erhalten“ (Maihofer 1995, S. 41).³ Dass es Butler dabei nicht um das Abstreifen eines Körpers an sich geht, sondern um die Tatsache, dass ein Zugang zu Körper nur durch Sprache und damit diskursiv gefunden werden kann, stellt Maihofer ebenfalls heraus (vgl. ebd., S. 51). Das heißt, in den Fokus rückt nun, Geschlecht als Herstellungsleistung zu begreifen; ‚doing gender‘ beschreibt die (Re) Produktion einer „Geschlechterdifferenz durch das tagtägliche Tun“ (Gildemeister/Wetterer 1992, S. 233). Je nach Ausgangspunkt und Fragestellung verschiedener wissenschaftlicher Herangehensweisen ist eine Fokussierung auf ein sogenanntes biologisches beziehungsweise ein sogenanntes kulturelles Geschlecht nach wie vor von Relevanz – etwa, um systematische Ausgrenzungsmechanismen nachzuvollziehen –, wie auch Paula-Irene Villa in einem online erschienenen Interview darlegt (vgl. Roman Herzog Institut e. V. 2022). Dass es aber grundsätzlich immer auch um einen Blick auf machtvolle Diskurse und Strukturen gehen muss, die Wissen zu einem klar voneinander getrennten, zweigeschlechtlichen System und zu einer heterosexuellen Norm erst hervorbringen, wird ebenfalls deutlich. Rekuriert werden kann dabei auf Michel Foucault, der den Diskursbegriff maßgeblich prägte und darlegt, dass Machtstrukturen durch diskursiv hervorgebrachtes Wissen begründet werden (vgl. Jochim 2020, S. 37), Diskurse also ein ordnendes, kontrollierendes und selektierendes Wissen erschaffen, das Normen und Abweichungen erzeugt (vgl. Ganz 2008, S. 20 f.): „Ich setze voraus, daß in jeder Gesellschaft die Produktion des Diskurses zugleich kontrolliert, selektiert, organisiert und kanalisiert wird – und zwar durch gewisse Prozeduren, deren Aufgabe es ist, die Kräfte und die Gefahren des Diskurses zu bändigen [...]“ (Foucault 1991, S. 10). Um Machtgeflechte offenzulegen und die performative Herstellung von Geschlecht durch Diskurse nachzuzeichnen, dienen in der Folge dekonstruktivistische Ansätze (vgl. Bendl et al., S. 45; Butler 1991, S. 49; Hirschauer 2003, S. 468; Klann-Delius 2005, S. 72) dazu, den Blick auf Zusammenhänge von Denken, Sprache und der Generierung von Wissen (über Geschlecht)

3 Farbige Markierungen in Zitaten wurden durch die Autorinnen vorgenommen, alle anderen Hervorhebungen in Zitaten im Original.

zu richten (vgl. Jochim 2020, S. 36). Beim Konzept der Performanz sind „jene Sprechakte [gemeint], die das, was sie äußern, auch erzeugen, und zwar indem die Äußerung getätigt wird“ (Villa 2003, S. 158). Der Mensch und sein Körper sind entsprechend eingeflochten in ein Netz aus Diskursen und Machtverhältnissen und bringen in diesem Zuge Geschlecht immer wieder selbst hervor durch das eigene Sprechen und Tun. Dass bisherige Annahmen von Geschlecht auf diese Weise hinterfragt und aufgebrochen wurden, „gewinnt an Brisanz mit Blick auf eine Identitätenbildung, die maßgeblich mit einer Geschlechtszugehörigkeit verknüpft ist“ (Jochim 2020, S. 37). Und auf dieser Folie einer individuellen Geschlechtsidentität – die Judith Butler als „einen Effekt von Diskursen“ (Moser 2010, S. 51) begreift – hat sich unter anderem eine queere Perspektive entwickelt, die Fragen danach aufgreift, wie eigentlich ‚Normen‘ und daneben existierendes ‚Anderes‘ gefasst werden. Christine Riegel beschreibt unter Bezugnahme auf Edward Said und Gayatri C. Spivak, dass das sogenannte Othering als Analyseperspektive in Zusammenhang mit den Postcolonial Studies entwickelt wurde, um herausarbeiten zu können, wie ein ‚Anderes‘ und ein ‚Wir‘ konstituiert wurde und wird. Sie erläutert diesen Ansatz mit Blick auf Geschlecht folgendermaßen:

„In der wirkmächtigen Verschränkung und im Zusammenspiel von hegemonialen alltäglichen, fachlichen, wissenschaftlichen und politischen Diskursen wird mit Mitteln der Hervorhebung, Zuschreibung und Essentialisierung eine bestimmte Gruppe erst als solche, dann als Andere diskursiv hervorgebracht [...]. Dies erfolgt im System der Heteronormativität mit Blick auf das homosexuelle oder queere Andere [...].“ (Riegel 2017, S. 72)

Die aus einer sozialen Bewegung hervorgegangene Queer Theory befasst sich vor diesem Hintergrund mit Regulierungen und dem Entwicklungsprozess von Identitäten, ohne dabei aber jedwede Einordnungen zu vermeiden; Kategorisierungen können entsprechend weiterhin von Bedeutung sein (vgl. Butler 1989, S. 19; Hofmann 1997, S. 115). In diesem Zusammenhang geht es insbesondere auch um Sexualitäten und auf welchen Vorder- und Hinterbühnen diese stattfinden (können) (vgl. Roman Herzog Institut e. V. 2022).⁴ Dass die geschlechtsbezogene Identitätsentwicklung also immer auch gesellschaftlich bedingt ist, wenngleich sie als „von Anfang an ‚in den Körper eingeschrieben‘“ (Moser 2010, S. 23) verhandelt wird, hält Andrea Moser fest. Entsprechend darf nicht von einseitigen und naturalistischen

4 In seinem Werk „Wir alle spielen Theater“ setzt sich Erving Goffman mit der sozialen Welt als Schauplatz mit Vorder- und Hinterbühnen auseinander, die aus Publikum, Darsteller*innen und Außenseiter*innen besteht (vgl. Goffman 2010). Stefan Laube überträgt diesen Ansatz auf die voranschreitende Mediatisierung, die einen Blick auf ein gesellschaftliches Bühnengeschehen nicht mehr nur für eine analoge Welt bedeutsam werden lässt: „Die Hinterbühnen von heute sind nicht mehr vornehmlich durch Türenklappen mit Vorderbühnen verbunden, sondern durch Tastaturen und Bildschirme“ (Laube 2016, S. 285).

Begründungslinien ausgegangen werden. Vielmehr muss ein historisches Gewordensein und ein gesellschaftliches Verhandeln von Geschlecht in den Fokus gerückt werden. So fasst Paula-Irene Villa zusammen:

„In der Forschung [...] bezeichnet der Begriff **gender** eine von Menschen in historischen Prozessen gemachte, verobjektivierte soziale Differenz, die überdies mit anderen Differenzen (wie Klasse/Schicht, Sexualität, Alter usw.) verschränkt ist.⁵ Nach Männern und Frauen bzw. männlich/weiblich zu unterscheiden beinhaltet also komplexe soziale Prozesse, in die selbstverständlich auch biologische, z.B. hormonelle oder genetische, Aspekte einfließen. Dabei geht die Forschung mit dem Begriff ‚gender‘ davon aus, dass die Geschlechterdifferenz nicht allein, nicht ursächlich, nicht monokausal und womöglich nicht mal entscheidend von einer an-und-für-sich-Seienden natürlichen Basis determiniert wird. Denn einerseits ist die Unterscheidung zwischen den Geschlechtern historisch, regional und je nach Kontext hoch variabel, andererseits bedarf jede biologische Tatsache der Interpretation, sofern sie gesellschaftlich relevant ist.“ (Villa 2016, S. 1)

Geschlecht und Medien mit Blick auf Kinder und Jugendliche

Digitale Medien sind auf vielen Ebenen fundamentaler Teil unserer Gesellschaft, zum Beispiel bezüglich unserer Sozialisation und unserer Wissensgenerierung. Sozialen Medien muss in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung zugeschrieben werden. Die Plattformen werden insbesondere von Kindern und Jugendlichen aus verschiedenen Gründen regelmäßig und intensiv genutzt, sei es etwa zur Kommunikation oder zur Information. So fassen Maya Götz und Elizabeth Prommer unter Bezug auf die ARD/ZDF-Onlinestudie von 2019 zusammen, dass 25 Prozent der deutschen Bevölkerung täglich

5 Die Überschneidung verschiedener Strukturkategorien wird als ‚Intersektionalität‘ bezeichnet. Dieser Ansatz macht darauf aufmerksam, inwiefern mit Blick auf Diskriminierungsmechanismen nicht nur Bezüge zu einzelnen Kategorien hergestellt werden können. Es werden vor allem auch Strukturkategorien in ihrer Verschränkung betrachtet, die zu noch einmal verstärkten Unterdrückungsmechanismen führen können (vgl. Walgenbach 2012, S. 1). Eine intersektionale Perspektive, die verschiedene Strukturkategorien gleichermaßen berücksichtigt, würde den Rahmen der vorliegenden Studie sprengen. Auf weitere Grenzen des Vorgehens wird im Kapitel *Methodische Reflexionen* eingegangen.

Soziale Medien nutzt und die 14- bis 29-Jährigen „dabei mit 59 % täglich deutlich aktiver in Sozialen Medien [sind] als z. B. die 30- bis 49-Jährigen, von denen sich nur ein Drittel täglich hier bewegt“ (Götz/Prommer 2020, S. 8). Social-Media-Plattformen wird eine maßgebliche Orientierungsfunktion im Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen zugeordnet, weswegen es umso wichtiger wird nachzuvollziehen, wie sie sich auf den Plattformen bewegen, was sie daran interessiert und welche Schlüsse sie aus Rezipiertem ziehen – auch mit Blick auf Aspekte rund um Geschlecht und Sexualität. Orientierung kann dabei, wie Bernd Schorb in Bezug auf Erich Fromm festhält, „verstanden werden als Richtungsweiser im Prozess der Sozialisation. Die Orientierung legt fest, in welcher Weise sich der Mensch in Beziehung zur Welt und in dieser zu den Medien setzt“ (Schorb 2011, S. 90). Was aber sind nun Soziale Medien eigentlich genau? Jan-Hinrik Schmidt definiert Soziale Medien als „internetbasierte Plattformen und Werkzeuge“ (Schmidt 2013, S. 9), die es zum einen erleichtern, „Informationen aller Art im Internet zugänglich zu machen und zu bearbeiten“ (ebd., S. 11). Zum anderen kann durch Soziale Medien ein Austausch mit anderen Nutzer*innen erfolgen. Formen von Sozialen Medien können beispielsweise Netzwerkplattformen – auch ‚Soziale Netzwerke‘ genannt – sein, wie etwa Facebook. Daneben zählen aber beispielsweise auch Multimediaplattformen, wie etwa YouTube, Instagram und Snapchat, sowie Weblogs und Microblogs zu den Sozialen Medien (vgl. ebd. S. 11 ff.). Wulf Loh hält fest, dass Soziale Medien gleichsam digitale Öffentlichkeiten bilden, in denen sich „in besonderer Weise ‚beobachtende‘ (Sozialintegration, Bereitstellung von Orientierungswissen), ‚sozialisierende‘ (Sozialisation, Herausbildung von Identitäten) und ‚politische‘ (politische Selbstverständigung, Meinungsbildung) Öffentlichkeitsaspekte [vermischen] (Heesen 2008, S. 36)“ (Loh 2021, S. 546). Entsprechend vielfältig werden Betrachtungsweisen auf Social Media und Geschlecht in Bezug auf Kinder und Jugendliche.

Franziska Koschei legt in ihrem Arbeitspapier den aktuellen Forschungsstand dar, der aufzeigt, welche große Rolle vor allem für Menschen in der Adoleszenz Fragen zur eigenen geschlechtlichen Identifizierung spielen können und dass sich Jugendliche an Darstellungen einzelner Accounts orientieren und diese Einfluss auf ihr Selbstbild und beispielsweise auch auf die eigene Selbstdarstellung haben (vgl. Koschei 2021, S. 4 f.). Koschei fasst außerdem zusammen, dass der Großteil der „Social-Media-Angebote [...] von geschlechterstereotypen, heteronormativen Darstellungen geprägt [ist]“ (ebd., S. 4). Mit diesem Wissen wird die Auseinandersetzung mit Geschlecht und Social Media in hohem Maße relevant. Wo Soziale Medien einen relevanten Bezugspunkt für Kinder und Jugendliche darstellen, sich mit ihrer Geschlechtsidentität und sexuellen Orientierung auseinandersetzen, spielt es eine Rolle, ob und, wenn ja, welche Möglichkeiten dort gegeben und welche Grenzen gesetzt sind. So formuliert etwa Clarissa Schär, dass mediale Selbstdarstellungen und entsprechend auch Geschlechtskonstruktionen „keineswegs als grenzenlos zu bezeichnen sind. Sie sind rückgebunden

an Dynamiken der Selbstvermarktung, der Anerkennung und Aufmerksamkeit, die über Peergroup-Prozesse des Aus- und Verhandeln sowie Vergewisserns, ferner über das jeweilige Interface der Plattformen befördert werden“ (Schär 2013, S. 111). So fassen auch Christa Gebel et al. zusammen, dass in digitalen Medien stereotype Geschlechterbilder zuhauf (re)produziert werden:

„**Weibliche Stereotype** beinhalten in etlichen TV-Formaten (z. B. Castingshows, Reality-TV), Computerspielen, Musikvideos (z. B. Gangsta-Rap, Porno-Rap), YouTube-Genres sowie Werbung eine starke Fokussierung auf sexuelle Attraktivität bis hin zur Symbolisierung sexueller Verfügbarkeit (Döring 2015a). Das **männliche Stereotyp** wird im Fachdiskurs seltener thematisiert; als typisch gelten Mut (Coolness, Risikofreude) und Dominanz (Aggressionsbereitschaft, körperliche Überlegenheit) (Döring 2015b).“ (Gebel et al. 2020, S. 19)

Dass Soziale Medien daneben auch eine befreiende, vergemeinschaftende kreative und auch mit Geschlechterdarstellungen spielende Komponente haben (können), wird in der Literatur ebenfalls deutlich (vgl. Pacey et al. 2022). So beschreibt etwa Alice Marwick, inwiefern das Internet und weiterführend Soziale Medien es ermöglichen, dass sich Nutzer*innen auch mit Blick auf die eigene geschlechtliche Darstellung ausprobieren und in ihrem Online-Auftritt verändern können. Sie hält fest, dass Einzelne auf diese Weise in verschiedene Geschlechtsidentitäten schlüpfen, sich ausprobieren und somit Grenzen überwinden können (vgl. Marwick 2014).⁶ Nicola Döring meint entsprechend, dass Soziale Medien Plattformen bieten, auf denen nicht stereotype Darstellungen präsenter sind, weil eine individuelle Partizipation niederschwellig möglich wird (vgl. Döring 2019, S. 5): „Rollenmodelle mit nicht-binären, androgynen, transgender und queeren Geschlechteridentitäten sowie mit vielfältigen sexuellen Identitäten sind auf YouTube viel präsenter als in den Massenmedien [...]“ (ebd., S. 7). Und auch Franziska Koschei fasst mit Bezug auf Adam Bates et al. zusammen, dass etwa queere Jugendliche durch Social Media „für ihre Identitätsentwicklung regelmäßigen Zugang zu geschützten Online- und Offline-Räumen [erhalten]“ (Koschei 2021, S. 18).

Dennoch existieren Geschlechter- und daran anknüpfend Schönheitsideale, die medial wirkmächtig werden. Schönheitsideale, an denen sich Menschen in der Adoleszenz orientieren und die insbesondere bei Mädchen und jungen Frauen häufig zu Unzufriedenheit

⁶ Bezug nimmt Alice Marwick in diesem Kontext auf den sogenannten Cyborg-Feminismus, der sich in den 1970er-Jahren entwickelt hat und sich kritisch mit patriarchal geprägter Computertechnologie auseinandersetzt (vgl. 2014).

mit dem eigenen Aussehen und dem eigenen Körper führen können (vgl. Fardouly et al. 2015; Murnen/Don 2012), wenngleich auch Jungen eng gefassten Schönheitsidealen unterliegen:

„Weil **körperliche Attraktivität** – trotz des Wandels von Männlichkeitsbildern – also nach wie vor als integraler Bestandteil von Weiblichkeit verstanden wird (ebd.; Löw 2012; Penz 2010; Davis 2008; Meuser 2000), sind Frauen stärker mit Ansprüchen einer ‚perfekten‘ Körperpräsentation konfrontiert und dementsprechend Schönheitsidealen stärker unterworfen. [...] Während für männliche Attraktivität größere Spielräume bestehen, insofern für diese auch Charisma, Ausstrahlung oder der gesellschaftliche und ökonomische Status entscheidend sind (Hermann 2004; Pashos 2002), werden Frauen eher in Hinblick auf die Konformität mit bestehenden Schönheitsnormen bewertet (Görtler 2012: 38).“ (Schreiber 2019, S. 28)

So befasst sich etwa Sarah Dangendorf mit dem Phänomen der Schönheit in Bezug auf heranwachsende Mädchen, wobei sie festhält, dass sich (Körper)Schönheit einer Definition entzieht, da sie Wahrnehmungen und Kontexten unterliegt – häufig aber in Bezug auf eine idealisierte Weiblichkeit in einer heteronormativen Denkweise gedacht wird. Und vor diesem Hintergrund wird eine „hyperfeminin[e] und ‚erwachsen[e]“ (Dangendorf 2017, S. 149) Inszenierung junger Mädchen deutlich. Eine Diskrepanz, die sich daraus ergibt, macht Dangendorf ebenfalls deutlich: So wird diskursiv und medial ein schönes Aussehen von Mädchen häufig forciert und in den Fokus gerückt, während gleichzeitig „die Sorge adoleszenter Mädchen um das eigene Aussehen nicht oder nur begrenzt akzeptiert [wird]“ (ebd., S. 151). Aktuelle Schönheitsideale unterliegen einem Leistungs- und Gesundheitsgedanken, der eng mit neoliberalen Perspektiven verknüpft werden kann. So stehen Selbstoptimierungsprozesse im Vordergrund, die Einzelne darauf verweisen, für die eigene Gesundheit, das eigene Aussehen und die eigene Fitness zuständig zu sein (vgl. Roth 2012).

Martin Sexl beschreibt, dass in Sozialen Medien eine Verselbstständigung in Gang kommt, durch die eine niemals endende Produktion von Idealen existiert. Gleichzeitig haben Nutzer*innen dabei wenig Wissen und Einfluss bezüglich ökonomischer Handlungen vonseiten der Anbieter*innen, etwa mit Blick auf Filterblasen⁷ und Algorithmen (vgl. Sexl 2021, S. 108 ff.): Algorithmen, die bestimmte Inhalte stärker in den Vordergrund drängen, andere Inhalte dafür gar

7 Stefan Iske und Nadia Kutscher erläutern zur Diskussion rund um sogenannte Filterblasen, dass Suchmaschinen ehemalige Trefferlisten analysieren, um zukünftige Listen entsprechend anzupassen und zu personalisieren. Das heißt, obwohl verschiedene Menschen denselben Suchbegriff eingeben, erhalten sie jeweils unterschiedliche, nämlich personalisierte Trefferlisten (vgl. Iske/Kutscher 2020, S. 120 f.).

nicht erscheinen lassen. Algorithmen, die die jeweiligen Nutzungsweisen durchleuchten und spezifische Interessen bedienen. Mit Hinweisen, dass Algorithmen etwa sexistisch oder rassistisch diskriminierend sind, befasst sich neben anderen Ilona Horwath. Sie erklärt, dass Technologien nicht unabhängig von gesellschaftlichen Kontexten entwickelt werden können und „diskriminierungsrelevante Probleme [entsprechend] in die Gesellschaft und in technische Infrastrukturen eingelagert [sind]“ (vgl. Horwath 2022, S. 72). Auch Sara Juen legt dar, dass eine Neutralität von Algorithmen längst widerlegt wurde und sie – im Gegenteil – soziale Ungleichheiten sogar verstärken können (vgl. Juen 2021, S. 1 ff.). Die Sachverständigenkommission für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung setzt sich ebenfalls damit auseinander, dass ein Gender Bias – also eine geschlechtsbezogene Verzerrung, die in die Datenverarbeitung einfließt – diskriminierende Folgen hat (vgl. Götz/Prommer 2021, S. 22 ff.). Sexl setzt die idealisierten Darstellungen in einen engen Bezug zu kapitalistischen Logiken, denen auf den Plattformen gefolgt wird und die Differenzen einkalkulieren: „Denn im Internetkapitalismus mit der Allgegenwart fotografischer Repräsentation von Körpern gibt es – und dies auch und gerade wegen der rechtlichen Gleichstellung der Frau – weiterhin leistungsfähige bzw. schwache Männer und attraktive bzw. hässliche Frauen“ (Sexl 2021, S. 118). Ein „Wechselverhältnis von sozialer und digitaler Ungleichheit“ (Iske/Kutscher 2020, S. 115) wird entsprechend besonders relevant, weswegen digitale Spaltungen in den Blick genommen werden müssen. Im Zusammenhang mit geschlechtlichen Ungleichheiten werden dabei unterschiedliche Nutzungsweisen des Internets relevant; diese Unterschiede werden auch als ‚second-level digital divide‘ bezeichnet (vgl. ebd., S. 118).⁸ Stefan Iske und Nadia Kutscher führen Erklärungen zu diesem Phänomen aus und gehen auf das sogenannte Differenzierungsparadigma und das sogenannte Kohärenzparadigma ein. Während das Differenzierungsparadigma davon ausgeht, dass ungleiche Nutzungsweisen des Internets vornehmlich auf individuelle Interessen und selbst gewählte Vorlieben zurückgehen, stellt das Kohärenzparadigma strukturelle Ungleichheiten in den Vordergrund. Darüber hinaus erörtern die Autor*innen den ‚zero-level digital divide‘, der so heißt, weil er „sich einerseits auf [die] programmiertechnisch-algorithmische[n] Grundlagen sowie andererseits auf [den] grundlegenden, dem first- und second-level digital divide vor- bzw. nachgelagerten Charakter“ (ebd., S. 120) bezieht. Entsprechend sind damit Ungleichheiten gemeint, die auf Code und Algorithmen basieren, wie beispielsweise die Personalisierung von Internetangeboten, besagte Filterblasen, aber auch unterschiedliche Nutzungsweisen aufgrund von Datenvolumen und Netzabdeckung. Dan Verständig et al. halten fest, dass diese strukturellen Benachteiligungen auch mit Blick auf ihre intersektionalen Verschränkungen relevant werden, die Kategorie Geschlecht dabei aber eine Rolle spielt (vgl. Verständig et al. 2016, S. 51).

8 Der ‚first-level digital divide‘ wiederum verweist grundlegend auf unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten zum Internet (vgl. Iske/Kutscher 2020, S. 118).

Medienpädagogisch wird es vor diesem Hintergrund relevant, sich mit Geschlecht, Sexualität und Social Media auseinanderzusetzen, um Methoden und Ansätze zu entwickeln, mit Kindern und Jugendlichen angemessen und hinreichend die verschiedenen Fragen und Aspekte zu bearbeiten, die sich in diesem Bereich auftun. Franziska Koschei fasst einige Herausforderungen und Potenziale zusammen, die dabei im medienpädagogischen Kontext zu beachten sind. So geht es darum, die (Re)Produktion von Geschlechterstereotypen in den Blick zu nehmen, um das eigene Bewusstsein zu schärfen und Vorurteile zu hinterfragen sowie um nachzuvollziehen, wie Experimentierräume für manche stärker eingeschränkt werden als für andere, wenn etwa nicht binäre, nicht heteronormative Inhalte Hass und Hetze erfahren. Selbstoptimierungsbestrebungen und die eigene Wahrnehmung des Körpers sollten außerdem in den Fokus rücken, um nachzuvollziehen, welche Zusammenhänge sich dabei zu einem „Konformitätsausdruck [ergeben], dem junge Menschen auf Social Media ausgesetzt sein können“ (Koschei 2021, S. 21). Daneben spielen sexualisierte Darstellungen und Gewalt eine entscheidende Rolle, wenn Kinder Gefahr laufen, „Opfer sexualisierter Gewalt oder von Cybergrooming, also der „Anbahnung von on- oder offline stattfindenden sexuellen Übergriffen“ (Brüggen et al. 2019, S. 85) zu werden“ (ebd.). Daneben stellt Koschei die Orientierungs- und Vernetzungsfunktion sowie Ausdrucksmöglichkeiten in Sozialen Medien heraus, wenn Kinder und Jugendliche beispielsweise Antworten auf offene Fragen finden, auf Gleichgesinnte zu identitätsbezogenen Aspekten treffen und der eigenen Geschlechtsidentifikation Ausdruck verleihen können (vgl. ebd., S. 21 ff.). Auch Brigitte Hipfl geht auf diese Funktionen ein, stellt dabei aber ebenfalls Risiken heraus, denen Einzelne ausgesetzt sein können:

„So bietet das Internet Frauen, Mädchen und marginalisierten Geschlechterpositionen (wie LGBTI*, Genderqueer, Nichtbinär) neue Handlungs- und Identitätsräume, die zum Austausch, für Vernetzung und Mobilisierung genutzt werden können. Gleichzeitig werden solche Praktiken der Verschiebung und Durchbrechung tradierter, hegemonialer Geschlechterpositionen im Internet mit **anti-feministischen und anti-genderistischen Aussagen attackiert, missachtet und deren Akteur[*innen] bedroht.“ (Hipfl 2022, S. 718)**

Einblicke in entwicklungspsychologische Perspektiven auf Geschlecht

Nach dem ausgeführten geschlechtertheoretischen Fundament ist es von Interesse, einen kurzen Blick auf entwicklungspsychologische Perspektiven auf Geschlecht zu werfen. Ein Einblick in Handbuch-beziehungsweise Lehrbuchliteratur zeigt, dass aktuell insbesondere die sozial-kognitiv orientierte Geschlechtsschematheorie vertreten wird. Die folgenden Ausführungen sollen einen Überblick über den Fachdiskurs geben, ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

Martin Pinquart et al. beispielsweise halten grundlegend fest, welche Rolle Geschlecht für die Entwicklung spielt und was Kinder in ihrem eigenen Entwicklungsverlauf lernen müssen. So beschreiben die Autor*innen die Geschlechtszugehörigkeit als „wichtiges biologisches Merkmal, [das] auch Auswirkungen auf die sexuelle Orientierung, die Entwicklung von Interessen, Aktivitäten und die Gestaltung sozialer Beziehungen“ (Pinquart et al. 2019, S. 270) hat. Als Voraussetzung, das eigene Geschlecht zu erkennen und darauf aufbauend eine eigene Geschlechtsidentität zu entwickeln, halten Pinquart et al. eindeutig fest, dass Kinder Wissen zu einem männlichen und einem weiblichen Geschlecht erlangen müssen. Konkret sprechen sie von „der Erkenntnis, dass es zwei Geschlechter gibt“ (ebd., S. 271). Die Autor*innen nennen ein bis zwei Prozent der Kinder, die sich „nicht mit ihrem biologischen, sondern mit dem anderen Geschlecht identifizieren und auch für das andere Geschlecht typische Aktivitäten bevorzugen“ (ebd., S. 275). Weiterführend sprechen Pinquart et al. von verschiedenen Einflussfaktoren auf die eigene Geschlechtsidentität, wobei die Trennung zwischen binär angelegten biologischen Geschlechtern auf der einen und äußeren Einflüssen auf der anderen Seite aufrechterhalten wird. So werden beispielsweise Eltern benannt, die durch ihre Verhaltensweisen zu Geschlechtsunterschieden beitragen, weil sie etwa stereotypisierte Spielsachen für Mädchen und Jungen kaufen oder aber weil sie ihre Kinder – je nach Geschlecht – unterschiedlich behandeln und ihnen unterschiedliche Aktivitäten vorschlagen. Daneben verweisen die

Autor*innen auf Peergroups, die für die Entwicklung der eigenen Geschlechtsidentität relevant sein können, etwa weil stereotypes geschlechtliches Verhalten in einzelnen Gruppen verstärkt wird, und auch Medieneinflüsse spielen eine Rolle, wenn etwa Mädchen Disney-Prinzessinnen nachahmen, die sie in einem Film gesehen haben (Pinquart et al. 2019, S. 285). Auch Laura Berk hält fest, dass insbesondere in der frühen Adoleszenz eine „Verstärkung der Geschlechtsidentität, der Identifizierung mit der eigenen Geschlechterrolle“ (Berk 2011, S. 564) einsetzt, wobei sie dafür biologische, soziale und kognitive Gründe nennt. Berk bezieht sich in ihren Ausführungen grundlegend auf die sogenannte Geschlechtstypisierung. Dieser Begriff, so Berk, „bezieht sich auf eine beliebige Assoziation von Objekten, Aktivitäten, Rollen oder Eigenschaften mit dem männlichen oder weiblichen Geschlecht[,] und zwar in einer Art und Weise, die kulturell geprägten Stereotypen entspricht“ (ebd., S. 365). Entsprechend lernen und übernehmen Kinder schon früh „geschlechtsbezogene Vorstellungen und Vorlieben“ (ebd., S. 366). Berk hält dabei, ähnlich wie Pinquart et al., verschiedene Gründe für eine Geschlechtstypisierung fest, wie etwa genetische Einflüsse und Umweltfaktoren (vgl. ebd., S. 366 ff.). Die sogenannte Geschlechtsschematheorie erläutert Berk im Anschluss als einen Erklärungsansatz von Geschlechtstypisierung: „Die [Geschlechtsschematheorie] erklärt, wie umweltbedingter Druck und die Kognitionen des Kindes zusammenwirken, um die Entwicklung seiner Sicht von Geschlechterrollen zu prägen [...]“ (ebd., S. 372). Kinder übernehmen entsprechend schon früh Verhaltensweisen und Vorlieben anderer Kinder und entwickeln in diesem Zusammenhang Schemata – Geschlechtsschemata –, um in „maskuline und feminine Kategorien“ (ebd., S. 372) zu unterteilen und ihr Wissen entsprechend zu organisieren. Dieses Schema wird anschließend angelegt, um eigene Vorlieben zu (er)kennen oder aber aus eigenen Interessen und Vorlieben Rückschlüsse auf andere Kinder (des gleichen Geschlechts) zu ziehen. Auf welche Weise und wie ausgeprägt sich Kinder an diesem Schema schließlich orientieren, ist individuell unterschiedlich (vgl. ebd., S. 372 f.). Auch Robert Siegler et al. setzen sich unter anderem mit der Geschlechtsschematheorie auseinander, wobei sie zu Anfang die Trennung von sex – die „Unterscheidung zwischen genetischen Frauen (XX) und genetischen Männern (XY) sowie anderen genetischen Geschlechtszusammensetzungen (z. B. XO, XXY, XYY) (Siegler et al. 2021, S. 623) – und gender für die „[s]oziale Zuordnung oder Selbstkategorisierung“ (ebd., S. 623) festhalten. Damit werden die Autor*innen in ihren Ausführungen differenzierter als bisherige Darstellungen, weil sie direkt zu Beginn eine Vielzahl verschiedener Geschlechtsidentitäten benennen und auch den Unterschied zwischen cis- und transgender Personen erläutern.⁹ Außerdem halten sie fest, dass es eine fachliche Auseinandersetzung darüber gibt, inwiefern Unterschiede zwischen den Geschlechtern überhaupt vorhanden sind und in welchem Ausmaß

9 „Cisgender bezieht sich auf Personen, die sich mit dem ihnen bei der Geburt zugeschriebenen Geschlecht identifizieren. [...] Transgender-Personen identifizieren sich mit einem anderen Geschlecht als dem, das ihnen bei der Geburt zugeschrieben wurde“ (Siegler et al. 2021, S. 623).

(vgl. Siegler et al. 2021). Mit Blick auf die Geschlechtsschematheorie halten auch diese Autor*innen fest, dass sich schon früh eine „Motivation zu geschlechtstypischem Verhalten“ (Siegler et al. 2021, S. 631) einstellt und sich bereits Kleinkinder Wissen über geschlechtliches Verhalten aneignen. Geschlechterschemata definieren Siegler et al. entsprechend als „[s]trukturelle mentale Repräsentationen (Begriffe, Überzeugungen, Erinnerungen) über Geschlechter einschließlich der Geschlechterstereotype“ (ebd., S. 708). Die Autor*innen halten aber auch fest, dass die angeeigneten Schemata „durch ausdrückliche Anleitung“ (ebd., S. 632) veränderbar sind und neue Informationen ein Schema abwandeln und modifizieren können. Wichtig dabei ist, dass es sich nicht um einmalige Informationen handelt, sondern sie wiederkehrenden Bestand haben. Daneben beleuchten die Autor*innen weitere entwicklungspsychologische Ansätze, wie etwa die sozial-kognitive Theorie und die Theorie der sozialen Identität, und neuere Modelle, wie die entwicklungspsychologische Intergruppentheorie und das geschlechtsspezifische Selbstsozialisationsmodell. Sie halten fest, dass es daneben ebenso wichtig ist, Ansätze zu fokussieren, wie beispielsweise das bioökologische Modell, die kulturelle Einflüsse stärker berücksichtigen: „Genauer gesagt ist es notwendig zu untersuchen, wie Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern in einer Gesellschaft die Entwicklung der Geschlechter beeinflussen“ (ebd., S. 638).

Für die Adoleszenz – die Altersgruppe, die in der vorliegende Studie vor allem befragt wurde – halten Siegler et al. für die entwicklungspsychologische Perspektive fest, dass diese Phase „sowohl eine Zeit der *Intensivierung der Geschlechterrollen* [...] als auch eine Zeit der *Flexibilisierung* sein [...] [kann]“ (ebd., S. 644). Die Autor*innen beschreiben die Altersphase als einen Zeitraum, in dem die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität besonders wichtig wird und sich entsprechend auch Haltungen bezüglich Geschlecht(rollen) herauskristallisieren. In der Folge kann es zu einer „Geschlechterrollenintensivierung“ (ebd., S. 645) kommen, wenn etwa Mädchen von Jungen bestimmte Verhaltensweisen erwarten. In diesem Kontext führen die Autor*innen den sogenannten ambivalenten Sexismus ein und erläutern, dass tradierte Beziehungsmuster einerseits auf einen ‚feindseligen Sexismus‘ zurückgehen, bei dem Männer dominieren, und andererseits auf einen ‚wohlwollenden Sexismus‘, nach dem Frauen in heterosexuellen Beziehungen von Männern geschützt werden sollen. In der Phase der Adoleszenz kann vor diesem Hintergrund eine Intensivierung der Geschlechterrollen, laut Autor*innen, auch zu einer Verstärkung geschlechtlicher Diskriminierungen führen. Wo Jugendliche Konventionen überschreiten und von tradierten Rollen absehen können, kann wiederum eine Geschlechterrollenflexibilität zu vielfältigeren Interessen und Einstellungen führen (vgl. ebd., S. 645 f.)

Erheben in Zeiten der Pandemie: Akquise, Methode und Sample

Methodische Herangehensweisen in der qualitativen Forschung erheben den Anspruch, subjektive Perspektiven in den Mittelpunkt zu rücken. Das heißt, einzelnen Stimmen soll Raum gegeben werden, ihre jeweiligen Sichtweisen zu erläutern, um verschiedene Blickwinkel gleichermaßen einfangen zu können und die jeweiligen Themenfelder inhaltlich vertieft auszuleuchten. Zudem sollten die Erhebungsbedingungen so gestaltet sein, dass Kontexte erfassbar sind, die dazu beitragen, den Sinn des von den Befragten explizit Ausgedrückten zu erschließen, so etwa begleitende Mimik und Gestik sowie nonverbale Signale zwischen Teilnehmenden in Gruppen. Solche Vorhaben in Zeiten einer pandemischen Lage umzusetzen, stellt sich als große Herausforderung dar. Entsprechend schwierig war es, ein Forschungssetting zu entwickeln, das der pandemischen Situation angemessen und dem zugrunde liegenden Erkenntnisinteresse gerecht wurde und für das darüber hinaus unter den Kontaktbeschränkungen der Pandemie interessierte Teilnehmende gefunden werden konnten. Zu Beginn war geplant, ein Setting mit Kindern und Jugendlichen in Präsenz durchzuführen, in dem mit verschiedenen Methoden interaktiv an den zugrunde liegenden Fragestellungen hätte gearbeitet werden können. Aufgrund der Pandemie musste dieses Vorhaben überarbeitet und in ein Online-Format umgewandelt werden, auch wenn dabei Beschränkungen bezüglich der Gestaltung eines aktivierenden und möglichst viele Kontexte berücksichtigenden Settings in Kauf zu nehmen waren.

