

Braunschweig University of Art

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig



Under Construction//

Über die (Vor-)Bedingungen und Möglichkeiten von subversiven Körpertechniken im Netzfeminismus

Von der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig
zur Erlangung des Grades einer Doktorin der Philosophie
– Dr. phil. –

Dissertation von Katrin Eva Deja
Geboren am 18.06.1988 in Hannover
Disputation am 20.01.2022

Erstgutachter: Prof. Dr. Rolf F. Nohr
Zweitgutachter: Prof. Dr. Friedrich Balke

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| 1. Einleitung – Under Construction | 1 |
| 2. Moderne Subjektivierung | 6 |
| 2.1 Diskurse und Macht..... | 7 |
| 2.2 Machttypen | 8 |
| 2.2.1 Disziplinarmacht | 9 |
| 2.2.2 Bio-Macht und Gouvernamentalität | 10 |
| 2.3 Deleuzes Kontrollgesellschaften | 11 |
| 2.4 Bröckling: Das unternehmerische Selbst..... | 13 |
| 2.5 Sexualitätsdispositiv | 16 |
| 2.6 Der Geschlechterkörper | 18 |
| 2.6.1 Anrufung und Benennung | 18 |
| 2.6.2 Performative Sprechakte..... | 20 |
| 2.6.3 Geschlecht und Geschlechteridentität..... | 21 |
| 2.7 Zwischenfazit – das neoliberale Subjekt und seine Verkörperung | 23 |
| 2.7.1 Verkörperung | 23 |
| 2.7.2 Ökonomisierung | 25 |
| 2.7.3 Empowerment..... | 29 |
| 2.7.4 Überwachung | 30 |
| 2.7.5 Anderssein als Imperativ | 31 |
| 2.7.6 Male Gaze..... | 33 |
| 3. Subversion | 37 |
| 3.1 Subversion – aus dem Geschlechterkörper..... | 38 |
| 3.2 Subversionstheorien..... | 43 |
| 3.3 Zusammenfassung..... | 49 |
| 4. Fotografische Verkörperungen und ihr subversives Potenzial..... | 51 |
| 4.1 Feminismus..... | 52 |
| 4.2 Der Spiegel und der utopische Körper | 54 |
| 4.3 Strategien der fotografischen Subversion in der feministischen Kunst..... | 57 |
| 4.3.1 Körperfragmentierung..... | 58 |
| 4.3.2 Schrift auf Körper | 61 |
| 4.3.3 Enttabuisierung der Vulva | 62 |
| 4.3.4 Parodie und Ironie | 63 |

| | |
|--|-----|
| 4.3.5 Maskerade | 65 |
| 4.3.6 Exkurs: Mimesis und Mimikry | 66 |
| 4.3.7 Affirmation oder Subversion? | 67 |
| 4.3.8 Zusammenfassung..... | 71 |
| 5. Subversion im Postfeminismus | 74 |
| 5.1 Postfeministische Maskerade | 74 |
| 5.2 Neoliberale Solidarität – der „Girlfriend Gaze“ | 79 |
| 5.3 Riot Grrrls | 82 |
| 5.3.1 Feministisches Empowerment | 85 |
| 5.3.2 Girl Power | 86 |
| 5.4 Cyberfeminismus..... | 88 |
| 5.5 Zusammenfassung..... | 93 |
| 6. Soziale Netzwerke | 97 |
| 7. Zwischenfazit..... | 100 |
| 8. Analyse Instagram: Zwischen Selbstermächtigung und Unterwerfung | 102 |
| 8.1 Der Aufbau Instagrams..... | 103 |
| 8.2 Digitale Subjektivierung auf Instagram | 106 |
| 8.2.1 Vernetzen | 106 |
| 8.2.2 Algorithmus | 108 |
| 8.2.3 Enge Freunde..... | 110 |
| 8.2.4 Aktualisierungszwang..... | 113 |
| 8.2.5 Selbstreflexion..... | 114 |
| 8.2.6 Sicherheitsdispositiv | 117 |
| 8.2.7 Anrufung und Benennung | 119 |
| 8.2.8 Verifizierung | 121 |
| 8.2.9 Daten und Werbung..... | 122 |
| 8.3 Der Körper auf Instagram | 124 |
| 8.4 Zusammenfassung..... | 128 |
| 9. Selbstinszenierung in der Social Media..... | 132 |
| 9.1 Stereotypische Selbstinszenierungsmechanismen | 133 |
| 9.2 Machttechnologie und Selbstinszenierungen..... | 139 |
| 9.3 Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit von Körpern..... | 142 |
| 9.3.1 Algorithmische Herstellung von Normalität..... | 142 |
| 9.3.2 Instagrams Richtlinien | 144 |
| 9.3.3 Zensur von Körpern | 147 |

| | |
|--|-----|
| 9.4 Zusammenfassung..... | 151 |
| 10. Analyse: Subversive Körpertechniken auf Instagram..... | 154 |
| 10.1 Exkurs: Forschungsschwierigkeiten..... | 154 |
| 10.2 Netzkünstlerinnen | 156 |
| 10.3 Curated by Girls..... | 166 |
| 10.4 Netzbewegungen..... | 185 |
| 10.4.1 Effyourbeautystandards | 188 |
| 10.4.2 Tess Holliday..... | 195 |
| 10.4.3 Einordnung der Bildtechniken..... | 200 |
| 10.5 Körpertechniken und Machttechnologien | 204 |
| 10.5.1 Marktfeminismus | 209 |
| 10.5.2 Beispiele | 211 |
| 10.5.3 Zusammenfassung..... | 220 |
| 10.5.4 Instagram und der Netzfeminismus | 226 |
| 10.6 Kritische Reflexion | 237 |
| 11. Fazit – Under Deconstruction..... | 240 |
| Literaturverzeichnis | 263 |
| Abbildungsverzeichnis..... | 284 |

1. Einleitung – Under Construction

Auf einem überlebensgroßen Plakat ist eine junge Frau zu sehen. Ihr Blick ist fokussiert auf ihr Handy, welches sie vor ihrem Unterleib hält. Sie trägt ein pinkes Crop-Top, das zum pinken Hintergrund, ihren pinken Haaren und zu ihrem pinken Slip passt. Die junge Frau zieht ihren Jeansrock auf einer Seite leicht nach unten. Die freie Sicht auf ihren pinken Slip zeigt ebenso ihre Schambehaarung, die aus dem Slip ragt. Was wie ein Spiegelf selfie anmutet, bekommt durch die Überlebensgröße einen Perspektivwechsel. So wirkt es nicht mehr, als würde sie sich fotografieren, sondern als würde der Betrachtende von ihr fotografiert werden, während er ihren Unterleib anschaut. Das narzisstische Motiv, was mit dem Selfie eingeht, und das Zeigen des Körpers, das stets mit dem Versuch der Aufmerksamkeitsgenerierung verknüpft ist, wird mit der Lust am Voyeurismus konfrontiert. Ihr Körper wird bei der Betrachtung nur noch zum Unterleib. Neben dem Plakat steht: „We need an upgrade in how we view bodies.“