Anlaufstellen für die Akquise waren verschiedene Strukturen der Kinder- und Jugendhilfe, die selbst vor großen Herausforderungen standen. So lag es schließlich an verschiedenen Faktoren, dass es voraussetzungsreich wurde, für ein solches Online-Format teilnehmende Kinder und Jugendliche zu finden. Zum einen konnten die verbandlichen Strukturen kaum langfristig planen und hatten selbst teilweise große Schwierigkeiten, den regelmäßigen Kontakt zu ihrer

Klientel aufrechtzuerhalten. Zum anderen erfüllten die jeweiligen Arbeitskontexte teilweise nicht die optimalen technischen und räumlichen Voraussetzungen für das Forschungsvorhaben. Darüber hinaus ist zu vermuten, dass es für Kinder und Jugendliche, die seit der Pandemie schon im schulischen Rahmen häufig Zeit in einem Online-Setting und in Online-Konferenzen verbringen mussten, wenig Interesse an weiteren für sie vergleichbaren Online-Formaten hatten. Die Akquise verlief vor diesem Hintergrund über unterschiedliche Kanäle, um auf vielen Wegen Kinder und Jugendliche zu erreichen; neben den genannten Strukturen der Kinder- und Jugendhilfe wurden Anfragen auch in schulischen Zusammenhängen und über private Peer-Netze gestreut. So konnte letztlich ein Sample gefunden werden, das sich aus Kinder- und Jugendgruppen ganz verschiedener Kontexte zusammensetzt.

Im Folgenden wird auf die methodischen Grundlagen der Begleitstudie eingegangen, um weiterführend auf die konkrete Konzeption und inhaltliche Ausgestaltung der Erhebungssettings – sogenannten Forschungswerkstätten – einzugehen. Anschließend folgt ein kritischer Blick auf den Verlauf der Erhebungssituationen in einem Online-Setting und darauf, welche Herausforderungen sich durch Formate dieser Art für die qualitative Forschung ergeben (können). Abschließend wird das Sample des vorliegenden Vorhabens, die verschiedenen Gruppen und ihre Kontexte, kurz vorgestellt.

Methodische Grundlagen und Erhebungssetting

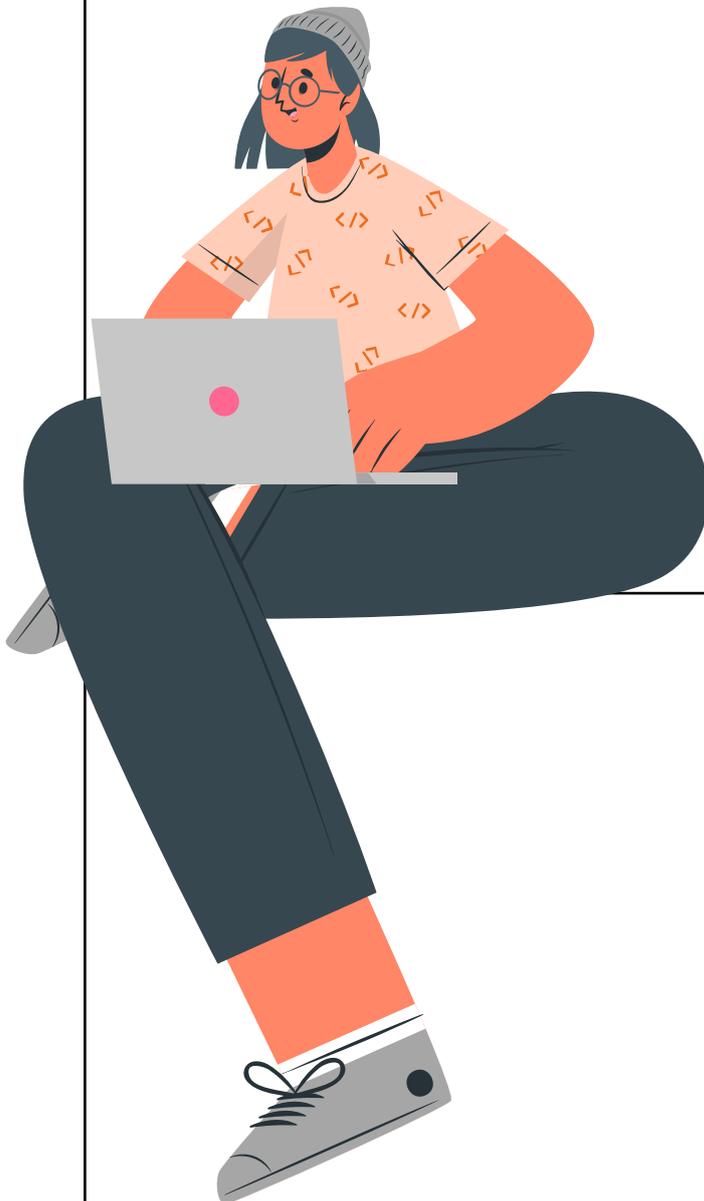
Die Begleitstudie verfolgt einen explorativen Forschungsansatz, um erkundend Wissen und Haltungen von Kindern und Jugendlichen zu Aspekten rund um Geschlecht und Social Media zu erfassen. Diese Herangehensweise hat zum Ziel, Teilnehmenden in adäquat gestalteten Interview-Settings Raum zu geben, eigene Gedanken zu äußern, neue Gedanken zu entwickeln und auch Fragen und Irritationen äußern zu können. Auf diese Weise „[will] man dem Forschungsgegenstand möglichst nahekommen [...], um zu neuen, differenzierten Fragestellungen und Hypothesen zu gelangen“ (Mayring 2010, S. 231). Um im Rahmen des vorliegenden Vorhabens einen bestmöglichen Zugang zu Kindern und Jugendlichen und zu ihren Lebenswelten zu bekommen und dabei die pandemische Situation durch Corona angemessen zu berücksichtigen, wurden sogenannte Online-Forschungswerkstätten entwickelt. Niels Brüggem et al. halten für das Format der Forschungswerkstätten fest, dass es ihr Grundsatz ist, „Anlässe zu schaffen, bei denen sich Jugendliche mit Themen auseinandersetzen, ihre Perspektive äußern, sich gegenseitig Reflexionsanstöße geben und gemeinsam inhaltliche Fragen diskutiert werden“ (Brüggem 2014, S. 15). Innerhalb von Forschungswerkstätten sollen entsprechend verschiedene Ausdrucks- und Artikulationsräume für die Teilnehmenden geschaffen und über den Einsatz unterschiedlicher methodischer Zugänge ermöglicht

werden (vgl. ebd.). Letzteres konnte unter den Online-Bedingungen allerdings nur in Ansätzen mit Anlehnungen an die Methode des fokussierten Interviews realisiert werden. Ein Konzept und Leitfaden wurden so ausgearbeitet, dass sich Teilnehmende über Online-Tools beteiligen können. Technisch realisiert wurde das Online-Setting mit der Videokonferenzplattform *Whereby* und dem Online-Whiteboard *miro*. Einem halbstrukturierten Interview entsprechend wurde ein Leitfaden gleichsam als „Gerüst für Datenerhebung und Datenanalyse“ (Döring/Bortz 2016, S. 372) angefertigt, der Spielraum für spontane Nachfragen und das Einbringen neuer Themen ermöglichte. Nicola Döring und Jürgen Bortz erläutern, dass das fokussierte Interview als qualitativer Forschungsansatz an der Stelle sinnvoll zum Einsatz kommen kann, an der mediale Darstellungen in ein Erhebungssetting eingebunden werden, über die im Rahmen von Gruppen- oder Einzelinterviews diskutiert werden kann. Darauf aufbauend wird es unter anderem möglich, situationsspezifisch auf Reaktionen und Anmerkungen der Befragten zu reagieren und verschiedene mediale Darstellungen als Ausgangspunkt für eine tiefergehende Diskussion zu nutzen (vgl. ebd., S. 378 f.).

Durch die Online-Bedingungen war es vor allem wichtig, Unwägbarkeiten einzuplanen, wie etwa technische Schwierigkeiten oder Ausfälle. So entstand ein gleichsam modulares Konzept, das in Teilen inhaltlich an die jeweiligen Gruppen angepasst werden konnte und auch technische Notfallpläne beinhaltete. Grundsätzlich wurde bei der Konzeption davon ausgegangen, dass die Teilnehmenden physisch jeweils in einem eigenen Raum, mindestens aber vor einem eigenen Endgerät sitzen. Da dies fallweise nicht in allen Gruppen realisiert werden konnte, musste entsprechend spontan mit der jeweiligen Situation umgegangen werden. Für die Rahmenbedingungen war es für diese noch eher neuartige Erhebungsweise wichtig, die Technik so gut wie möglich vorzubereiten. Daher wurden dort, wo es möglich war, ein paar Tage vor den jeweiligen Erhebungszeitpunkten sogenannte Technikchecks durchgeführt. Das heißt, mit einer Gruppe wurde bereits vorab für etwa 15 bis 30 Minuten ein Treffen realisiert, um alle technischen Komponenten gemeinsam auszuprobieren. Ein zusätzlicher Vorteil daran war, dass die Teilnehmenden auch die Teamer*innen bereits kennenlernen und sich mit der Situation vertraut machen konnten. In der Regel hat sich der Technikcheck als sehr hilfreich erwiesen, da die Teilnehmenden selbst bereits eventuelle Fehlerquellen an ihrer eigenen Technik ausmachen konnten. Darüber hinaus konnten sie sich mit den eingesetzten Tools vertraut machen. Wo ein extra Termin für den Technikcheck vorab nicht möglich war, fand er entweder direkt vor der Forschungswerkstatt selbst statt oder aber er wurde in die Forschungswerkstatt integriert. Letztere Variante bedeutete, ad hoc auf technische Anliegen zu reagieren. Beide Vorgehensweisen hatten ihre Tücken: Wenn es tatsächlich zu technischen Schwierigkeiten kam, dauerte es gegebenenfalls einige Zeit, diese zu beheben. Entsprechend fehlte diese Zeit für die Durchführung der Erhebung.

Für die Forschungswerkstatt selbst wurde auf der Basis des Erkenntnisinteresses ein Leitfaden entwickelt, der sich an den

verschiedenen übergeordneten Forschungsfragen orientierte. Angesprochen und diskutiert wurden die verschiedenen Bereiche und Aspekte dann im angesprochenen Online-Setting: Das Online-Whiteboard *miro* diente als Plattform, auf die alle Teilnehmenden zugreifen und auf der sie sich auch aktiv einbringen konnten. So bot *miro* die visuelle Grundlage, um die unterschiedlichen Fragestellungen vertieft zu thematisieren und auf diese Weise auch die Aufmerksamkeit und das Engagement auf die behandelten Themen zu richten (vgl. Kirchmair 2022, S. 149). Für die Einordnung der Ergebnisse muss grundsätzlich berücksichtigt werden, dass im Rahmen der vorliegenden Inhalte in erster Linie das Ad-hoc-Denken der Teilnehmenden erfasst werden konnte. Das heißt, es werden Gedanken erfasst, die im jeweiligen Moment gegebenenfalls erst entstehen oder angestoßen werden und nicht unbedingt einen Status quo ante des Denkens beschreiben. Dies bedeutet aber auch, dass neben den spontanen Überlegungen der Einzelnen auch Revidierungen und Diskussionspunkte festgehalten werden können, wodurch auch Brüche im Gespräch und im eigenen Denken deutlich werden.



Der Leitfaden enthielt folgende methodische Einheiten:

Um Informationen zu den verschiedenen Gruppen zu erhalten, wurde ein kurzer *Fragebogen* mit drei Items über die Plattform *SoSci Survey* vorangestellt. Grundsätzlich ist es von Vorteil, so wenig externe Tools wie möglich einzubinden, um etwaige Fehlerquellen zu minimieren. Da es aber für die Einordnung von Gesagtem relevant ist, etwas über das Geschlecht der Teilnehmenden zu erfahren, wurde in diesem Fall auf besagtes Tool zurückgegriffen. Dieses Vorgehen wurde gewählt, um anonym das Geschlecht der Beteiligten abzufragen und auf diese Weise keine möglicherweise unangenehmen Situationen in der Gruppe entstehen zu lassen.¹⁰

Inhaltlich wurde zu Beginn anschließend ein *Positionierungsspiel* eingeführt, bei dem sich die Teilnehmenden selbst entsprechend ihren Antworten auf einem dargestellten Feld verorten konnten. Gefragt wurde dabei unter anderem, inwiefern sie Social-Media-Plattformen nutzen und wie häufig. Die Antworten dienten als Grundlage zum Einstieg in ein gemeinsames Gespräch.

Die anschließende Methode *Wer hat's gesagt?* schuf den Rahmen, über verschiedene Accounts und ihre (geschlechtlichen) Darstellungsweisen zu sprechen. Entsprechend wurden vier Accounts ausgewählt und auf dem Board mit Bildern präsentiert, um Impulse zu setzen. Zusätzlich wurden vier Zitate der jeweiligen Personen vorgelesen, die von den Teilnehmenden den Accounts zugeordnet werden sollten. Auf diese Weise boten sich vielfältige Gesprächsanlässe. Ausgewählt wurden für diese Methode die Accounts *Julia Beautx*, *Cristiano Ronaldo*, *Riccardo Simonetti* und *Marvyn Macnificent*.¹¹ Auf diese Weise konnte bereits ausgelotet werden, wie (un)bekannt den Teilnehmenden einzelne Accounts sind, was sie über sie wissen, wie sie sie in ihrer Darstellung und Außenwirkung wahrnehmen und anhand welcher Merkmale sie Geschlecht beschreiben. Entsprechend häufig und vielfältig wurde in den gesamten Interviewverläufen auf diese dargestellten Accounts Bezug genommen.

10 Katharina Debus setzt sich damit auseinander, welche Dynamiken und Risiken in Gruppengefügen entstehen können, wenn Geschlecht und Sexualität thematisiert werden (vgl. Debus 2018, S. 107).

11 Kurzbeschreibungen zu den vier Accounts finden sich im *Anhang*. Die ausgewählten Zitate seien aber auch an dieser Stelle genannt. *Julia Beautx*: „Hallöchen! ☺ Ich bin xxx, 21 Jahre alt und liebe es seit Anfang 2014 Unterhaltungs-, Lifestyle und früher Beautyvideos auf meinem Kanal mit euch zu teilen! Ich würde mich wahnsinnig freuen, wenn unsere Familiyyyy noch weiter wächst und ihr mir ein Abo dalasst! NEUE VIDEOS bekommt ihr von mir (fast lol) JEDEN SONNTAG um 12 Uhr hehe.“ *Marvyn Macnificent*: „Egal wie gerne ich mich schminke, und in so Klamotten reinsnatche, so Body Suits und keine Ahnung was alles, genauso gerne bin ich ungeschminkt, trage ich lockere Hosen, weite Klamotten und – das was ihr von mir seht online ist halt nur der Teil von mir, den ich mir ausgesucht habe zum repräsentieren, den ich auch verwende, um Geld zu verdienen...“ *Cristiano Ronaldo*: „Ich weiß, wer ich bin. Und ich weiß, was ich kann. Und ich weiß auch, am Ende des Tages werden sie sagen: OK, Bravo!“ *Riccardo Simonetti*: „Mein Weg hierhin zu kommen, war wirklich wirklich schwierig.[...] Ich bin ein schwuler Junge vom bayerischen Land und wollte immer auf die Bühne und hierhin zu kommen, hat mich so viel Kraft gekostet.“

Bei der Methode *Lieblingsaccounts* konnten die Teilnehmenden anschließend eigene Accounts nennen, denen sie gern folgen.¹² Auf diese Weise konnten Gedankengänge nochmals vertieft angesprochen und diskutiert werden. Darüber hinaus wurde verstärkt in den Blick genommen, ob sie beispielsweise einer bestimmten Art (geschlechtlicher) Darstellung folgen. Die Teamer*innen fügten synchron zu den genannten Accounts der Teilnehmenden nach einer kurzen Bildersuche Fotos zur Visualisierung auf dem Online-Whiteboard ein, sodass alle Anwesenden nachvollziehen konnten, über wen gerade gesprochen wird.

Auch die *Selbstdarstellung* wurde in einem Part mit diesem Titel thematisiert, wobei dieses Feld erwartungsgemäß aufgrund des tendenziell noch jungen Alters der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen für die überwiegende Zahl der Befragten noch nicht relevant war. Gegebenenfalls konnte hier aber auf dem Whiteboard stichpunktartig festgehalten werden, was den Teilnehmenden bei ihrer eigenen Darstellung oder auch bei der Selbstdarstellung anderer von besonders wichtig ist.

Am Ende der Forschungswerkstatt wurde allen Beteiligten die Möglichkeit gegeben, sich noch einmal einzubringen. Dazu wurde eine Methode ausgewählt, bei der die Teilnehmenden eine *Rückmeldung* zum Verlauf der Online-Forschungswerkstatt gaben, indem sie sich auf einer visualisierten Zielscheibe verorteten und sich dazu äußern konnten.

Methodische Reflexionen

Ein Online-Setting mit Kindern und Jugendlichen als Erhebungsformat bringt einige Herausforderungen mit sich. In den Blick zu nehmen sind dabei vor allem die Gruppengröße und die Rahmenbedingungen der Teilnehmenden vor Ort, unter anderem bezüglich der technischen Gegebenheiten, der personellen Ressourcen und der Gruppenkonstellation. Es hat sich deutlich gezeigt, dass eine Gruppengröße von mehr als vier Personen für ein solches Erhebungsformat hinderlich sein kann und die Ergiebigkeit teilweise einschränkt. Durch den Redefluss, der durch die technischen Gegebenheiten etwas ‚unnatürlicher‘ verläuft als in einem Präsenzformat, wird mehr Zeit zur Abstimmung benötigt, welche Person gerade spricht beziehungsweise sprechen möchte. Auch Rolf Kirchmair formuliert, dass in Online-Gruppendiskussionen „[s]pontane Interaktionen der Teilnehme[nden] untereinander und lebhaft Diskussionen wie bei der Offline-Gruppendiskussion [...] schwer [möglich sind]“ (Kirchmair 2022, S. 149).

12 Auch die für die Teilnehmenden besonders relevanten Accounts finden sich in Kurzbeschreibungen im *Anhang*, damit die jeweiligen Erläuterungen der Kinder und Jugendlichen besser verortet werden können.

Darüber hinaus muss einkalkuliert werden, dass es während der Erhebung zu technischen Schwierigkeiten kommen kann, die im schlechtesten Fall viel Zeit in Anspruch nehmen, die eigentlich für die Erhebung eingeplant war. Wenn die Probleme nicht vollends gelöst werden können, kann es beispielsweise leichter als in einem Präsenzformat passieren, dass auf der Tonaufnahme einzelne Sprecher*innen bei der Transkription nicht mehr eindeutig zugeordnet werden können. Die Gruppendynamik kann durch unterschiedliche (technische) Rahmenbedingungen stark variieren. So hat sich gezeigt, dass Gruppen, die im selben Raum sitzen, eher dazu neigen, sich gegenseitig abzulenken, zu beeinflussen und zu unterbrechen, als dies bei Gruppen der Fall ist, deren Mitglieder beispielsweise zu Hause in ihrem Zimmer vor ihrem eigenen Gerät sitzen. Nochmals verschärft wird die Situation in einem gemeinsamen Raum, wenn die Geräte einzelner Teilnehmender nicht funktionieren und sie sich ein Gerät mit anderen teilen müssen: Sowohl die Sprechdynamik als auch die Teilnahme an ausgearbeiteten technischen Methoden im Rahmen der Erhebung wird hier schwierig oder unmöglich. Ein spontanes Umlenken und die Neugestaltung der jeweiligen Parts sind dann unumgänglich. Der zeitlichen Begrenzung – die bei Erhebungen in Online- wie Präsenzformaten meistens gegeben ist – ist vor diesem Hintergrund noch einmal besondere Bedeutung einzuräumen. Ein Leitfaden sollte inhaltlich entsprechend nicht überfrachtet werden, damit für die einzelnen Inhalte genügend Zeit zur Verfügung steht. Zudem gilt es, interaktive Tools mit Bedacht einzusetzen: Wenn die Teilnehmenden sich erst zurechtfinden und ein neu eingeführtes Instrument ausprobieren müssen, kann sich eine Situation unverhältnismäßig in die Länge ziehen.

Eine gute technische Vorbereitung von und mit der jeweiligen Gruppe hat demnach positive Auswirkungen: Da, wo vor dem eigentlichen Erhebungstermin separat ein Technikcheck zum Kennenlernen der Tools durchgeführt werden konnte, konnten technische Hürden mindestens abgefedert werden, wobei auch der Technikcheck kein Garant für einen reibungslosen Ablauf ist. Wenn einzelne Geräte oder die Internetverbindung am Tag der Erhebung nicht stabil laufen, kann auch ein Technikcheck vorab keine Abhilfe schaffen. Allgemein ist es von Vorteil, wenn die Teilnehmenden mit digitalen Endgeräten und verschiedenen Anwendungen sicher und intuitiv umgehen können. Entsprechend lohnt es sich, Tools anzuwenden, mit denen alle bereits vertraut sind, sofern sie die datenschutzrechtlichen Voraussetzungen erfüllen. Zudem sollten die Teilnehmenden grundsätzlich ein eigenes Gerät zur Verfügung haben, mit dem sie umgehen können, und nicht im selben Raum sitzen. Für einen möglichst reibungslosen (technischen) Ablauf ist es außerdem wünschenswert, entsprechende Unterstützung im Hintergrund bieten zu können. Das heißt, idealerweise gibt es Personen im Erhebungsteam, die sich ausschließlich um die Technik und die technische Unterstützung kümmern. Auch darüber hinaus lohnt es sich, ein angemessen großes Team zu bilden, das mit Konzeption und Ablauf vertraut ist. Online-Forschung stellt tendenziell eine größere Herausforderung für die Forschenden dar.

Sie müssen neben der inhaltlichen Moderation/Interviewführung und den üblichen Rahmenbedingungen (Interviewverlauf/Beteiligung der einzelnen Teilnehmenden, zeitlicher Rahmen) gegebenenfalls auch technische Erläuterungen übernehmen und angewendete Tools entsprechend im Blick behalten. Dabei eine Doppelmoderation einzusetzen ist entsprechend von Vorteil (vgl. Xyländer et al. 2020, S. 1001). Eventuell kann es sich für die Moderator*innen lohnen, einen separaten Kanal einzurichten, über den sie sich schnell und unkompliziert kurz und spontan austauschen können – insbesondere, wenn ad hoc Änderungen erfolgen müssen.

Wo ein reibungsloser Ablauf erfolgt, kann das Online-Setting wiederum gegebenenfalls neue Möglichkeiten des Einbezugs und der Teilnahmemöglichkeiten Einzelner schaffen; so wurde beispielsweise zu einzelnen Fragen spontan zu Hause recherchiert. Die Einbindung von Tools, in denen jede*r selbst aktiv werden konnte, wurde in der Regel viel genutzt und auch die Chatfunktion fand immer wieder Verwendung. Das heißt, im Rahmen von Online-Erhebungen ließe sich gegebenenfalls ausloten, inwiefern sich über das Miteinandersprechen hinaus Möglichkeiten verschiedener Anwendungen einbinden lassen, die sich in der qualitativen Forschung als ergiebig erweisen.

Neben Reflexionen zum technischen Setting ist ein entscheidender Aspekt der Erhebung, auf den es einzugehen gilt, eine geschlechtliche Perspektive. Das Dilemma der Reproduktion von Geschlechterdichotomien wird in der Frauen- und Geschlechterforschung sowie in der Medienforschung diskutiert, weil da, wo es um Geschlecht gehen und Geschlecht kritisch hinterfragt werden soll, gleichzeitig immer eine (Re)Produktion von Geschlecht erfolgt:

„Die Forschung steht nämlich vor der **erkenntnistheoretischen Herausforderung**, das Objekt der Erkenntnis – die binäre Geschlechterlogik und seine gesellschaftlichen Erscheinungsformen – empirisch zum Ausgangspunkt nehmen zu müssen und zugleich im Forschungsprozess genau diese Prämisse als symbolisches Konstrukt zur Disposition zu stellen.“ (Klaus/Lünenborg 2011, S. 100)

Daher stellen sich Fragen danach, wie über Geschlecht geforscht werden kann, ohne zu verkürzen und vorwegzunehmen (vgl. Ayaß/Bergmann 2011, S. 415). Gerade weil es nicht möglich ist, Geschlecht auf einer neutralen Folie zu thematisieren, wird es umso wichtiger, diese Ambivalenz für Forschungsprozesse fruchtbar zu machen und in Erhebungssettings hinterfragend und anerkennend darüber zu sprechen, welche Bedeutung Geschlecht in verschiedenen (Sozialisations)Kontexten hat und haben kann:

„Geschlecht wird diskursiv hergestellt und rekuriert zugleich auf gelebte Erfahrung von Männern und Frauen, von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Der Widerspruch muss nicht nur als quasi **dialektisches Prinzip** ausgehalten werden, sondern in ihm liegt die subversive Kraft der Gender Studies mitbegründet. Subjektunabhängige Erkenntnis ist damit unmöglich.“ (ebd., S. 104)

Darüber hinaus wird es etwa da, wo es Hinweise auf strukturelle Ausgrenzungen und soziale Ungleichheiten gibt, ebenso notwendig, eine Geschlechterdichotomie in den Blick zu nehmen. Auch die (vergeschlechtlichten) Rahmenbedingungen einer Erhebung können Auswirkungen auf den Interviewverlauf, einzelne Redeanteile sowie Inhalte haben, die Teilnehmende anbringen (oder nicht). So lässt sich für das vorliegende Forschungsvorhaben festhalten, dass die Teamerinnen sich alle als weiblich identifizieren und auch so gelesen werden können. Entsprechend hätte jede der fünf Forschungswerkstätten auch anders verlaufen können, wäre die geschlechtliche Besetzung eine andere gewesen. Auch muss auf einer intersektionalen Ebene betrachtet werden, dass das Team selbst wenig divers ist, teilweise aber auch ausgewählte Accounts für einzelne Methoden eine relativ homogene Auswahl an Menschen abbildet, etwa mit Blick auf ihre Hautfarbe und auf schlanke Körperformen. Im Sinne einer explorativen, erkundenden Studie war es trotzdem möglich, Einblicke in die unterschiedlichen geschlechtsbezogenen Erfahrungswelten von Kindern und Jugendlichen zu erhalten. Ein solches Vorhaben im Sinne einer intersektionaleren und diverseren Perspektive auszubauen, wäre vor diesem Hintergrund aber wünschenswert.

Für ein solches Thema ist es entscheidend, dass sich Mitglieder einer Gruppe untereinander austauschen, die Vertrauen zueinander haben und die offen miteinander sprechen können. Je nach Setting könnte dann gegebenenfalls auch über Methoden nachgedacht werden, die noch einmal stärker am persönlichen Leben und Erleben der einzelnen Personen ansetzen. Eine solche geschützte Atmosphäre herzustellen gelingt in einem Offline-Setting tendenziell besser, weil online etwa aufgrund technischer Möglichkeiten einzelne Momente jene geschützte Atmosphäre konterkarieren könnten – wenn beispielsweise bei ausgeschaltetem Mikro Kommentare erfolgen, die Einzelne nicht mitbekommen, oder wenn zwischen Teilnehmenden parallel privat gechattet wird, was in Online-Settings nie auszuschließen ist.

Vorstellung der Gruppen

Insgesamt haben 25 Kinder und Jugendliche an den fünf Forschungswerkstätten teilgenommen. Um die Aussagen einzelner Teilnehmender entsprechend einordnen zu können, wird das Sample im Folgenden kurz skizziert. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund relevant, dass sich die Gruppen in ihren Konstellationen sehr voneinander unterschieden haben. Sowohl die Gruppengrößen als auch das Alter der Teilnehmenden sowie die technischen Voraussetzungen variierten stark. So wurden die Gruppen teilweise über die verbandliche Jugendarbeit, teilweise über schulische Kontexte und teilweise über private Peer-Netzwerke akquiriert. Die geschlechtliche Zuordnung folgt der Selbstverortung der Teilnehmenden.

Die erste Forschungswerkstatt konnte aufgrund der pandemischen Lage mit der *Gruppe Surrealismus (S)* nur mit den beiden Mädchen Frida K. (10) und Meret O. (12) im Rahmen eines Ferienseminars realisiert werden.¹³ Die beiden saßen gemeinsam vor demselben Gerät; da die dortige Internetverbindung eher schlecht war, mussten alle Beteiligten ihre Äußerungen häufig wiederholen. Es kam immer wieder zu technischen Aussetzern, was den Gesprächsfluss beeinträchtigt hat. Durch die kleine Runde konnte dennoch ein tieferer Austausch stattfinden, wenngleich eine der beiden Teilnehmerinnen einen deutlich höheren Redeanteil hatte.

Zwei schulische Gruppen waren von ungünstigen technischen Bedingungen geprägt. Eine Forschungswerkstatt fand mit der *Gruppe Futurismus (F)* einer Medien-AG an einer Mittelschule im Rahmen des dortigen Nachmittagsangebots statt. Teilgenommen haben dort die fünf Mädchen Benedetta C. (10), Adriana F. (11) Regina C. (12), Alma F. (14) und Marisa L. (14) sowie der Junge Luigi R. (12). Insgesamt war dieser Termin durch schwierige Rahmenbedingungen geprägt und es herrschte eine unruhige Atmosphäre. Teilweise funktionierte die Technik der Teilnehmenden nicht gut, und weil alle im selben Raum saßen, sprangen Teilnehmende immer wieder auf, um sich gegenseitig zu helfen. Gleichzeitig waren nicht alle Teilnehmenden gleichermaßen am Interview beteiligt und es fanden gelegentlich Nebengespräche statt, die für die Interviewenden nicht verständlich waren. Manche schalteten ihre Kameras zeitweise aus, andere verließen vorübergehend den Raum. Ebenso unruhig war die *Gruppe Expressionismus (E)* mit den drei Mädchen Else L.-S. (15), Maria C.-F. (15) und Marianne v. W. (16) sowie mit den fünf Jungen Emil N. (11), Franz M. (13), Oskar K. (13), Max B. (14) und Paul K. (16), die ebenfalls im Rahmen eines Nachmittagsangebots an einer Gesamtschule stattfand. Die insgesamt acht Teilnehmenden saßen teilweise im selben Raum, teilweise – aufgrund fehlender technischer

¹³ Um die Anonymität der Teilnehmenden zu wahren, wurden nach dem Zufallsprinzip Namen bekannter Künstler*innen an die Teilnehmenden vergeben. Jede Gruppe wurde dabei jeweils nach Künstler*innen einer Stilrichtung benannt.

Ausstattung – in verschiedenen Büroräumen der Fachkräfte. Das Einrichten aller Geräte dauerte sehr lang, weswegen für den inhaltlichen Teil nur noch wenig Zeit zur Verfügung stand. Es herrschte eine unruhige Atmosphäre und die Gesprächsbeteiligung fiel sehr unterschiedlich aus, weswegen letztlich eher oberflächlich über einzelne Inhalte gesprochen werden konnte. Im Zusammenhang mit den technischen Schwierigkeiten steht bei dieser Gruppe insbesondere, dass es vorab nicht möglich war, einen zusätzlichen Termin für einen Technikcheck einzuplanen.

Zwei weitere Gruppen bildeten sich aus privaten Kontexten. So erfolgte eine Forschungswerkstatt – die *Gruppe Impressionismus (I)* mit den vier Mädchen Dora H. (12), Charlotte B.-C. (12), Lovis C. (13) und Julia W. (13), die befreundet sind. Jede saß bei sich zu Hause vor einem eigenen Gerät, um an dem Termin teilzunehmen. Die Gesprächsatmosphäre war ruhig und alle gingen sehr respektvoll miteinander um; wer etwas sagen wollte, meldete sich, um andere nicht zu unterbrechen. Ebenso entstand die *Gruppe Pop Art (P)* aus den vier befreundeten Jungen Robert R. (11), Peter P. (12), Andy W. (12) und Tom W. (14). Auch sie nahmen jeweils von zu Hause aus an dem Interview teil und saßen vor einem eigenen Endgerät. Die Teilnehmenden waren offen und interessiert und beteiligten sich angeregt an der Diskussion.



Geschlecht und Social Media: empirische Erkundungen

Geräteverfügbarkeit und Nutzungsspektrum von Online-Angeboten

Alle der Teilnehmenden haben mindestens ein eigenes Smartphone, häufig auch zusätzlich ein eigenes Tablet. Darüber hinaus stehen in einzelnen Familien beispielsweise Tablets oder Computer zur Verfügung, die von allen Familienmitgliedern genutzt werden können. Nicht mit allen Gruppen konnte gleichermaßen vertieft über das jeweilige Nutzungsverhalten von Online-Angeboten gesprochen werden, in allen fünf Forschungswerkstätten fand zu diesem Bereich aber schwerpunktmäßig ein Austausch über die Nutzung von Social-Media-Plattformen statt.

In ihren Nutzungsweisen unterscheiden sich die Teilnehmenden teilweise deutlich voneinander. Wo manche sich insbesondere mit Lerninhalten (für die Schule) auseinandersetzen, sind andere insbesondere im Gaming aktiv. Die eigenen Geräte werden vorwiegend für die Kommunikation etwa mit Mitschüler*innen verwendet, beispielsweise um sich zu Hausaufgaben zu besprechen. Auch Fotos werden von vielen der Teilnehmenden gern gemacht und an Freund*innen verschickt. Meret nutzt ihr Smartphone beispielsweise etwa eine Stunde am Tag; für sie steht während der Schulzeit das Lernen im Vordergrund, wofür sie wiederum ihr Tablet nutzt, auf dem sie auch E-Books liest. Auch Tom nutzt sein Smartphone selbst kaum, da er ein – von der Schule gestelltes – iPad besitzt, das er für Lerninhalte verwendet. Darüber hinaus nutzt er vorwiegend seinen PC, wobei dieser in erster Linie dem Gaming dient. Social-Media-Plattformen werden von vielen der Interviewpartner*innen besucht, wobei einige sich vor allem für das Rezipieren der dortigen Inhalte interessieren, während andere auch eigene Accounts besitzen und sich gegebenenfalls mit der eigenen Darstellung auf den

Plattformen auseinandersetzen. Die Ausgestaltung des eigenen Profils und die Darstellung der eigenen Person spielen im Rahmen des hier vorgestellten Samples allerdings eine vergleichsweise geringe Rolle, was insbesondere auch mit dem in der Tendenz noch jungen Alter der Teilnehmenden zu tun haben könnte.¹⁴ Über alle Forschungswerkstätten hinweg wird vor allem YouTube als Plattform genannt, die am häufigsten besucht wird, gefolgt von Snapchat – je nach Personen und Gruppe werden dabei unterschiedliche Interessenschwerpunkte benannt.