Damit begrüßt das Museum der bildenden Künste in Leipzig seine Besucher zur Ausstellung „Virtual Normality: Netzkünstlerinnen 2.0“ (Museum der bildenden Künste Leipzig 2018). Bei der jungen Frau auf dem Plakat handelt es sich um die Netzkünstlerin Arvida Byström. Sie steht wie die weiteren Künstlerinnen, die in der Ausstellung zu sehen sind, für eine Bildästhetik, die sich Anfang 2010 in Social Media-Kanälen, insbesondere auf Instagram verbreitete. Die Protagonistinnen sind dabei meist jung und zeigen sich sexy – und doch unterscheiden sich ihre Fotos von den normierten Standard-Fotos auf den Photosharing-Plattformen. Die Selfies der Netzfeministinnen sehen sexy, aber auch unvoreilhaft aus und tun dies bewusst. Es wirkt, als ob sie mit ihren Makeln angeben wollten. Gleichzeitig erscheinen die Fotos, als seien sie auf Provokation aus, indem das gezeigt wird, was gerade nicht gezeigt werden soll: Schamhaare, Menstruationsblut, Dehnungsstreifen etc.

Die Netzkünstlerinnen markieren eine Zeit, in der der Feminismus wieder populär geworden ist. Stars bekennen sich zum Feminismus. „Feminist“ wird zu einem beliebten Statement auf Kleidungsstücken, Accessoires oder Alltagsgegenständen. Der Feminismus verlangt das öffentliche Bekenntnis sowie eine Identifikation mit ihm. Dabei wurde der Feminismus „von seinem biederen, ernsten und humorlosen Image“ befreit und steht nun für die selbstbewusste und moderne Frau (Kohout 2019: 48). Nicht nur die Ausstellung „Virtual Normality“ zeigt dabei eine aufkommende Bedeutung des Feminismus in der Kunst. Auch feministische Künstlerinnen, die insbesondere in den 70er-Jahren tätig waren, wie Francesca Woodman und Ana Mendieta, erleben posthum eine Relevanz, die sie zu Lebzeiten nicht hatten (vgl. Silbermann 2020; vgl. Museum der Moderne Salzburg 2014; vgl. Berliner Festspiele 2018). Es wundert dabei nicht, dass ihre Kunst an die Werke der Netzfeministinnen erinnert. Feminismus hat durch die Social Media ein Makeover erhalten, was ihm eine hohe Bedeutung im und außerhalb des Netzes generierte. Byströms Selfie thematisiert damit auch den Raum der Social Media. Man beobachtet sich durch das Medium selbst und wird gleichzeitig bei der Selbstbeobachtung beobachtet. Man forciert die Beobachtung, denn man will Reaktionen hervorrufen. Die Beobachtung wird zur

Betrachtung. Die Selbstbeobachtung wird zur Inszenierung. Dabei scheint ein System des gegenseitigen Zeigens und Bewertens sich nicht unbedingt als Befreiungsinstrument zu eignen. So fragte auch das Kunstmagazin Monopol, ob damit wirklich das Patriarchat bekämpft werden könne (vgl. Meier 2019a).

Dem Netzfeminismus gehört das Dazwischen. Er liegt zwischen dem Ernstnehmen und dem Abtun, zwischen der Sympathie und der Empathie, zwischen Schön und Hässlich und zwischen Kunst und Pop.

Die Arbeit widmet sich einer genaueren Betrachtung des Netzfeminismus und versucht, das Widerständige innerhalb der subversiven Körpertechniken zu untersuchen. Die Arbeit kann dabei in thematische Blöcke aufgeteilt werden. Diese beinhalten das Subjekt und die Subjektivierungsprozesse, die Subversion, Fotografie und Feminismus sowie Instagram und den Netzfeminismus. Die Verknüpfung der unterschiedlichen thematischen Perspektiven stellt eine theoretische und historische Einordnung des Netzfeminismus dar. Gleichzeitig werden die Machttechnologien Instagrams auf den Netzfeminismus untersucht. Im Fokus steht dabei die Frage, wie feministische Subversion und spezieller wie feministisch-subversive Körpertechniken aussehen können und ob und inwiefern die Machttechnologien auf Instagram diese beeinflussen bzw. hervorbringen.

Das Subjektsein ist geknüpft an „Faktoren und Bedingungen“, die einen erst zu einem „gesellschaftlich akzeptierten und handlungsfähigen Subjekt“ machen (Wiede 2014). In dem Kapitel „2. Moderne Subjektivierung“ soll aufgezeigt werden, von welchem Subjektbegriff in dieser Arbeit ausgegangen wird. Der Schwerpunkt der theoretischen Auseinandersetzung liegt auf den Arbeiten von Michel Foucault und Judith Butler, wird jedoch durch Bezugnahme der Theorien von Deleuze und Bröckling erweitert. Die Bedingungen, unter denen sich das Subjekt konstituiert, beschreibt Foucault anhand unterschiedlicher Machttypen. Es wird dabei insbesondere auf die Bio-Macht und die Gouvernamentalität eingegangen, die das Subjekt in Form von Selbsttechnologien steuert und lenkt. Deleuze erweitert durch seine Beschreibung der Kontrollgesellschaft die Vorstellung, dass neue Freiheiten zu neuen Kontrollmechanismen führen. Dabei geht er auf die Rolle der Technik ein, die auf das Subjekt entsubjektifizierend wirkt. Ulrich Bröcklings Theorie des unternehmerischen Selbst beschreibt ähnliche Entsubjektivierungsprozesse, die sich jedoch nicht durch die Technik, sondern durch die Ökonomie darstellen. Ökonomische Ziele verbinden sich mit der Prämisse der Kontrollgesellschaft, in der man „nie mit irgend etwas fertig wird“ (Deleuze 1990). Dies wird zum Leitbild eines neoliberalen Subjekts, welches permanent nach Selbstoptimierung und Selbstermächtigung strebt und somit – wie es der Titel der Arbeit impliziert – stets „under construction“ ist. Das Empowerment fungiert dabei als entscheidendes Machtritual und erweitert das Ritual des Geständnisses. Butler spezifiziert die Subjektivierung, indem sie die Geschlechterbenennung als Ausgangspunkt der Subjektivierung beschreibt. Die Machttechnologien wirken dementsprechend auf der Grundlage der Geschlechterspezifizierung. Die Intelligibilität wird durch performative Sprechakte gebildet, die an Konventionen gebunden sind. Eine Verknüpfung der Theorien fasst somit die

modernen Subjektivierungsprozesse zusammen und demnach ebenso die spezifischen Eigenschaften und Verhaltensweisen, die durch die Machttechnologie entstehen. Die Steuerung der Subjektconstitution wird zu einem Zwangssystem, welches nicht nur Denk-, Handlungs-, und Verhaltensmöglichkeiten bestimmt, sondern diese geschlechterspezifisch zuordnet. Die Theorie des Male Gaze beschreibt dabei ein Blickregime, in dem die weibliche visuelle Repräsentation von Männern bestimmt wird und das Frauen bewertet. Der Male Gaze als Wirkungseffekt der Machttechnologie wird folglich zum Ausgangspunkt der Betrachtung der feministischen visuellen Subversion.

In Kapitel „3. Subversion“ wird der Schwerpunkt der Subversionsdefinition auf die dekonstruktivistische Perspektive von Judith Butler gelegt. Butler zeigt in ihrer Theorie die Unterwerfungsmechanismen innerhalb der Subjektivierung auf, geht aber ebenso davon aus, dass gerade die Unterwerfungsmechanismen Lücken und somit Möglichkeiten für Widerstand eröffnen. Subversion ist als das zu verstehen, was „die naturalisierten Kategorien der Identität und des Begehrens ins Wanken geraten“ lässt (Butler 1991: 204). Mit Hilfe der Theorie der Cultural Studies wird die Problematik besprochen, die durch die Machttechnologien, insbesondere durch die Ökonomisierung entsteht und demnach die Herausforderungen der Subversion bildet.

In Kapitel „4. Fotografische Verkörperungen und ihr subversives Potenzial“ wird der Male Gaze wieder aufgenommen und in einem Zusammenhang mit der Feminismusbewegung besprochen. Der Körper wird vor allem in der zweiten Welle des Feminismus zum Ausgangspunkt der Befreiungsforderung. Der Male Gaze soll aufgebrochen werden und somit ebenso die Sichtbarkeitsimperative sowie das patriarchalische Bewertungssystem von Frauen. Die Fotografie spielt nicht nur bei der Etablierung des Male Gaze eine zentrale Rolle als Unterdrückungsinstrument, sondern zeigt sich in gleichen Maßen als Befreiungsinstrument. Die technische Innovation der Fotografie als Massenmedium ließ das fotografische Selbstporträt zu einer Evidenz der Selbstbestimmung und Kontrolle über das eigene Abbild werden. Dabei avancierte das fotografische Selbstporträt zum zentralen Mittel der feministischen Forderung. Die unterschiedlich genutzten Bildmotive der feministischen künstlerischen Auseinandersetzung werden anhand der Feministischen Avantgarde beleuchtet. Hierbei sollen die genutzten subversiven Körpertechniken aufgezeigt und besprochen werden.

In Kapitel „5. Subversion im Postfeminismus“ geht es darum, eine feministische Diskursveränderung aufzuzeigen. Der Postfeminismus wird diesbezüglich innerhalb seiner Machtstrukturen analysiert. Als Schwerpunkt wird McRobbies Theorie der „postfeministischen Maskerade“ besprochen. Der Feminismus wird dabei instrumentalisiert, um Frauen durch die Erwartungsmaxime eines modifizierten Male Gaze zu steuern, welcher somit erhebliche Auswirkungen auf die Subversionsmöglichkeiten hat. Durch die Vorstellung der Riot Grrrl-Bewegung sowie des Cyberfeminismus werden dennoch subversive Möglichkeiten aufgezeigt, die als Reaktion auf den Postfeminismus zu sehen sind und den Feminismus hinsichtlich seiner Forderungen und Intentionen veränderten. Die These, dass

neue Medien auch Diskurse neu aushandeln können, wurde für die Cyberfeministinnen zur Hoffnung einer Etablierung eines feministischen Raums, der die Geschlechterontologie sowie gar die Materialität auflösen und das Subjekt demnach neukonfigurieren kann.

In Kapitel „6. Soziale Netzwerke“ wird der Erfolg der Social Media-Plattformen sowie eine daraus resultierende Neuaushandlung der Geschlechterdifferenz besprochen. Die Social Media-Plattformen werden dabei als Wissenssysteme verstanden, die in Form ihres Aufbaus den User steuern, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten und darzustellen. Gleichzeitig inkludieren die neuen Kontrollmechanismen neue Befreiungsmöglichkeiten. Der Einzug der Social Media in die Alltagskultur und die damit einhergehende gestiegene Relevanz des Selfies als Evidenz des Seins stellen eine noch nie dagewesene Situation dar, in der Frauen ihre visuelle Repräsentation (vermeintlich) öffentlich selbstbestimmen können.

In Kapitel „7. Zwischenfazit“ werden zentrale Punkte zusammengefasst, die die Grundlagen für die Analyse bilden.

In Kapitel „8. Analyse Instagram: Zwischen Selbstermächtigung und Unterwerfung“ wird die Photosharing-Plattform Instagram zunächst in Hinblick auf die zuvor besprochenen neoliberalen Subjektivierungsprozesse und Wissenssysteme analysiert. Anschließend wird die digitale Subjektkonstituierung mit der visuellen Repräsentanz von Körpern verknüpft. Dabei geht es um die Frage, inwiefern Instagram spezifische Körpertechniken steuert, fördert und fordert.

In Kapitel „9. Selbstinszenierung in der Social Media“ werden diesbezüglich ausgewählte Studien vorgestellt, die Selbstinszenierungen in der Social Media erforschten. Die Subversion wird anhand von Studienergebnissen als eine Störung bezüglich der Stereotypisierung interpretiert. Die Studie der MaLisa Stiftung erforschte dabei die stereotypischen Selbstinszenierungen auf Instagram, die das „Ideal“ darstellen. In diesem Zusammenhang wird die Produktion des dargestellten Ideals anhand des Algorithmus sowie der Richtlinien und der Zensurpolitik Instagrams beleuchtet. Mit Hilfe des Fotobuches „Pics or It Didn't Happen“ von Arvida Byström und Molly Soda konnten spezifische Bildmotive und Körpertechniken ermittelt werden, die unter die Zensur Instagrams fielen. Die Körperinszenierungen geben demnach Anhaltspunkte, wie subversive Körpertechniken auf Instagram aussehen können.

In Kapitel „10. Analyse: Subversive Körpertechniken auf Instagram“ wird der Netzfeminismus anhand seiner subversiven Körpertechniken in Selfies beleuchtet, um somit ebenso einen Vergleich zu der Feministischen Avantgarde aufzeigen zu können. Es werden hierzu die Accounts der Netzfeministinnen Arvida Byström und Molly Soda beleuchtet, die durch die Untersuchung des Accounts des Künstlerkollektives „Curated by Girls“ weitere unterschiedliche subversive Körpertechniken aufzeigen. Um der Frage nachzugehen, inwiefern sich die Bildinszenierung bei einer aktiven Aufforderung zur Mimesis verändert, wird die Netzbewegung „Effyourbeautystandards“ sowie der Account der Initiatorin Tess Holliday untersucht. Zentral wird dabei das Empowerment, welches mit den subversiven

Elementen der Riot Grrrl-Bewegung in Zusammenhang gebracht wird. Durch die Vermischung des Netzfeminismus mit dem Marktfeminismus wird die Einbindung in die Machttechnologie Instagrams untersucht und damit ebenso die Frage, ob die Subversion dabei nicht als Effekt der Machttechnologien zu interpretieren ist. Es werden diesbezüglich die Definition des Marktfeminismus sowie Werbe-Kampagnen untersucht. Der Fokus liegt dabei auf der Einbettung der netzfeministischen Bildästhetik und deren Wirkungseffekte.