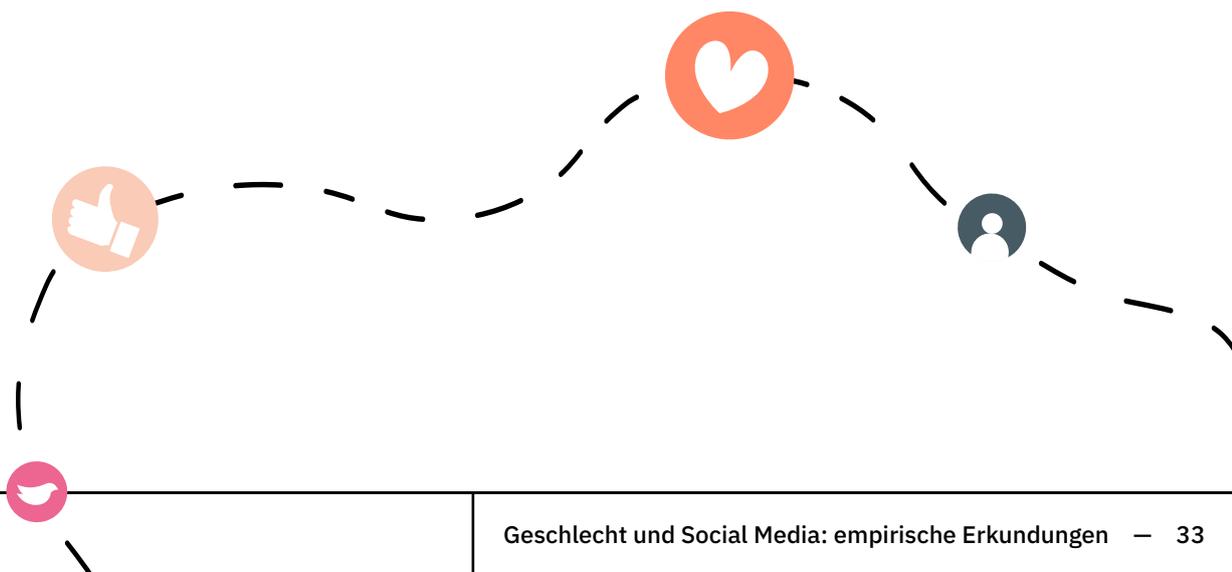
Der Gaming-Bereich steht beispielsweise bei der *Gruppe P* im Vordergrund. So nutzt Andy (12) YouTube ausschließlich, um *Minecraft*-Videos anzusehen und gelegentlich Kommentare dazu zu verfassen. Er verfolgt außerdem unter anderen den Account von *Rezo*, insbesondere dessen *Mathe Facts* in den YouTube Shorts¹⁵. YouTube Shorts nutzt auch der Gaming-Fan Robert (11), um von unterschiedlichen Inhalten unterhalten zu werden. Er vergleicht das dortige Prinzip mit TikTok: „Da wischt man dann halt einfach runter und dann kommt halt der nächste Short. Und ich mag es halt, dass du halt nicht so gebunden bist an eine Themengruppe, weil wenn man ja auch ein YouTube-Video drückt, dann sind ja die Empfehlungen meistens ähnlich wie das Video. Und wenn man halt bei den Shorts rumscrollt, ist es halt immer was anderes, mal *Minecraft*, mal irgendein Shooter, mal eben so eine Story oder auch mal ganz andere Sachen“ (Pos. 75). Er sieht sich beispielsweise gern *BastiGHG* an – einen deutschen *Minecraft*-YouTuber – „der halt viele Challenges bringt, wie er halt das Spiel durchgespielt [hat]“ (Pos. 199), auch *Paluten* verfolgt er. Daneben sieht er sich *Hungriger Hugo* an, weil dieser Mitschnitte von anderen Streamer*innen bearbeitet und lustige Clips dreht. Grundsätzlich findet er es ansprechend, wenn Inhalte humorvoll aufbereitet werden. Inhaltlich interessieren ihn beispielsweise Rezepte zum Nachkochen oder auch geschichtliche Dokumentationen. Außerdem mag er es, Lifehacks von TikToker*innen auszuprobieren. Etwa einmal im Monat lädt Robert selbst YouTube-Videos von *Minecraft*-Spielen hoch und hin und wieder verfasst er Kommentare zu anderen Videos. Peter (12) nutzt ebenfalls YouTube, in der Regel auf dem Smartphone. Er findet die technischen Möglichkeiten ansprechend, Videos pausieren und in unterschiedlichen Qualitäten abspielen zu können. Inhaltlich nutzt er die Plattform für Erklärvideos mit Blick auf schulische Inhalte. Außerdem sieht er sich YouTuber*innen an, die das Computerspiel *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* spielen. Das Spiel, so beschreibt Peter, sei ähnlich wie *Minecraft*, aber „eher in so einem Art-Style ein bisschen“ (Pos. 213). *Okamsen*

14 Mit den altersspezifischen medienbezogenen Fähigkeiten und Vorlieben von Kindern und Jugendlichen setzt sich Daniel Hajok auseinander. Er unterscheidet dabei unter anderem die Gruppen der 10- bis 14-Jährigen sowie der 14- bis 18-Jährigen, wobei für die jüngere der beiden Gruppen eher noch eine rezeptive Mediennutzung im Vordergrund steht, für die ältere wiederum ein partizipatives Medienhandeln in den Fokus rückt (vgl. Hajok 2015, S. 2 ff.).

15 Kurze Erläuterungen zu einzelnen Social-Media-Plattformen sowie zu dortigen Formaten und Funktionen finden sich in einem *Glossar* im *Anhang*.

verfolgt er beispielsweise, weil dieser The Legend of Zelda in Form verschiedener Challenges spielt, etwa nur mit einem Bogen oder einem Wischmob ausgestattet. Einen eigenen Account hat Robert nicht. Mit einem Freund betreibt er allerdings einen eigenen Podcast zum Thema Gaming, den er etwa einmal pro Woche auf dem Streaming-Dienst Spotify hochlädt. Tom – mit 14 Jahren der älteste in dieser Runde – nutzt neben YouTube auch die Plattformen Twitter und Discord, auf denen er sich Beiträge und die Antworten dazu durchliest. Auf YouTube lädt er etwa einmal pro Woche ein Video hoch: „Meistens irgendwas, Sachen, die relativ random sind oder auch wenig Sinn ergeben. Einfach irgendwie so aus/ Weil es manchmal ein bisschen lustig ist“ (Pos. 81). Er verfolgt etwa 200 YouTube-Accounts aktiv und greift dabei *Rezo* als ein Beispiel heraus, dessen Unterhaltungs- und Politikvideos er besonders gern sieht. Außerdem findet er die Videos von *Simplicissimus* unterhaltsam und lehrreich: „[D]ie machen halt relativ aufwendige Videos und man kann sich da halt gut zu bestimmten Themen informieren“ (Pos. 224).

Ähnlich wie in der soeben dargestellten *Gruppe P* kristallisiert sich auch in *Gruppe I* ein roter Faden der Nutzungsweisen von Social-Media-Plattformen heraus. Relevant wird an dieser Stelle, dass sich die Beteiligten innerhalb der Gruppen gut kennen und Teil derselben Peergroup sind. So steht in *Gruppe I* – neben YouTube – insbesondere die Plattform Snapchat im Vordergrund. Julie (13) gefallen dabei das Spotlight und die verschiedenen Linsen (Video- und Fotofilter) sowie die Möglichkeit, mit Freund*innen Gruppen zu bilden. Auch den Bitmoji – ein Avatar, der bei Snapchat ausgewählt werden kann – mag sie: „[H]at man seine eigene Figur und kann halt die Outfits ändern und das gefällt mir halt“ (Pos. 45). Sie macht gern Fotos oder Videos von sich, die sie über Snapchat aber nur an Freund*innen verschickt. Charlotte (12) nutzt ebenfalls am häufigsten Snapchat, um mit Freundinnen zu kommunizieren und die verschiedenen Effekte einzubinden. Für sie steht der



Unterhaltungsfaktor im Vordergrund. Fotos von sich selbst macht sie nicht, sondern sie schießt Fotos, die sie dann bearbeitet; beispielsweise Bilder vom Boden, um sie anschließend mit Stickern zu dekorieren und zu versenden: „Ich weiß nicht genau, warum. (lachend) Aber ja, also da kann man halt auch in die Fotos so verschiedene Sticker oder so reintun und dann daraus irgendwelche Bilder machen. Also das ist ziemlich unnötig, aber das macht halt irgendwie Spaß“ (Pos. 71). Auch bei Lovis (13) und Dora (12) steht das Versenden von Inhalten an Freund*innen im Vordergrund. Beide nutzen dafür allerdings Messenger-Dienste wie Signal oder WhatsApp. Auf YouTube sehen sie sich beide (Erklär)Videos zu verschiedenen Inhalten an. Entsprechend ihrem Nutzungsverhalten nennt keine der Teilnehmerinnen dieser Gruppe einen konkreten Lieblingsaccount; alle sind in digitalen Medien vornehmlich mit privater Kommunikation unter Freund*innen befasst oder aber mit der Rezeption von Videos ganz unterschiedlicher Art. Diese sind häufig interessenbezogen, beispielsweise zu Zeichenanleitungen.

Bei den drei weiteren Gruppen differenzieren sich Interessen innerhalb der Gruppen teilweise stärker aus, was insbesondere an den etwas formaleren Gruppenkontexten liegen könnte, die sich aus Klassen- oder Freizeitfahrtgefügen ergeben. So nennen in der kleinen *Gruppe S* beide Teilnehmerinnen YouTube als Plattform, die sie hauptsächlich nutzen, die Interessenschwerpunkte variieren jedoch. Frida (10) sieht sich gern Musik- und Lernvideos an, außerdem interessiert sie sich für einen Kanal, der animierte Geschichten veröffentlicht. Auch Comedy-Videos gefallen ihr, wobei sie sich lieber Inhalte von Jugendlichen ansieht als von Gleichaltrigen. Hier nennt sie *Kaan* und *Julesboringlife* als Accounts, denen sie folgt, „weil die wirken auf mich sehr natürlich, [...] dass einfach jedem Menschen mal Fehler passieren oder eben jeder Mensch auch schon mal irgendwas Komisches gemacht hat“ (Pos. 247). Daneben sieht sie sich Wissensformate an wie beispielsweise *Wissenswert*; sie nennt die Entstehung von Planeten und das Mittelalter als Themen, die sie interessieren. Die Videos von *Jonas Ems* mag sie ebenfalls, weil er sich ernsteren Themen widmet und beispielsweise erläutert, dass Tiere für die Produktion von Musikvideos ausgenutzt werden. Etwa einmal in der Woche ändert sie ihren WhatsApp-Status, selbst postet sie sonst aber nichts. Deutlich wird, dass sie bald selbst Kanäle/Accounts betreiben möchte. Aktuell darf sie noch keine eigenen Zugänge besitzen – und auch Instagram darf sie noch nicht nutzen –, mit ihrer Mutter steht sie aber bereits im Austausch, dass sie gemeinsam in etwa zwei Jahren einen YouTube-Kanal betreiben werden, auf dem Frida dann Spiele austesten und ihre Morgenroutine zeigen möchte. TikTok darf sie ebenfalls aktuell nicht nutzen. Dies kann sich nach dem momentan besuchten IT-Seminar aber ändern, nachdem sie sich noch einmal besser mit den Risiken der Plattform auskennen wird: „Da darf ich dann auch TikTok haben, aber nur Videos anschauen und ich darf auch nicht irgendwelche Videos hochladen, auch wenn sie nicht mein Gesicht

[zeigen]“ (Pos. 584). Meret (12) schaut auf YouTube unter anderem *Mavie Noelle*, die in ihren Videos immer wieder etwas erklärt und Turnvideos macht. Grundsätzlich schaut sie am liebsten auf der YouTube-Startseite, ob sie dort interessante Themen für sich entdeckt, die beispielsweise auch in der Schule behandelt werden.

In der *Gruppe E* wird zum Großteil am häufigsten YouTube genutzt, aber auch Snapchat und Instagram sind für manche von Relevanz. So interessiert sich etwa Emil (11) vor allem für *Minecraft*- und Flugzeugvideos, während sich beispielsweise Oskar (13) gern Parkourvideos ansieht. Auch Paul (16) findet Gamingvideos besonders interessant, aber auch allgemein Inhalte zu aktuellen Geschehnissen. Franz (13) nennt ebenfalls Nachrichten – „nicht Politik, aber andere Nachrichten“ (Pos. 150) – und technische Videos als seine Interessensgebiete auf YouTube. Oskar schätzt an der Plattform grundsätzlich die große inhaltliche Auswahl und die Möglichkeit, sich längere Beiträge anzusehen. Marianne (16) nutzt am liebsten Snapchat, wobei sie die Funktion mag, Flammen mit anderen Nutzer*innen zu erhalten. Außerdem nutzt sie die Filter, um „die Bilder schöner zu machen“ (Pos. 144). Auf Instagram postet sie außerdem selten Bilder von sich, Stories etwa einmal pro Woche. Und auch Maria (15) teilt gelegentlich Bilder von sich auf Instagram, mit Freund*innen, von ihren Haustieren oder aber Beiträge von aktuellen Geschehnissen. Ähnlich formuliert Paul, unregelmäßig eigene Aufnahmen auf Instagram zu posten, wenn er beispielsweise Landschaften oder anderes „Schönes“ (Pos. 160) fotografiert hat. Im Gegensatz dazu positionieren sich andere Teilnehmende dieser Runde aber auch gegen eigene Posts auf Social Media. So meint beispielsweise Franz, dass ihn eigenes Posten nicht interessiert und er außerdem nicht auf vielen verschiedenen Plattformen Accounts haben möchte. Max (14) und Oskar finden beide, es sei grundsätzlich „unnötig“ (Max/Pos. 166; Oskar/Pos. 173), selbst etwas zu posten.

TikTok ist die Plattform, die in *Gruppe F* von zwei Teilnehmenden als am häufigsten genutzte Plattform genannt wird. Daneben finden sich aber auch alle anderen aktuell verbreiteten Social-Media-Angebote in den Rückmeldungen wieder. So spielen – neben TikTok – ebenso Snapchat, Instagram und YouTube für Einzelne eine besonders wichtige Rolle. TikTok sticht durch seine vielfältigen Inhalte für manche Teilnehmenden hervor. So mag Marisa (14) daran besonders, dass immer wieder neue Beiträge zur Verfügung stehen, wodurch sie sich inspiriert fühlt: „Zum Beispiel, wenn man sich jetzt etwas sucht, [...] wie man selber ein Eis macht, ein Eisrezept [...], dann kann man das so eingeben und dann kommen verschiedene Tutorials und so“ (Pos. 114). Auch Regina (12) hebt die vielen verschiedenen Inhalte hervor, die TikTok bereithält. Sie folgt unter anderem dem Account *Can der Koch*. Adriana (11) wiederum besucht am häufigsten die Plattform Snapchat – die ihrer Ansicht nach allerdings ähnlich aufgebaut ist wie TikTok – und verfolgt die Accounts *TutorialsbyKati* und *Paula Wolf*. Luigi (12) nutzt als Einziger in der Runde vor allem YouTube und betreibt dort auch selbst einen Kanal, den er weiter pflegen möchte; er sieht sich unter

anderem gern Videos von *HerrAnwalt* an. Alma (14) wiederum findet Instagram am besten – dort vor allem Stories und Reels –, postet selbst aber nichts. Privatsphäre und Jugendschutz spielen in dieser Gruppe – ähnlich wie in *Gruppe S* – eine Rolle: Marisa hat eigene Posts auf TikTok eingestellt, weil auch andere Nutzer*innen sie sehen und kommentieren können und Regina postet nur auf Snapchat für Freund*innen Inhalte, wenngleich sie sich sonst vor allem auf TikTok bewegt. Auch Adriana postet ausschließlich privat; TikTok und Instagram darf sie wegen gegebenenfalls problematischer Inhalte nicht nutzen, „weil manchmal halt nicht so gute Sachen drin sind“ (Pos. 126).

Es wird deutlich, dass die eigene Geschlechtsidentität der Teilnehmenden teilweise mit Nutzungsweisen und/oder Interessenschwerpunkten auf Social-Media-Plattformen korreliert. Männlich konnotierte Themengebiete, wie etwa Gaming, Technik und Politik, werden häufiger von Teilnehmenden genannt, die sich selbst als ‚männlich‘ bezeichnen. Kommunikation, die Anwendung verschiedener Filter/Linsen und allgemein der Bereich der Bildbearbeitung, das Erstellen von Bildern von sich selbst sowie Aspekte rund um Outfits, Kosmetik, die sogenannte Morgenroutine und („gesunde“) Rezepte werden häufiger von Teilnehmenden genannt, die sich als ‚weiblich‘ bezeichnen. Eher selten gibt es im vorliegenden Sample Beispiele, die aus diesen Tendenzen ausbrechen. So kennt beispielsweise Robert aus *Gruppe P*, der sich ansonsten – wie auch seine Gesprächspartner – viel im Gaming-Bereich bewegt, detailliert den Werdegang von YouTuberin *Julia Beautx* und sieht sich beispielsweise gerne Koch- und Shoppingvideos an. Auch Paul aus *Gruppe E* erzählt, dass er sich hin und wieder Videos von *Julia Beautx* ansieht, wobei er direkt die Einschränkung vornimmt, ihre Inhalte ausschließlich wegen der Kochvideos anzusehen, „weil ich gucke [...] auf YouTube sehr viele Kochvideos“ (Pos. 314). Gegebenenfalls bedarf es anscheinend einer Erklärung, wenn als Mann weiblich konnotierte Inhalte rezipiert werden.¹⁶

Gender: Begriffsverständnis und Wissensquellen

Fast alle Teilnehmenden assoziieren etwas mit dem Begriff ‚Gender‘, wobei es manchen von ihnen schwerfällt, ihre Gedanken dazu weiter auszuformulieren. Manchmal beziehen sie sich auf Sexualkunde, manchmal sprechen sie über ihren Deutschunterricht, weil sie vor allem an geschlechtersensible Sprache denken, zum Teil wird

16 Eine Analyse des Kochens mit Blick auf Geschlecht hat beispielsweise Stephanie Baum erarbeitet. Sie hält fest, dass die Küche und das Kochen einer geschlechtlichen Wandlung insofern unterliegen, als dass in der Tendenz mehr Männer kochen als früher. Eine hegemoniale Perspektive auf männliches Expertenwissen im Bereich des Kochens ist, laut Baum, insofern nicht mehr unantastbar, als dass sich auch Männer Können nun erst erarbeiten müssen. In diesem Kontext formuliert die Autorin: „Diese Veränderung im Kennerschaftsdiskurs ist nicht nur wissens-, sondern auch sehr technikorientiert. Männer kochen technisch anspruchsvolle Rezepte, verwenden seltene Gewürze, außergewöhnliche Zubereitungstechniken und speziell für sie hergestelltes Küchenequipment“ (Baum 2012, S. 78). Vor diesem Hintergrund bleibt das alltägliche Kochen als weiblich konnotiertes Feld nach wie vor existent.

aber auch auf Gespräche in der Familie und im Freund*innenkreis verwiesen. Die inhaltlichen Bezugspunkte sind dabei körperliche Merkmale, die geschlechtliche Identifizierung, die sexuelle Orientierung sowie die Auseinandersetzung mit Geschlechtergerechtigkeit und gendersensibler Sprache. Die einzelnen Gruppen unterscheiden sich stark hinsichtlich der Aspekte, die jeweils angesprochen werden. Insgesamt wird deutlich, dass verschiedene Assoziationen zum Begriff ‚Gender‘ bei den Teilnehmenden entstehen, wobei diese unterschiedlich und vor allem unterschiedlich differenziert ausfallen – teilweise werden nur sehr rudimentäre Aussagen getroffen, teilweise werden buchstäblich keine Worte gefunden. Durch eine häufige Benennung des schulischen Kontexts und konkreter Fachbereiche zeigt sich zudem, dass sich mittlerweile ein Wissen etabliert hat, das – wie Inhalte anderer Schulfächer – gleichsam zu einem (neuen) Wissenskanon gehört. Und wenngleich dieser Kanon im Rahmen des vorliegenden Samples nicht klar abgegrenzt werden kann, so lassen sich die Verknüpfungen zu Sexualkunde, zu geschlechtersensibler Sprache sowie auch zu geschlechtlichen Identitäten und (Mobbing aufgrund) sexueller Orientierungen herstellen. Ein Gerechtigkeitsdiskurs mit Blick auf Geschlecht wird also implizit berücksichtigt, wenngleich vielfach die Fähigkeit zum sprachlichen Ausdruck des Gelernten und Gedachten und systematisches Wissen zu fehlen scheinen, um hierzu Konkretisierungen vorzunehmen. Damit wird letztlich auch ein gesamtgesellschaftlicher Diskurs zu ‚Gender‘ widergespiegelt, der teilweise ähnlich diffus verläuft und sich beispielsweise bezüglich geschlechtersensibler Sprache häufig ein verkürztes Verständnis der Thematik zeigt.¹⁷

Die beiden Teilnehmerinnen aus der *Gruppe S* sprechen beispielsweise über zwei Sexualkunde-Workshops, die sie in der Schule hatten. Frida findet, dass sie sich durch den Unterricht gut damit auskennt, „was die Geschlechter sind“ (Pos. 133). *Gruppe I* bezieht sich wiederum vornehmlich auf das sogenannte Gendern in der Sprache, aber auch auf die geschlechtliche Identifikation. So meint Lovis, selbst auf „[G]endern“ (Pos. 81) zu achten, weil: „[M]an kriegt das ja auch so mit“ (ebd.). Auch Dora erklärt, dass sie beispielsweise im Fach Deutsch versucht, beim Schreiben „ein bisschen drauf zu achten“ (Pos. 87). Bei Julie wurde vor Kurzem im Fach Deutsch unter anderem zum Thema Cybermobbing gearbeitet und in diesem Zusammenhang auch über „Gender“ geredet, „weil ja da welche gemobbt werden. Und bei uns in der Klasse wurde auch schon jemand deswegen gemobbt, halt wegen dem Gender und so“ (Pos. 89). Auf Nachfrage benennt sie, dass sie mit „Gender“ zum Beispiel meint, wenn die sexuelle Orientierung einer Person von anderen nicht akzeptiert wird.

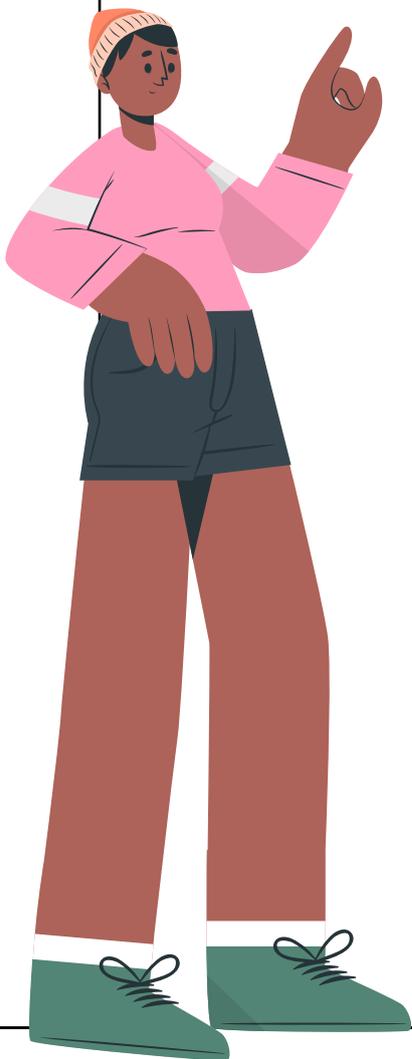
17 Dies zeigt sich etwa am Beispiel des sogenannten Genderns: Wo die Verwendung geschlechtersensibler Sprache gemeint ist, wird häufig übersehen, dass Sprache an sich immer vergeschlechtlicht ist. Das heißt, dort, wo eben nicht ‚gegendert‘ wird, findet Geschlecht ebenfalls Berücksichtigung – in der Regel die männliche Form. Anders formuliert: Es ist gar nicht möglich, nicht zu ‚gendern‘. Wir ‚gendern‘ qua unserer Formulierungen. So führt Paula-Irene Villa aus: „Neuartige bzw. vom [M]ainstream abweichende Schreibweise [sic!] werden oft als ‚[G]endern der Sprache‘ bezeichnet. Das ist nicht ganz richtig. Denn die Form des generischen Maskulinums – ‚der Lehrer‘, ‚die Erzieherin‘ oder ‚der Arzt‘ als Berufsbezeichnung für alle Geschlechter z. B. – ist selber gegendert“ (Villa 2016, S. 5).

Auf die körperliche Ebene und auf die sexuelle Orientierung von Menschen beziehen sich auch Teilnehmende der *Gruppe F*. So ist Adriana etwas unsicher, ob sie weiß, was ‚Gender‘ bedeutet. Sie erinnert sich aber daran, dass bei ihr in der Grundschule im Heimat- und Sachunterricht das Thema Körper durchgenommen wurde: „Da haben wir halt über Geschlecht geredet. Ja“ (Pos. 165). Weiter präzisieren kann sie die Inhalte nicht mehr. Regina kann sich ebenfalls nicht genau erinnern, glaubt aber, in der Schule – 6. Klasse, Natur und Technik – habe sie sich zuletzt mit diesem Thema beschäftigt: „[D]a haben wir halt generell über Menschen, Körper und sowas geredet, also generell von allen Sachen. Halt auch von Geschlecht und so“ (Pos. 161). Alma weiß zum Thema vor allem etwas von zu Hause, da es in der Schule ein heikles Thema gewesen sei; „da gibt es einige, die was haben so dagegen“ (Pos. 181). Hier bezieht sie sich vor allem auf die Ebene der sexuellen Orientierung, weil sie darüber spricht, dass einige ihrer Klassenkamerad*innen homofeindlich seien und etwas gegen Homosexualität hätten. Sie selbst findet diese Reaktionen „bisschen traurig“ (Pos. 185).

Auch in der *Gruppe P* wird deutlich, dass auf Gespräche im Familienkreis zum Themenfeld Geschlechtergerechtigkeit verwiesen wird. Robert erzählt, dass bei ihm am Esstisch der Familie darüber gesprochen wurde. Er nennt ganz grundlegend die Gleichberechtigung von Frau und Mann und bezieht sich weiterführend auch auf eine geschlechtersensible Schreibweise, wobei er mit dieser durch eine regelmäßige Verwendung durch die Schule vertraut zu sein scheint: „[A]lso Gender, ist halt so, also Gleichberechtigung für Männer und Frauen und dass man also zum Beispiel Schüler dann *innen zum Beispiel macht. [...] Also es steht halt manchmal in so Elternbriefen oder Texten *innen daneben, aber ich lese es halt dann einfach mit so“ (Pos. 109). Robert erinnert sich, dass es bei ihm in der Schule vor allem grundsätzlich um das Thema Gleichberechtigung ging und nicht im Speziellen um geschlechtersensible Sprache – „sondern halt allgemein so über das Thema, so was es da jetzt halt so zum Anmerken gibt als Lehrer“ (Pos. 117). Tom wiederum bezieht sich ausschließlich auf eine geschlechtersensible Schreibweise und achtet selbst darauf, wie er Sätze formuliert, ob er beispielsweise den Asterisk verwendet oder aber gerade auch nicht: „Also meistens, wenn ich irgendwie in Deutsch oder so was schreibe, dann schreibe ich halt nicht irgendwie mit einem Sternchen, sondern eher, dass ich schreibe, Schüler und Schülerinnen, weil es dann besser auch zu lesen ist so“ (Pos. 113). Peter hatte „das Thema eigentlich nur in der Schule“ (Pos. 115) und führt ebenfalls aus, sich über geschlechtersensible Sprache Gedanken zu machen, wobei auch er die Doppelnennung dem Asterisk vorzieht: „Also ich schreibe auch halt Schüler und Schülerinnen oder halt so was, weil das klingt so wie in so einem fachmännischen Brief, wenn ich jetzt schreibe Schüler*innen. Das gefällt mir nicht so sehr“ (ebd.).

Unterschiedlicher fallen Rückmeldungen in der *Gruppe E* aus, in der die Teilnehmenden teilweise direkt formulieren, mit dem Begriff ‚Gender‘ nichts zu verbinden. Andere – wie etwa Max – hätten hingegen Freund*innen, die sich „bei so Themen“ (Pos. 202) austauschten.

Auf Nachfrage fällt es ihm aber schwer zu erklären, worauf er hinaus will. Franz wiederum wird in seinen Ausführungen differenzierter und erklärt, dass er zwischen Gender/Geschlecht und Geschlechterrollen unterscheidet, wobei er davon ausgeht, dass alle Menschen eine Geschlechterrolle haben beziehungsweise spielen und er nicht einfach auf das Geschlecht anderer schließen kann. An dieser Stelle wird es für Franz, dessen Erstsprache nicht Deutsch ist, aufgrund der Sprachbarriere aber schwierig, seine Gedanken in Worte zu fassen. Dies ist auch ein Grund, warum es schwieriger wird, seine Inhalte einzuordnen: Durch einen Deutsch-Englisch-Mix nutzt er die Begriffe ‚Geschlecht‘ und ‚Gender‘ eventuell anders als der Rest in seiner Gruppe. Wo ‚Geschlecht‘ erklärend mit ‚Gender‘ übersetzt werden muss, werden Perspektiven gegebenenfalls verzerrt: Da im Englischen das sogenannte soziale und das sogenannte biologische Geschlecht qua Sprache unterschieden werden, entstehen vermutlich andere Bilder, Konnotationen und Denkweisen als bei Menschen, die in deutscher Sprache darüber nachdenken. Paul äußert sich ebenfalls differenzierter und erläutert, welche Formen von Geschlecht er kennt: „Also die, erst mal die zwei Basisgeschlechter, könnte man sagen, das ist ja männlich beziehungsweise weiblich. Und noch das Geschlecht, dass man beides ist, dann gibt es halt noch transsexuell und so weiter. So“ (Pos. 193). Er hat selbst Freund*innen, „die trans beziehungsweise nonbinär sind“ (Pos. 195), weswegen er sich in seiner Freizeit mit seinen und durch seine Freund*innen schon viel damit beschäftigt hat und sie auch miteinander viel darüber sprechen.



Geschlechterwissen über und durch Social Media

Um mit den Teilnehmenden über ihr Verständnis von Geschlecht und ihre Rezeption und Produktion von Geschlechterinszenierung ins Gespräch zu kommen, ohne dabei unmittelbar auf die jeweils eigene Geschlechtsidentität abzielen zu müssen, wurden die Methoden *Wer hat's gesagt?* und *Lieblingsaccounts* eingeführt. Auf diesem Weg war es möglich, verschiedene Bezugspunkte zu Geschlecht zu diskutieren, ohne dabei eine eigene geschlechtliche Identifizierung in den Mittelpunkt zu rücken. Da deshalb relativ wenig über die eigene Geschlechtsidentität gesprochen wurde, können entsprechend kaum konkrete Bilder von Geschlecht ausgemacht werden, an denen sich die Teilnehmenden unmittelbar orientieren. Orientierungspunkte werden dennoch deutlich, wenn Einzelne über eigene Interessen und Aktivitäten sprechen, wenn sie benennen, für wen und wofür sie sich auf Social-Media-Plattformen interessieren, und wenn sie darüber hinaus Gedanken zu Aspekten rund um Geschlecht äußern. Auch die jeweiligen im Kapitel *Geräteverfügbarkeit und Nutzungsspektrum von Online-Angeboten* beschriebenen Nutzungsweisen geben darauf bereits Hinweise. Daneben äußerten vereinzelt Teilnehmende über die Gruppen hinweg eine Meinung dazu, wie wichtig ihnen etwa die Benennung der eigenen geschlechtlichen Identität im Rahmen ihrer Selbstdarstellung auf Social-Media-Plattformen ist. Insgesamt stand die aktive Auseinandersetzung mit der eigenen Geschlechtsidentität jedoch nicht im Vordergrund der Forschungswerkstätten.

Entsprechend wurde vornehmlich über Geschlechtsmerkmale allgemein gesprochen und darüber, woran die Teilnehmenden Geschlecht festmachen. Häufig thematisiert wurden in diesem Zusammenhang auch sexuelle Orientierungen; Geschlecht(sidentität) und sexuelle Orientierung gehen bei den Ausführungen der Befragten ineinander über. Da Geschlechtsidentität und Sexualität eng verknüpft miteinander gedacht und verhandelt werden, ist es naheliegend, dass auch die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen auf diese Weise denken und sprechen. Über diese Themen wurde überwiegend im Zusammenhang mit den genannten Methoden diskutiert. Oft kristallisierten sich aber auch weiterführende Diskussions- und Themenstränge heraus, die von konkreten Einzelfällen wegführten. Übergreifend zeichnet sich ab, dass die Gruppen Merkmale, die sie in erster Linie mit Frausein oder Mannsein in Verbindung bringen, auf unterschiedlichen Ebenen (er) kennen und äußern. Benannt werden in diesem Zusammenhang die Ebenen körperlicher Merkmale und geschlechtsspezifischer Charakter, das Erscheinungsbild von Personen sowie Interessengebiete und auch Inhalte einzelner Akteur*innen. Darüber hinaus kann herausgearbeitet werden, welche Strategien die Teilnehmenden entwickeln, um mit (für sie) geschlechtlichen Uneindeutigkeiten umzugehen. In den folgenden vier Unterkapiteln wird ausgeführt, welche Bezugspunkte von Geschlecht sich für die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen ergeben und welche Irritationen und Brüche bei den Ausführungen entstehen.

„Das merkt man halt“: Naturalisierungen als Ausgangspunkt von Geschlechtszuordnung

Körperliche Merkmale und Charakterzüge spielen bei den eigenen geschlechtlichen Zuschreibungsprozessen für die beiden Teilnehmerinnen der *Gruppe S* eine entscheidende Rolle. Am Körperbau und den Kurven sei grundsätzlich zu erkennen, ob eine Person eine Frau oder ein Mann sei, meint Frida. Und auch, wenn Männer sich schminken oder Perücken aufsetzten, seien sie immer als Männer zu erkennen. Meret pflichtet bei: Egal, wie gut sich ein Junge schminken würde, und selbst wenn er ein Kleid tragen würde, er wäre trotzdem als Junge erkennbar: „[I]rgendwie, das merkt man halt“ (Pos. 373). Auch das Verhalten und der Charakter von Mädchen und Jungen unterscheiden sich, finden die beiden Teilnehmerinnen; so zeigen Jungen beispielsweise weniger Gefühle bei schlechten Noten als Mädchen.

Auch in *Gruppe I* erfolgen geschlechtliche Zuschreibungen anhand naturalistischer Argumentationslinien. Lovis formuliert, dass Frauen und Männer aufgrund ihrer körperlichen Merkmale klar zu erkennen und zu unterscheiden seien. Sie beschreibt, dass Männer einen anderen Körperbau und eine andere Kopfform hätten als Frauen. Frauen seien „insgesamt eher runder“ (Pos. 288) und hätten beispielsweise auch keinen Bartwuchs. Sie erzählt, dass die unterschiedliche körperliche Konstitution von Frauen und Männern in ihrem Biologieunterricht kürzlich Thema gewesen sei: „Männer haben halt eher von dem einen was und das baut halt eher die Muskeln auf und bei den Frauen ist es halt eher eins, das Fett aufbaut, wenn die halt ein Kind bekommen, weil das halt auch sehr fettnährend ist. Und das hat sich halt so entwickelt“ (Pos. 288). Julie pflichtet bei und meint, dass es für Frauen sehr schwierig würde, „den Körperbau von einem Mann nachzubauen, weil allgemein die Form ist, ja bei Männern eher so eine V-Form, wenn man halt sportlicher ist, und bei Frauen bleibt es halt eine gerade Form [...]“ (Pos. 286). Auch unterschiedliche Gesichtszüge benennt Julie klar: Bei der Betrachtung von *Julia Beautx* und *Cristiano Ronaldo* erkennt sie bei ihm stärker ausgeprägte Wangenknochen und stellt fest, dass Männer in der Regel selten „dickere Lippen haben als Frauen“ (Pos. 292). Beispielhaft bemerkt sie außerdem, dass in ihrer eigenen Familie alle Frauen dünnere Augenbrauen haben als die Männer (ebd.). Wie variabel insbesondere letzteres Beispiel ist, wie leicht hier Gesichtsmarkmale verändert werden können (und eventuell tatsächlich auch werden), wird nicht berücksichtigt.

Auch ‚charakterlich‘ stellt die *Gruppe I* klare Unterschiede zwischen Frauen und Männern fest, allerdings werden ebenso Überlegungen dazu angestellt, inwieweit diese durch soziale Erwartungen bedingt oder verstärkt sind. So schreibt Julie Jungen herablassendes und dominantes Verhalten zu und führt dies an ihrem Klassengefüge aus: „Also zum Beispiel in unserer Klasse gibt es halt Jungs, die

fühlen sich eigentlich nur dadurch cool, wenn sie andere dissen oder bloßstellen [...] und sich über andere lustig machen“ (Pos. 265). Charlotte sieht das ähnlich und ergänzt, dass sich Jungs häufig ‚ernsthaft‘ streiten, während Mädchen in Auseinandersetzungen vor allem aus Spaß und freundschaftlich agieren (Pos. 272). Dass dabei auch die Wahrnehmung und Bestärkung von außen eine Rolle spielen könnte, benennt wiederum Julie im Verlauf ihrer Ausführungen. Weil Jungen andere Eigenschaften zugeschrieben und sie anders wahrgenommen werden, werden sie bei einer Auseinandersetzung schlicht ernster genommen als Mädchen:

„[I]ch glaube, die meisten denken sich halt immer so, Mädchen sind schüchterner als Jungs und würden sich so was nicht trauen. Und es kommt irgendwie meiner Meinung nach bei den anderen besser rüber, wenn ein Junge disst als ein Mädchen, weil dann gleich alle irgendwie so rumschreien, so: ‚Wow, ja das war richtig gut.‘ Aber wenn ein Mädchen das halt ausspricht, dann ist es halt, keine Ahnung, da ist eigentlich meist niemand begeistert.“ (Pos. 270)

Hier wird deutlich, dass sich Julie kritisch damit auseinandersetzt, inwiefern sich jede*r Einzelne den Anforderungen an ein jeweils zugeschriebenes Geschlecht stellen und gegebenenfalls Handlungsmuster entwickeln muss, die mehr äußeren Erwartungen als dem eigenen Bestreben entspringen.