In Kapitel „11. Fazit – Under Deconstruction“ werden die zentralen Punkte und Ergebnisse der Arbeit zusammengefasst und kritisch reflektiert. Konnte der Netzfeminismus das sich anpassende und optimierende Subjekt, welches stetig „under construction“ ist, aufbrechen? Konnte der Netzfeminismus dabei ein Individuum hervorbringen, welches die Selbstarbeit, Optimierung und Geschlechterimperative aufgibt und somit „under deconstruction“ ist, jedoch weiterhin als Subjekt intelligibel und anerkannt bleibt? Die Arbeit soll aufzeigen, dass die Konstruktion eines Dualismus von Patriarchat als Feind und der Frau als Opfer keinen Ausgangspunkt mehr für die moderne Feminismusbetrachtung darstellt. Der Netzfeminismus ist in komplexe Strukturen eingebettet, die ein neues Blickregime etabliert haben. Dabei stellt sich die Frage, ob es sich dabei wirklich um ein „upgrade in how we view bodies“ handelt.

Um den Lesefluss zu erleichtern, wurde auf eine geschlechtergerechte Sprache verzichtet. Demnach inkludieren männliche Wortformen in dieser Arbeit auch die weiblichen Wortformen sowie das diverse Geschlecht. Werden im Textverlauf die weiblichen Wortformen genutzt, zeigt dies auf, dass hierbei explizit auf Frauen verwiesen wird.

2. Moderne Subjektivierung

Der Frage, wie Subjekte konstituiert werden, widmeten sich schon zahlreiche Theoretiker. Foucault prägte dabei die Vorstellung von Machttechnologien sowie daraus resultierenden Subjektivierungsprozessen und Steuerungsmechanismen – vor allem im Poststrukturalismus. Zentral dabei ist, dass Foucault den Machtbegriff nicht als repressiven „ideologischen Staatsapparat“ verortet, sondern dass die Macht für Foucault (all-)umfassend und produktiv ist. Den Ausgangspunkt seiner Überlegungen bildet sein Diskursbegriff, woraus die Herstellung von Wissen und Wahrheit resultiert. Foucault unterscheidet drei Machttypen und beschreibt deren Einfluss auf die Subjektivierungsprozesse. Es wird im Folgenden einführend die Disziplinargesellschaft sowie die Biomacht und die Verknüpfung zur Gouvernementalität beleuchtet, die den analytischen Schwerpunkt dieser Arbeit darstellen. Das Augenmerk der Betrachtung der Machttechnologien liegt somit auf fundamentalen gesellschaftlichen Veränderungen, die sich anhand eines veränderten Verhältnisses von Freiheit und Zwang sowie Sicherheit und Kontrolle darstellen. Die Theorie der Gouvernementalität wird dabei mit Deleuzes Theorie der Kontrollgesellschaft erweitert, welche als eine Perspektiverweiterung der Theorie Foucaults vorgestellt wird. Deleuze beschreibt diesbezüglich neu gewonnene Freiheiten, die sich jedoch anhand von neuen Formen der Kontrolle und Überwachung relativieren. Die Theorie des unternehmerischen Selbst von Bröckling zeigt hierbei eine veränderte Perspektivierung auf, die sich ebenfalls mit Foucault und Deleuze verknüpfen lässt. Bröckling betont dabei die Überwachung in Form der Selbsttechnologie, die gleichermaßen vom Primat der Ökonomie ausgeht. Bröckling beschreibt demzufolge eindrücklich Persönlichkeitseigenschaften, die zu Imperativen werden, sowie spezifische Machtrituale und Beziehungsverflechtungen, die Resultat jener Ökonomisierung sind. Das von Foucault beschriebene Sexualitätsdispositiv beleuchtet in einem weiten Sinne die Machtrituale der Prüfung, des Geständnis und des von Bröckling beschriebenen Empowerments historisch und zeigt hier die noch immer andauernde Prägung durch das christliche Pastorat auf.

Foucaults umfassender Theoriekomplex wird durch die Theorie von Deleuze und Bröckling an entscheidenden Stellen präzisiert und erweitert und bietet damit die theoretische Grundlage sowie die Herausarbeitung von Analysefaktoren moderner Machttechnologien, die auf Subjektivierungsprozesse wirken. Mit dem Sexualitätsdispositiv wird abschließend eine Verbindungsebene zum ersten Abschnitt „Macht und Diskurse“ hergestellt, die die Theorie Foucaults auch formal schließt, um damit auf einen Gesamtzusammenhang der foucaultschen Theoriekomplexe hinzuweisen. Das Sexualitätsdispositiv verdeutlicht historisch gebildete Machtrituale, die noch heute eine hohe Bedeutung in westlichen Gesellschaften besitzen und hierbei das Subjekt in seiner Sexualität kontrolliert. Zudem bildet das übergreifende Sexualitätsdispositiv den Ausgangspunkt der anschließend vorgestellten Theorie von Judith Butler. Diese setzt die binäre Geschlechtereinteilung als Subjektkonstitution voraus und beschreibt diesbezüglich die Bedingungen der sozialen Sichtbarkeit des Subjekts, die Materialisierung und die daraus resultierenden Handlungsmöglichkeiten, die geprägt werden von der heterosexuellen Matrix, einem System

der Imperativsetzung für das jeweilige Geschlecht. Im Zwischenfazit werden Verbindungsebenen der unterschiedlichen Theorien aufgezeigt, um somit eine Art Antwortenkatalog auf die Frage der Subjektivierung darzustellen.

2.1 Diskurse und Macht

Der Ausgangspunkt für Foucaults Theorie bildet die poststrukturalistische Annahme eines arbiträren und reziproken Verhältnisses von Sprache und sozialer Wirklichkeit. Ferdinand de Saussure (*1857-†1913) prägte das Semiotikmodell, indem er das Bezeichnete, somit die Vorstellung von einem Ding, das sogenannte Signifikat (französisch „signifié“), von dem Bezeichnenden, dem Signifikanten (französisch „signifiant“), die sprachliche Umsetzung, das Lautbild, differenzierte. Foucault setzt jedoch noch vor der Festlegung des Signifikat und des Signifikanten an, indem er sich fragt, wie es überhaupt zu der Festlegung von Zeichen kommen konnte. Foucault sieht das Signifikat und das Signifikant eingebunden in „die Gesamtheit der Erkenntnisse und Techniken“ (Foucault 1999: 60). Das Semiotikmodell lässt sich in das Prinzip der Taxonomie einordnen, welches durch Vereinfachung, Klassifizierungen, Weglassungen und Festlegungen das Verhältnis der Signifikation bestimmt (vgl. Bisanz 2004: 64ff.). Foucaults Diskursbegriff kann folglich als eine Art Vorbedingung der Signifikation beschrieben werden. In diesem Zusammenhang verwendet Foucault die Begriffe der Episteme und Dispositive. Dabei kann man Episteme als „strategisches Dispositiv“ verstehen, die Foucault als gesagte sowie ungesagte, bewusste sowie unbewusste, diskursive sowie nicht-diskursive Praktiken darstellt. Er verdeutlicht damit sehr abstrakt die Vorbedingungen von dem, was als Wissen und als Wahrheit bezeichnet werden kann (vgl. Foucault 1978c: 124). Dispositive sind nötig, um Machtstrategien durchsetzen zu können. Dies gelingt, indem Dispositive Wissen produzieren, das Wissen anschließend wieder in das Dispositiv zurückbinden und damit das Machtssystem stützen. Das Dispositiv ist metaphorisch als ein „Oberflächennetz“ zu verstehen, welches die Diskurse anlegt und damit quasi das Apriori der Taxonomie der Diskurse bildet (vgl. Foucault 1983: 128). Die Taxonomie der Diskurse entsteht folglich historisch und ist demnach raum- und zeitgebunden.