Auch in *Gruppe P* findet sich im Laufe des Interviews eine Kombination der verschiedenen bereits aufgeworfenen Bezugspunkte wieder, um Geschlecht zu erkennen und beschreiben zu können. Darüber hinaus wird grundlegend bezweifelt, ob es überhaupt möglich sei, das Geschlecht einer Person allein aufgrund äußerlicher Merkmale zu bestimmen. Auffällig ist, dass die Stimme als entscheidendes Erkennungsmerkmal eingeführt wird. Dass der eigene starke Bezug zum Gaming für die Zuschreibung von Geschlecht anhand der Stimme für die Teilnehmer



eine Rolle spielen könnte, ist naheliegend. Tom erläutert selbst, dass beispielsweise in YouTube-Videos mit Gaming-Inhalten häufig keine Personen zu sehen, aber ihre Stimmen zu hören sind. Entsprechend steht das körperliche Erscheinungsbild der YouTuber*innen häufig nicht im Zentrum der Wahrnehmung. Tom macht eine Geschlechtszuordnung somit zuvorderst an der Stimme von Personen fest und auch daran, wie sie sich ausdrücken. Wenn er eine eher tiefe Stimme hört, geht er eher davon aus, dass es sich um einen Mann handelt. Wenn sich einzelne Personen auch per Kamerabild zu erkennen geben, lässt sich, laut Tom, gut abgleichen, ob Stimme und Person zusammenpassen: „Also es kann ja theoretisch auch sein, dass sich dann die Stimme und Person auch widersprechen. Aber wenn das übereinstimmt, ist es, glaube ich, sehr wahrscheinlich so“ (Pos. 288). In letzter Konsequenz scheint also doch das Erscheinungsbild für Tom die Instanz zu sein, an der ein vermutetes Geschlecht im Zweifel ‚abgeglichen‘ werden kann.

Peter nennt ebenfalls die Stimme als entscheidendes Merkmal, an dem er erkennen kann, ob eine Person eine Frau oder ein Mann ist. Hingegen sei das Aussehen für ihn kein hinlänglicher Grund, auf das Geschlecht zu schließen. Weitere Überlegungen, sich letztlich nicht sicher sein zu können, führt er beispielhaft an YouTuber *Rezo* aus, der in seinen Augen als Mann gelesen werden kann: „Aber ich würde jetzt einfach auf Anhieb mal sagen, dass *Rezo* halt ein Mann ist, weil er sieht aus wie ein Mann, er hat einen sehr starken Bartwuchs, in Anführungszeichen“ (Pos. 292). Gleichzeitig macht er aber deutlich, dass er nicht weiß, beziehungsweise wissen kann, ob *Rezo* ein Mann ist. Dabei bezieht er sich erneut auf die Stimmlage, da Frauen häufig eine höhere Stimme als Männer hätten und *Rezo* theoretisch auf technische Hilfsmittel zurückgreifen könnte, wie beispielsweise einen Stimmenverzerrer. Dass eine größere Stimmenvielfalt bei Frauen und Männern – ganz ohne technische Hilfsmittel – existieren kann, wird in die Überlegungen nicht weiter einbezogen. Tom knüpft an dieser Stelle mit Indizien an, aufgrund derer er sich sicher sein kann, dass *Rezo* ein Mann ist. Dabei bezieht er sich auf Interviewaussagen von *Rezo* selbst, die sich unter anderem auch auf dessen Selbstbeschreibung als heterosexuell beziehen, und leitet entsprechend ab:

„[D]ass ich mir zu 95 Prozent sicher bin, dass *Rezo* ein Mann ist, weil es halt in diversen Talk-Formaten halt mitbekommt, dass er sagt, keine Ahnung, dass er auf Frauen [...] steht, sage ich mal, und auch heterosexuell ist. Aus dem Zusammenhang kann man sich das ja dann erschließen. Er wäre ja, wenn er ein Mann ist und heterosexuell ist, dann steht er ja in der Regel auf Frauen.“ (Pos. 294)

„Der hat sehr ausgeprägte Muskeln und zieht bei Toren sein T-Shirt aus“: Tun mit und am eigenen Körper

Wie bereits deutlich geworden ist, sind nicht nur körperliche Merkmale, sondern auch das Tun mit und am Körper sowie das eigene Sprechen für die Teilnehmenden häufig entscheidende Hinweise auf das Geschlecht eines Menschen. Das heißt, wie ein Mensch aussieht, wie er sich kleidet und wie er (über sich) spricht, bietet ihnen Anhaltspunkte zur Einordnung. Darüber hinaus gehen die Teilnehmenden auch davon aus, dass es Einzelnen selbst ein Anliegen ist, sich geschlechtlich zu präsentieren und zu inszenieren. Dabei werden Grenzen schnell deutlich: Wenn Menschen als eindeutig weiblich oder männlich gelesen werden können, wird ihnen teilweise abgesprochen, sich ‚untypisch‘ oder ‚entgegen ihrem Geschlecht‘ präsentieren zu können beziehungsweise zu dürfen. Teilweise wird also deutlich, dass einerseits eine Offenheit für Veränderungen gezeigt wird, um individuelle Freiheiten zuzulassen. Andererseits wird es als Herausforderung empfunden, sich entsprechende Veränderungen vor Augen zu führen und zu akzeptieren, weswegen letztlich doch häufig an konventionellen Mustern festgehalten wird. Hervorsticht in diesem Zusammenhang, dass insbesondere Vorstellungen, wie Männer sich ‚typisch weiblich‘ inszenieren, nur schwer gedacht werden können. Vorstellungs- und Möglichkeitsräume werden dabei besonders eng gefasst. Wenngleich immer wieder Aufweichungen geschlechtsspezifischer Standards erfolgen, ist es doch letztlich kein Zufall, dass sich diese Aufweichungen vor allem in eine Richtung bewegen: Wie bereits im Kapitel *Geräteverfügbarkeit und Nutzungsspektrum von Online-Angeboten* ausgeführt, verbinden sich mit Frausein und Mannsein Machtdynamiken und damit einhergehend Auf- und Abwertungsprozesse von Männlichkeit und Weiblichkeit (vgl. Behm et al. 1999).

Dass die Darstellung des eigenen Geschlechts von manchen Personen in der Öffentlichkeit bewusst inszeniert wird, berücksichtigt beispielsweise Charlotte aus *Gruppe I* in ihren Ausführungen. Für sie gibt es eindeutig weibliche und eindeutig männliche Merkmale, die von Menschen aktiv nach außen getragen werden. So sei es zum Beispiel *Cristiano Ronaldo* sicherlich wichtig, sich männlich darzustellen, „weil, also man sieht ja auch auf dem Foto, der hat so sehr ausgeprägte Muskeln und zieht auch immer bei irgendwelchen Toren sein T-Shirt aus und so“ (Pos. 299). Ebenso zeige sich *Julia Beautx* auf dem ausgewählten Foto „ziemlich weiblich“ (ebd.). Hier bezieht sich Charlotte sowohl auf den Inhalt als auch auf die formale Gestaltung des Bildes: „[A]lso so mit dem ganzen Weiß. Sie sitzt glaube ich in einem Bett oder so, alles so strahlend und sie hat ein Kleid an und eine Blume und so und ja“ (ebd.). Einen Mann genauso wie *Julia Beautx* zu inszenieren kann sich Charlotte nicht vorstellen, wobei sie sich auf andere Zuschauende bezieht und

keinen direkten Bezug zu sich selbst herstellt: „[W]enn da jetzt ein Mann sitzen würde, dann fänden die das halt komisch, weil das also ich kann es nicht genau erklären“ (Pos. 301). Dora pflichtet bei: „Ja wenn es halt so ein Mann machen würde, so halt auch mit der Blume und dem Weiß und so keine Ahnung, weiß nicht. Aber ich finde man sieht auch noch mal mehr, dass sie halt weiblich ist, weil sie hat ja, glaube ich, auch ein Kleid an und das haben ja eher Frauen an“ (Pos. 303). Wenngleich Weiblichkeit und Männlichkeit im Tun, in der eigenen Performanz erkannt werden, so wird doch auch engführend und essenzialisierend darüber gesprochen: *Julia Beautx* wird weiblich gelesen, weil sie ein Kleid trägt; *Julia Beautx* kann aber auch nur ein Kleid tragen, weil sie weiblich gelesen wird. Entsprechend eng gefasst werden sowohl Bilder von Weiblichkeit als auch von Männlichkeit, wenn es *Cristiano Ronaldo* eben nicht möglich wäre, als Mann in einem Kleid auf weißen Laken zu sitzen.

Auch in *Gruppe S* erkennt Frida etwa *Mavie Noelle* in ihrem Mädchensein unter anderem daran, dass sie Kleider trägt. Sie möchte damit nicht ausschließen, dass auch Jungen Kleider tragen (dürfen), „aber würden wahrscheinlich auch in [*Mavie Noelles*] Alter nicht Jungs machen“ (Pos. 356). *Jonas Ems* erkenne sie als Jungen im Gegenzug an seinen kurzen Haaren. Frida ist bewusst, dass sowohl Frauen als auch Männer Schönheitsidealen unterliegen, die sich geschlechtsspezifisch unterscheiden. Für Männer nennt sie dabei „so Riesenoberarmmuskeln“ (Pos. 449) – die ihr selbst nicht gefallen –, einen „Sixpack“ (Pos. 453) und auch Tätowierungen. Meret wertet es in diesem Kontext negativ, dass nicht alle so sein dürfen, wie sie gern möchten, und es Zuordnungen für Mädchen und Jungen gibt. Sie führt aus: „Aber ich fände es cool, wenn ein Junge sich schminken würde in unserem Alter“ (Pos. 663). Die beiden Teilnehmerinnen stellen an dieser Stelle fest, dass Mädchen durchaus Hosen anziehen würden, Jungen aber keine Kleider oder Röcke tragen, und Meret räumt diesbezüglich ein: „[M]an könnte sich, denke ich, so ein bisschen dran gewöhnen, aber es passt nicht so“ (Pos. 668). Während sie einerseits also fordert, Zuschreibungen aufzubrechen, merkt sie andererseits, dass es für sie ‚nicht so passen‘ würde, würden Jungen Röcke tragen. Insbesondere, wenn es um eine Angleichung von Männern an weiblich konnotiertes Äußeres geht, fällt es Frida und Meret schwer, sich etwas anderes als das ihnen Bekannte vorzustellen. Während Mädchen also mittlerweile selbstverständlich Hosen tragen, funktioniert das Tragen von Röcken bei Jungs nicht in einer solchen Selbstverständlichkeit, weil es mit stärkeren gesellschaftlichen Sanktionen einhergehen würde. Implizit wird entsprechend eine Abwertung weiblich konnotierter – in diesem Fall – Kleidung vermittelt: Mit der Feststellung, dass Jungen eher keine Röcke tragen, geht die Feststellung einher, dass dies ‚nicht passen‘ würde. Deutlich werden internalisierte Geschlechterzuschreibungen, die zwar diskursiv immer wieder aufgebrochen werden, im Zweifel aber trotzdem Gültigkeit haben.

„Bei manchen Sachen gibt es halt auch keine Mädchen, die das machen“: Interessen und Aktivitäten

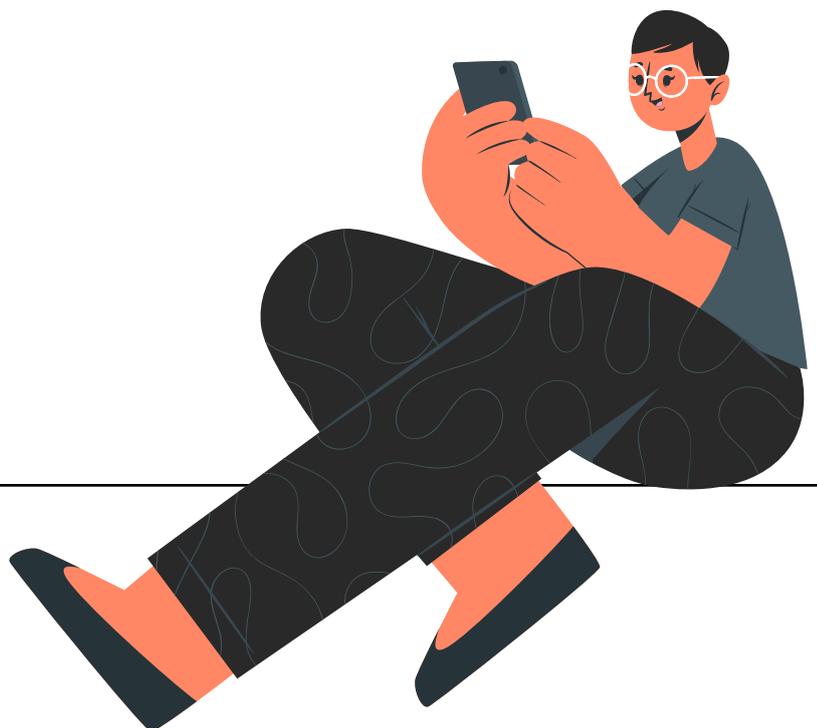
Mit geschlechterstereotypen Zuschreibungen bezüglich verschiedener Interessen und Aktivitäten gehen die Befragten widersprüchlich um. Viele der Teilnehmenden äußern an verschiedenen Stellen, dass Personen sich nicht an Geschlechterstereotype gebunden fühlen müssen. So müssten sich bestimmte Geschlechter nicht jeweils nur für bestimmte Inhalte interessieren und nicht nur spezifischen Hobbys nachgehen. Dennoch zeigt sich, dass die Teilnehmenden bei ihren Ausführungen selbst stereotypen Geschlechtszuschreibungen folgen. Verwoben sind diese Aspekte mit der eigenen geschlechtlichen Identifizierung. So werden einerseits etwa Inhalte rund um Kosmetik und Mode Frauen und Mädchen zugeschrieben, während diese Zuschreibungen gleichzeitig auch verstärkt von den teilnehmenden Mädchen erfolgen, weil sie Inhalte dieser Art tendenziell häufiger konsumieren. Gleichzeitig erfolgen beispielsweise Darstellungen zu Gaming-Inhalten und der zugehörigen Szene intensiviert von Jungen der teilnehmenden Gruppen, die sich teilweise einerseits (selbst)kritisch damit befassen, inwiefern sie hauptsächlich Inhalte anderer Jungen und Männer rezipieren, und Überlegungen dazu anstellen, warum das Gaming-Feld auf Social-Media-Plattformen männlich geprägt ist. Andererseits werden mit verschiedenen Erklärungsansätzen geschlechtliche Zuschreibungen wiederum verfestigt. Darüber hinaus wird Geschlecht selbst teilweise als Begründung von den Teilnehmenden angeführt, bestimmte Inhalte zu konsumieren oder gerade nicht. Wo individuelle Einschränkungen erfolgen und einzelne Inhalte nur von bestimmten Geschlechtern rezipiert werden, stellen sich Fragen nach Sozialisations- und Orientierungspunkten ebenso wie Fragen nach spezifischen Kompetenzzuschreibungen. Tendenziell sind es die Teilnehmenden, die sich selbst als Mädchen identifizieren, die sich teilweise deutlich an den von ihnen rezipierten Inhalten orientieren: Eine gesunde Lebensführung – etwa mit Blick auf entsprechende Rezepte oder Sportinhalte – verweist auf einen neoliberalen Zeitgeist, der schon bei jungen Menschen die Auseinandersetzung mit der eigenen Gesundheit, insbesondere aber auch mit der eigenen Fitness auslöst und dessen Folge ein beständiges optimierendes Arbeiten am eigenen Selbst ist. Soziale Medien können hier als Verstärker wirken, da die entsprechenden Kanäle genau jene Bilder zeichnen und vermitteln.

Die beiden Teilnehmerinnen der *Gruppe S* erkennen auf der Ebene der Interessen und mit Blick auf die Inhalte von Social-Media-Akteur*innen Unterschiede zwischen Frauen und Männern beziehungsweise zwischen Mädchen und Jungen. So verortet Frida den Bereich des – von ihr sehr geschätzten – Turnens bei Mädchen und das Feld der Comedy bei Jungen. Sie betont an dieser Stelle zwar auch, dass jede*r alles machen kann und darf, in letzter Konsequenz zieht sie für sich aber eine Trennlinie: „[M]ein Geschmack ist einfach, schaue ich lieber Schmink- und Lifestyle von einem Mädchen an, weil da sehe ich auch, wie andere Mädchen leben. [...] Und für Jungs ist dann eher so Comedy und vielleicht ein bisschen ernstere Sachen oder so was auch“ (Pos. 336 ff.). An dieser Stelle wird entsprechend ein reziproker Bezug auf Interessen und

Inhalte hergestellt: Entscheidend ist einerseits, welchen Aktivitäten und Hobbys *andere* Jungen und Mädchen nachgehen. Andererseits sind wiederum gegebenenfalls nur bestimmte Inhalte *für die eigene Person* von Interesse – aufgrund des eigenen Geschlechts. Entsprechend gehen Frida und Meret davon aus, dass es einen Unterschied macht, ob sich eine Frau oder ein Mann im Internet präsentiert, und sie sehen dabei stereotype geschlechtsdifferierende Interessengebiete. So meint Meret, dass *Julia Beautx* Inhalte produziert, die eher „halt auch so Mädchen interessieren“ (Pos. 195). Und Frida formuliert allgemeiner:

„[W]eil zum Beispiel Mädchen, jetzt vielleicht ein bisschen älter als wir, interessieren sich dann eher für Schminksachen oder so. [...] Und oder auch Pferde oder so. Und viele Jungs, also ich denke, fast alle Jungs interessieren sich jetzt nicht so für Schminke. Und vielleicht schon für Pferde, aber ich denke auch nicht so viele, die jetzt reiten oder so. [...] Oder zum Beispiel Tanzen, Ballettanzen oder so. Ist es denke ich auch eher für Mädchen.“ (Pos. 655 ff.)

Außerdem kann es eine Rolle spielen, *wer* Interessengebiete vermittelt. So formuliert Meret klar, dass sie aufgrund ihres eigenen Mädchenseins kein Interesse an Videos von Jungen hat. Sie geht dabei zwar davon aus, dass Jungs sich sowieso mit anderen Inhalten



beschäftigen als Mädchen, aber selbst bei denselben Inhalten würde sie ausschließlich Videos von Mädchen ansehen. Ein Turnvideo von einem Jungen würde sie entsprechend auch eher nicht anklicken, obwohl sie sich grundsätzlich sehr für diesen Bereich interessiert, dazu beispielsweise Videos von *Mavie Noelle* ansieht und selbst gern turnt. Auch Frida interessiert sich bei vielen Themen im Zweifel stärker für die Perspektive von Mädchen. Besonders beeindruckt ist auch sie von der Lebensweise von *Mavie Noelle*: „Dass sie jeden Tag es schafft, jeden Tag eine, zwei Stunden Sport zu machen. Das finde ich schon sehr beeindruckend, weil das ist bestimmt sehr anstrengend. Ich mache vielleicht so vier Mal in der Woche Sport, dann ungefähr eine halbe Stunde, Stunde. Das finde ich zum Beispiel sehr beeindruckend. Oder zum Beispiel [...], dass sie sehr, sehr gesund lebt“ (Pos. 504). Auch die Rezepte von *Mavie Noelle* schaut sie sich gern an: „[Z]um Beispiel Nicecream, das ist Bananen und Joghurt und das mixt man und stellt man in das Eisfach und dann ist keine Icecream, sondern Nicecream. Weil es halt [...] gesund ist, aber die Konsistenz von Eis hat“ (Pos. 511). An dieser Stelle treten verschiedene Aspekte zutage. Zum einen muss festgehalten werden, wie stark sich bereits das noch sehr junge Mädchen Frida an einem Leistungs-, Fitness- und Gesundheitsdiskurs orientiert, der sich durch gesellschaftliche Prozesse hin zu einer Individualisierung etabliert hat und einem neoliberalen Geist der Selbstoptimierung folgt. Zum anderen wird deutlich, dass auch bei ähnlichen oder denselben Themen die Perspektive von Mädchen für Mädchen mehr von Interesse sein kann als die von Jungen. Dabei kann es eine Rolle spielen, dass Mädchen aufgrund ihrer Sozialisation und ihrer Erfahrungen einen ähnlichen Interpretationshintergrund entwickeln und eine ähnliche Sicht auf die Welt. Somit kann eine Einschätzung durch ein anderes Mädchen eventuell mehr Orientierungspunkte bieten, beispielsweise um sich eine eigene Meinung zu bilden und entsprechend zu handeln. Zum anderen bleibt die Rezipientin stärker abgesichert, wenn sie sich an der Einschätzung eines anderen Mädchens orientiert. Gegebenenfalls werden Mädchen bei bestimmten Themen auch schlicht für kompetenter gehalten als Jungen, gegebenenfalls treten aber auch bei den einzelnen Rezipient*innen aufgrund diskursiver Zuschreibungen an verschiedene Geschlechter entsprechende (inhaltliche) Erwartungen auf. Letzteres wird etwa bei Lernvideos offensichtlich, bei denen Meret plötzlich eine Ausnahme formuliert: Dort „macht es mir jetzt nichts aus, wenn halt da ein Mann steht und das an der Tafel erklärt oder so“ (Pos. 310). In diese Richtung ist auch die inhaltliche Ausrichtung von Frida zu deuten, wenn sie sich beispielsweise ernstere Inhalte auch gern von Männern ansieht. Diese Aussagen lassen unterschiedliche Interpretationen zu. Einerseits ist der Schluss möglich, dass die beiden Teilnehmerinnen davon ausgehen, dass es zu objektivem Wissen keine unterschiedlichen (geschlechtlich geprägten) Perspektiven geben kann und es entsprechend keine Rolle spielt, wer die Inhalte vermittelt. Andererseits kann auch ein Bild des Wissen vermittelnden und in der Öffentlichkeit stehenden Mannes implizit eine Rolle spielen. Inwiefern Frauen bei bestimmten Inhalten also einerseits als kompetenter wahrgenommen werden, bei anderen Inhalten aber indirekt eine

Abwertung qua ihres Geschlechts erfahren, bleibt diskussionswürdig. Dass sich Frida und Meret stark an der geschlechterstereotypisierten Praxis ihres Umfelds orientieren, wenn es um Geschlechtsmerkmale und -rollen geht, wird in jedem Fall deutlich.

Anders stellt sich die Darstellung bei der *Gaming-Gruppe P* dar. Zum einen wird dort formuliert, dass es keinen Unterschied macht, welche Person den jeweiligen Inhalt erstellt, zum anderen wird zusätzlich reflektiert, aus welchen Gründen die Gruppenmitglieder dennoch häufig vor allem Inhalte von Männern rezipieren. So geht beispielsweise Tom davon aus, er würde dem Account von *Rezo* auch dann folgen, wenn er von einer Frau gemacht würde, da es ihm grundsätzlich um den Inhalt gehe, den Personen erstellen: „Also zum Beispiel // die Zerstörungsvideos¹⁸ würde ich jetzt auch gucken, wenn es irgendwie eine Frau gemacht hätte oder so“ (Pos. 255). Er stellt aber gleichzeitig mit einem Blick auf seine Abonnements fest, dass er insgesamt nur relativ wenigen weiblichen Personen folgt. Er überlegt, dass dies unter anderem auch am Algorithmus der Plattform liegen könnte, der ihm nur wenige Accounts von Frauen vorschlägt. Gleichzeitig denkt er aber auch, dass Frauen seltener Inhalte produzieren, für die er sich interessiert: „Aber was auch sein kann, ist, dass die einfach nicht direkt den Content machen, den ich halt auf YouTube gucke so. Also es kann auch sein, dass es viele Frauen und Mädchen gibt, die auch Kategorie Gaming oder sonstige Sachen machen, aber die da auch einfach nicht direkt die Sparte treffen so“ (Pos. 278). Auch Andy ist es grundsätzlich egal, welches Geschlecht die Personen haben, denen er folgt. Er stellt aber ebenfalls fest, dass die Inhalte, die er verfolgt – insbesondere im Bereich Gaming (*Minecraft*) – in aller Regel nicht von Frauen erstellt werden. Ihm fallen ad hoc nur zwei Gaming-YouTuberinnen ein, denen er folgt:

„Und das wären dann *AwesomeElina* und so eine, da weiß ich aber jetzt aktuell den Namen nicht, die streamt halt englisch quasi. Ja. Und sonst wäre mir das eigentlich ehrlich gesagt egal, aber ist da dann halt schwierig, wenn es da dann nicht so die Content-Macher gibt, die das dann halt machen. Weil bei manchen Sachen, gibt es dann halt auch keine Mädchen, die das machen, oder Frauen.“ (Pos. 264)

Warum Frauen tendenziell weniger im Gaming-Bereich auf YouTube produzieren, weiß Andy nicht; er denkt, dass sie eher andere Inhalte erstellen. Tom und Andy schildern an dieser Stelle Eindrücke, die sich mit Statistiken decken. Wenngleich viele Mädchen und Frauen

18 Tom bezieht sich hier auf eine Reihe von Videos, die auf dem Kanal *Renzo* veröffentlicht wurden, um sich kritisch mit gesellschaftspolitischen Themen auseinanderzusetzen. Das erste Video dieser Art erschien am 18.05.2019 unter dem Titel „Die Zerstörung der CDU“ (<https://www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ>, zuletzt geprüft am 18.08.2022).

aktiv im Gaming-Bereich unterwegs sind, ist das Feld insgesamt und vor allem auch in seiner (professionellen) Wahrnehmung nach außen männlich geprägt. So hält Sabine Hahn fest, dass fast die Hälfte aller Gamer*innen weiblich ist (vgl. Hahn 2017, S. 69), Dmitri Williams et al. erarbeiten wiederum, dass Gaming allgemein als männliche Domäne wahrgenommen wird (vgl. Williams et al. 2009, S. 700 ff.). Danielle Kelly et al. stellen darüber hinaus dar, dass Frauen in der Gaming-Szene als weniger kompetent wahrgenommen werden (vgl. Kelly et al. 2022).

Robert nimmt noch eine weitere, stärker interessenbezogene Perspektive in den Blick: Er geht davon aus, dass er und die anderen Gruppenteilnehmer „eher jungsspezifische Spiele spielen, wie *Minecraft* oder Ego-Shooter oder so“ (Pos. 268), es daneben aber viele weitere Spiele mit anderen Inhalten gebe, von denen sich Mädchen eventuell mehr angesprochen fühlten. Allerdings stimmt er zu, dass auf den großen Social-Media-Plattformen mehr Gaming-Inhalte von männlichen Personen eingestellt werden:

„Aber es gibt ja auch viele andere Spiele, zum Beispiel Animal Crossing oder es gibt ja auch so Anime-Spiele, wo man halt einfach in einer Welt rumläuft. Und ich glaube auch, dass *Zelda* ganz viele Mädchen spielen. Und also es gibt durchaus auch viele Mädchen, die Videospiele spielen, aber wenn man jetzt zum Beispiel auf Twitch oder auf YouTube guckt, gibt es mehr Gaming-Videos von männlichen Personen wie von Frauen.“ (Pos. 268)

Zu seinen Ausführungen zu geschlechtsspezifischen Interessen ergänzt er: „Also natürlich ist es nur ein Mythos“ (Pos. 270) – es sei ein Mythos, dass von ‚jungsspezifischen Spielen‘ oder ‚jungsspezifischen‘ Hobbys ausgegangen wird, wie beispielsweise *FIFA*, da ebenso Frauen gern Fußball spielten: „[I]ch will halt damit ausdrücken, dass das solche Spiele sind, die halt dann von den Statistiken her mehr Jungs gefallen als Mädchen“ (ebd.). Umgekehrt führt er auf, gebe es auch Jungen, die sich beispielsweise für „Putzspiele und Fürsorgespiele, wo man dann halt zum Beispiel sich um ein Baby kümmern muss oder so“ (Pos. 272) interessieren würden – sich selbst zählt er nicht dazu –, in der Tendenz spielten aber Jungen lieber Spiele wie beispielsweise *Fortnite* oder *Minecraft*. Ein komplexer Aspekt, über Geschlecht und seine Relevanz in der Welt zu sprechen, tritt an dieser Stelle deutlich zutage. Einerseits spricht Robert selbst von einem ‚Mythos‘, wenn es um geschlechtsspezifische Interessen geht. Andererseits verfestigt er mit seinen Ausführungen wiederum ebenjenen Mythos, wenn er Putz- und Kümmerspiele als Beispiele für Interessengebiete aufführt, die er zuvorderst Mädchen zuschreibt. Wo ihm also eine gesellschaftliche Konstruktion geschlechtlicher Zuschreibungen bewusst ist, kommt er trotzdem nicht umhin, ebenjene Zuschreibungen selbst zu tätigen. Ähnlich verhält es sich auch bei der Argumentation

von Andy, der ebenfalls davon ausgeht, dass es im Gamingbereich unterschiedliche Zielgruppen gibt und beispielsweise *Minecraft* entsprechend von weniger, aber auch von Mädchen gespielt würde. Dabei überlegt er, warum dies eigentlich der Fall ist, da das Spiel an sich „nicht geschlechtsspezifisch mit irgendwie schießen oder so“ (Pos. 274) ist. Wo einerseits also ein Bewusstsein herrscht, dass ebenso Mädchen beispielsweise *Minecraft* spielen, herrscht andererseits die Annahme, dass Mädchen *aufgrund ihres Geschlechts* kein Interesse an Schießen hätten.

„Er sah schon wirklich, wirklich aus wie eine Frau“: (Un)Eindeutigkeiten

So eindeutig die Teilnehmenden der verschiedenen Gruppe teilweise über geschlechtliche Zuordnungen sprechen, so uneindeutig werden sie an anderer Stelle, wenn einzelne Merkmale oder das gesamte Erscheinungsbild von Personen im Ganzen nicht in das binäre Schema passen. Ein häufiges Mittel der Wahl ist es dann, ebenjene Personen in ein bestehendes Schema einzupassen. Deutlich wird entsprechend, dass immer wieder der Versuch unternommen wird, Einzelnen klar eines der binären Geschlechter zuzuweisen; nur hin und wieder wird in Betracht gezogen, dass sich Menschen selbst gegebenenfalls nicht eindeutig einem dieser beiden Geschlechter zuordnen können oder möchten. Der Umgang damit ist entsprechend unterschiedlich: Mal wird eine Entscheidung für eine eindeutige Zuordnung getroffen, anhand derer weitere Argumentationen erfolgen. Mal wird sprachlich changiert, um Unsicherheiten und Unwissen deutlich zu machen. Häufig fehlt entsprechendes Vokabular, um differenzierte Formulierungen und Beschreibungen zu finden. So wird beispielsweise häufig von ‚Transsexualität‘ gesprochen, wenn die Kinder und Jugendlichen Geschlecht und/oder Sexualität näher umschreiben möchten, wenngleich in ihren jeweilige Ausführung deutlich wird, dass sie den Begriff nicht immer zutreffend verwenden. Insgesamt zeigt sich: Wo sich für die Teilnehmenden Uneindeutigkeiten zeigen, wird verstärkt über eine geschlechtliche Wandelbarkeit und Diversität nachgedacht. Gleichzeitig wird deutlich, dass eine geschlechtliche Binarität grundsätzlich nicht infrage gestellt wird. Vielmehr werden uneindeutig gelesene Geschlechter neben den ‚eigentlichen‘ Geschlechtern als ‚etwas anderes‘ markiert. Diese als ‚anders‘ markierten Geschlechter, die ‚sein dürfen, wie sie wollen‘ und ‚lieben dürfen, wen sie wollen‘, stehen gleichsam ‚neben‘ dem unangetasteten binären Geschlechtermodell.

So wird beispielsweise in der *Gruppe I* von Lovis über *Marvyn Macnificent* abwechselnd von ‚sie‘ und ‚er‘ gesprochen. Lovis beschreibt *Marvyn Macnificent* als weiblich aussehend, aufgrund von viel Make-up und einem Kleidungsstück, das ein Kleid sein könnte. Die Hose, von der *Marvyn Macnificent* in seinem angeführten Zitat selbst spricht, ist für sie allerdings männlich konnotiert. Ähnlich formuliert die Teilnehmerin eigene Unsicherheiten bezüglich der geschlechtlichen Zuordnung von



Riccardo Simonetti, wobei sie sich auch hier in einem binären Beschreibungssystem bewegt und mit optischen Merkmalen changierend darüber nachdenkt: „Ich weiß nicht, weil ich glaube, das ist eine Sie und sie hat einen Bart oder ist ein Er mit langen Haaren“ (Pos. 121). Auch Julie nutzt den abwechselnden Sprachgebrauch, um mit eigenen Unklarheiten bezüglich der geschlechtlichen Einordnung von *Marvyn Macnificents* Person umzugehen: „Und ich würde mir eher denken, dass es der Letzte oder die Letzte ist. Also der, ich weiß nicht, die?“ (Pos. 109). Dora tendiert ebenfalls dazu, *Marvyn Macnificent* als Frau zu sehen, wobei sie nicht konkretisieren kann, woran sie das festmacht. Charlotte wiederum kann an verschiedenen Aspekten deutlich machen, woran sie eine geschlechtliche Zuordnung festmacht. Während weiterhin ein abwechselnder Sprachgebrauch verwendet wird, springt sie innerhalb eines Diskurses um Natürlichkeit von Gesichtszügen über Make-up bis hin zu operativen Eingriffen, wobei sie die Unterschiede zwischen diesen dreien für sich jeweils gut trennen kann:

„Also ich denke bei den letzten beiden dieser oder diese, was weiß ich, *Riccardo Simonetti*, also da finde ich, also der oder die ist ja geschminkt auf jeden Fall, deswegen sehen die Augen ein bisschen mehr nach einer Frau aus, aber das liegt wahrscheinlich nur an der Schminke. Und also, ich finde, die Gesichtszüge sehen eher aus wie bei einem Mann, also so die Wangenknochen und so. Und bei der oder dem *Marvyn Macnificent* da, der oder die sieht auf jeden Fall eher aus wie eine Frau von den Gesichtszügen. Aber man sieht auch, dass er oder sie sehr, sehr viele Schönheitsoperationen im Gesicht hatte. Also das sieht halt überhaupt nicht natürlich aus und deswegen kann man es da nicht genau sagen. Also es könnte eine Frau sein mit vielen Schönheitsoperationen oder ein Mann, also kann man nicht genau sagen.“ (Pos. 294)

Für Frida aus *Gruppe S* hingegen ist klar, dass *Riccardo Simonetti* ein Mann ist, wobei er ‚anders aussieht als andere Männer‘. Sie schätzt *Riccardo Simonetti* entsprechend selbstbewusst ein, weil er sich auf diese Weise im Internet präsentiert. Mit Blick auf seine in seinem Zitat erklärte Homosexualität formuliert sie: „[E]s ist ja nicht schlimm, [...] weil jeder kann ja lieben, was er will“ (Pos. 179). Und auch wenn es kein Muss sei, so fände sie es doch wichtig, wenn sich Menschen outen, weil „jeder darf so sein, wie er will“ (Pos. 214). Ihre Gesprächspartnerin Meret ergänzt: „Und man muss sich nicht dafür schämen“ (Pos. 215). Auch *Gruppe P* stellt verschiedene Vermutungen auf. So meint etwa Andy, *Riccardo Simonetti* als

Mann zu erkennen, der sich als Frau verkleidet. Peter wiederum formuliert, „[d]er ist ja irgendwie Mann und Frau [...] gleichzeitig“ (Pos. 154). Es gäbe zwar auch Frauenbärte, diese seien dann aber nicht so intensiv ausgeprägt wie bei *Simonetti*. Außerdem sei das Gesicht geformt wie bei einem Mann. Tom hingegen geht davon aus, dass *Simonetti* ein trans* Mann ist. Bei *Marvyn Macnificent* wird die Geschlechtszugehörigkeit in dieser Gruppe – im Gegensatz zu den anderen Gruppen – nicht infrage gestellt. Entsprechend entstehen für die Teilnehmenden selbst keine Uneindeutigkeiten, allerdings entspricht ihre Zuordnung nicht der Selbstbeschreibung von *Marvyn Macnificent*: Alle aus der Gruppe, die sich zur Person äußern, ordnen ihn als Frau ein. Für Robert klingt allein der Name schon weiblich. Außerdem entspräche das Äußere von *Marvyn Macnificent* einer Frau, „weil die sieht jetzt in dem Fall sehr geschminkt aus und auch sehr gestylt und alles [...]“ (Pos. 191). Ein Bezug zu Transsexualität wird auch in *Gruppe I* hergestellt: Julie formuliert, dass es Menschen gibt, die „halt irgendwie transsexuell sind oder so“ (Pos. 297). Dabei nennt sie Herausforderungen, vor die transsexuelle Menschen gestellt werden können:

„[D]ie wollen das halt zeigen, dass sie halt beweisen, die das nicht interessiert, was andere über sie denken, die wollen halt zeigen, dass sie das halt sind und nichts daran das halt ändern kann. Aber es könnten auch welche sein, die haben Angst, wie sie behandelt werden, wenn sie halt ihr echtes Ich zeigen würden, halt vom Aussehen her, vielleicht vom Charakter. [...] weil es ist ja auch schwierig, dass manche sich halt zurechtfinden, ne, wenn sie halt ihre Sexualität ändern, oder so könnte ich mir schon vorstellen, dass es schwierig ist auch Freunde, weil man wird ja auch ausgeschlossen von anderen.“ (ebd.)