Metaphorisch spricht Foucault von Diskursen als historische Resultate, welche wie Kämpfe um die Wahrheit und somit um das Wissen zu verstehen sind und die gesellschaftliche Hegemonie herstellen (vgl. Foucault 1976b: 112). Die Hegemonie stellt dabei nicht nur politische und kulturelle Ordnung her, sondern prägt ebenso das Selbstverständnis, aber auch die Vorstellung über die Wirklichkeit (vgl. Opratko 2012: 42). Die Macht der Diskurse entfaltet sich durch Grenzziehungen und durch Ausschließungsmechanismen. Sie erschaffen damit Verbote, Tabus sowie Rituale, produzieren und regeln Normen, die auf diese Weise Auswirkungen auf das Verhalten, Handeln und Denken besitzen und somit das soziale Subjekt und den Gesellschaftskörper konstituieren (vgl. Foucault 2003: 13). Das Entscheidende dabei ist, dass die Macht innerhalb Foucaults Theorie nicht repressiv ist, sondern produktiv. Damit kritisiert Foucault auch das saussuresche Semiotikmodell, da es

Wissen produziert, welches nicht die Signifikation als Ganzes erfasst. Durch die willkürliche Verfestigung von Diskursen wird das Subjekt folglich in einer „Wahrheit gefangen“ (Foucault 2003: 39). Die Macht bringt Wissen hervor und gestaltet somit die Wahrheitsvorstellung. Diskurse sind demnach als eine historische, kulturelle und gesellschaftliche „Spiegelung einer Wahrheit“ zu verstehen (Foucault 2003: 32). Die Produktion von Wissen und Wahrheit bedingt sich gegenseitig und wird durch diskontinuierliche Praktiken historisch gebildet. Damit liegt „in der Geschichte das einzige konkrete Apriori“ (Foucault 1968: 129).

Foucaults Machtbegriff geht davon aus, dass niemand über die Macht verfügen und in diesem Zusammenhang auch niemandem Macht gehören kann (vgl. Foucault 1976c: 114). Dennoch spricht Foucault von einer herrschenden Klasse, welche durch „wirksam durchdachte Taktiken und Strategien“ herrscht und dadurch die Kräfteverhältnisse, die Macht der Diskurse fixiert und sie auf diese Weise privilegiert. Allerdings sind sie nicht Produzenten der Machtmechanismen (Foucault 1978c: 134). Zwar fungiert der Staat als eine Art „Überbau“, er besitzt hierbei jedoch eher die Funktion der „Hilfsstruktur“ von „Machtnetzen“ (Foucault 1978b: 39; vgl. Foucault 1976b: 115). Der Machtbegriff ist somit ein komplexes Gefüge in Form von „feinsten Verzweigungen“ der Gesellschaft. Deutlich wird dies, indem Foucault von der „Mikrophysik der Macht“ spricht (vgl. Foucault 1976a: 32).

2.2 Machttypen

Die Frage nach der Macht analysiert Foucault anhand von Mechanismen, Prozeduren und Techniken und untersucht hierbei deren Effekte und Wirkungen auf die Gesellschaft und das Subjekt. Foucault geht davon aus, dass die Effekte der Macht das Subjekt konstituieren, steuern und lenken und dabei die Handlungsmöglichkeiten bestimmen. Er bezieht sich dabei auf Nietzsche, welcher von der Prämisse ausgeht, dass es keine absoluten Tatsachen wie Norm oder Moral gibt, sondern sich diese im geschichtlichen Lauf konstituieren und somit Produkt ihrer selbst sind.

Foucault klassifiziert dabei drei historische Machttechnologien und differenziert das juristisch-rechtliche System des Mittelalters nach dem Prinzip der Souveränität von dem Disziplinarsystem des 16.-17. Jahrhunderts nach dem Prinzip der Staatsräson und der Machttechnologie der Sicherheit, die seit dem 18. Jahrhundert nach dem Prinzip der Gouvernamentalität wirkt. Die Klassifikation der Machttypen erfolgte in Form von groben Zeitintervallen, wobei es zentral ist, dass die Machtmechanismen als Komplexe fungieren, die ineinander übergehen und auch zeitgleich gemeinsam wirken und existieren können. Diese Verbindung stellt er insbesondere bei den Machttechnologien der Disziplin und der Sicherheit heraus. Diese soll im Folgenden beleuchtet werden.

2.2.1 Disziplinarmacht

Die Humanwissenschaften sowie die Etablierung der Statistik stellen die Weichen für die Disziplinargesellschaft dar. Ausgangspunkt bildet hierbei der Kapitalismus, der das Subjekt an den Produktionsapparat binden will. Die Disziplinierung des Körpers ist dabei das Steuerungselement, welches zudem die Lebenszeit als Arbeitszeit konstituiert (vgl. Foucault 2006: 547). Dies entsteht durch Anpassung und Unterwerfung an die Produktionsprozesse (vgl. Foucault 1976c: 117).

In der Disziplinargesellschaft spielen Institutionen eine zentrale Rolle, da sie sich durch das Leben der Subjekte ziehen und die Subjekte unentwegt einordnen. Jede Institution – seien es Familie, Schule oder Fabrik – beobachtet, erfasst, prüft und bewertet das Subjekt. Dieses wird datiert, interpretiert und archiviert. Anhand der Ergebnisse werden die Subjekte mit Hilfe des ermittelten statistischen „Ideals“ angeordnet, klassifiziert und hierarchisiert (vgl. Foucault 1976d: 236f.). Statistische Werte legen dabei durch die ermittelten Durchschnitts- und Mittelwerte das „ideale Optimum“ fest, nach dem sich das Subjekt richten muss oder gerichtet wird (Foucault 2013: 234). Abweichungen der Norm werden sanktioniert, wodurch das Subjekt zur Konformität gezwungen wird. Es entsteht eine Differenzierung in „normal“ und „anormal“. Folglich entsteht der gesellschaftliche Druck, als „normal“ eingeordnet zu werden. Die Disziplin ist damit ein Machtinstrument, welches vorschreibt, wie man sich zu verhalten hat. „Eine gute Disziplin ist das, was in jedem Augenblick sagt, was sie zu tun haben“ (Foucault 2006: 75). Alle Bereiche des Lebens werden anhand der Disziplinierung des Körpers ausgerichtet und bestimmen demnach beispielsweise die Sexualität, die Körperhaltung und die Kleidung. „Das Normale etabliert sich als Zwangssystem“ (Foucault 1976d: 226f., 237), wobei eine Homogenisierung und gleichzeitig eine Individualisierung stattfindet, indem die Disziplin Abstände misst, Besonderheiten fixiert und unterscheidet (vgl. Foucault 1976d: 237). Als zentrales „Machtritual“ fungiert dabei die Prüfung. Die Disziplin verfestigt sich durch die Gewohnheit der permanenten Prüfungssituation, die Rang, Stellung und Anerkennung des Subjekts in der Gesellschaft bestimmt.