Augenscheinlich herrscht ein Bewusstsein dafür, mit welchen Schwierigkeiten trans* Menschen in ihrer Umgebung konfrontiert werden können. Gleichzeitig tritt nach wie vor ein Othering (vgl. Kapitel *Hintergründe zu Historie und Geschlechtertheorie*) einzelner Personen, eine Herausstellung eines ‚Anderen‘ neben etwas ‚Eigentlichem‘, ‚Normalem‘ hervor. In Bezug auf Transsexualität führt Alma aus der *Gruppe F* wiederum an, dass das Geschlecht einer Person keine Rolle spielt, weil Menschen auch transgender sein könnten, ohne dies nach außen zu kommunizieren. So wäre es beispielsweise denkbar, dass eine Person in einem Frauenkörper geboren wurde, sich aber als Mann identifiziert: „Also [*Herr Anwalt*] hätte ja auch als Kind eine Frau sein können und jetzt ist er ein Mann und sagt es jetzt nicht“ (Pos. 403). Darüber hinaus wird allgemein an verschiedenen Stellen in unterschiedlichen Interviews deutlich, dass „trans“

häufig als Erklärung verwendet wird, wenn Uneindeutigkeiten bestehen oder aber Unwissenheit darüber, wie beispielsweise geschlechtliche Identifizierungen oder sexuelle Orientierungen benannt werden (können). So meint etwa Lovis aus *Gruppe I* im Anschluss an ihre Gesprächspartnerin: „Und [...] bei *Riccardo*, also da kann man es auch nicht wirklich richtig gut erkennen, ob es jetzt ein Mann oder eine Frau ist. Und ja, ich glaube, der will das nicht so ganz zeigen, also ob er jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist, sondern halt eher so eben trans“ (Pos. 305).

Einige der Teilnehmenden formulieren mit Blick auf ihre eigenen Unklarheiten insbesondere in Bezug auf *Riccardo Simonetti* und *Marvyn Macnificent*, dass es für sie durchaus von Interesse wäre, das Geschlecht der beiden zu erfahren, wenn auch aus verschiedenen Gründen. Betont wird immer wieder, dass die Perspektive der beiden selbst wichtig wäre, das heißt zu erfahren, wie sich *Riccardo Simonetti* und *Marvyn Macnificent* selbst identifizieren: „Ich würde es gerne wissen, wie die das sehen, also wenn sie zum Beispiel das so sehen, dass sie kein bestimmtes Geschlecht haben, dann okay, oder wenn sie sich als männlich sehen, okay, oder als weiblich. Aber ich mich interessiert es halt, wie die das sehen“ (Charlotte/Pos. 315). Lovis findet es wiederum in Ordnung, dass sie die beiden nicht direkt einem Geschlecht zuordnen kann. Es würde sie zwar auch interessieren, „[a]ber wenn man das jetzt nicht weiß, finde ich eigentlich das ganz normal, also ich würde halt die nicht so einteilen müssen“ (Pos. 313). Julie bemerkt vor allem auch die eigenen Hürden, die sich im Laufe des Interviews ergeben haben: „Also mich interessiert es auch, weil wir sitzen ja auch gerade so, also wir vier, rum und rätseln rum halt, welches Geschlecht die sind, und kommen ja auch die ganze Zeit nicht wirklich klar. Dass wir halt ‚er‘ oder ‚sie‘ zu denen sagen können“ (Pos. 319). Sie weiß auch, dass es Menschen gibt, die sich mit einem bestimmten Geschlecht identifizieren und entsprechend angesprochen werden möchten. Diese Perspektive stellt beispielsweise auch Paul aus *Gruppe E* heraus, dem es vor allem darum geht, über Personen mit dem richtigen Pronomen sprechen zu können beziehungsweise sie mit den passenden Attributen anzusprechen: „[W]eil so was kann halt sehr verletzend sein, wenn man das nicht richtig anspricht oder mit dem Dead Name oder so was anspricht“ (Pos. 407). Er bezieht sich dabei vor allem auf Personen, bei denen „es halt so nicht wirklich offensichtlich ist“ (Pos. 409). Gleichzeitig scheint es vereinzelt dennoch schwierig zu sein, das Wissen über andere im eigenen Sprachgebrauch entsprechend zu berücksichtigen. So berichtet etwa Frida aus *Gruppe S* von einer Reportage, die sie im Fernsehen über eine trans* Frau gesehen hat und die für sie nicht mehr als Mann zu erkennen gewesen sei: „Weil er sah schon wirklich, wirklich aus wie eine Frau“ (Pos. 372). Offenbar gibt es Abstufungen, wie sehr Menschen wie eine Frau auftreten können; sie können sich als Frau verkleiden oder aber *wirklich* wie eine Frau aussehen.



Zwischen Schutzbedarf und Authentizität: Aspekte der Selbstdarstellung

Über den Aspekt der Selbstdarstellung auf Social-Media-Plattformen, also die Darstellung der eigenen Person, wurde mit den verschiedenen Gruppen unterschiedlich intensiv gesprochen. Teilweise wurde der Aspekt vertieft thematisiert, teilweise kaum oder sogar nicht diskutiert. Neben zeitlichen Gründen ist dabei auch die jeweilige Altersspanne relevant: Ältere Teilnehmende haben tendenziell mehr Ideen dazu, was ihnen bei ihrer Selbstdarstellung wichtig ist als jüngere – teilweise pflegen die Jugendlichen auch eigene Accounts. Insgesamt wurde zu diesem Bereich aber im Konjunktiv gesprochen, das heißt, thematisiert wurden vor allem Fragestellungen, was den Teilnehmenden wichtig *wäre* und was sie gegebenenfalls tun *würden*. Deutlich wird dabei, dass vielen der Befragten die geschlechtliche Darstellung oder Benennung kein besonderes Anliegen ist; manche würden ihr Geschlecht nicht explizit kenntlich machen, andere würden sich einmal entsprechend vorstellen, wieder andere würden gegebenenfalls in ihrem Profil beispielsweise ein entsprechendes Symbol einfügen. In den Fokus möchte es keine*r der Teilnehmenden rücken. Einige gehen aber auch davon aus, dass andere sie geschlechtlich einordnen könnten, beispielsweise anhand ihrer Stimme. Insgesamt wird deutlich, dass den Befragten vor allem wichtig wäre, sich authentisch zu zeigen und nicht zu verstellen.



In Ansätzen kristallisieren sich in diesem Themenzusammenhang weitere Aspekte heraus. So scheint vielen der Teilnehmenden bewusst zu sein, dass andere sich durch eine falsche geschlechtliche Ansprache verletzt fühlen, weswegen die Sichtbarmachung des eigenen Geschlechts gegebenenfalls hilfreich sein könnte. Daneben steht für viele der eigene Schutzbedarf insbesondere bis zu einem gewissen Alter im Vordergrund, weswegen das Hochladen von Bildern der eigenen Person häufig ausgeschlossen wird, und auch die Tatsache, dass insbesondere Mädchen und Frauen vermehrt mit Hatespeech und Cybermobbing konfrontiert werden, ist einigen der Befragten bewusst.

Regina aus der *Gruppe F* meint, dass sie über sich selbst vor allem interessenbezogen schreiben würde – dass sie gern kocht, warum sie gern kocht und dass auf ihrem Account Kochvideos zu finden sind. In kurzen Angaben über sich selbst würde sie außerdem ihren Spitznamen vermerken und gegebenenfalls ihre Accounts auf anderen Plattformen. Ihr Alter und ihren echten Namen möchte sie nicht kommunizieren, „[w]eil es geht ja eigentlich nur mich an“ (Pos. 479). Dass sie ein Mädchen ist, würde sie aber benennen – entweder würde sie es aufschreiben oder ein entsprechendes Symbol verwenden: „[E]s gibt ja solche Zeichen für männlich oder weiblich“ (Pos. 489). Vermutlich würde sie sich außerdem in einem ersten Video vorstellen und dann auch etwas zu ihrem Geschlecht sagen. Benedetta (10) pflichtet bei und hebt den Aspekt hervor, dass sie ihr Geschlecht ebenfalls kommunizieren würde, weil sie vor allem davon ausgeht, dass andere daran interessiert sind. Auch Paul aus der *Gruppe E* findet es für seine eigene Darstellung wichtig, dass Menschen für ihn das richtige Pronomen verwenden können. Entsprechend würde er auf seinem Profil sein Pronomen nennen. Das heißt, hier geht es weniger um ein Bedürfnis, die eigene Geschlechtszugehörigkeit zu präsentieren oder gar in den Mittelpunkt zu rücken, sondern vor allem um die Perspektive auf und von andere(n): Das Geschlecht ist wichtig, weil andere daran interessiert sind. Dies zielt in eine ähnliche Richtung wie der bereits im vorherigen Kapitel „*Er sah schon wirklich, wirklich aus wie eine Frau.*“ (Un)Eindeutigkeiten behandelte Aspekt: Hier hat ebenfalls Paul bereits hervorgehoben, dass das Verwenden eines falschen Pronomens für andere verletzend werden kann. Ergo ist es wichtig zu wissen, wie eine andere Person sich identifiziert, um die entsprechende Ansprache zu verwenden.



Die *Gruppe P* hat diesbezüglich eine andere Herangehensweise. Robert beispielsweise weiß, hätte er einen eigenen Account, würde er niemals von Beginn an sein Gesicht öffentlich machen. Er zieht in Erwägung, sich selbst ab einer gewissen Zahl an Abonnierenden zu zeigen (was er gleichsam als eine Art Werbeauftrag formuliert): „Also ich würde dann halt irgendwie sagen, ja, Jungs, und bei einer Million Abonnenten zeige ich zum ersten Mal mein Gesicht oder so“ (Pos. 335). Grundsätzlich stehen für ihn aber negative Momente im Vordergrund, die ein eigenes Foto mit sich bringen könnten, „dass man dann halt extrem doof oder so dargestellt wird von halt Hatern oder so. Und so was würde ich halt auf keinen Fall wollen“ (ebd.). Sich als Junge zu präsentieren beziehungsweise deutlich zu machen, welchem Geschlecht er sich zugehörig fühlt, wäre für ihn jedoch wichtig. Dabei geht es ihm nicht darum, direkt formulieren zu müssen, dass er ein Junge ist; er geht aber beispielsweise davon aus, dass sich Zuschauer*innen dies allein aufgrund seiner Stimme/Tonlage denken können. Für Peter steht ebenfalls fest, sich mindestens vorläufig erst einmal nur mit seiner Stimme zu präsentieren. Für ihn spielt dabei auch sein Alter eine Rolle: Frühestens mit 16 Jahren würde er sich auch mit seinem Gesicht zeigen wollen. Auch bei ihm wird ein Schutzbedarf, den er für sich selbst erkennt, an dieser Stelle klar erkennbar. Auch er würde nicht proaktiv formulieren, dass er ein Junge ist, geht aber auch davon aus, dass es an seiner Stimme zu erkennen wäre. In seinem Podcast hat er bisher noch nie aktiv formuliert, dass er ein Junge ist, allein aufgrund seines Vornamens denkt er aber, dass die Zuhörer*innen ihn entsprechend männlich verorten. Tom argumentiert auf einer themenbezogenen Ebene. Für ihn ist es abhängig von seinem Inhalt, ob er sich dabei selbst zeigt oder nicht:

„Und auch zeigen würde ich mich tatsächlich auch nur, wenn es jetzt in der Art von Content ist, die ich mache. Wenn ich irgendwie Erklärvideos machen würde, die aber nicht nur komplett am Computer animiert sind oder so, dann fände ich das persönlich jetzt eher überflüssig, dann zu sagen, ey, so sehe ich aus. Und dann bräuchte ich den Bereich ja gar nicht. Wenn ich jetzt so Vlogs machen würde, dann würde man vielleicht eher darüber nachdenken.“ (Pos. 339)

Dies wäre mehr von Belang, wenn er mit seinen Inhalten beispielsweise auch als Gast in anderen Videos aufträte – spätestens dann wäre es „hinderlich“ (Pos. 359), sich nicht zu zeigen, und „störend“ (Pos. 359), das eigene Gesicht durchgehend mit einem Avatar zu überblenden. Für den Fall, dass er bei anderen Accounts zu Gast wäre, wäre es ihm wichtig, er selbst zu sein und sich mit den eigenen Inhalten auszukennen: „[w]eil wenn ich jetzt irgendwie mich künstlich in eine Richtung bewege, dann kann es halt sehr

schnell sein, dass man das halt hart verkackt“ (Pos. 361). Als Frau würde er eventuell länger darüber nachdenken, wie und ob er sich zeigt, weil Frauen mehr Hass und Übergriffigkeit im Netz erfahren als Männer: „[W]eil man vielleicht als Frau auch mehr irgendwie Hate-Kommentare kriegt und eher sagt, boah, die ist voll hässlich, die ist voll fett, oder halt auch unangebrachte Kommentare im sexuellen Bereich so. Da würde ich es mir vielleicht eher überlegen so“ (Pos. 368). Ganz grundsätzlich würde er aber seine geschlechtliche/sexuelle Identität/Orientierung kenntlich machen – auch weil er davon ausgeht, dass Personen sich verletzt fühlen könnten, die nicht ihrer eigenen Identität entsprechend angesprochen werden: „Also ich würde es persönlich kenntlich machen, auch nicht den Leuten, ich sage mal, unter die Nase reiben, sondern halt aber schon klar sagen, also in meinem Fall zum Beispiel, das ist ein Mann, der ist um die 14 Jahre alt und der ist heterosexuell so. Wäre es zum Beispiel nicht so und mich würde dann vielleicht jemand darauf ansprechen, könnte es ja auch gut sein, dass man sich dann verletzt fühlt, wenn man dann sagt, du bist doch ein Mann, obwohl man sich eigentlich selber als Frau sieht so“ (Pos. 378). Für Andy wiederum geht es auch eher um die Follower*innenzahl oder um die Zahl der Aufrufe eines Videos, die erreicht sein müsste, um sich selbst zu zeigen, da er das grundsätzlich „schwierig“ (Pos. 348) findet. Er meint, sobald er tatsächlich berühmt wäre, könnte er sich sowieso nicht mehr verstecken und dann sei dieser Weg auch besser, als wenn Einzelne persönliche Bilder von Partys im Internet ausfindig machen. Bis dahin würde es aber niemanden interessieren, wie er aussieht. Auch ihm wäre es wichtig, sich authentisch darzustellen und keine „Fake-Identität“ (Pos. 372) zu kreieren. Insgesamt wird deutlich, dass die Teilnehmer der *Gruppe P* Selbstdarstellungen gern vermeiden möchte. Wo es sich aber nicht vermeiden ließe, spielt Authentizität für sie eine entscheidende Rolle.

Einen ähnlichen Umgang in Bezug auf Bilder von sich selbst würden auch die Teilnehmerinnen aus *Gruppe I* verfolgen. Darüber hinaus würden sie tendenziell selbst gar keine eigenen Beiträge verfassen. Sie haben hier vor allem Risiken und Gefahren im Blick. Charlotte würde beispielsweise auf Snapchat selbst überhaupt nichts posten. Dabei überlegt sie, dass es vor allem auch nicht notwendig wäre, sich selbst zu zeigen: „Man muss sich ja, wenn man nichts postet, eigentlich auch nicht irgendwie darstellen. Also man hat nur einen Namen und, wenn man will, ein Bild und mehr nicht“ (Pos. 220). Sie würde in Erwägung ziehen, ein Bild einzustellen, aber niemals von sich selbst. Wenn überhaupt, käme es für sie nur infrage, Bilder von sich hochzuladen, auf denen sie nicht direkt zu erkennen sei – beispielsweise im Sonnenuntergang am Meer. Grundsätzlich verwendet sie aber andere Bilder, wie etwa von ihrem Hund oder einer Blume. Julie würde ebenfalls nichts posten oder das eigene Gesicht zeigen. Alternativ würde sie online ein Bild suchen oder etwas malen: „[Z]um Beispiel wenn man ein Profilbild braucht, irgendwie ein Bild aus dem Internet nehmen, also zum Beispiel irgendwas oder was ich halt selbst mal gemalt habe, oder halt irgendwas,

was mir gefällt, halt jetzt als Hintergrund nehmen oder halt als Profilbild“ (Pos. 234). Ihr geht es dabei um Plattformen wie TikTok und Instagram, wobei sie die Gefahr des Cybermobbings in den Fokus rückt: „[W]enn man jetzt [...] halt sein Gesicht zeigen würde und dich irgendjemand entweder Bekanntes sieht, aber er dich halt nicht mag, könnte der ja auch anfangen, Cybermobbing zu beginnen oder irgendwas“ (Pos. 236). Lovis stützt sich auf die Ausführungen von Julia: Auch sie würde nicht ihr eigenes Bild beziehungsweise Bilder hochladen, auf denen sie in irgendeiner Form zu erkennen ist.

Mediale Bedingungen

Im Laufe der Forschungswerkstätten fallen immer wieder Äußerungen zu medialen Bedingungen ganz verschiedener Art sowie zu Inszenierungsformen. Die Teilnehmenden reflektieren dabei teilweise mehr, teilweise weniger, inwiefern verschiedene Inszenierungsformen, körperbezogene Veränderungen sowie beispielsweise Aspekte rund um technische Veränderungen möglich sind und auch umgesetzt werden. So setzen sich einige der Befragten verstärkt mit den informationstechnischen Bedingungen von Sozialen Medien auseinander, andere hinterfragen insbesondere die Inhalte, die sie rezipieren. Dabei wird einerseits ein individueller Druck formuliert, der etwa mit Blick auf (weibliche) Schönheitsideale auf Einzelnen lastet, andererseits wird deutlich, wie schwer es ist, sich jenem Druck zu entziehen.

Dies wurde insbesondere bei *Gruppe P* immer wieder deutlich, wenn etwa darüber nachgedacht wird, dass es auch an Plattformalgorithmen liegen könnte, dass weniger Kanäle von Frauen vorgeschlagen werden. Dass Geschlecht also auch technisch durch das eigene Nutzungsverhalten mit Blick auf Algorithmen (re)produziert wird, wird an dieser Stelle bedacht: Wo ein Algorithmus Inhalte, die ich ausgewählt habe, verstärkt anbietet und gleichzeitig andere Inhalte nicht (mehr) zeigt, kann auch eine vergeschlechtlichte Komponente deutlich werden. Darüber hinaus spricht die Gruppe unter anderem auch darüber, dass *Rezo* theoretisch auf technische Hilfsmittel, wie etwa einen Stimmenverzerrer zurückgreifen könne, oder dass einzelne Accounts auch aufgrund einer sehr hohen Abonnierendenzahl häufiger angezeigt werden (vgl. Kapitel „*Bei manchen Sachen gibt es halt auch keine Mädchen, die das machen*“: *Interessen*).

In *Gruppe S* erläutert Frida ihre Gedanken und ihr Wissen rund um Schönheitsideale und den Druck, der sich daraus für Einzelne ergeben kann. Sie weiß, dass beispielsweise Dicksein früher ein Kompliment war, und findet es schwierig, dass heute alle Menschen dünn sein wollen. Dabei denkt sie auch über ihre eigenen Bedürfnisse und Motivationen nach:

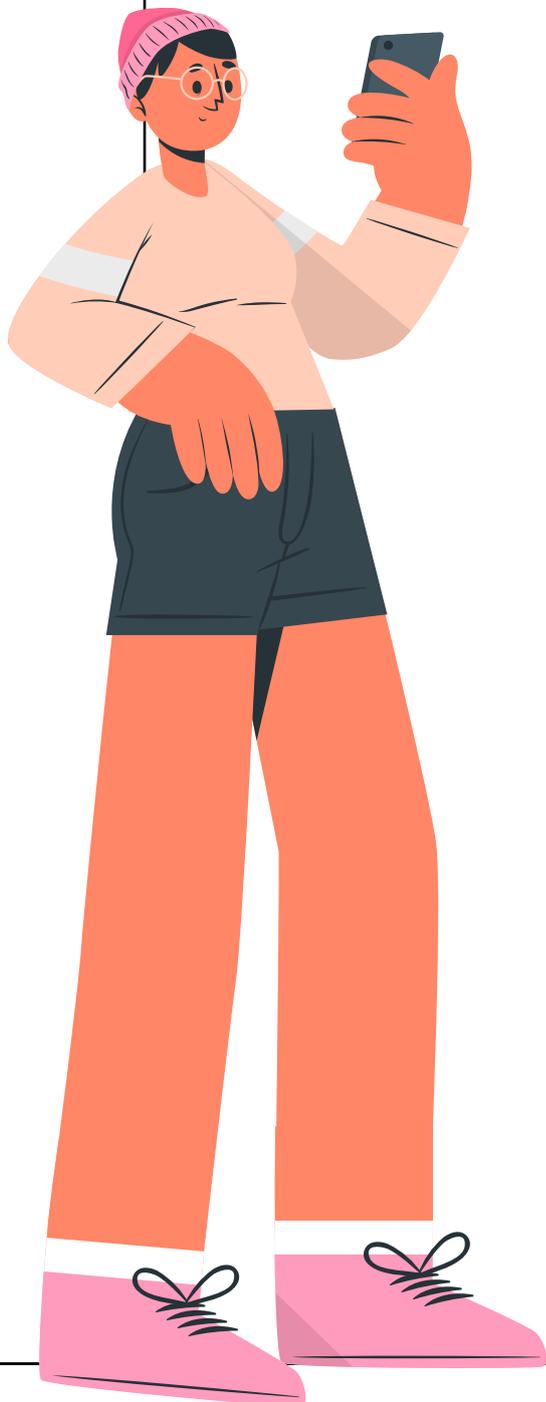
„[F]inde ich blöd, dass [...] alle da dünn sein wollen. Ich will auch dünn sein und ich fühle mich auch öfters mal viel zu dick und dann bin ich auch manchmal ganz unwohl in meiner Haut und dann schaue ich mir diese Bilder an. Und dann vergesse ich immer, dass die schon Tausende von Schönheits-OPen hatten. [...] Und bearbeitet wurden und diese ganzen Bilder [...] schön gemacht worden, wie die Schönheitsideale sind.“ (Frida/Pos. 404 ff.)

Wie internalisiert Diskurse etwa rund um Aussehen und Schönheit sind, wird an diesem Beispiel deutlich. Einerseits ist sich Frida durchaus bewusst, dass mediale Darstellungen häufig nicht der Realität entsprechen und Bilder von Menschen, die als ‚schön‘ gelten, oft bearbeitet wurden. Manchmal lassen sie sich sogar operieren, um den medialen Schönheitsidealen nahezukommen. Andererseits ist es ihr trotzdem nicht möglich, sich von eben diesen Idealen loszusagen und freizumachen. Dabei stellt sie fest, dass Schönheitsoperationen wohl weniger der Selbstakzeptanz helfen, sondern eher dazu „da [sind], um anderen zu gefallen“ (Pos. 536). Von dem Kanal *Kim Young* weiß Frida außerdem einiges über Filterfunktionen und Inszenierungen. So hätte *Kim Young* beispielsweise erklärt, dass Cremes gegen Pickel aus der Werbung nicht helfen. Außerdem zeige sie auf ihrem Kanal unbearbeitete Fotos, die sie bearbeiteten Bildern gegenüberstellt. Frida findet es grundsätzlich schwierig, dass Menschen sich anders zeigen (möchten), als sie eigentlich aussehen, und sich dadurch auch andere unter Druck gesetzt fühlen, bestimmten Idealen nachzueifern. Sie ist der Meinung, wenn Menschen ihre Bilder bearbeiten, müssten sie dies zumindest kenntlich und transparent nach außen kommunizieren. Sie ist sich dabei sicher, dass nur Frauen ihre Bilder bearbeiten, weil diese allgemein mehr Inhalte von sich ins Internet stellen:

„Stimmt, ich habe noch nie ein Foto gesehen, wo ein Mann sich bearbeitet hat. Wirklich noch nie. [...] Weil, zum Beispiel man sieht es schon, wenn man es bearbeitet, weil dann ist zum Beispiel eine kleine Delle im Foto oder wenn zum Beispiel eine karierte Wand hinter ist, dann sind diese karierten Linien nicht ganz richtig und wenn man sich so Fotos / Oder zum Beispiel in Videos, kann man ja schlecht bearbeiten.“ (Pos. 421 ff.)

Meret pflichtet bei: Auch sie habe noch nie bearbeitete Inhalte von Männern gesehen. Frida führt das auch darauf zurück, dass Jungen allgemein mehr Selbstbewusstsein hätten als Mädchen und sich deswegen für ihr Aussehen weniger schämen würden – wenngleich auch sie Schönheitsidealen unterliegen. Dass Frida als TikTok-Nutzerin

nicht im Blick hat, dass dort sogar sehr niederschwellig Filter auch für Videos verwendet werden können, ist an sich bemerkenswert. Noch bemerkenswerter ist die geschlechtsspezifische Komponente, die in diesem Kontext deutlich wird. Bei der Idee, dass nur Frauen überhaupt Filter und Bildbearbeitungsmöglichkeiten verwenden, wird die Verknüpfung von Schönheit und Weiblichkeit deutlich sowie der höhere Druck, dem Frauen in Bezug auf Schönheitsideale ausgesetzt sind. Trotz Relativierung – auch Männer unterliegen Schönheitsidealen – beruft sich Frida letztlich nur auf Frauen, die an sich, ihren Körpern und ihren Bildern arbeiten (müssen), um einem gesellschaftlichen Ideal zu entsprechen. Eine Begründung darüber hinaus, die darauf abzielt, dass Männer dies auch aufgrund ihres Selbstbewusstseins weniger tun müssten, zielt auf eine naturalistische Perspektive auf (ein binäres Verständnis von) Geschlecht ab. So sehr ein eigenes Bewusstsein über bestehende Ideale existiert und Ideen darüber, was das auch mit der eigenen Person macht, so sehr werden teilweise wiederum naturalistische Fehlschlüsse gezogen.



Zusammenfassung und Einordnung

Die Begleitstudie ist als qualitative, explorative Forschung angelegt, um erkundend Wissen und Haltungen von Kindern und Jugendlichen zu Aspekten rund um Geschlecht und Social Media zu erfassen. Leitende Forschungsfragen sind dabei, anhand welcher Merkmale Kinder und Jugendliche Geschlecht beschreiben, inwiefern sie sich (kritisch) mit Geschlechterdarstellungen auseinandersetzen und welche Aspekte ihnen in ihren Selbstpräsentationen wichtig sind. 25 Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 16 Jahren haben im Rahmen von fünf Forschungswerkstätten an den Erhebungen teilgenommen, die aufgrund der Coronapandemie online stattgefunden haben. Die pandemischen Rahmenbedingungen stellten das vorliegende Vorhaben vor einige Herausforderungen. So gestaltete sich beispielsweise die Akquise für die Erhebungen deutlich schwieriger, weil Kinder und Jugendliche nur schwer angesprochen werden konnten. Letztlich wurden Teilnehmende teilweise über schulische Kontexte, teilweise über verbandliche Strukturen und teilweise über private Peer-Netzwerke erreicht. Dabei konnten keine alterssegregierten Erhebungsgruppen realisiert werden, wodurch eine Auswertung nach Altersgruppen nicht möglich war. Dennoch zeigen sich über die Gruppen hinweg relevante Momente und Muster, die im Folgenden zusammengefasst dargelegt werden.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass sich die befragten Kinder und Jugendlichen in ihren Nutzungsweisen und Interessengebieten stark unterscheiden – insbesondere auch mit Blick auf die Sozialen Medien. Während einige keinen konkreten Accounts folgen, ist es für andere von Belang, das medial dargestellte Leben bestimmter Personen aktiv zu verfolgen. Insgesamt steht eine interessen geleitete Nutzungsweise von Sozialen Medien im Vordergrund, das heißt, die Teilnehmenden bewegen sich vor allem mit Blick auf ihre jeweiligen Interessen durch die Plattformen, so zum Beispiel in Bezug auf Gaming, Malen, Kochen, Turnen und Kommunikation. Eigene Inhalte und Fotos versenden und teilen die Befragten vor allem über private Wege beziehungsweise über einen privaten Modus auf einzelnen Plattformen.

Es zeigt sich, dass die eigene Geschlechtsidentität der Teilnehmenden teilweise mit Nutzungsweisen und/oder Interessenschwerpunkten auf Social-Media-Plattformen korreliert. Männlich konnotierte Themengebiete, wie etwa Gaming, Technik und Politik, werden häufiger von Teilnehmenden genannt, die sich selbst als männlich bezeichnen. Kommunikation, die Anwendung verschiedener Filter/Linsen und allgemein der Bereich der Bildbearbeitung, das Erstellen von Bildern von sich selbst sowie Aspekte rund um Outfits, Kosmetik, die sogenannte Morgenroutine und („gesunde“) Rezepte werden häufiger von Teilnehmenden genannt, die sich als weiblich bezeichnen. Geschlecht wird von den Teilnehmenden manchmal als wenig relevant eingeordnet, manchmal wird aber auch klar formuliert, dass es eine Rolle spielt, etwa wenn sich Mädchen gern Inhalte anderer Mädchen ansehen, weil sie einen ähnlichen Sozialisationshintergrund haben. Dass an dieser Stelle auch ein geschlechtsbezogener ‚zero-level‘ und ein ‚second-level digital divide‘ greifen können, wird deutlich. Inwiefern ungleiche Nutzungsweisen selbst gewählt und inwiefern sie durch Programmierung, Code und Algorithmen forciert werden, muss fortlaufend diskutiert werden (vgl. Iske/Kutscher 2020; Verständig et al. 2016). Auffallend ist ferner, dass sich Teilnehmende sprachlich teilweise stark an den rezipierten Inhalten orientieren und etwa die Motivation äußern, (später) in eigenen Accounts im Sinne einer möglichst gesunden Lebensführung über Rezepte und Sport informieren zu wollen. Diese Ziele spiegeln einen neoliberalen Zeitgeist wider, der bereits bei sehr jungen Menschen Gedanken rund um die eigene Gesundheit, die eigene Fitness, das optimierende Arbeiten am eigenen Selbst zur Folge hat (vgl. Roth 2012). Soziale Medien können hier als Verstärker wirken, da die entsprechenden Kanäle genau jene Bilder zeichnen und vermitteln.



Fast alle der befragten Kinder und Jugendlichen entwickeln Assoziationen mit dem Begriff ‚Gender‘, wobei es manchen von ihnen schwerfällt, ihre Gedanken weiter auszuformulieren. Manchmal beziehen sie sich auf Sexualkunde, manchmal sprechen sie über ihren Deutschunterricht, weil sie vor allem an geschlechtersensible Sprache denken. Zum Teil wird aber auch auf Gespräche in der Familie und im Freund*innenkreis verwiesen. Die inhaltlichen Bezugspunkte sind dabei körperliche Merkmale, die geschlechtliche Identifizierung, die sexuelle Orientierung sowie die Auseinandersetzung mit Geschlechtergerechtigkeit und gendersensibler Sprache. Die einzelnen Gruppen unterscheiden sich stark hinsichtlich der Aspekte, die jeweils angesprochen werden. Nur wenige – es handelt sich dabei um die beiden Ältesten aus dem gesamten Sample – sprechen differenzierter etwa über verschiedene geschlechtliche Identifikationen und sexuelle Orientierungen. Insgesamt wird in den Ergebnissen auch ein gesamtgesellschaftlicher Diskurs widergespiegelt, der teilweise ähnlich diffus verläuft und in dem sich beispielsweise bezüglich geschlechtersensibler Sprache häufig ein verkürztes Verständnis der Thematik zeigt (vgl. Villa 2016).

Die Tiefe der Reflexion und der Umfang des jeweiligen Wissens zu den behandelten Themen sind bei den Teilnehmenden sehr unterschiedlich gelagert.

Die befragten Kinder und Jugendlichen machen Geschlecht grundsätzlich an verschiedenen Bezugspunkten fest, wobei ihre Einordnungen häufig einer naturalistischen Perspektive auf Geschlecht folgen.

Zum einen spielen körperliche (sichtbare) Merkmale eine entscheidende Rolle, wenn die Teilnehmenden etwa von ‚kurvigen Frauen‘ sprechen und Männern, die ‚eher eine V-Form‘ haben. Aber auch auf charakterliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern wird immer wieder verwiesen. Zum anderen ist das Äußere beziehungsweise das Erscheinungsbild von Personen für die Teilnehmenden relevant, um Aussagen zu einem Geschlecht treffen zu können. Wie ein Mensch aussieht, wie er sich kleidet und auch wie er (über sich) spricht, also das Tun und das Sprechen, geben nach Ansicht der Teilnehmenden entscheidende Hinweise auf das Geschlecht einer Person.

Auffällig ist der Aspekt der Stimme, der ausschließlich in einer Erhebung mit Gamern besonders hervorgehoben wird. Die Stimme von YouTuber*innen dient den Teilnehmenden hier offenbar als geschlechtszuweisendes Moment, weil sie sonst nur wenige oder gar keine Anhaltspunkte zu den jeweiligen Personen zur Verfügung haben.

Die Befragten der Forschungswerkstätten gehen davon aus, dass es auch einzelnen Personen selbst ein Anliegen ist, sich geschlechtlich zu inszenieren – **eine Art Konstruktionscharakter von Geschlecht scheint ihnen also in unterschiedlichem Maße bewusst zu sein.** So wird konkret benannt, dass manche Menschen als weiblich oder

männlich gelesen werden *wollen*. Weiblichsein wird dabei allerdings teilweise unterschiedlich gewertet. Obwohl *Julia Beautx* und *Marvyn Macnificent* (angeblich) beide weiblich gelesen werden wollen, ist die weibliche Lesart bei *Marvyn Macnificent* diskussionswürdig.

Außerdem werden gedankliche Grenzen bei den Teilnehmenden deutlich: Wenn für die Befragten einzelne Personen als eindeutig weiblich oder als eindeutig männlich gelesen werden können, sprechen sie ihnen tendenziell ab, sich ‚untypisch‘ zeigen zu können, und ein eindeutig gelesenes Geschlecht wird teilweise sehr eng und stereotyp gefasst. So könnte etwa *Cristiano Ronaldo* als eindeutig gelesener Mann sich nicht wie *Julia Beautx* mit Blumen auf einem weißen Laken präsentieren. **Zwar zeigen die Teilnehmenden einerseits überwiegend Offenheit für Veränderungen, um individuelle Freiheiten zuzulassen, andererseits wird es an dieser Stelle aber als Herausforderung empfunden, sich entsprechende Veränderungen vor Augen zu führen, weshalb schlussendlich an konventionellen Mustern festgehalten wird.** In diesem Zusammenhang sticht hervor, dass insbesondere Vorstellungen, wie Männer sich ‚typisch weiblich‘ inszenieren, nur schwer gedacht werden können und es beispielsweise ‚eher nicht passen würde‘, wenn auch Jungen Röcke tragen. Wenngleich immer wieder Aufweichungen geschlechtsspezifischer Standards erfolgen, ist es doch letztlich kein Zufall, dass sich diese Aufweichungen vor allem in die Richtung bewegen, dass Frauen sich an ‚männlichen‘ Erscheinungsformen orientieren (können): Mit Frausein und Mannsein sind auf struktureller Ebene Machtdynamiken verknüpft und damit einhergehend Auf- und Abwertungsprozesse von Männlichkeit und Weiblichkeit (vgl. Behm et al. 1999).

Darüber hinaus sind die Interessen und Aktivitäten als Bezugspunkte von Geschlecht für die Teilnehmenden von Relevanz, wobei sich auch hier Widersprüchlichkeiten zeigen. Wo einerseits von vielen der Teilnehmenden geäußert wird, dass Personen sich interessensspezifisch nicht an Geschlechterstereotype gebunden fühlen müssen, wird doch deutlich, dass die befragten Kinder und Jugendlichen selbst bei ihren Ausführungen teils deutlich stereotype Geschlechterzuschreibungen (re) produzieren. So werden einerseits etwa Inhalte rund um Kosmetik und Mode Frauen und Mädchen zugeschrieben, wobei diese Zuordnungen gleichzeitig auch verstärkt von den teilnehmenden Mädchen erfolgen, weil sie Inhalte dieser Art tendenziell häufiger konsumieren. Gleichzeitig erfolgen beispielweise Darstellungen zu Gaming-Inhalten und der zugehörigen Szene intensiviert von Jungen der teilnehmenden Gruppen, die sich teilweise einerseits (selbst)kritisch damit befassen, inwiefern sie hauptsächlich Inhalte anderer Jungen und Männer rezipieren, und Überlegungen dazu aufstellen, warum das Gaming-Feld auf Social-Media-Plattformen männlich geprägt ist. Andererseits werden mit verschiedenen Erklärungsansätzen wiederum geschlechtliche Zuschreibungen verfestigt, indem beispielsweise die Annahme formuliert wird, dass sich Mädchen eher für Spiele interessieren, in denen Fürsorge eine Rolle spielt. Darüber hinaus wird das eigene Geschlecht selbst teilweise als Begründung von den Teilnehmenden angeführt, bestimmte Inhalte zu konsumieren oder gerade nicht.

Die Teilnehmenden setzen sich in den Online- Forschungswerkstätten auch mit Accounts auseinander, die für sie zumindest auf den ersten Blick geschlechtlich uneindeutig bleiben. Dabei entwickeln sie unterschiedliche Strategien, damit verbal umzugehen. Häufig versuchen die Befragten, die entsprechenden Personen in das bestehende binäre Schema einzupassen und sie als weiblich oder männlich zu kennzeichnen. Hin und wieder beschreiben sie die Personen sowohl mit stereotyp weiblichen als auch mit stereotyp männlichen Attributen. Es wird deutlich, dass immer wieder der Versuch unternommen wird, die Betreffenden in ein binäres Muster einzuordnen. Nur selten ziehen einzelne Befragte in Betracht, dass sich Menschen gegebenenfalls selbst nicht eindeutig zuordnen können oder möchten. Dies sind in der Regel diejenigen Befragten, die auch mit Blick auf geschlechtliche Vielfalt und unterschiedliche sexuelle Orientierungen mehr zu sagen wussten als die anderen Teilnehmenden. Auch waren es in der Regel die Ältesten im gesamten Sample. Einige der Teilnehmenden changieren bei ihren Ausführungen sprachlich, um ihre Unsicherheiten und ihr Unwissen zu verdeutlichen: Sie switchen zwischen den Pronomen ‚sie‘ und ‚er‘ hin und her. Den meisten fehlt ein entsprechendes Vokabular, um differenzierte Formulierungen und Beschreibungen zu finden. So wird beispielsweise auch häufig von ‚Transsexualität‘ gesprochen, wenn Geschlechtsidentitäten und/oder die sexuelle Orientierung konkreter beschrieben werden sollten – unabhängig davon, ob der Begriff in diesem Zusammenhang der richtige ist. Im Zusammenhang mit Geschlechtsmerkmalen wurden häufig zudem Aspekte sexueller Orientierung thematisiert – entsprechend fließend gingen die Ausführungen hier ineinander über. Da Geschlechtsidentität und Sexualität eng verknüpft miteinander gedacht und verhandelt werden, ist es naheliegend, dass auch die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen auf diese Weise denken und sprechen. Sie können Bilder nur mit ihrem jeweiligen Vokabular beschreiben und eigene Unklarheiten verbal teilweise nicht ausdrücken.

Es wird insgesamt deutlich, dass die Teilnehmenden sich grundsätzlich wenig bis gar nicht mit geschlechtlichen Uneindeutigkeiten beziehungsweise mit uneindeutig gelesenen Accounts befassen und Unbenennbares häufig – und aufgrund fehlenden Vokabulars vielleicht auch notwendigerweise – in bestehende Normen überführt wird. Lediglich einer der 25 Teilnehmenden gibt zu erkennen, sowohl durch die Sozialen Medien als auch durch das persönliche Umfeld mit nicht binären Geschlechtsidentitäten vertraut zu sein. Es zeigt sich, dass die Teilnehmenden tendenziell verstärkt über Veränderbarkeit und Diversität nachdenken, wenn über uneindeutig gelesene Personen diskutiert wurde. Gleichzeitig kristallisiert sich aber heraus, dass diese Diskussionen eine grundsätzliche Geschlechterbinarität nicht infrage stellten. Uneindeutig gelesene Personen werden vielmehr neben den ‚eigentlichen‘ Geschlechtern als etwas ‚anderes‘ markiert. Für diese als ‚anders‘ gelesenen Geschlechter wird formuliert, sein zu können, wie sie wollen, und lieben zu können, wen sie wollen. Sie stehen gleichsam ‚neben‘ dem unangetasteten binären Geschlechtermodell, in dem Menschen wiederum häufig auch weniger Freiheiten zugesprochen

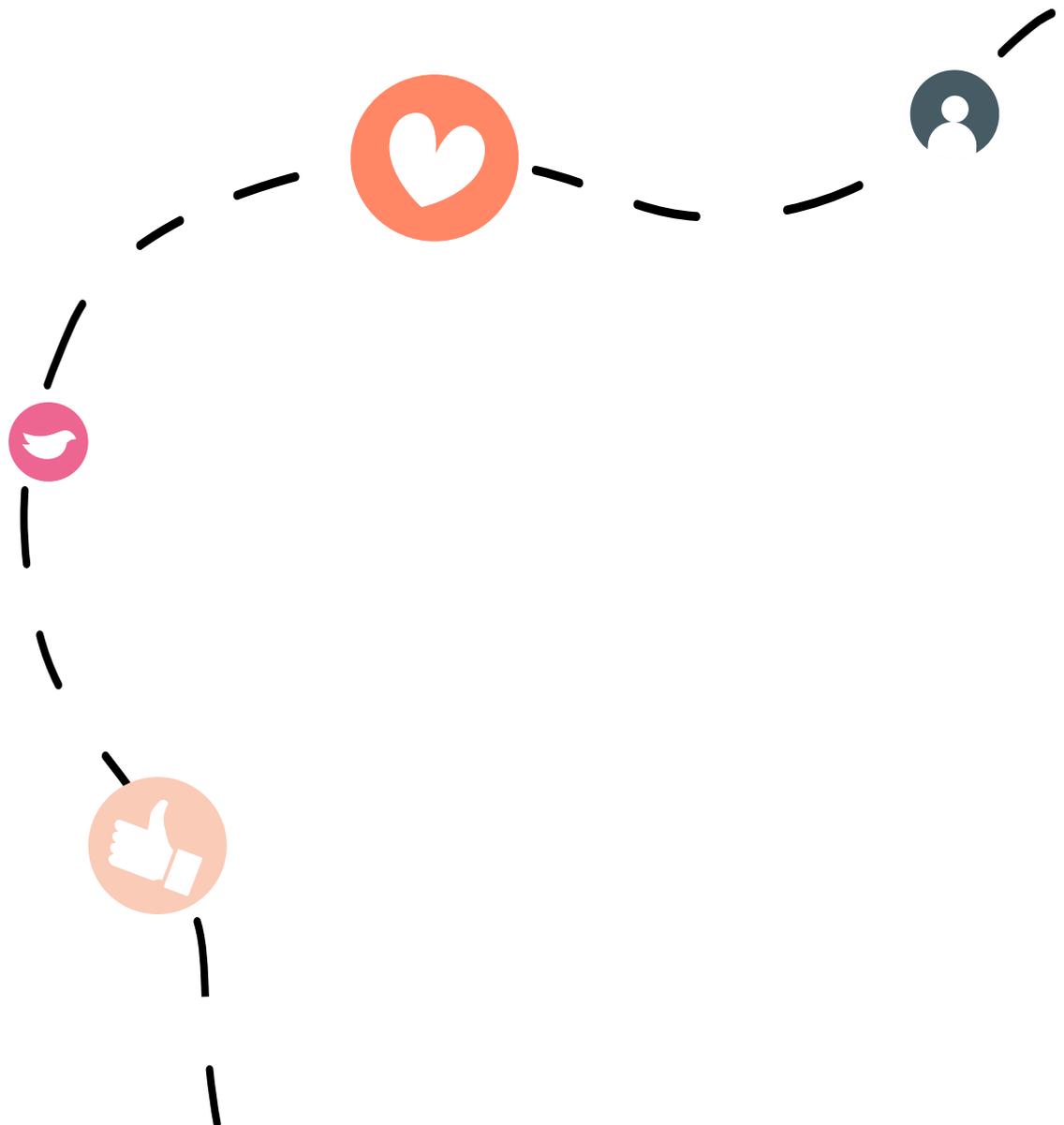
werden. Wenngleich Kinder und Jugendliche heute mit Aspekten rund um ‚Gender‘ durch verschiedene Kontexte in Berührung kommen und teilweise ein Bewusstsein dafür entwickelt haben, dass es Menschen gibt, die nicht eindeutig männlich oder weiblich gelesen werden können, existieren doch nach wie vor strikte Vorstellungen dazu, wie eine Frau und ein Mann zu sein und auszusehen haben. Demnach gibt es Menschen, die klar nach stereotypen Mustern einem Geschlecht zugeordnet werden (können) – und aus diesen Mustern sollten diese Menschen dann auch nicht ausbrechen –, und es gibt Menschen, die weniger eindeutig zugeordnet werden können und für die gleichsam andere ‚Regeln‘ beziehungsweise mehr Freiheiten gelten.

Der Aspekt des Ins-Gespräch-darüber-Kommens flammt bei verschiedenen Teilnehmenden in diesem Zusammenhang immer wieder auf, wenn sie ihr Anliegen formulieren, über die Geschlechtsidentität anderer Bescheid wissen zu wollen, um über sie mit dem korrekten Pronomen sprechen zu können. Dieses Anliegen gilt vornehmlich für Personen, die selbst nicht eindeutig gelesen werden können. In ihrer Selbstdarstellung ist/wäre es den Teilnehmenden wiederum unterschiedlich wichtig ist, die eigene geschlechtliche Identifikation zu benennen. Einzelne, die vertraut damit sind, dass sich Menschen durch eine falsche geschlechtliche Ansprache verletzt fühlen können, würden ihr Geschlecht beispielsweise in Form eines Symbols oder in der Nennung ihres Pronomens kenntlich machen. Für andere steht es nicht im Vordergrund, ihr Geschlecht explizit zu benennen. Viele gehen aber davon aus, dass Rezipierende es etwa an der Stimme oder auch am Äußeren erkennen könnten. Darüber hinaus stehen Privatsphäre und Schutzbedarf für die Teilnehmenden im Vordergrund. Viele posten gar nichts beziehungsweise würden nichts posten und wenn überhaupt, dann keine Bilder, auf denen sie zu erkennen wären. Dabei spielt es auch eine Rolle, dass vielen Befragten bewusst ist, dass insbesondere Mädchen und Frauen immer wieder mit Hass im Netz konfrontiert werden. Wo sich die Teilnehmenden mit ihrem Gesicht zu erkennen geben sollten/müssten – etwa im Zusammenspiel mit anderen Kanälen – wäre es ihnen wichtig, sich möglichst authentisch zu zeigen.

Dass Geschlechterbilder und das eigene Wissen darüber insbesondere auch medialen Bedingungen und Formen von Inszenierung unterliegen, reflektieren die Teilnehmenden unterschiedlich intensiv. Einigen technisch sehr versierten Befragten sind insbesondere Aspekte rund um technische Veränderungsmöglichkeiten und informationstechnische Bedingungen von Sozialen Medien geläufig, wenn ihnen beispielsweise bewusst ist, dass ihr eigenes Nutzungsverhalten auch im Zusammenhang mit Algorithmen betrachtet werden muss, die ihnen verstärkt bestimmte und vergeschlechtlichte Inhalte ausspielen. Andere Teilnehmende zielen wiederum auf Schönheitsideale ab, die durch Medien verbreitet und verstärkt werden und einen enormen Druck auf Einzelne, insbesondere auf Mädchen und Frauen ausüben können. Wie internalisiert Bilder und Ideale dabei sein können, wird deutlich, wenn eine Teilnehmerin formuliert, dass sie sich

der Inszenierung und Anwendung von Filtern einerseits bewusst sei, sich aber andererseits trotzdem nicht davon freimachen könne und sich mit entsprechenden Darstellungen vergleiche.

Kinder und Jugendliche ziehen ihr Wissen rund um Geschlecht(erbilder) aus vielen Quellen und wurden bis zu ihrem aktuellen Entwicklungsstadium bereits in eine spezifisch geschlechtliche Welt hineingeboren und dort sozialisiert. **Soziale Medien als relevante Instanz für Kinder und Jugendliche schaffen an dieser Stelle eine Gelegenheit, sich dem komplexen Feld anzunähern:** Einerseits können Social Media ein Ausgangspunkt sein, über eigenes Wissen rund um Geschlecht ins Gespräch zu kommen und eigene Zuschreibungen zu reflektieren. Andererseits machen die digitalen Bilder ein gesellschaftliches binäres Verständnis von Geschlecht sichtbar, das über die verschiedenen Plattformen tagtäglich (re)produziert wird.



Ansprüche und Herausforderungen für die medienpädagogische Praxis

Sich medienpädagogisch dem Themenfeld rund um geschlechtliche Identitätsentwicklung und sexuelle Orientierung zu nähern, bringt eine Vielzahl an Herausforderungen mit sich.

Bei einem solch sensiblen Thema sind auf pädagogischer Ebene verschiedene Aspekte zu beachten. So gilt etwa, dass sich die Teilnehmenden wohl und geschützt fühlen müssen in der jeweiligen Umgebung und kommuniziert wird, dass das jeweilige Angebot auf Freiwilligkeit beruht. Daneben muss das Prinzip der Vertraulichkeit gewährleistet sein und gegebenenfalls ist es lohnenswert, Kindern und Jugendlichen über das eigentliche Angebot hinaus Beratung anzubieten und auf bestehende Netzwerke zu verweisen (vgl. Berghaus et al. 2010, S. 2).

Sich mit Geschlecht zu befassen birgt per se das Moment in sich, Stereotype zu (re)produzieren.¹⁹ Und dennoch wurde in der vorliegenden Arbeit mehr als deutlich, von welcher Relevanz es ist, mit Kindern und Jugendlichen zu Geschlecht in den Austausch zu gehen. In schulischen Kontexten gibt es immer wieder Berührungspunkte mit dem Themenfeld. Diese führen aber nicht zwangsläufig zu einem vertieften und offeneren Verständnis – häufig geht es um Bezugspunkte im Biologie- oder Deutschunterricht. So formuliert etwa Michael Kröger den Anspruch,

dass Jugendliche eine Unterstützung und Offenheit von Erwachsenen in Bezug auf die eigene geschlechtliche Identitätsentwicklung und sexuelle Orientierung erfahren sollten: „Das geht nicht, indem Erwachsene, Eltern, Lehrer wie Fachkräfte der Jugendarbeit zu Themen rund um Sexualität und Medien schweigen. [Kinder und Jugendliche] haben ein Recht auf ein Gegenüber, auf Reibung, Auseinandersetzung und Begleitung im Alltag“ (Kröger 2019, S. 386).

Das Dilemma für pädagogische Fachkräfte, auch selbst keinen neutralen Zugang zu Geschlecht zu haben, sondern immer auf der Folie der eigenen Sozialisation, eigener Erfahrungen, eigenen Wissens und gesellschaftlicher Zusammenhänge damit umzugehen, bleibt auch im medienpädagogischen Kontext bestehen. In Bezug auf Social Media muss es insbesondere auch darum gehen, mediale Rahmenbedingungen und Inszenierungsmöglichkeiten zu thematisieren und offenzulegen. Kinder und Jugendliche benötigen entsprechend auch ein Verständnis für technische Anwendungsmöglichkeiten, um Inszenierungen (be)greifen und sich besser davon distanzieren zu können oder Inszenierungsmittel für sich nutzen zu können. Notwendig ist dafür außerdem die Auseinandersetzung mit den grundlegenden Konstruktionsprozessen von Geschlecht, wobei Medien auch Potenziale für eine spielerisch-reflexive Auseinandersetzung eröffnen können.

¹⁹ Katharina Debus befasst sich ausgiebig mit Fragen danach, welche Ansätze es mit Blick auf die Thematisierung von geschlechtlicher, amouröser und sexueller Vielfalt gibt und wie sich pädagogische Fachkräfte diesen Feldern in der Praxis mit verschiedenen Zielgruppen nähern können (vgl. Debus 2012, 2018).

Bewusstsein schaffen

Auf inhaltlicher Ebene sollte es vor diesem Hintergrund zum einen darum gehen, einen Blick in die Geschichte zu werfen und sich mit (natur)wissenschaftlichen Begründungen auseinanderzusetzen, die körperliche Merkmale eng mit einem (Geschlechts)Charakter verzahnt und damit zugehörige Eigenschaften und Tätigkeitsbereiche verknüpft haben.

Eine solche Herangehensweise schafft einen kritischen Blick auf etwas vermeintlich ‚Natürliches‘, etwas angeblich ‚Eigentliches‘. Zum anderen kann es ein sinnvoller Weg sein, die vielen verschiedenen Ebenen in den Blick zu nehmen, auf denen Geschlecht in unserer Gesellschaft verhandelt wird. Das heißt, es könnte konkret über nackte Körper, chromosomale Ausstattungen und reproduktive Organe gesprochen werden, um zu beleuchten, wo die Grenzen liegen, aus einer biologischen Ausstattung Schlüsse darüber zu ziehen, dass es ‚ein Geschlecht gibt, das eben so ist‘. Auf diese Weise kann in den Blick geraten, dass „Geschlechtsunterschiede, die sozial, ökonomisch, kulturell, psychologisch und individuell relevant sind, [...] auf angeborenen Materialitäten (Gene, Muskeln, Gehirne, Hormone usw.) [basieren], die [...] auch sozial geprägt sind“ (Villa et al. 2019). So gilt es, offen und hinterfragend mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch zu kommen und darüber zu sprechen, was Geschlecht (für sie) bedeutet, um zu reflektieren, wie Geschlecht immer auch eine Herstellungsleistung ist und in unserem alltäglichen Tun (re)produziert wird [‚doing gender‘ (vgl. Kapitel *Hintergründe zu Historie und Geschlechtertheorie*)]. In pädagogischen Kontexten kann in diesem Zusammenhang mit Kindern und Jugendlichen reflektiert werden, an welcher Stelle Geschlecht (für das eigene Leben) eine relevante Kategorie ist beziehungsweise sein kann. Auch kann darüber diskutiert werden, an welcher Stelle Geschlecht vielleicht mehr Bedeutung beigemessen wird als notwendig und an welcher Stelle starre Bilder von Geschlecht(errollen) zu Diskriminierungen und Ausschlüssen führen können. Pädagogische Fachkräfte können entsprechend dabei unterstützen, ein Bewusstsein zu erlangen, wie sich Kinder und Jugendliche geschlechtlich

präsentieren und inwiefern das für sie eine Rolle spielt. Ist es mir beispielsweise ein Anliegen, von anderen auf eine bestimmte Art wahrgenommen zu werden? Möchte ich bei unterschiedlichen Menschen unterschiedlich wirken? Wie würde ich mit (negativen) Reaktionen umgehen? Dass in diesem Zusammenhang Sprache ein wesentliches Instrument ist, hat die vorliegende Arbeit deutlich gezeigt. Entsprechend wichtig wird es, Kindern und Jugendlichen ein breites Vokabular zur Verfügung zu stellen, um ein Verständnis für geschlechtliche Vielfalt zu entwickeln, das sie in Worte fassen können. Dabei spielt auch eine entscheidende Rolle, deutlich zu unterscheiden, wo es um die eigene geschlechtliche Identifizierung und wo es um sexuelle Orientierung geht.

Herausforderungen dabei ergeben sich insbesondere in Bezug darauf, pädagogischen Fachkräften einen angemessenen Rahmen zu ermöglichen, in dem sie sich das notwendige Wissen aneignen, um sich sicher in den jeweiligen Kontexten bewegen zu können. Entsprechend muss es darum gehen, Fachkräfte zu befähigen, sich an dieses komplexe Feld heranzuwagen und sich Fachwissen und Sensibilität mit Blick auf sexuelle und geschlechtliche Vielfalt anzueignen (vgl. Mefebue et al. 2018, S. 9 f.). Daneben sollte eine Reflexion der eigenen Rolle erfolgen (vgl. Nordt/Kugler 2021, S. 25) und auch eigene Unsicherheiten in Bezug auf das Thema sowie auf die Arbeit mit der Zielgruppe können in diesem Zusammenhang zur Sprache kommen. Offene Fragen und Unklarheiten bieten gegebenenfalls sogar Anlässe, mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch zu kommen. In der medienpädagogischen Praxis können dafür zwei Ansätze genutzt werden, die in den folgenden beiden Kapiteln *Social Media handlungsorientiert erkunden* und *Vielfalt fördern* dargestellt werden.

Social Media handlungsorientiert erkunden

Die genannten Aspekte und Fragestellungen können ausgehend von medialen Darstellungen auf Social-Media-Plattformen diskutiert werden.

So schaffen Social Media verschiedene Bezugspunkte, sich mit Geschlecht(rollen) auseinanderzusetzen – sei es mit Blick auf eigene Darstellungs- und Nutzungsweisen oder aber in Bezug auf die Darstellung anderer. Entsprechend können einzelne Accounts Ausgangspunkte sein, mit Kindern und Jugendlichen darüber ins Gespräch zu kommen,

- was sie durch die Bilder über geschlechtliche Repräsentation erfahren und welche Geschlechterbilder sie medial wiederfinden,
- welche Beziehungs- und welche Familienmodelle sie ausmachen können und
- inwiefern Rollen spezifischen Geschlechtern zugewiesen werden.

Insbesondere können Kinder und Jugendliche über die Präsentation einzelner Accounts und eine Zusammenschau verschiedener Darstellungsweisen auch eine Vielfalt der Gesellschaft kennenlernen.

Auch können Inhalte auf Social Media dazu dienen, den Umgang mit der eigenen Geschlechtsidentität und sexuellen Orientierung zu erkunden und sich gleichzeitig Wissen darüber anzueignen, welche strukturellen Bedingungen einzelne Plattformen schaffen, um die Zementierung stereotyper Geschlechterbilder fortzusetzen. Mediale Rahmenbedingungen und Inszenierungsmöglichkeiten sollten entsprechend stärker thematisiert und offengelegt werden. Eine analytische Unterscheidung trifft in diesem Zusammenhang Thomas Knaus. Er entwickelt das sogenannte Interaktionsmodell, um auszuführen, wie Mensch und Maschine interagieren. Das Modell unterscheidet einerseits zwischen dem Menschen, andererseits zwischen den drei Maschinenebenen *Medium, Applikationsebene und technische/physikalische Basis*. Insbesondere die beiden ersten Maschinenebenen sind im Rahmen der vorliegenden Arbeit von Interesse. So hält Knaus etwa für die Ebene des Mediums – der Zeichen, Symbole, Texte und Bilder – fest, wie grundlegend

diese für die Mensch-Maschine-Interaktion ist: „Dabei ist gerade das Medium sehr wesentlich, da es die Schnittstelle zum Menschen darstellt – und damit einerseits das *Interface*, das ‚Gesicht der Maschine‘, repräsentiert und andererseits *partizipative Eingriffe* ermöglicht“ (vgl. 2020, S. 27 f.). Unter Bezug auf Gerhard Tulodziecki verweist Knaus auf den Zusammenhang, dass sich insbesondere auch Kinder und Jugendliche zuvorderst mit den „sozialen, medialen und kommunikativen Anwendungskontexten (vgl. Tulodziecki 2018)“ (vgl. ebd., S. 28) von Digitalem auseinandersetzen und nicht mit dem Digitalen an sich. Entsprechend relevant wird es, eben diese Auseinandersetzungen von Kindern und Jugendlichen in den Blick zu nehmen. In Bezug auf die Applikationsebene sollte es ferner unter anderem darum gehen, Ansätze zu entwickeln, die technischen Bedingungen etwa der Plattformprogrammierung und von Algorithmen zu beleuchten. Dass Kinder und Jugendliche allein durch ihr Suchverhalten diskriminierende Algorithmen bespielen, die ihnen entsprechend vergeschlechtlicht selektierte Inhalte präsentieren, ist dabei von entscheidender Wichtigkeit. Wo Instagram und Co. den Nutzer*innen ein bestimmtes Geschlecht zuordnen, fangen die Plattformen an, entsprechende Angebote zu generieren. Diese verdeckten Abläufe spielerisch begreifen und verstehen zu lernen, kann beispielsweise durch das Nutzen und Vergleichen von vorab angelegten Accounts funktionieren. Diese können die Heranwachsenden im Rahmen des pädagogischen Settings mit differierenden Geschlechterzuordnungen und/oder geschlechterstereotypen Interessen auf geeigneten Plattformen betreiben. Auf diese Weise können Kinder und Jugendliche selbst herausarbeiten, ob und, wenn ja, welche Unterschiede der Selektion sie bei unterschiedlichen Accounts erkennen können. Daneben kann das gemeinsame Ausprobieren der technischen Möglichkeitspalette in den Sozialen Medien den Inszenierungscharakter von Geschlecht zur Diskussion stellen. Der Einsatz von Filtern und anderen Anwendungen als Mittel der Selbstgestaltung kann den Ausgangspunkt bilden, Geschlechterstereotype und Schönheitsideale zu thematisieren. Ein gemeinsames Ausprobieren kann Fragen dahin gehend aufwerfen, was selbst als

schön empfunden wird und ob selbst geschlechtliche Zuschreibungen zu bestimmten Äußerlichkeiten (und Filtern als deren technische Verstärker) gemacht werden. Es kann reflektiert werden, was dadurch individuell ausgelöst wird und es kann mit Stereotypen und möglichen Veränderungen experimentiert und gespielt werden. Notwendig ist dabei eine durchgehend sensible Rahmung, um bei keiner der teilnehmenden Personen unangenehme Empfindungen auszulösen. Eng gefasste Schönheitsideale, durch die auch ein individueller verhaltenseinschränkender Druck entstehen kann, werden dadurch ebenso thematisiert. Über den Einsatz digitaler Medien und die Auseinandersetzung mit einzelnen Plattformen können darüber hinaus handlungsorientiert Erfahrungen etwa mit dem Einsatz der eigenen Stimme und ihren Modulationsmöglichkeiten gemacht werden. So können Kinder und Jugendliche beispielsweise die eigene Stimme verändern, um gemeinsam zu reflektieren, inwiefern derlei Veränderungen Einfluss auf die Wahrnehmung von Geschlecht haben können.

Pädagogisch stellt sich die Herausforderung, über teilweise sehr persönliche Themen und Anliegen in einer Gruppe zu sprechen. Entsprechend notwendig ist es, das jeweilige Setting in den Blick zu nehmen und zu prüfen, ob in der jeweiligen Runde genügend Vertrauen vorhanden ist, das Experimentieren und ernsthafte Auseinandersetzung möglich werden lässt.

Fachkräfte sollten vor diesem Hintergrund auch darauf vorbereitet sein, mit Wertungen und Unsicherheiten sowie unbedarftem/unsensiblen Handeln Einzelner umzugehen. Grundsätzlich kann ein solcher Kontext Kindern und Jugendlichen aber den Raum für ein Ausprobieren und ein Experimentieren mit der eigenen (Geschlechts) Identität bereitstellen und zu horizonterweiternden Momenten führen. Ein geschützter Ort bietet zudem die Möglichkeit, sich Rückmeldungen und Anregungen aus dem Umfeld beziehungsweise der Peergroup einzuholen (vgl. Götz/Prommer 2020, S. 74). Entsprechend stärkend kann ein solcher Rahmen für jede*n Einzelne*n sein, wenn eine gute Vorbereitung etwaige wertende und ausschließende Momente auffängt.

Vielfalt fördern

Grundsätzlich sollten schulische Kontexte und pädagogische Umfelder für Kinder und Jugendliche allgemein diverser gestaltet werden, um ihnen vielfältige Lebens- und Selbstentwürfe sowie Identifikationsmöglichkeiten anzubieten.

Das heißt, wo Diversität im Team vorhanden ist – sei es etwa mit Blick auf Geschlecht, Alter, Herkunft oder sogenannter Behinderung –, wird Vielfalt nicht nur diskutiert und ausprobiert, sondern im Alltag auch erlebt und gelebt. Auch wo Medienpädagog*innen in einem divers aufgestellten Team ihrer Arbeit nachgehen, ist eine Auseinandersetzung mit geschlechtlicher Identifikation und sexueller Orientierung weiterhin vonnöten. Gleichzeitig wird in wiederkehrenden geschlechtlich divers gestalteten Settings Diversität aber auch so selbstverständlich, dass ein Wissen über Vielfalt und Unterschiede unabhängig von behandelten Inhalten zum gelebten und erlebten Alltag wird. Daneben stellt sich die Frage, wie geschlechtliche Diversität im Team eigentlich kenntlich gemacht werden kann und sollte. Sollten Teammitglieder beispielsweise die eigene geschlechtliche Identifikation thematisieren, etwa indem sie sich mit ihrem Namen und dem gewünschten Pronomen vorstellen? Oder würden sie, wenn das nicht thematisiert werden würde, von Kindern und Jugendlichen einem Geschlecht zugewiesen, wodurch eine vorhandene Diversität in ihrer Fülle gegebenenfalls gar nicht sichtbar würde? Die Grenzen und die Privatsphäre aller Beteiligten müssen dabei stets gewahrt werden.

Ein anderer Ansatz kann darin bestehen, die Auseinandersetzung mit gesellschaftlicher Vielfalt mithilfe digitaler Medien zu fördern, indem beispielsweise ausgewählte Role-Model-Accounts gemeinsam angesehen und diskutiert werden. Das heißt, ein Pool von Accounts, der gesellschaftliche Diversität abbildet, könnte zusammengetragen werden und als Ausgangspunkt für eine thematische Auseinandersetzung dienen.

Eine Notwendigkeit bleibt es in diesem Zusammenhang, geschlechtliche Diversität nicht als etwas zu kennzeichnen, das abseits einer Norm besteht und entsprechend als ‚anders‘ zu betrachten ist. Vielmehr besteht die Herausforderung darin, die geschlechtliche Binarität als Norm infrage zu stellen ohne etwa das Bedürfnis Einzelne*r, sich geschlechtlich eindeutig zu verorten, zu disqualifizieren. Dies kann insbesondere vor dem Hintergrund unterschiedlicher persönlicher Entwicklungsstadien und individueller Hintergründe in Gruppensettings von hoher Bedeutung sein. Darüber hinaus ist es notwendig, darüber nachzudenken, inwieweit es einen Unterschied machen kann, welche Person über welche Themen spricht. So kann es einen Unterschied für Kinder und Jugendliche machen, welche Geschlechtsidentität und sexuelle Orientierung eine Fachkraft selbst hat – wenn die Fachkraft Geschlecht und Sexualität als Inhalte behandelt, aber auch, wenn sie zu völlig anderen Themen arbeitet. Und so können bei Kindern und Jugendlichen Reflexionsprozesse erfolgen, weil eine Aussage unterschiedlich zu verstehen und einzuordnen ist, je nachdem, von wem sie geäußert wird.

Literaturverzeichnis

Ayaß, Ruth/Bergmann, Jörg R. (Hrsg.) (2011). Qualitative Methoden der Medienforschung. Mannheim.

Baum, Stephanie (2012). HausMANNskost: eine Analyse des Kochens aus der Perspektive sich wandelnder Männlichkeit. In: GENDER – Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft 4 (2), S. 66–82.

Behm, Britta L./Heinrichs, Gesa/Teidemann, Holger (Hrsg.) (1999). Das Geschlecht der Bildung – Die Bildung der Geschlechter. Opladen.

Bendl, Regine/Leitner, Andrea/Rosenbichler, Ursula/Walenta, Christa. Geschlechtertheoretische Perspektiven und Gender Mainstreaming. In: Qualitätsentwicklung Gender Mainstreaming 2, S. 22–63.

Berghaus, Jolf/Heitmann, Jan/Hieronymus, Andreas/Osten-Sacken, Arn von der/Proll, Beate/Reimer, Petra/Steiner, Frank/Wielsch, Hans-Jürgen (2010). Leitlinien für eine geschlechtsbewusste Jungenarbeit und eine geschlechterbewusste Jungenpädagogik. Hamburg. <https://li.hamburg.de/contentblob/10286804/8b332f93681d99c02c332fdaf2413c7d/data/pdf-leitlinien-fuer-jungenarbeit-in-hamburg.pdf> [Zugriff: 22.11.2022].

Berk, Laura E. (2011). Entwicklungspsychologie. München.

Brüggen, Niels/Dirr, Eva/Schemmerling, Mareike/Wagner, Ulrike (2014). Jugendliche und Online-Werbung im Social Web. Eine Studie des JFF – Institut für Medienpädagogik. München. https://www.jff.de/fileadmin/user_upload/jff/veroeffentlichungen/vor_2015/2014_jugendliche_und_online_werbung_im_social_web/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf [Zugriff: 07.07.2021].

Brüggen, Niels/Wagner, Ulrike (2017). Medienaneignung und sozialraumbezogenes Medienhandeln von Jugendlichen. In: Hoffmann, Dagmar/Krotz, Friedrich/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.). Mediatisierung und Mediensozialisation. Prozesse – Räume – Praktiken. Wiesbaden, S. 211–228.

Butler, Judith (1989). Die Macht der Geschlechternormen und die Grenzen des Menschlichen. Frankfurt am Main.

Butler, Judith (1990). Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity. New York.

Butler, Judith (1991). Das Unbehagen der Geschlechter. Frankfurt am Main.

Chia, Christopher T./Theodorou, Spero J./Dayan, Erez/Tabbal, Georges/Del Vecchio, Daniel (2018). „Brazilian Butt Lift“ under Local Anesthesia: A Novel Technique Addressing Safety Concerns. In: Plastic and Reconstructive Surgery, 142 (6), S. 1468–1475.

Dangendorf, Sarah (2017). Schön sein. Zur Bedeutung des Aussehens für junge Mädchen. In: Schinkel, Sebastian/Herrmann, Ina (Hrsg.). Ästhetiken in Kindheit und Jugend. Sozialisation im Spannungsfeld von Kreativität, Konsum und Distinktion. Bielefeld, S. 149–164.

Debus, Katharina (2012). Dramatisierung, Entdramatisierung und Nicht-Dramatisierung in der geschlechterreflektierten Bildung. Oder: (Wie) Kann ich geschlechterreflektiert arbeiten, ohne geschlechtsbezogene Stereotype zu verstärken? In: Dissens e. V./Debus, Katharina/Könnecke, Bernard/Schwerma, Klaus/Stuve, Olaf (Hrsg.). Geschlechterreflektierte Arbeit mit Jungen an der Schule. Texte zu Pädagogik und Fortbildung rund um Jungenarbeit, Geschlecht und Bildung. Berlin, S. 149–158.

Debus, Katharina (2018). Was heißt das für die Praxis? Konzeptionelle und didaktische Zugänge zu geschlechtlicher, amouröser und sexueller Vielfalt in der Pädagogik. In: Debus, Katharina/Laumann, Vivien (Hrsg.). Pädagogik geschlechtlicher, amouröser und sexueller Vielfalt. Zwischen Sensibilisierung und Empowerment. Berlin, S. 87–120.