Die Disziplinargesellschaft illustriert Foucault anhand des architektonischen Gefängnisentwurfs des Panopticons des britischen Sozialreformers Jeremy Bentham. Bentham entwarf ein Gefängnis mit dem Ziel der perfekten Überwachung. Die Gefängnisse wurden hierbei kreisförmig angeordnet, wobei in der Mitte ein Kontrollturm stand, der direkte Einsicht in die Gefängniszimmer besaß. Dies sollte die Kontrolle vieler durch wenige ermöglichen. Die Fenster des Kontrollturms waren jedoch nicht einsehbar, wodurch der Gefangene nicht wissen konnte bzw. es ihm nicht ersichtlich wurde, in welcher Situation er beobachtet wurde. Die geschaffene Situation eines intransparenten Überwachungsprinzips dringt dabei tief in das Verhalten der Gefangenen ein und lässt eine Zwangssituation entstehen, wodurch der Gefangene letztlich das „Prinzip seiner Unterwerfung“ wird (Foucault 1976d: 256f., 263). Das Panopticon gilt somit als Metapher des disziplinarischen Panoptismus. Dies impliziert die Herausforderungen der Überwachung und Kontrolle, denn

je komplexer die Gesellschaften werden, umso komplexer werden auch die Aufgaben der Kontrolle und Überwachung (vgl. Foucault 1976d: 226), welche somit zu einem wichtigen ökonomischen Faktor werden. Den Zwangsmechanismus innerhalb der Disziplinarmacht beschreibt Foucault auch mit dem Begriff der „Dressur“. Auf diese Weise betont Foucault die Zurschaustellung von Erlerntem im öffentlichen Raum und impliziert dabei das Sinnbild eines von außen her bestimmten Tiers, das durch Lob und Tadel erzogen wird.

2.2.2 Bio-Macht und Gouvernementalität

Eine elementare Veränderung der Machttechniken stellte Foucault im 18. Jahrhundert fest, in dem erstmalig in der Geschichte das „Biologische im Politischen“ vorzufinden war (Foucault 1983: 170). Foucault sieht einen zentralen Perspektivwechsel innerhalb der Machttechnologien, die er mit der Theorie der Gouvernementalität beschreibt. Der Regierungsbegriff umfasst bei der Gouvernementalität die Gesamtheit an Institutionen, Verfahren, Taktiken und Prozeduren, die Macht ausüben (vgl. Foucault 2005b: 171). Damit impliziert der Begriff der Gouvernementalität die eingangs zitierte „Mikrophysik der Macht“. Zentral dabei ist, dass die Politik der Gesetze zu der Politik der Taktik und somit zur „weichen Politik“ wird. Es ist keine auf Disziplin und Dressur ausgelegte Machtform, sondern eine, die Subjekte durch Eigenmotivation und Eigenverantwortung steuert. Foucault führt dazu den Begriff der „Bio-Macht“ bzw. der „Bio-Politik“ ein und beschreibt auf diese Weise eine auf „das Leben gerichtete Machttechnologie“ (Foucault 1983: 172). Es wird davon ausgegangen, dass eine Steigerung der Bevölkerungsanzahl auch mit einer Kapitalakkumulation einhergeht. Demensprechend gilt es, die Bevölkerung zu verwalten, Bevölkerungsprozesse zu planen, zu reglementieren und zu regulieren, um die Bevölkerung profitabel einsetzen zu können. Aus dieser Erkenntnis ergibt sich die Machttechnik der Gouvernementalität. Wo einst der Souverän über Leben und Tod herrschte und die Politik das „Gesetz des Schwertes“ verfolgte, setzt der Liberalismus auf das Recht und die Sicherung des Lebens. Die Bevölkerung wird durch eine Politik der Taktik zum konformen Verhalten gesteuert und ist somit keinen direkten Unterwerfungsmechanismen untergeworfen. Der Körper wird damit nicht mehr direkt von der Disziplin reglementiert, sondern das Verhalten des Subjekts rückt in das Blickfeld der Machtausübung. Das Leben und die Sicherheit vor den Bedrohungen des Lebens werden zu Normen, die das Verhalten und das Handeln von Subjekten steuert (vgl. Foucault 2006: 521, 525).

Das Weniger an Gesetzen führt zu einer Betonung der liberalen Freiheit der Subjekte. Die gestiegenen Handlungs- und Wahlmöglichkeiten sowie die Politik des Anspornes und des Anreizes erhöhen jedoch zugleich das Risiko des Scheiterns. Das Machtritual der Prüfung, welches elementar für die Disziplinargesellschaft war, wird zum Machtritual der Selbstkontrolle. Die Machtform wirkt dabei von innen, sie wird zur Selbsttechnologie. Durch die Zentrierung auf Sicherheit wird ebenso die Kontrolle, aber auch die Angst vor dem Verlust des Lebens, der sozialen Ausschließung und Unsicherheiten betont. Die Angst um

den Verlust des eigenen Lebens und die soziale Ausschließung betont und erschuf damit die neoliberale „Kultur der Angst“, die wesentlich dazu beiträgt, das Subjekt zu steuern und sich konform zu verhalten. Dies geschieht somit auf der Grundlage des freien Willens und des eigenen Antriebs (vgl. Demirovic 2008: 232, 245; vgl. Bröckling et al. 2000: 21f.). Das Subjekt wird in der Gouvernamentalität demnach ermächtigt. Es wird von dem Subjekt Reflexivität und Selbstkontrolle verlangt. Damit vollzieht sich ein entschiedener Wechsel innerhalb der Normalitätsproduktion. Wo in der Disziplin ein Optimum als Norm vorgegeben wird, antwortet die Sicherheit auf Ereignisse bzw. auf den Status quo. Dadurch wird bei der Machttechnologie der Sicherheit die Norm im Nachhinein hergestellt und muss stetig aufs Neue angepasst und definiert werden (vgl. Bröckling et al. 2000: 13f.; vgl. Demirovic 2008: 242). Danach bestimmt nicht die Norm das Normale, sondern das Normale die Norm. Gerade durch die Verschiebung der Normalität wird die „Kultur der Gefahr und Angst“ verstärkt, da sie eine stetige Normanpassung produziert. Die Herstellung von Freiheit und Sicherheit wird damit zur Hauptaufgabe der liberalen Regierungsrationalität, wobei der Begriff der Freiheit seine Bedeutung nur im Zusammenhang mit Sicherheit erhält. Dies führt zu einem Paradoxon, indem das Subjekt erst Freiheit erlangen kann, wenn es von den Freiheiten anderer geschützt wird (vgl. Demirovic 2008: 234). Oder wie Foucault es ausdrückt: „Reine Schranken der Freiheit – das ist in unserer Gesellschaft die Form, in der sich Macht akzeptabel macht“ (Foucault 1983: 107).

In diesem Sinne erfüllen die Machttechniken der Disziplin und der Sicherheit den gleichen Zweck, benutzen jedoch zur Zweckerfüllung unterschiedliche Vorgehensweisen. Das Panopticon stellt damit das eigentliche Prinzip der liberalen Regierung dar, indem sich freiwillig unterworfen wird.

2.3 Deleuzes Kontrollgesellschaften

Als Weiterentwicklung zur Disziplinargesellschaft beschrieb Gilles Deleuze in „Postskriptum über die Kontrollgesellschaft“ (1990) eine Abkehr von der Machttechnik der Disziplin hin zu einer vollständigen und permanenten Überwachung der Subjekte. In diesem Zusammenhang wird jedoch Deleuzes Kontrollgesellschaft als eine Erweiterung der Gouvernamentalität betrachtet, die die Selbsttechnologie und somit auch die Handlungsmacht der Subjekte durch die vollständige Überwachung obsolet macht. Die Kontrollgesellschaft stellt sich in diesem Zusammenhang interessant dar, da sie eine Verschiebung der Macht ins Virtuelle impliziert. Der Ausgangspunkt für Deleuzes Überlegungen stellt sich durch eine „tiefgreifende Modifikation des Kapitalismus“ dar, welche nicht nur die Wirtschaft verändert, sondern auch Auswirkungen auf die „Lebensweisen und die Beziehungen zueinander“ besitzt. Die Veränderung der Machttechnologie macht Deleuze an den stetigen Reformen der gesellschaftlichen Institutionen nach dem Zweiten Weltkrieg fest und spricht hier von einer „Krise“ der damaligen „Einschließungsmilieus“, die sich geöffnet haben und nur durch Reformen künstlich am Leben gehalten werden. Die Institutionen, die in der Disziplinargesellschaft geschlossene Systeme waren, öffnen sich, wodurch sich für das

Subjekt neue Handlungs- und Wahlfreiheiten ergeben, die jedoch Bestandteil von neuen Kontrolltechniken sind (Deleuze 1990).

Unternehmen fungieren bei Deleuze als Versinnbildlichung seiner Theorie. Gerade die Materialität, die innerhalb der Biomacht zentral ist, verliert in der Kontrollgesellschaft an Bedeutung. Gemeint ist ein Übergang von einer Materialität zu einer Virtualität. Exemplarisch verdeutlicht Deleuze dies durch den Umstand, dass in der Disziplinargesellschaft die Kontrolle des Marktes durch Kapitalakkumulation und Besitz vollzogen wurde. In der Kontrollgesellschaft geschieht dies durch virtuelles Geld, Aktien und Wechselkurse. Die Fokussierung auf die Produktion ist durch die Umlagerung auf die Herstellung in den Dritt-Weltländern zu einer Fokussierung auf das Produkt und den Verkauf auf dem Markt geworden. Macht stellt sich folglich durch Kontrollergreifung des Marktes dar, welche sich über den Zugang von virtuellem Wissen und Informationen generiert und durch „Informationsmaschinen und Computer“ gesteuert wird. Es entsteht damit ein elitärer Zugang zum Wissen. Die Spielregeln des Kontrollsystems sowie den Zugang zum Wissen kennt hierbei lediglich der „Geschäftsführer“ des Unternehmens (Deleuze 1990). Deleuze spricht demnach auch nicht mehr von dem Subjekt, sondern nur von einem Dividuum, da der „individuelle oder numerische Körper durch die Chiffren eines »dividuellen« Kontrollmaterials ersetzt“ wird. Damit besteht „die numerische Sprache der Kontrolle [...] aus Chiffren, die den Zugang zu Informationen kennzeichnen bzw. die Abweisung. Die Individuen sind »dividuell« geworden und die Massen Stichproben, Daten, Märkte oder »Banken«.“ Soziale Kontrolle stellt nicht mehr die Disziplin her, sondern das Marketing, welches das Ziel des kurzfristigen und schnellen Umsatzes hat. Durch die ökonomische Prämisse des „Lohn nach Verdienst“-Prinzips entstehen zudem Konkurrenzsituationen. Das Credo stellt sich durch die ständige Weiterbildung, das lebenslange Lernen und den stetigen Ansporn der eigenen Motivation dar. Man wird damit in der Kontrollgesellschaft „nie mit etwas fertig“ (Deleuze 1990).

Eine besondere Rolle spielen bei Deleuzes Kontrollgesellschaft die neuen Dienstleitungen, die beispielhaft für die Kontrollgesellschaft sind. Deleuze nennt hier die häusliche Krankenpflege und die elektronische Fußfessel für Gefangene mit freiem Ausgang. Die elektronische Fußfessel kann exemplarisch für das Vorgehen der Kontrolltechnologie gesehen werden, indem hier der „individuelle oder numerische Körper durch die Chiffren eines »dividuellen« Kontrollmaterials ersetzt“ wird. Die Fußfessel verdeutlicht dabei das wechselseitige Verhältnis von Befreiung und Unterwerfung. Ebenso greift Deleuze zur Veranschaulichung auf Felix Guattaris' Entwurf einer Science-Fiction-Stadt zurück, die man nur durch eine „elektronische (dividuelle) Karte“ verlassen kann. Die Karte ist jedoch nur an einigen Tagen und an einigen Stunden gültig. Das Individuum ist folglich abhängig von einem unbekanntem Algorithmus des Techniksystems. Durch individualisierte Computererfassungen wird eine „universelle Modulation durchführt“. Die technisch generierten Verdattungen und Erfassungen bestimmen den Ablauf, den „Rhythmus“ des Systems und damit auch den Rhythmus des Lebens des Individuums. In der Kontrollgesellschaft wird dieses Szenario

„Realität“, wodurch Deleuze erneut Freiheiten und somit auch Handlungsoptionen mit Unterwerfung, Überwachungs- und Kontrollmechanismen in einen Zusammenhang bringt. Demnach ist „die Chiffre [...] eine Losung“ und damit geprägt durch die Willkür des eigenen Prinzips, deren Entschlüsselung zu einem Geheimnis geworden ist (Deleuze 1990). Im weiten Sinne wird damit die willkürliche Festlegung innerhalb des Zeichensystems, von der Foucault sprach, ebenso zu einer willkürlichen Festlegung der digitalen Zeichencodierungen. Das disziplinarische Panopticon wird folglich zum allgegenwärtigen Kontrollmechanismus. Die Frage, wann man überwacht wird, wird damit obsolet, denn die Überwachung ist in der Kontrollgesellschaft überall vorhanden – sie ist systemimmanent.