Döring, Nicola (2019). Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern. In: Dorer, Johann/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratković, Viktorija (Hrsg.). Handbuch Medien und Geschlecht. Wiesbaden, S. 1–11.

Döring, Nicola/Bortz, Jürgen (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin/Heidelberg.

Elternguide.online (2020). Instagram Reels. <https://www.elternguide.online/instagram-reels/> [Zugriff: 12.09.2022].

Elternguide.online (2021). Snapchat. <https://www.elternguide.online/snapchat/> [Zugriff: 12.09.2022].

Fardouly, Jasmine/Diedrichs, Phillippa C./Vartanian, Lenny R./Halliwell, Emma (2015). Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. In: Body image, 13, S. 38–45.

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Kheredmand, Hediye/Glöckler, Stephan (2021a). JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf [Zugriff: 29.08.2022].

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Kheredmand, Hediye/Glöckler, Stephan (2021b). KIM 2020. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart. http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020_WEB_final.pdf [Zugriff: 20.07.2021].

Foucault, Michel (1991). Die Ordnung des Diskurses. Inauguralvorlesung am Collège de France, 2. Dezember 1970. Frankfurt am Main.

Ganz, Kathrin (2008). Die Konstruktion von Elternschaft, Mutterschaft und Vaterschaft im familienpolitischen Diskurs. Hamburg.

Gebel, Christa/Stecker, Sina/Bamberger, Anja (2020). Geschlechterdarstellung auf Social-Media-Plattformen. In: Das Baugerüst (4), S. 19–23.

Gildemeister, Regine/Wetterer, Angelika (1992). Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Knapp, Gudrun-Axeli/Wetterer, Angelika (Hrsg.): Traditionen Brüche. Entwicklungen feministischer Theorie. Freiburg im Breisgau, S. 201–250.

Goffman, Erving (2010). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München.

Götz, Maya/Prommer, Elizabeth (2020). Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin. <https://geschlechtersensible-paedagogik.de/wp-content/uploads/2021/02/Expertise-Geschlechterstereotype-Soziale-Medien-2020.pdf> [Zugriff: 31.08.2021].

Hahn, Sabine (2017). Gender und Gaming. Frauen im Fokus der Games-Industrie. Bielefeld.

Hajok, Daniel (2015). Medienbezogene Fähigkeiten und Vorlieben. Ein Überblick zum altersspezifischen Schutzbedarf von Kindern und Jugendlichen.

Handysektor (o. J.). Instagram Reels: Das neue Feature im TikTok Style. <https://www.handysektor.de/artikel/instagram-reels-das-neue-feature-im-tiktok-style> [Zugriff: 12.09.2022].

Hausen, Karin (1976). Die Polarisierung der „Geschlechtscharaktere“ – Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben. In: Conze, Werner (Hrsg.). Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas. Stuttgart, S. 363–393.

Hipfl, Brigitte (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Gender und Medien. Wechselseitige Prozesse des ‚doing‘ und ‚undoing‘ Gender. In: Sander, Uwe/ Gross, Friederike von/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.). Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden, S. 711–721.

Hirschauer, Stefan (1994). Die soziale Fortpflanzung der Zweigeschlechtlichkeit. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 46 (4), S. 668–692.

Hirschauer, Stefan (2003). Wozu ‚Gender Studies‘? Geschlechtsdifferenzierungsforschung zwischen politischem Populismus und naturwissenschaftlicher Konkurrenz. In: Soziale Welt 54 (4), S. 461–482.

Hoffmeister, Dieter (2001). Mythos Familie. Zur soziologischen Theorie familialen Wandels. Opladen.

Hofmann, Roswitha (1997). Homophobie und Identität I: Que(e)r Theory. In: Hey, Barbara/Roth, Roswitha/ Pallier, Ronald (Hrsg.). Que(e)rdenken. Weibliche/ männliche Homosexualität und Wissenschaft. Innsbruck, S. 105–118.

Horwath, Ilona (2022). Algorithmen, KI und soziale Diskriminierung. In: Eibl, Doris G. (Hrsg.). Innsbrucker Gender Lectures. Innsbruck, S. 71–102.

Hull, Mariam/Parnes, Mered (2021). Tics and TikTok: Functional Tics Spread Through Social Media. In: Movement disorders clinical practice 8 (8), S. 1248–1252.

Hurtz, Simon (2022). China liest mit. In: Süddeutsche Zeitung. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/tiktok-china-nutzerdaten-bytedance-zensur-1.5614661> [Zugriff: 12.09.2022].

Internet Matters (2022). TikTok App Sicherheit – Was Eltern wissen müssen. <https://www.internetmatters.org/de/hub/esafety-news/tik-tok-app-safety-what-parents-need-to-know/#:~:text=Datenschutz%2DEinstellungen,genehmigt%2C%20seine%20Videos%20anzeigen%20kann> [Zugriff: 12.09.2022].

Iske, Stefan/Kutscher, Nadia (2020). Digitale Ungleichheiten im Kontext Sozialer Arbeit. In: Kutscher, Nadia/ Ley, Thomas/Seelmeyer, Udo/Siller, Friederike/Tillmann, Angela/Zorn, Isabel (Hrsg.). Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim/Basel, S. 115–128.

Jochim, Valerie (2020). Care. Macht. Arbeit. Lebenswelten von Alleinerziehenden. Frankfurt/New York.

Juen, Sara (2021). Feminismus, Algorithmen, Gender-Data-Gap und was das alles mit Bibliotheks- und Informationswissenschaft zu tun hat.

Kelly, Danielle/Nic Giolla Easpaig, Brona/Castillo, Paola (2022). ‚You Game Like a Girl‘: Perceptions of Gender and Competence in Gaming. In: Games and Culture (0), S. 1–17.

Kirchmair, Rolf (Hrsg.) (2022). Qualitative Forschungsmethoden. Berlin/Heidelberg.

Klann-Delius, Gisela (2005). Zum Verhältnis von Geschlechtertheorie und Geschlechterpolitik. In: Lüdke, Dorothea/Runge, Anita/Koreuber, Mechthild (Hrsg.). Kompetenz und/oder Zuständigkeit. Zum Verhältnis von Geschlechtertheorie und Gleichstellungspraxis. Wiesbaden, S. 69–80.

Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2011). Zwanzig Jahre Gender- und Queertheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ein Zwischenruf. In: SCM Studies in Communication and Media 0 (1), S. 95–117.

klicksafe (2022). Was ist YouTube? <https://www.klicksafe.de/youtube> [Zugriff: 12.09.2022].

Knaus, Thomas (2020). Von medialen und technischen Handlungspotentialen, Interfaces und anderen Schnittstellen – eine Lesson in Unlearning. In: Knaus, Thomas/ Merz, Olga (Hrsg.). Schnittstellen und Interfaces. Digitaler Wandel in Bildungseinrichtungen. München, S. 15–72.

kompass social media (o. J.a). Instagram. <https://www.kompass-social.media/kompass/app-detailseite/instagram> [Zugriff: 22.11.2022].

kompass social media (o. J.b). Snapchat. <https://www.kompass-social.media/kompass/android/snapchat-1> [Zugriff: 22.11.2022].

kompass social media (o. J.c). TikTok. <https://www.kompass-social.media/kompass/app-detailseite/tiktok-1> [Zugriff: 22.11.2022].

kompass social media (o. J.d). YouTube. <https://www.kompass-social.media/kompass/ios/youtube> [Zugriff: 22.11.2022].

Koschei, Franziska (2021). GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen. Wissenschaftliche Grundlegung für die Entwicklung von Arbeitshilfen für die Jugendsozialarbeit an Schulen. Aufarbeitung des aktuellen Forschungsstands. https://gender.jff.de/wp-content/uploads/2022/07/jff_muenchen_2021_veroeffentlichung_genderonline.pdf [Zugriff: 27.08.2022].

Kröger, Michael (2019). Sexualität und Medien im Jugendalter. Pädagogische Handlungsoptionen. In: Deutsche Jugend (9), S. 379–386.

Laube, Stefan (2016). Goffman mediatisieren. Über das Zusammenspiel von Vorder- und Hinterbühne in digitalisierten Praktiken. In: Schäfer, Hilmar (Hrsg.). Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm. Bielefeld, S. 285–300.

Lenz, Ilse (2014). Geschlechter in Bewegung? In: Rendtorff, Barbara/Riegraf, Birgit/Mahs, Claudia (Hrsg.). 40 Jahre Feministische Debatten. Resümee und Ausblick. Weinheim/Basel, S. 12–30.

Loh, Wulf (2021). Soziale Medien. In: Festl, Michael G. (Hrsg.). Handbuch Liberalismus. Stuttgart, S. 543–551.

Maihofer, Andrea (1995). Geschlecht als Existenzweise. Macht, Moral, Recht und Geschlechterdifferenz. Frankfurt am Main.

Marwick, Alice (2014). Gender, Sexuality, and Social Media. In: Hunsinger, Jeremy/Senft, Theresa (Hrsg.). The social media handbook. New York, S. 59–75.

Mayring, Philipp (2010). Design. In: Mey, Günter/Mruck, Katja (Hrsg.). Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden, S. 225–237.

Mefebue, Astrid Biele/Jäntschi, Katharina/Bertram, Björn/Breyer, Wencke/Bührmann, Andrea D. (2018). Jugendarbeit im Que(e)rschnitt. Göttingen. http://www.nextqueer.de/wp-content/uploads/2018/09/doku_langfassung_web.pdf [Zugriff: 22.11.2022].

Moser, Andrea (2010). Kampfzone Geschlechterwissen. Kritische Analyse populärwissenschaftlicher Konzepte von Männlichkeit und Weiblichkeit. Wiesbaden.

Murnen, S. K./Don, B. P. (2012). Body Image and Gender Roles. In: Encyclopedia of Body Image and Human Appearance. San Diego, S. 128–134.

Nordt, Stephanie/Kugler, Thomas (2021). Queer-inklusives pädagogisches Handeln. Eine Praxishilfe für Jugend-einrichtungen. Berlin-Brandenburg.

Paceley, Megan S./Goffnett, Jacob/Sanders, Levi/Gadd-Nelson, James (2022). „Sometimes You Get Married on Facebook“: The Use of Social Media Among Nonmetropolitan Sexual and Gender Minority Youth. In: Journal of homosexuality 69 (1), S. 41–60.

Pinquart, Martin/Schwarzer, Gudrun/Zimmermann, Peter (2019). Entwicklungspsychologie – Kindes- und Jugendalter. Göttingen.

Riegel, Christine (2017). Queere Familien in pädagogischen Kontexten – zwischen Ignoranz und Othering. In: Hartmann, Jutta/Messerschmidt, Astrid/Thon, Christine (Hrsg.). Queertheoretische Perspektiven auf Bildung. Pädagogische Kritik der Heteronormativität. Opladen/Berlin/Toronto, S. 69–94.

Roman Herzog Institut e. V. (2022). „Gender Studies – über Ungleichheiten und Freiheit.“ Paula-Irene Villa Braslavsky. <https://www.youtube.com/watch?v=qSiuPiBaWfo> [Zugriff: 07.09.2022].

Roth, Ulrike (2012). Schönheit oder das Versprechen von Nutzen. In: Körperregeln, 18. <https://kritisch-lesen.de/rezension/schonheit-oder-das-versprechen-von-nutzen> [Zugriff: 19.09.2022].

Sachverständigenkommission für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung (2021). Digitalisierung geschlechtergerecht gestalten. Gutachten für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin. <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/182018/a05aaec-d48fb5a95a86dbccae28350b7/gutachten-zum-dritten-gleichstellungsbericht-data.pdf> [Zugriff: 18.06.2021].

Schär, Clarissa (2013). Grenzenlose Möglichkeiten der Selbstdarstellung? Jugendliche Genderinszenierungen im Web 2.0. In: Bütow, Birgit/Kahl, Ramona/Stach, Anna (Hrsg.). Körper. Geschlecht. Affekt. Wiesbaden, S. 99–114.

Schau Hin! (o. J.). Freunde-System: Snapchat sorgt für sozialen Druck auf Kinder. <https://www.schau-hin.info/sicherheit-risiken/freunde-system-snapchat-sorgt-fuer-sozialen-druck-auf-kinder> [Zugriff: 12.09.2022].

Schmidt, Jan-Hinrik (2013). Social Media. Wiesbaden.

Schorb, Bernd (2011). Medienbildung im Spannungsfeld medienpädagogischer Leitbegriffe. In: MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, 20 (Medienbildung – Medienkompetenz), S. 81–94.

Schreiber, Julia (2019). Körperoptimierung. Selbstverbesserung zwischen Steigerungsdruck und Leibgebundenheit. Frankfurt am Main.

Sexl, Martin (2021). Kapitalismus, Körperdarstellung und soziale Medien. In: Kanter, Heike/Brandmayr, Michael/Köffler, Nadja (Hrsg.). Bilder, soziale Medien und das Politische. Transdisziplinäre Perspektiven auf visuelle Diskursprozesse. Bielefeld, S. 103–124.

Siegler, Robert/Saffran, Jenny R./Gershoff, Elizabeth T./Eisenberg, Nancy/Leaper, Campbell/Pauen, Sabina (2021). Entwicklungspsychologie im Kindes- und Jugendalter. Deutsche Auflage unter Mitarbeit von Sabina Pauen. Berlin, Heidelberg.

Snapchat (o. J.). Snapchat Support. Was ist Spotlight? <https://support.snapchat.com/de-de/a/spotlight> [Zugriff: 12.09.2022].

Stellmach, Vivien (2020). Snapchat Spotlight: Alles, was du über die Funktion wissen solltest. <https://www.basic-thinking.de/blog/2020/11/24/snapchat-spotlight-know-how/> [Zugriff: 12.09.2022].

Verständig, Dan/Klein, Alexandra/Iske, Stefan (2016). Zero-Level Digital Divide. Neues Netz und neue Ungleichheiten. In: Siegen:Sozial (1), S. 50–55.

Villa, Paula-Irene (2003). Judith Butler. Frankfurt am Main.

Villa, Paula-Irene (2016). Gender – eine soziale Tatsache von Natur aus. <https://www.gender.soziologie.uni-muenchen.de/lehrstuhlprofil/gender-eine-soziale-tatsache.pdf> [Zugriff: 20.08.2022].

Villa, Paula-Irene/Frisch, Katrin/Klein, Isabel/Schmincke, Imke/Siri, Jasmin (2019). Many Shades of Gender. Many Shades of Gender – Ein FAQ zu den Gender Studies. <https://www.gender.soziologie.uni-muenchen.de/shades-of-gender/index.html> [Zugriff: 21.09.2022].

Walgenbach, Katharina (2012). Intersektionalität – eine Einführung. <portal-intersektionalitaet.de/uploads/media/Walgenbach-Einfuehrung.pdf> [Zugriff: 08.09.2022].

Williams, Dmitri/Consalvo, Mia/Caplan, Scott/Yee, Nick (2009). Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers. In: Journal of Communication 59 (4), S. 700–725.

Xyländer, Margret/Kleineke, Vera/Jünger, Saskia/Klindtworth, Katharina/Karlheim, Christoph/Steffen, Hermann/Müller, Veronika/Höfling-Engels, Nicole/Patzelt, Christiane/Stamer, Maren/Pastrana, Tania/Meyer, Thorsten/Pohontsch, Nadine Janis (2020). Gruppendiskussionen in der Versorgungsforschung – Teil 2: Überlegungen zum Begriff der Gruppe, zur Moderation und Auswertung von Gruppendiskussionen sowie zur Methode der Online-Gruppendiskussion. In: Gesundheitswesen (Bundesverband der Ärzte des Öffentlichen Gesundheitsdienstes [Germany]) 82 (12), S. 998–1007.

Anhang

Glossar

TikTok

„Die App TikTok wird für Nutzer[*]innen in Deutschland von der TikTok Technology Limited aus Irland angeboten. Momentan hat sie etwa 125 Millionen monatlich aktive Nutzer[*]innen. Laut AGB richtet sich der Dienst an Personen ab 13 Jahren. Er bietet vor allem die Möglichkeit bis zu 60 Sekunden lange Videos oder auch Slideshows aus Fotos zu erstellen. In den Videos wird z. B. Playback zu Songs oder Zitaten performt oder kurze Sketche aufgeführt. Die Beiträge können mit Filtern bearbeitet werden. Besonders beliebt sind Challenges, an denen tausende Personen teilnehmen. Der Austausch mit anderen ist je nach Altersangabe bei der Registrierung über private Nachrichten und Kommentare möglich, ab einer Follower[*]innen] zahl von 1000 Personen kann man teils auch einen Livestream mit zugehörigem Chat starten.“ (kompass social media o. J.c)

TikTok ist eine Plattform aus China, die sich besonders durch das kurze Videoformat und die Verfügbarkeit von Sounds von Konkurrent*innen abgehoben hat und so durch Tanz-Challenges 2020 weltweit an Beliebtheit gewonnen hat. Ähnlich wie beim vorangegangenen Format musical.ly sind hier nur kurze Clips möglich, die schnell Informationen oder einen Witz vermitteln sollen. Mittlerweile ist auf TikTok das Hochladen von bis zu drei Minuten langen Videos möglich.

Durch das Videoformat ist es für Nutzer*innen einfacher, sich selbst zu präsentieren und Beiträge durch Ton und Effekte zu ergänzen. Die Privatsphäreinstellungen sind zu Beginn auf privat eingestellt und private Nachrichten können nur mit Freund*innen ausgetauscht werden.

Nutzer*innen, die mit einem Alter unter 16 Jahren angemeldet sind, können nur einen privaten Account führen und keine Direktnachrichten verschicken oder erhalten (vgl. Internet Matters 2022). Das Format birgt bei Kindern und Jugendlichen die Gefahr, immer mehr von sich preiszugeben: Anders als bei Fotobeiträgen wird hier mehr gezeigt als nur ein Ausschnitt. Die Plattform gerät regelmäßig in Kritik, da vermutet wird, dass die Daten über chinesische Angestellte an Regierungsmitglieder gelangen könnten (vgl. Hurtz 2022). Demnach ist es diskussionswürdig, inwiefern private Account-Einstellungen die Privatsphäre tatsächlich schützen.

Sounds

Sounds können virale Tonaufnahmen von Nutzer*innen, Teile aus bekannten Songs oder Filmen und Serien sein, durch die kurze Videobeiträge ergänzt werden. Sounds, die im Trend sind, können durch eine Stichworteingabe gefunden werden oder bei dem jeweiligen Video unten auf dem Bildschirm angeklickt werden. Ähnlich wie Hashtags können dadurch aktuelle Trends nachverfolgt werden. Dieser Filtermechanismus ist erstmals auf TikTok zum Standard geworden, bevor auch Snapchat (Spotlight), Instagram (Reels) und YouTube (Shorts) diese Kategorisierung übernommen haben.

Durch das Verwenden von Trend-Sounds entwickeln sich multidimensionale Witze, die nur Dauer-Nutzer*innen vollends verstehen. Es gibt bereits Studien, die die Gefahr der Entwicklung von Tics durch TikTok-Sounds, -Tänze und Ähnliches erforschen. Dabei gehen Mediziner*innen davon aus, dass das ständige Hören und Aussprechen bestimmter Sätze oder das Ausführen bestimmter Bewegungen, wie es auf Videoplattformen wie TikTok gängig ist, bei manchen Nutzer*innen zu funktionellen neurologischen Störungen führen kann (vgl. Hull/Parnes 2021).

Tänze

Die Plattform hat 2020 besonders durch ihre Tanz-Challenges an Beliebtheit gewonnen. TikTok-Tänze beziehen sich auf einen bestimmten Sound (siehe Glossar-Eintrag) und sind meist kurz und einfach nachzutanzten. TikToker*innen erfinden die Tanz-Choreografien selbst. Ob ein Tanz von anderen Nutzer*innen nachgetanzt wird, hängt von der Reichweite ab, die das jeweilige Video erlangt. TikToker*innen wie Addison Rae und Charlie D'Amelio etwa sind durch TikTok-Tänze zu den bekanntesten Influencer*innen ihrer Generation avanciert.

Snapchat

„Snapchat ist eine App mit 203 Millionen täglich aktiven Nutzer[*inne]n. Der Hauptfirmensitz ist in den USA. Laut AGB richtet sich der Dienst an Personen ab 13 Jahren. Über Snapchat werden hauptsächlich

Fotos, sogenannte Snaps, versendet. Diese können mit Filtern und Stickers individuell gestaltet werden. Bei jedem Snap kann festgelegt werden, wie viele Sekunden dieser gesehen werden darf. Eine Wiederholung ist möglich, danach zerstört er sich von selbst. Für jeweils 24 Stunden aufrufbar sind Snaps, die der eigenen ‚Story‘ hinzugefügt werden. Snaps in öffentlichen Storys können meist länger aufgerufen werden. Über die Snap Map kann verfolgt werden, wo sich Freund[*innen] gerade aufhalten.“ (kompass social media o. J.b)

„Teenager nutzen Snapchat sehr gern, um sich mit ihren Freund[*inn]en auszutauschen. Dazu werden statt Text einfach Bilder und Videos versendet. Die Nutzung der Spaßfilter, Videos, die mit Musik unterlegt werden können und, dass die Nachrichten nach kurzer Zeit wieder verschwinden, macht den Reiz der App aus. Snapchat wirkt jugendlicher und verspielter als z. B. Instagram. Die Kommunikation über Snapchat erscheint Jugendlichen privater, da hier nur mit einzelnen oder in Gruppen Inhalte ausgetauscht werden. Auf der ‚Snap Map‘ erscheint jede Person und ihre Kontakte als Avatare, weshalb sie wie ein Spiel wirkt.“ (Elternguide.online 2021)

Spotlights

Snapchat baut die App ständig aus und stellt seit Neuestem das sogenannte Snapchat Spotlight vor. Snapchat selbst erklärt dazu: „Hier werden die Snaps mit dem größten Unterhaltungsfaktor beleuchtet – ganz egal, von wem sie erstellt wurden.“ (Snapchat o. J.)

Mit dieser Funktion kann jede*r Nutzer*in Fotos und Videos in die Spotlight-Story hinzufügen. Die hinzugefügten Beiträge können Nutzer*innen weltweit anschauen. Der Aufbau ist dabei ähnlich wie auf TikTok oder Instagram Reels und eine Sortierung erfolgt nach Trends wie Snapchat-Linsen und Sounds. Sounds sind seit TikTok als Filtermechanismus bekannt (vgl. zugehörigen Glossareintrag). Wie Snapchat auswählt und welche Beiträge im Spotlight gezeigt werden, ist unklar. Snapchat verspricht Nutzer*innen, deren Beiträge im Spotlight landen, finanzielle Belohnungen. Die Höhe der Belohnung ist abhängig von den Likes und der Reichweite des Snaps. Jeden Tag werden neue Nutzer*innen ausgewählt, die eine Prämie erhalten (vgl. Stellmach 2020). In Deutschland ist das Verdienen von Geld durch Snapchat Spotlights für Nutzer*innen ab 16 Jahren möglich. Sollten Minderjährige die Prämie erhalten, müssen sie eine Einverständniserklärung der Eltern übermitteln, damit sie das Geld bekommen.

Flammen

Nutzer*innen, die sich täglich gegenseitig sogenannte Snaps senden, erhalten Snapchat-Flammen – auch „Streak“ genannt. Dabei erscheint neben der Person, mit der Snaps ausgetauscht werden, ein Flammen-Emoji und daneben die Anzahl der gesnappten Tage. Flammen können

mit beliebig vielen Menschen aufgebaut werden. Erscheint eine Sanduhr neben den Flammen, bedeutet das, der Streak erlischt bald, wenn nicht eine Person einen Snap versendet. Je nachdem, wie lange ein Streak beziehungsweise eine Flamme aufrechterhalten wird, kann sich der Rang einer Person bei den Freund*innen auf Snapchat ändern. Das heißt, die Person, mit der am meisten Snaps ausgetauscht werden, wird auf Snapchat als „Beste*r Freund*in“ angezeigt und erscheint ganz oben. Das wird anhand der Emojis neben den Flammen dargestellt. Ein rotes Herz bedeutet, dass ein*e Nutzer*in beste*r Freund*in ist.

Das Ziel, die Flamme aufrechtzuerhalten, bringt Nutzer*innen dazu, die Applikation täglich zu verwenden und Zeit auf der Plattform zu verbringen. Unter Jugendlichen kann es zu einem Wettbewerb kommen, wer die meisten Flammen mit wem hat. Durch die Emojis an den Streaks ist ablesbar, welchen Status Nutzer*innen untereinander haben. Ein grinsender Smiley bedeutet beispielsweise, dass diese Person als beste*r Freund*in angezeigt wird, dass das aber umgekehrt nicht der Fall ist. So kann es zu Druck unter Jugendlichen kommen, der sich auch auf die Beziehungen außerhalb von Snapchat auswirken kann (Schau Hin! o. J.).

Lenses/Linsen

Snapchat erlaubt es Nutzer*innen, Filter und Linsen zu verwenden, um Fotos und Videos zu bearbeiten. Filter können beispielsweise die Farben oder die Struktur eines Fotos oder Videos verändern. Linsen gehen einen Schritt weiter und fügen mithilfe von Augmented Reality (AR)-Technologie Hintergründe oder Motive in den Snap ein. Linsen können die Nutzer*innen zum Beispiel in ein Baby oder ein Tier verwandeln.

Diese Linsen fügen ein spielerisches Element in das Soziale Medium ein und machen es auf diese Weise besonders für Kinder und Jugendliche attraktiv. Es ist jedoch zu beachten, dass Nutzer*innen auch online Linsen finden und herunterladen können und deshalb keine Filtermöglichkeiten für kindergerechte Linsen bestehen.

Instagram

„Instagram ist mit etwa einer Milliarde monatlich aktiven Mitgliedern eine der größten Plattformen weltweit. Seit 2012 gehört der Dienst mit Sitz in den USA zu Facebook. Laut AGB richtet er sich an Personen ab 13 Jahren. Der Dienst bietet z. B. die Möglichkeit, Fotos und (Live)Videos zu teilen – auch in Stories, die sich nach 24 Stunden selbst löschen. Bilder können mit zahlreichen Filtern bearbeitet werden. Der Austausch mit anderen ist öffentlich über Kommentare und privat über die „Direct“-Funktion möglich. Instagram wird von vielen auch dazu genutzt, das Leben der Lieblingsstars hautnah zu verfolgen. Über die Apps sind alle Funktionen erreichbar, die Browser-Version für Desktop-PCs bietet nur eingeschränkte Möglichkeiten.“ (kompass social media o. J.a)

Reels

Instagram Reels ist eine Funktion, die Mitte 2020 vorgestellt wurde. Die Funktion sieht vor, Videos in einer Länge von maximal 90 Sekunden zu bearbeiten und zu teilen. Dabei können Effekte und bestimmte Sounds hinterlegt werden, ähnlich der App TikTok (vgl. zugehörigen Glossareintrag). Instagram hat bereits in der Vergangenheit häufig Funktionen angelehnt an andere Plattformen integriert, wie zum Beispiel Stories von Snapchat (vgl. Handysektor o. J.).

Für Kinder und Jugendliche sind Reels attraktiv, da hier eigene Videos erstellt und Trends schnell mitverfolgt werden können. Die Risiken sind dabei, wie bei jeder Videoformat-Plattform, dass Kinder und Jugendliche unangemessene Inhalte rezipieren und zu immer extremeren Inhalten geführt werden können (vgl. Elternguide.online 2020).

YouTube

„YouTube ist die meist genutzte Videoplattform weltweit. Angemeldeten User[*]innen [...] bietet der Dienst die Möglichkeit Videos hochzuladen, live zu streamen und zu kommentieren. Videos ansehen ist auch ohne eigenen Account möglich. Häufig geschieht dies nicht nur auf dem Smartphone oder Tablet sondern auch auf dem SmartTV und der Konsole. Zusammengerechnet werden täglich mehr als eine Milliarde Stunden geschaut. Für Nutzer[*] innen [...] aus Deutschland legt Google für die Registrierung ein Mindestalter von 16 Jahren fest. YouTube wurde 2006 von Google gekauft, Google ist seit 2015 ein Tochterunternehmen des Konzerns Alphabet Inc. Der Hauptfirmensitz ist in den USA, aber auch in Deutschland gibt es Büros in Hamburg, Berlin und München.“ (kompass social media o. J.d)

Für Kinder gibt es auch die Option der App YouTube Kids, bei der nur ausgewählte, altersgerechte Videos gezeigt werden (vgl. klicksafe 2022). Trotzdem sollten Kinder damit nicht alleingelassen werden, da die Inhalte nicht immer gefiltert werden.

Shorts

Im Frühjahr 2021 hat YouTube eine neue Funktion vorgestellt, die der Oberfläche von TikTok und Instagram Reels ähnelt. Hier werden kurze Videos in Hochformat gezeigt, die maximal 60 Sekunden umfassen. Durch die Shorts sollen YouTuber*innen leichter neue Nutzer*innen erreichen. Um die Shorts anzusehen, ist es nicht notwendig, ein eigenes YouTube-Profil anzulegen. Ähnlich wie bei TikTok, Instagram Reels und Snapchat Spotlight werden auch bei den YouTube Shorts Videos nach Trend-Sounds sortiert (vgl. zugehörigen Glossareintrag).

Kurzbeschreibungen der Accounts aus der Methode *Wer hat's gesagt?*

Cristiano

Person	Cristiano Ronaldo, 37
Plattformen	Instagram (https://www.instagram.com/cristiano/)
Abonnierende	Instagram: 477 Mio. (Stand: 29.08.2022)

Der Fußballspieler Cristiano Ronaldo ist ausschließlich auf Instagram aktiv und lädt dort Fotos von sich beim Spielen oder Trainieren hoch. Gelegentlich postet er auch Selfies und Familienbilder. Ob er seinen Kanal selbst betreibt, ist unklar. Ronaldo zeigt häufig seinen muskulösen Körper und tritt selbstbewusst und sportlich auf (<https://www.instagram.com/p/Ce3p8WDrR7n/>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Aufgrund seines Auftretens und seines Erscheinungsbildes kann er männlich gelesen werden. Er ist mit einer Frau verheiratet und hat vier Kinder (<https://www.instagram.com/p/Cey-FGmLEPk/>, zuletzt geprüft am 29.08.2022).

Verwendetes Zitat bei der Methode: „Ich weiß, wer ich bin. Und ich weiß, was ich kann. Und ich weiß auch, am Ende des Tages werden sie sagen: OK, Bravo!“ (übersetzt, <https://www.youtube.com/watch?v=xW9qqpsEx1c>, zuletzt geprüft am 29.08.2022)

Juliabeautx | Julia Beautx

Person Julia Willecke, 23

Plattformen Instagram (<https://www.instagram.com/juliabeautx/?hl=de>)
YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCG0E3naN7D-bgldOJvGHbtg>)
TikTok (<https://www.tiktok.com/@juliabeautx>)
Twitter (<https://twitter.com/JuliaBeautx>)
Facebook (<https://www.facebook.com/JuliaBeautx99>)

Abonnierende Instagram: 3,4 Mio.
YouTube: 2,38 Mio.
TikTok: 3,8 Mio.
Twitter: 222.986
Facebook: 40.545
Stand: 29.08.2022

Julia Beautx erstellt Videos und Beiträge zu den Themen Lifestyle, Mode und Beauty. Auch Bilder mit Freund*innen und Familie sind auf Instagram zugänglich (<https://www.instagram.com/p/Cgj5PUuofgk/?hl=de>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Auf YouTube sind ihre Inhalte eher humorvoll und behandeln Pranks und virale Trends (<https://www.youtube.com/watch?v=qIhEFh5SiwE>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Auf TikTok zeigt sie unterschiedliche Videos zu Urlauben, Schauspielübungen, Tutorials, TikTok-Trends oder Videos mit Freund*innen. Aktuell ist sie hauptsächlich auf YouTube, TikTok und Instagram aktiv. Auf Twitter und Facebook wurden seit 2020 keine Beiträge mehr veröffentlicht.

Julia zeigt sich häufig in Kleidern und geschminkt und kann weiblich gelesen werden. In vielen ihrer Beiträge wirkt sie jung und verspielt. Durch Blicke über die Schulter und andere Posen betont sie ihren Körper und setzt sich so in Szene (<https://www.instagram.com/p/Ceog1SztPQn/?hl=de>; https://www.instagram.com/p/CQd_0zeNvUs/?hl=de, zuletzt geprüft am 29.08.2022). In einem älteren Instagram-Beitrag lässt sich erkennen, dass sie in einer Beziehung mit einem Mann lebt (<https://www.instagram.com/p/CYKjZ1LorC6/?hl=de>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Produktkooperationen sind tendenziell an weibliche Abonnentinnen gerichtet, da es sich hierbei hauptsächlich um Kosmetikprodukte handelt (<https://www.instagram.com/p/ChIEIC9INXN/?hl=de>; https://www.tiktok.com/@juliabeautx/video/7115048457890532613?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Sie gibt nicht an, dass sie ihre Bilder und Videos bearbeitet, aber es lassen sich beispielsweise Filter erkennen, die die Augen und Haut heller und glatter erscheinen lassen (<https://www.instagram.com/p/Ca2oWa7N36j/?hl=de>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Auch ihre Kooperation mit dem Adobe Color Grading Tool impliziert, dass sie die Farben in ihren Videos und Fotos vor dem Hochladen anpasst und bearbeitet (<https://www.instagram.com/p/CbLCIfHpQGv/?hl=de>, zuletzt geprüft am 29.08.2022).

Verwendetes Zitat bei der Methode: „Hallöchen! ☺ Ich bin xxx, 21 Jahre alt und liebe es seit Anfang 2014 Unterhaltungs-, Lifestyle und früher Beautyvideos auf meinem Kanal mit euch zu teilen! Ich würde mich wahnsinnig freuen, wenn unsere Familiyyyy noch weiter wächst und ihr mir ein Abo dalasst! NEUE VIDEOS bekommt ihr von mir (fast lol) JEDEN SONNTAG um 12 Uhr hehe“ (<https://www.youtube.com/c/JuliaBeautx/about>, 19.01.2022)

Marvyn Macnificent

Person	Bürgerlicher Name unbekannt, 30
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/marvynmacnificent/videos) Instagram (https://www.instagram.com/marvyn/) Twitter (https://twitter.com/mrvynmcnificent) Snapchat (https://www.snapchat.com/add/marvynmcnificent) TikTok (https://www.tiktok.com/@marvynmacnificent?lang=de-DE)
Abonnierende	YouTube: 1,02 Mio. Instagram: 446.000 Twitter: 105.271 Snapchat: Abonnierende nicht ersichtlich TikTok: 1,4 Mio. (Stand: 29.08.2022)

Marvyn Macnificent ist hauptsächlich auf YouTube, TikTok und Instagram aktiv. Dort zeigt er Beiträge zu Make-up und Fashion. Auch Schmink-Tutorials sind Teil seiner Inhalte (https://www.tiktok.com/@marvynmacnificent/video/7103146736121613573?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 29.08.2022).

Auf TikTok zeigt er Ausschnitte aus seinen YouTube-Videos, um auf diese aufmerksam zu machen (https://www.tiktok.com/@marvynmacnificent/video/7131672196023323909?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 29.08.2022).

Marvyn Macnificent zeigt sich online immer geschminkt und gestylt. Er trägt Perücken und farbenfrohes Make-up, die seine Lippen betonen. Er zeigt sich meist in stereotyp weiblichen Posen, wobei seine Hände auf seinem Dekolleté liegen und er mit einem lasziven Blick in die Kamera schaut. Er trägt grelles Make-up und sehr lange Fingernägel. Macnificent geht offen mit seinen Schönheitsoperationen um und zeigt dazu Videos und Bilder (<https://www.youtube.com/watch?v=j90uc0-LRDo>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Eine Operation diente der Povergrößerung (der sogenannte Brazilian Butt Lift²⁰). Auch seine Lippen ließ Macnificent vergrößern. Themen rund um geschlechtliche Identität sind in Macnificents Videos häufig präsent. Auf seinen Social-Media-Profilen benennt er klar seine präferierten Pronomen und seine Sexualität: „MARVYN (he/him) *non-binary*“ (<https://www.instagram.com/marvyn/>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Weil viele Abonnierende diese Frage stellen, hält er fest, nicht homosexuell zu sein (<https://www.youtube.com/watch?v=nViiFawmtNo&t=130s>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Er formuliert, dass er nicht transgender ist, aber dennoch weiblich aussehen möchte (<https://www.youtube.com/watch?v=j90uc0-LRDo>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Dabei betont er, dass er sich nicht innerhalb der traditionellen Geschlechterbilder definiert und sich als nicht binär einordnet. Seine Kooperationspartner*innen sind meist Kosmetikmarken (https://www.tiktok.com/@marvynmacnificent/video/7021527952802254085?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Marvyn Macnificent formuliert, dass er seine Internetpersönlichkeit nutzt, um Geld zu verdienen, und er abseits von Social Media ein privates Leben führt, in dem er nicht immer geschminkt ist (<https://www.youtube.com/watch?v=nViiFawmtNo&t=297s>, zuletzt geprüft am 29.08.2022).

Verwendetes Zitat bei der Methode: „Egal wie gerne ich mich schminke, und in so Klamotten reinsnatche, so Body Suits und keine Ahnung was alles, genauso gerne bin ich ungeschminkt, trage ich lockere Hosen, weite Klamotten und – das was ihr von mir seht online ist halt nur der Teil von mir, den ich mir ausgesucht habe zum repräsentieren, den ich auch verwende, um Geld zu verdienen ... “ (<https://www.youtube.com/watch?v=nViiFawmtNo&t=297s>, zuletzt geprüft am 29.08.2022)

²⁰ Die Brazilian Buttlift Surgery – häufig BBL abgekürzt – ist ein Eingriff der ästhetischen plastischen Chirurgie, bei dem Fetttransplantationen vom eigenen Körper ins Gesäß operiert werden, um den Po zu vergrößern. Die Operation steht in der Kritik, da die Komplikations- und Sterblichkeitsraten für einen ästhetischen Eingriff überdurchschnittlich hoch sind (vgl. Chia et al. 2018, S. 1468).

Riccardosimonetti

Person	Riccardo Simonetti, 29
Plattformen	Instagram (https://www.instagram.com/riccardosimonetti/) Eigene Website (https://riccardosimonetti.com/) TikTok (https://www.tiktok.com/@riccardo_simonetti)
Abonnierende	Instagram: 370.000 TikTok: 53.200 (Stand 29.08.2022)

Riccardo Simonetti behandelt Themen im Bereich Lifestyle und Sexualität. Er bezeichnet sich als Aktivist und setzt sich unter anderem gegen Mobbing ein (<https://www.youtube.com/watch?v=nQmLWzgVEV4>, zuletzt geprüft am 29.08.2022). Auch sein privates Leben und Urlaubsbilder sind auf seinem Instagram-Account zu sehen. In den Sozialen Medien macht er unter anderem aufmerksam auf seine Auftritte und sein Buch „Mama, ich bin schwul“. Er sieht sich als Aktivist und behandelt häufig Themen rund um sexuelle Orientierung.

Simonetti zeigt sich geschminkt und mit langen Haaren, mit Bart- und Brustbehaarung in weiblich konnotierten Posen. Er erzählt offen über seine Homosexualität (<https://www.instagram.com/p/CgXdlywI7qL/>, zuletzt geprüft am 05.09.2022). Simonetti spricht sich gegen traditionelle Geschlechterstereotype aus, wie etwa in einem Instagram-Beitrag, in dem er eine Jacke mit der Aufschrift „Fuck Genderstereotypes“ trägt (<https://www.instagram.com/p/Ce5kpaIouzm/>, zuletzt geprüft am 05.09.2022). Er geht Kooperationen mit verschiedenen Marken ein, wie etwa Möbelhäusern (<https://www.instagram.com/p/Cgt1D1hofWN/>, zuletzt geprüft am 08.9.2022) und Supermarktketten (https://www.instagram.com/p/Cf_1OySILD2/, zuletzt geprüft am 08.09.2022).

Verwendetes Zitat bei der Methode: „Mein Weg hierhin zu kommen, war wirklich wirklich schwierig.[...] Ich bin ein schwuler Junge vom bayerischen Land und wollte immer auf die Bühne und hierhin zu kommen, hat mich so viel Kraft gekostet.“ (<https://www.youtube.com/watch?v=nQmLWzgVEV4>, zuletzt geprüft am 29.08.2022)

Von den Befragten genannte Accounts

BastiGHG

Person	Bastian, 24
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/channel/UC5rz_m2sWRnpG--KyWHsQTg ; https://www.youtube.com/user/kompetenzGHG?app=desktop ; https://www.youtube.com/channel/UCODIDyQKiM8S6fNLb25Skog), TikTok (https://www.tiktok.com/@bastighg.tiktok?lang=de-DE), Instagram (https://www.instagram.com/babaesti/), Twitch (https://www.twitch.tv/bastighg), Twitter (https://twitter.com/kompetenzghg)
Abonnierte	YouTube: BastiGHG: 1,17 Mio. Bastian: 289.000 BastiGHG Clips: 65.400 TikTok: 182.000 Instagram: 82.000 Twitch: 1,1 Mio. Twitter: 137.000 (Stand: 27.06.2022)

BastiGHG macht Gamingvideos. Auf seinem Hauptkanal BastiGHG lädt er (auf einen ersten Blick) ausschließlich *Minecraft*-Let's-Plays hoch. Auf seinem Zweitkanal Bastian werden neben *Minecraft* auch andere Spiele wie Simulatoren, Sportspiele oder *Monopoly* gespielt. Auf BastiGHG Clips werden kurze Ausschnitte aus seinen Streams geteilt, in denen er ebenfalls (soweit abzusehen) ausschließlich *Minecraft* spielt. Auf YouTube lädt er etwa jeden zweiten Tag Videos hoch, auf Twitch streamt er bereits seit Jahren täglich.

Das eigene Geschlecht thematisiert BastiGHG nicht. Laut der Plattform youtube.fandom hat er eine Freundin; wo sich diese Information auf seinen Kanälen findet, lässt sich auf den ersten Blick nicht herausfinden (https://youtube.fandom.com/de/wiki/BastiGHG#cite_ref-2, zuletzt geprüft am 02.08.2022). BastiGHG lässt sich anhand seines Namens als männlich lesen. Sein Gesicht zeigt er in seinen Videos nicht und auch auf seinem Instagram-Account teilt BastiGHG keine Bilder von sich. Geschlechterrollen werden nicht aktiv thematisiert. Filter werden augenscheinlich nicht genutzt. Er geht Kooperationen mit Unternehmen für PC-Zubehör ein, das hauptsächlich im Gamingbereich genutzt wird – so beispielsweise zu Komponenten für frei zusammenstellbare PCs oder ASUS Republic of Gaming (Gaming Laptops).

Can der Koch

Person	Can Apkinar, geschätzt Mitte 20
Plattformen	TikTok (https://www.tiktok.com/@canderkoch?lang=de-DE) YouTube (https://www.youtube.com/c/CansChannel) Instagram (https://www.instagram.com/canderkoch/)
Abonnierende	TikTok: 1,4 Mio. Instagram: 101.000 YouTube: 157.000 (Stand: 27.06.2022)

Can der Koch bezeichnet sich als Food Creator und befasst sich in seinen Videos mit Gerichten und Lebensmitteln aus verschiedenen Regionen der Welt. Hauptsächlich produziert er Videos zu Rezepten und Anleitungen zum Kochen, teils auch Videos von Reisen, auf denen er lokale Gerichte und Restaurants testet. Er kocht viele Gerichte aus der türkischen Küche; seine Eltern kommen aus der Türkei und in seiner Instagram-Biografie formuliert er: „Meine Mission: Die Kultur der Regionalküche meiner Heimat erlernen und weitergeben.“

Aufgrund seiner kurzen Haare, seines Barts und seiner Stimmlage kann er männlich gelesen werden. Selbst thematisiert er sein Geschlecht oder seine sexuelle Orientierung auf seinen Kanälen aber nicht. Seine Videos drehen sich ausschließlich um Essen; Frage-Antwort-Videos oder sonstige Inhalte über sein Privatleben sind nicht zu finden. Face- oder Körper-Filter werden augenscheinlich nicht genutzt. Der Stil der Videos ist ruhig und informativ, auf auffällige Effekte oder Clickbait-Titel verzichtet er. Seine Kooperationen beziehen sich inhaltlich auf seine Videoinhalte, wie aktuell beispielsweise sein Clip mit Gustavo Gusto (https://www.tiktok.com/@canderkoch/video/7111728596821019910?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1, zuletzt abgerufen am 02.08.2022).

Herr Anwalt

Person	Tim Hendrik Walter, 38
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/HerrAnwalt), TikTok (https://www.tiktok.com/@herranwalt?lang=de-DE) Instagram (https://www.instagram.com/herr_anwalt/)
Abonnierende	YouTube: 287.000 TikTok: 5,5 Mio. Instagram: 621.000 (Stand: 04.07.2022)

Herr Anwalt ist vor allem durch das Erklären von juristischen Themen auf TikTok bekannt geworden. Die Hauptthemen sind entsprechend Wissen rund um Rechte und Gesetze. Einige der Inhalte enthalten auch Comedy-Elemente. Er wirkt motiviert und aufgedreht.

Herr Anwalt lässt sich durch sein Auftreten – häufig in Anzug und Krawatte – sowie aufgrund seiner Gesamterscheinung männlich lesen. Da seine Inhalte juristischer Natur sind, widmet er sich unter anderem auch Themen, die mit Blick auf Geschlecht von Belang sind/sein können – so zum Beispiel die Abschaffung des Paragraphen 219a StGB („Werbung für den Abbruch der Schwangerschaft“; <https://www.instagram.com/p/CfPbQGHlHsF/?hl=de>, zuletzt abgerufen am 02.08.2022). Bei einigen Videos verkleidet er sich mit einer Langhaar-Perücke und Kleid, um Frauen darzustellen (vgl. z. B. seine Instagram-Beiträge vom 16.04.2022, <https://www.instagram.com/p/CcZ83RhDHF7/> und 12.04.2022, <https://www.instagram.com/p/CcP5ISeIogv/>). Dabei zielt er auf die stereotype Darstellung von Frauen ab, die sich beispielsweise vor allem ihrem Aussehen widmen und andere Frauen lästernd als „billig“ bezeichnen.

Seine Produktkooperationen erfolgen beispielsweise mit Mercedes (<https://www.instagram.com/p/CXTaT1xIXHQ/>, zuletzt geprüft am 02.08.2022) der Bank pockid.money (https://www.instagram.com/p/CON2LMJB_mf/, zuletzt abgerufen am 02.08.2022) und Kaufland (<https://www.instagram.com/p/CKjb1KABEtZ/>, zuletzt abgerufen am 02.08.2022).

Hungriger Hugo

Person	Name unbekannt, 21
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/HungrigerHugo), Instagram (https://www.instagram.com/hungrigerhugo/), Twitter (https://twitter.com/hungrigerhugoyt), TikTok (https://www.tiktok.com/@hungrigerhugoyt?lang=de-DE) Twitch (https://m.twitch.tv/hungrigerhugoyt/videos)
Abonnierende	YouTube: 764.000 Instagram zum YouTube-Kanal: 114.000 persönliches Instagram: 56.900 TikTok: 195.100 Twitch: 37.540 Twitter: 21.748 Außerdem weitere YouTube-Kanäle (Satter Hugo [355.000], Reaktions Hugo [131.000], Feuriger Hugo [17.600]) (Stand: 21.06.2022)

Hungriger Hugo erstellt Zusammenschnitte aus den Videos und Streams anderer YouTuber*innen, vor allem von MontanaBlack, Tanzverbot und UnsympathischTV. Die Inhalte stammen teils auch aus dem Fernsehen.

Hungriger Hugo zeigt sich und sein Privatleben auf Instagram auf ein paar wenigen Bildern. Er postet dort unter anderem Videos und Fotos mit Freund*innen. Auf YouTube, Twitch und TikTok sind ausschließlich Clips von anderen Streamer*innen/YouTuber*innen zu finden. Er macht sich oft über andere Streamer*innen lustig, aber auch über sich selbst (z. B. Instagram-Beitrag <https://www.instagram.com/p/CS33xKvjmmc/>, zuletzt geprüft am 02.08.2022). Aus seinem privaten Leben zeigt er vor allem Urlaubsfotos und -videos (<https://www.instagram.com/p/CTCT5RtjYVT/>, zuletzt geprüft am 02.08.2022).

Hungriger Hugo lässt sich anhand seines Auftretens und Aussehens auf seinem persönlichen Instagram-Profil männlich lesen. Da er auf seinem YouTube-Kanal nicht als Person im Mittelpunkt steht, sondern Inhalte anderer Creator*innen zusammenstellt, spielen sein Geschlecht und seine Sexualität dort keine unmittelbare Rolle.

Ilias Welt

Person	Ilia, 17 (und Arwen, 12)
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/IliasWelt), Instagram (https://www.instagram.com/ilia_iliawelt/) TikTok (https://www.tiktok.com/@iliaa_iliawelt?lang=de-DE)
Abonnierende	YouTube: 386.000 Instagram: 70.800 TikTok: 77.700 (Stand: 20.06.2022)

Das YouTube-Profil wird betrieben von den zwei Schwestern Ilia und Arwen. Auf Instagram und TikTok scheint nur die ältere Schwester Ilia präsent zu sein. Es werden Inhalte mit dem Schwerpunkt Lifestyle und Beauty veröffentlicht. Manchmal veröffentlichen Ilia und Arwen auch Lieder, die in Zusammenarbeit mit anderen Personen entstehen. Die Zielgruppe sind junge Mädchen und Kinder.

Beide können als weiblich gelesen werden und wirken in ihren Inhalten immer fröhlich. Die Themen Geschlecht und Sexualität werden weder in Bezug auf sich selbst noch auf andere explizit thematisiert. Inhaltlich widmen sie sich vor allem Themen, die traditionell Frauen und Mädchen zugeordnet werden, wie beispielsweise Make-up, Kleidung und Beauty (etwa YouTube-Short „Glossybox-Unboxing“ <https://www.youtube.com/shorts/iukmqBIKJXw>, zuletzt geprüft am 02.08.2022). Ilia steht als ältere Schwester auf den Social-Media-Plattformen im Fokus. Auf dem YouTube-Profil ist Arwen auch vertreten. Produktkooperationen sind meist auf junge Mädchen und Kinder ausgerichtet; die beiden Geschwister vermarkten auch selbst herausgebrachte Produkte wie beispielsweise einen Adventskalender mit ihren Gesichtern. Durch das Zeigen von Shopping-Abenteuern und anderen Tätigkeiten, wird Arwen trotz ihres jungen Alters sehr erwachsen inszeniert („Arwens Herbststyles“ <https://www.youtube.com/watch?v=INBE5KY4QkM>, zuletzt geprüft am 02.08.2022). Es ist nicht klar, welche Rolle die Eltern (und/oder andere Erwachsene) beim Managen der Profile und dem Produzieren der Inhalte haben; die Aufbereitung wirkt aber professionell und gekonnt.

Jamal.jamael | karimjamael

Person Karim El-Mashharawi, 21

Plattformen TikTok (<https://www.tiktok.com/@jamal.jamael?lang=de-DE>)
Instagram (<https://www.instagram.com/karimjamael/>)
YouTube (https://www.youtube.com/channel/UC9SzmV-xt_JgjxzETGm6CyA)

Abonnierte TikTok: 2,7 Mio.
Instagram: 220.000
YouTube: 32.900
(Stand: 04.07.2022)

Der Kanal von Jamal ist Teil von funk (<https://presse.funk.net/format/ey-jamal/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Seine Inhalte drehen sich rund um Comedy, vor allem um Parodien/lustige Nachahmungen verschiedener Charaktere, wie beispielsweise Lehrer*innen und Flugbegleiter*innen. Bekannt ist er vor allem auch dafür, dass der Hintergrund der Videos immer passend zum Thema umgebaut wird.

Sein Auftreten in den Parodien kann als laut und überdreht beschrieben werden, in den Videos über sein Privatleben ist er eher ruhig – neben seinen Parodien lädt er aber nur selten Inhalte hoch. Anhand seines Äußeren kann Jamal männlich gelesen werden. Geschlecht wird in einigen Videos thematisiert, wenn er beispielsweise überspitzte Darstellungen von Frauen oder Mädchen zeigt, wie etwa in den Videos: „Dieses eine Mädchen, wenn sie ein Referat hält“ (https://www.tiktok.com/@jamal.jamael/video/7092050059772054790?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022); „Dieses eine aggressive Mädchen in der Klasse be like“ (https://www.tiktok.com/@jamal.jamael/video/7082038629878598918?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022) oder Nachahmungen von Influencerinnen (zum Beispiel https://www.tiktok.com/@jamal.jamael/video/7088338266511985925?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Frauen werden in seinen Videos durch stereotyp weibliche Merkmale wie lange Haare, lange Nägel, falsche Wimpern, breite Hüften/Po, bestimmte Kleidung und eine hohe Stimme dargestellt (Beispiel: https://www.tiktok.com/@jamal.jamael/video/7048642216448756998?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE; https://www.tiktok.com/@jamal.jamael/video/7055322797702204677?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Für Parodien von Männern verändert Jamal sein Aussehen (abgesehen von einem Kostüm) nicht. Filter werden augenscheinlich nicht genutzt. Jamal setzt sich auch gesellschaftskritisch beispielsweise mit gesundheitlichen Themen auseinander, wie in einem Video über die Erkrankung Endometriose: <https://www.instagram.com/p/Cc5DZO7Plie/?hl=de> (zuletzt geprüft am 04.08.2022).

julesboringlife

Person	Jule Nagel, 19
Plattformen	TikTok (https://www.tiktok.com/@julesboringlife?lang=de-DE) Instagram (https://www.instagram.com/julesboringlife/)
Abonnierende	TikTok: 6 Mio. Instagram: 1,4 Mio. (Stand: 20.06.2022)

Auf ihrem Account julesboringlife behandelt Jule Nagel Themen im Bereich Lifestyle und veröffentlicht Inhalte mit Comedy-Elementen. Sie postet hauptsächlich fröhliche Inhalte, teilweise ist sie aber auch weinend in ihren Videos zu sehen, „um auch die schlechten Seiten zu zeigen“. So zum Beispiel ist in einem Video ihr verweintes Gesicht zu sehen, während sie ihre Lippen zu einem Lied von Rihanna bewegt (https://www.tiktok.com/@julesboringlife/video/7110311014683413766?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Bei den fröhlichen Inhalten zeigt sie sich häufig auch mit ihren Freund*innen oder Familienmitgliedern. Zum Beispiel behandelt sie in einem Video den Abiturball ihrer besten Freundin (https://www.tiktok.com/@julesboringlife/video/7118471487429922053?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Jule zeigt sich häufig geschminkt und in Kleidern, Röcken und Blusen. Insgesamt wirkt sie humorvoll und fröhlich. Sie lässt sich als weibliche Person lesen. Ihre sexuelle Orientierung wird manchmal beiläufig in Videos thematisiert, wenn sie etwa über Beziehungen und Jungen spricht (https://www.tiktok.com/@julesboringlife/video/7104354810891128069?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Produktkooperationen geht sie beispielsweise mit großen Technikfirmen ein (<https://www.instagram.com/p/CNkmO2CB31A/?hl=de>, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Kaan.etm

Person Kaan; Alter unbekannt, schätzungsweise zwischen 16 und 18

Plattformen TikTok (<https://www.tiktok.com/@kaan.etm?lang=de-DE>)
Instagram (<https://www.instagram.com/kaan.etm/>)

Abonnierende TikTok: 3,1 Mio.
Instagram: 121.000
(Stand: 20.06.2022)

Kaan befasst sich mit Themen im Bereich Fashion und Film/Schauspielerei. Diese behandelt er überwiegend auf Instagram. Dort lädt er Bilder von sich hoch. Auf TikTok macht er vor allem Comedy-Inhalte, in denen er schauspielert und in andere Rollen schlüpft. Zwischen den Kurzfilmen sind aber auch Videos aus seinem Alltag zu finden, in denen er beispielsweise einen Smoothie zubereitet (https://www.tiktok.com/@kaan.etm/video/7103175818305703174?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Oft sind es aber Videos, in denen er sich über eine bestimmte Sache lustig macht, wie beispielsweise über die Firma Apple (https://www.tiktok.com/@kaan.etm/video/7101348058847268101?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). In seinen Videos ist er grundsätzlich eher laut und aufgedreht. Manchmal macht er aber auch nachdenkliche Inhalte: Das sind kurze Clips, die er auch seine „Filme“ nennt und die sich mit einem bestimmten Thema befassen. Zum Beispiel im TikTok-Video „Das Spiel gegen DICH“ kommentiert er den gesellschaftlichen Druck, Leistungen zu erbringen, und motiviert gleichzeitig Zuschauer*innen, ihre Ziele zu erreichen (https://www.tiktok.com/@kaan.etm/video/7096908621702876422?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Kaan lässt sich als männliche Person lesen. Sein Kleidungsstil ist lässig. Er verkleidet sich und verstellt seine Stimme, um Frauen in seinen Inhalten darzustellen. Dabei nutzt er verschiedene Kleidungsstücke und/oder Perücken und spricht in einer hohen, schrillen Stimme. Auch um erwachsene Männer darzustellen, verkleidet er sich und malt sich einen Bart auf. Allgemein bedient er sich zugespitzter stereotyper Geschlechterbilder, um humorvolle Inhalte zu kreieren.

Produktkooperationen geht er beispielsweise mit der App Jodel ein (https://www.tiktok.com/@kaan.etm/video/7024505065574649093?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Mavie Noelle

Person Mavie Noelle, 14

Plattformen YouTube (<https://www.youtube.com/c/MavieNoelle>),
Instagram (https://www.instagram.com/mavie_noelle/)

Abonnierende YouTube: 824.000
Instagram: 469.000
(Stand: 20.06.2022)

Mavie Noelle behandelt Themen im Bereich Lifestyle und Beauty. Am häufigsten erstellt sie Videos im Vlog-Format. Sie zeigt beispielsweise ihre Pflegeroutine, ihren Sport und Videos über ihren Alltag.

Auf Instagram-Bildern zeigt sie sich vornehmlich selbst und allein – gelegentlich auch mit Freund*innen. Mit ihren langen blonden Haaren, ihrer Kleidung und ihrer Schminke sowie der Nutzung von Filterfunktionen, um beispielsweise die Haut möglichst glatt darzustellen, kann sie weiblich gelesen werden. Sie bezeichnet sich außerdem selbst als Mädchen. Sie zeigt ihr Gesicht häufig von oben und auf ihren Ganzkörperaufnahmen sind beispielsweise „zufällig überkreuzte Beine“ (Götz und Becker 2019) zu sehen.

Sie thematisiert Geschlecht in einer dichotomen Ordnung und greift häufig auf Stereotype zurück (<https://www.youtube.com/watch?v=5vEaa0tRScc>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Sie formuliert unter anderem, dass Jungen sich häufig gegenseitig beleidigen, ungepflegt und unordentlich sind und sich für Videospiele interessieren, während Mädchen ordentlich und gepflegt sind und ihre Gefühle offen zeigen (vgl. ebd.). Sie thematisiert auch, wie sie sich eine Beziehung zu einem Jungen vorstellt: Für sie muss er unter anderem groß sein und ihr „Beschützer“ (<https://www.youtube.com/watch?v=JWPgDEYQluE>, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Ihre Videos und Beiträge auf Instagram enthalten Kooperationen, die ihrem Auftreten und ihren Inhalten entsprechen; so macht sie beispielsweise Werbung für Bikinimode (<https://www.instagram.com/p/CeyxS-VNgTX/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Gleichzeitig zielt ihre Werbung aber auch auf eine Zielgruppe entsprechend ihrem Alter ab, wenn sie beispielsweise einen Schüler*innenkalender bewirbt (<https://www.instagram.com/p/CeoeEtmtskq/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Okamsen

Person Levi Blocher, 27

Plattformen YouTube (https://www.youtube.com/channel/UC0Ysur82RKX_n767gNQOrbw),
Instagram (keine Beiträge, <https://www.instagram.com/okamsen/>)

Abonnierende YouTube-Kanäle:
Okamsen: 99.500
Okami: 34.100
Omaki: 24.500
OkamsenVOD: 673
Instagram: 7
(Stand: 27.06.2022)

Okamsen macht auf seinem Kanal Gamingvideos. Dabei spielt er verschiedene Spiele wie *Zelda* oder *Minecraft*. Auch auf den weiteren Kanälen werden ähnliche Inhalte veröffentlicht.

Sein Gesicht zeigt er in seinen Videos nicht. Anhand seines echten Namens und dem Avatar mit Kurzhaarfrisur lässt sich Okamsen als männlich lesen. Ob und, wenn ja, welche Details Okamsen bezüglich einer eigenen geschlechtlichen Identität, einer romantischen und/oder sexuellen Orientierung sowie mit Blick auf eigene Vorstellungen von Geschlecht(erbildern) in seinen Gamingvideos preisgibt, ist nicht zu überblicken. Auf seinen Kanälen steht er nur selten als Person im Fokus des Videos (<https://www.youtube.com/watch?v=OeFCwatHI2M>, zuletzt geprüft am 04.08.2022), meist eher das Spiel. Filter werden augenscheinlich nicht genutzt. Okamsen hat keine Kooperation mit Werbetreibenden.

Paluten

Person	Patrick Mayer, 34
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/Paluten), Instagram (https://www.instagram.com/paluten/) Twitter (https://twitter.com/paluten?lang=de) TikTok (https://www.tiktok.com/@paluten?lang=de-DE) Twitch (https://www.twitch.tv/paluten)
Abonnierende	YouTube: 4,51 Mio. YouTube, Zweitkanal: 907.000 Twitch: 774.436 Instagram: 1,9 Mio. Twitter: 1,2 Mio. TikTok: 1,1 Mio. (Stand: 21.06.2022)

Seit seiner Anfangszeit auf Social Media macht Paluten Gaming-Videos und gehört mittlerweile zu den erfolgreichsten deutschen YouTuber*innen. Auf seinem YouTube-Kanal veröffentlicht er täglich Let's Plays verschiedener Spiele, wie beispielsweise *Minecraft*, *Clash of Clans* und verschiedene Simulatoren. Zweimal in der Woche streamt er live auf Twitch; Highlights dieser Streams lädt er auf seinen Zweitkanal bei YouTube hoch.

Außerdem hat er bereits vier Bücher veröffentlicht. Mit dem YouTuber *GermanLetsPlay* nimmt er zudem einen Podcast auf. Er produziert lustige Inhalte, die wohl eher auf eine jüngere Zielgruppe ausgerichtet sind. Seine Witze bestehen meist aus Wortspielen oder schlecht bearbeiteten Bildern, die mit lustiger Musik hinterlegt werden (z. B. am Anfang des Videos: https://www.youtube.com/watch?v=8_tkb916H1g).

Auf seinem Instagram-Account teilt er mit seinen Zuschauer*innen seine Leidenschaft zum Wandern und Radfahren; er zeigt sich dort entsprechend sportlich und naturverbunden. Und auch in seinen Frage-Antwort-Videos geht er kurz auf private Dinge ein, wie beispielsweise auf seinen Beziehungsstatus und sein erstes Praktikum (https://www.youtube.com/watch?v=8_tkb916H1g, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Darüber hinaus thematisiert er sein Privatleben kaum. Paluten lässt sich männlich lesen. Augenscheinlich werden auf Instagram und in Videos keine Filter genutzt. Produktplatzierungen passen häufig zu den Inhalten auf YouTube: Lego (20.5.2021), MagentaTV (u. a. 9.12.2020); Jurassic Park (10.6.2022); FIFA 20 (12.9.2019).

Paula Wolf | paulawwolf

Person Paula Wolf, 23

Plattformen YouTube (<https://www.youtube.com/c/paulawwolf>)
TikTok (<https://www.tiktok.com/@paulawwolf?lang=de-DE>)
Instagram (<https://www.instagram.com/paulawwolf/>)
eigene Website (<https://www.paulawwolf.com/>)

Abonnierende YouTube: 232.000
TikTok: 5,6 Mio.
Instagram: 470.000
(Stand: 04.07.2022)

Paula Wolf macht Videos zu Make-up und zeigt auf ihren Profilen ausgefallene Looks. Das können Alltagslooks, aber auch besondere Kostüme und farbenfrohes Make-up sein. Auf Instagram zeigt sie teilweise auch Inhalte aus ihrem Privatleben, wie etwa Urlaubsbilder. Sie wirkt munter und postet farbenfrohe Inhalte, die ihr künstlerisches Talent zeigen.

Durch ihre äußerliche Erscheinung kann Paula Wolf als weiblich gelesen werden. In einzelnen Beiträgen wird deutlich, dass sie seit mittlerweile fünf Jahren in einer Beziehung mit einem Mann ist (<https://www.instagram.com/p/CdQMN1uNhFC/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). In einem ihrer TikTok-Videos unterstützt sie die Pride-Bewegung (https://www.tiktok.com/@paulawwolf/video/7108052952929144069?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Bei ihren Produktkooperationen handelt es sich in erster Linie um Make-up- und Beauty-Artikel (<https://www.instagram.com/p/CcdNgSwtLr0/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Rezo | Renzo

Person	Rezo, 29
Plattformen	YouTube (https://www.youtube.com/c/Renzo69 , https://www.youtube.com/c/RezoJaloley) Instagram (https://www.instagram.com/rezo/) TikTok (https://www.tiktok.com/@rezo?lang=de-DE)
Abonnierende	Rezo, YouTube: 832.000 Rezo ja lol ey, YouTube: 1,59 Mio. Instagram: 1,1 Mio. TikTok: 1,5 Mio. (Stand: 04.07.2022)

Auf den Profilen von Rezo werden Inhalte zu Gaming, Wissen und sozialen Themen veröffentlicht, die meist humorvoll und leicht verständlich umgesetzt werden. So widmet er sich beispielsweise der parteipolitischen Arbeit der CDU (<https://www.youtube.com/watch?v=4Y1lZQsyuSQ>, zuletzt geprüft am 04.08.2022), den Recherchevorgehensweisen eines *funk*-Kanals (<https://www.youtube.com/watch?v=6oLmMLe1t34>, zuletzt geprüft am 04.08.2022) und er setzt sich kritisch mit der Casting-Show *Germanys Next Topmodel* auseinander (<https://www.youtube.com/watch?v=cVkc-wNmAxE>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Rezo streamt unter anderem Spiele und rezensiert bzw. kommentiert Inhalte von anderen.

Rezo lässt sich männlich lesen, er befasst sich aber auch offen mit seiner eigenen Geschlechtsidentität und sexuellen Orientierung, wobei deutlich wird, dass er ein heterosexueller cis Mann ist (<https://www.youtube.com/watch?v=djXb0XQq1b0>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Er setzt sich auch mit der romantischen und/oder sexuellen Orientierung und der geschlechtlichen Identität seiner Zuschauer*innen auseinander und gibt ihnen Ratschläge (<https://www.youtube.com/watch?v=E5BzFI9scRE>, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Dabei ist ihm bewusst, dass eine dichotome Geschlechterordnung herrscht, in die sich nicht alle Menschen einordnen können oder wollen. Er wirkt aufgeschlossen und unvoreingenommen. Witze und Sarkasmus sind immer Teil seiner Videos, aber er geht dennoch sensibel mit den Fragen seiner Zuschauer*innen um.

Simplicissimus

Person David und Jonas, Alter unbekannt (schätzungsweise Mitte/Ende 20)

Plattformen YouTube (<https://www.youtube.com/c/Simplicissimus2>)
Instagram (<https://www.instagram.com/simplicissimusyt/>)

Abonnierende YouTube: 1,13 Mio.
Instagram: 117.000
(Stand: 20.06.2022)

Die Videos von Simplicissimus auf YouTube behandeln unterschiedliche Wissensthemen, wie beispielsweise Fast Fashion (<https://www.youtube.com/watch?v=2Go4Npf1hYU>, zuletzt geprüft am 04.08.2022) oder die Probleme des deutschen Schulsystems (https://www.youtube.com/watch?v=fxvVMjDCo_4, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Die Videos bestehen aus Animationen, Bildern und Grafiken, über die eine männlich lesbare Stimme spricht. Simplicissimus ist Teil von funk, einem Format des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Simplicissimus vermittelt Wissensthemen, die für alle Altersgruppen interessant sind. Wenn es thematisch passt, behandeln diese Videos auch geschlechterspezifische Inhalte, wie beispielsweise unter dem Titel „TikTok: E-Girls und die Gier nach Ruhm“ (<https://www.youtube.com/watch?v=nEEQ0X9jFKQ>, zuletzt geprüft am 04.8.2022). Hier thematisieren sie besonders die Sexualisierung junger Mädchen und lenken die Aufmerksamkeit auf die Risiken der Social-Media-Plattform TikTok.

TutorialsbyKati

Person Katharina Xenia, 23

Plattformen TikTok (<https://www.tiktok.com/@tutorialsbykati?lang=de-DE>)
Instagram (<https://www.instagram.com/tutorialsbykati/>)
YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCIFtK2mPaoyFqGPKJm7gQdQ>)
Twitch (<https://www.twitch.tv/tutorialsbykati/about>)
Snapchat (<https://story.snapchat.com/u/tutorialsbykati>)

Abonnierende TikTok: 1,2 Mio.
Instagram: 39.000
YouTube: 69.600
Twitch: 1.436
Snapchat: 112.000
(Stand: 28.06.2022)

Die Videos von TutorialsbyKati auf TikTok und YouTube sind vor allem Lifehacks und Tutorials. Sie zeigt ihren Zuschauer*innen, wie sie angesagte Tänze auf TikTok nachtanzen können, wie Trends in der Bearbeitung von Videos funktionieren und worin populäre Sounds auf TikTok ihren Ursprung haben (https://www.tiktok.com/@tutorialsbykati/video/7118747529314913541?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE ; https://www.tiktok.com/@tutorialsbykati/video/7115002940233911558?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Auf Instagram werden einige dieser Inhalte erneut gepostet, vermischt mit Inhalten aus ihrem Privatleben, wie beispielsweise mit Bildern mit Freund*innen (<https://www.instagram.com/p/CetjSygM2m3/>; <https://www.instagram.com/p/CeJXUhzMU51/>, zuletzt geprüft am 04.08.2022).

Katharina kann durch ihr Äußeres weiblich gelesen werden. In einigen Beiträgen erwähnt sie ihren Freund (Instagram Beitrag vom 1. Juli 2022). Die Videos von TutorialsbyKati sollen Spaß machen und hilfreich sein. Im Kontext der aktuellen Debatte um Abtreibung in den USA greift sie beispielsweise jedoch auch ein politisches Thema auf und positioniert sich für das Recht auf Abtreibung. Dies geschieht im Rahmen eines kontroversen TikTok-Trends, bei dem Mädchen und junge Frauen mit Kleiderbügeln posieren (https://www.tiktok.com/@tutorialsbykati/video/7115382233770233094?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE; https://www.tiktok.com/@tutorialsbykati/video/7117966407706496262?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, zuletzt geprüft am 04.08.2022). Fotos auf Instagram machen den Eindruck, als wären Face-Filter verwendet worden. Der Körper scheint nicht bearbeitet zu sein. Auf ihrem Twitch-Kanal veröffentlicht Katharina außerdem Let's Plays.



Anhand welcher Merkmale beschreiben Kinder und Jugendliche Geschlecht? Inwiefern setzen sie sich (kritisch) mit Geschlechterdarstellungen auseinander? Welche Aspekte sind ihnen bei ihrer Selbstpräsentation wichtig? Diese leitenden Forschungsfragen wurden mit 25 Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 16 Jahren im Rahmen einer qualitativen Studie in Online-Forschungswerkstätten bearbeitet.

Nach einer Darstellung des theoretischen Fundaments der Studie und einem Einblick in entwicklungspsychologische Ansätze zu Geschlecht beschreibt die Veröffentlichung die Methodik und Konzeption des Erhebungssettings. Anschließend folgen die empirischen Erkundungen, die die verschiedenen Perspektiven der Teilnehmenden auf Geschlechterdarstellungen in Sozialen Medien deutlich werden lassen. Dabei wird zum einen das grundlegende Wissen der Heranwachsenden zu Geschlecht(erbildern) thematisiert sowie ihre Sichtweisen auf Geschlechterstereotype. Zum anderen rücken auch Reflexionen über geschlechtlich uneindeutig gelesene Darstellungen sowie zu medialen Bedingungen geschlechtlicher Inszenierungen in den Fokus. Nach einer Zusammenfassung der Ergebnisse schließt die Studie mit Folgerungen für die medienpädagogisch-praktische Arbeit.

www.gender.jff.de



Ein Projekt des



Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