2.4 Bröckling: Das unternehmerische Selbst

„Das unternehmerische Selbst [...] steht für ein Bündel aus Deutungsschemata, mit denen heute Menschen sich selbst und ihre Existenzweisen verstehen, aus normativen Anforderungen und Rollenangeboten, an denen sie ihr Tun und Lassen orientieren, sowie aus institutionellen Arrangements, Sozial- und Selbsttechnologien, die und mit denen sie ihr Verhalten regulieren sollen. Anders ausgedrückt [...]: Das unternehmerische Selbst ist ein Leitbild.“ (Bröckling 2007: 7)

Bröckling nimmt hierbei das von Deleuze beschriebene Element des Unternehmens auf und konkretisiert dieses in Form des Subjektivierungsprozesses als „Ökonomisierung des Selbst“, welches sich auf jeden Lebensbereich ausweitet und sich somit festigt und reproduziert (vgl. Bröckling 2007: 48). Deleuze beschreibt eine Verlagerung der Machtmechanismen durch Computerverdatungen und eine daraus resultierende Entsubjektivierung der Subjekte, wobei Bröckling die Perspektive weiter auf die Selbsttechnologien legt und betont damit den Prozess der Inkorporation, der Einverleibung von Machttechniken, die als eine Erweiterung Foucaults Selbsttechnologie zu lesen ist. Bröckling beschreibt die Gegenüberstellung von Freiheits- und Unterwerfungsmomenten, die sich innerhalb der Fortführung von Foucaults Gouvernementalität verschärfen, da die Freiheit ebenso ökonomisiert wird wie das Soziale. Durch die Politik der Anreize und das damit einhergehende Paradigma der Eigenverantwortung und der Eigeninitiative werden die Rahmenbedingungen der Optionen, Handlungsfreiräume und Möglichkeiten der Subjekte vorgegeben (vgl. Bröckling 2007: 26f.). Es entsteht ein Paradoxon, das schon Foucault anhand der Selbsttechnologie beschrieben hat, indem das Subjekt dabei gezwungen wird, frei zu sein. Die Freiheit dient jedoch als Steuerungsprinzip der Denk-, Handlungs- und Verhaltensweise. Die entstandenen freiheitlichen Möglichkeitsräume sind somit pseudo-freiheitlich zu verstehen, denn sie sind vorgefertigte Alternativen zur Formung und Modellierung der Subjekte im Sinne der Ökonomie (vgl. Bröckling 2007: 12). Dafür ist es zunächst erforderlich, dass sich das Subjekt innerhalb der Gouvernementalität als ein autonomes Subjekt begreift und sein Handeln folglich als rational und selbstreflektiert interpretiert (vgl. Bröckling 2007: 25, 89). Jedes Handeln des Subjekts soll demnach als bewusst und frei gewählt erscheinen. Die

Subjektivierung verläuft dabei nicht als Individualisierungsprozess, sondern ist als Differenzierungsprozess gegenüber anderen Subjekten zu verstehen. Das Ich konstituiert sich durch die Abgrenzung zu anderen (vgl. Bröckling 2007: 23). Die Konstitution zum unternehmerischen Selbst lässt die Anderen jedoch stets als Konkurrenten erscheinen, wobei das Subjekt anstreben soll, der oder die Beste zu sein (vgl. Bröckling 2007: 85). Es wird demzufolge ein klarer Dualismus von Gewinnern und Verlieren propagiert. Hierzu werden Handlungsmaxime herausgestellt, die dem Subjekt zeigen, wie man ein erfolgreiches Subjekt wird und welche Fertig- und Fähigkeiten dazu wichtig sind. Ganz im Sinne der neoliberalen Auffassung von Hayek wird keine Gleichheit der Subjekte angestrebt, sondern eine „natürliche“ Ungleichheit von Subjekten. Dabei fungieren die Verlierer als eine Art „Moralsynthesen“, indem durch die Herausstellung von Verlierern politischer und ökonomischer Nutzen gezogen wird (vgl. Foucault 1968: 110). Durch Angst vor dem systemischen Scheitern neigt das Subjekt dazu, sich systemkonform zu verhalten. Hier spielt Bröckling klar auf die Herausstellung des Sicherheitsdispositives an.

Zur Konstituierung des unternehmerischen Selbst braucht es ein öffentliches Kommunizieren der Erfolgstorys (vgl. Bröckling 2007: 52). Das gängige Beispiel ist hierbei der amerikanische Traum „vom Tellerwäscher zum Millionär“. Bei der Subjektivierung geht es somit in erster Linie darum, sich selbst zu mobilisieren, seine eigene (Handlungs-)Macht zu entdecken und diese zu aktivieren. Bei dem Begriff des „Empowerments“ handelt es sich um eine Zuspitzung der Selbsttechnologie zur Herstellung des unternehmerischen Selbst. Dabei beschreibt Bröckling das Empowerment als „das planmäßige Einwirken auf andere („to empower people“) wie auf sich selbst („self-empowerment“), welches „einen Modus des Regierens“ konstituiert, „der sich dadurch definiert, dass all seine Interventionen die Fähigkeit zur Selbstregierung steigern sollen“ (Bröckling 2003: 324). Heutzutage ist das Wort zu einem „catchword“ geworden, welches in sehr unterschiedlichen Bereichen und auch in unterschiedlichen Arten und Weisen benutzt wird. Wissenschaftliche Beiträge distanzieren sich hierbei immer mehr von dem Begriff, welcher alles, aber ebenso nichts bedeuten kann. Der Begriff wird – vereinfacht ausgedrückt – so benutzt, wie es gerade passt (vgl. Bröckling: 2003: 323f.). Dementsprechend spricht auch Bröckling mit Bezugnahme auf Cruikshank davon, dass beispielsweise die Linke den Empowermentbegriff nutze, „um politischen Widerstand zu mobilisieren, die Rechte, um ökonomisch rationale und unternehmerische Akteure zu erzeugen“ (Cruikshank nach Bröckling 2003: 325). Nach Bröckling mutiert das Empowerment zum Alleskönner, denn was auch immer das Problem ist, so liegt es meist an einem „Mangel der Macht“ (Bröckling 2003: 328). Die Lösung ist das Empowerment, denn je ermächtigt das Subjekt ist, umso besser wird es ihm gehen (vgl. Bröckling 2003: 328). Die Herausforderung ist folglich die Aktivierung zur Selbststeuerung (vgl. Bröckling 2003: 330). Das Empowerment beinhaltet wichtige Reflexionsansätze, welche an das Subjekt gerichtet sind. Am Anfang eines jeden Empowerments steht die Analyse der eigenen Situation und die daraus resultierende Einsicht, dass es einer Situationsverbesserung bedarf, die durch Empowerment herbeigeführt werden kann. Ähnlich wie im christlichen Pastorat ist das Geständnis der erste Schritt zur Katharsis. Die Katharsis als Reinigung der Psyche ist

demnach ebenso das Empowerment, denn es verspricht die Befreiung aus der Ohnmacht, die Lösung aller Probleme. Essenziell sind somit vor allem die „Selbsexploration“, das „Bekenntnis“ und alle Instrumente, die das Empowerment fördern (vgl. Bröckling 2002: 187). Dabei geht es beim Empowerment nicht darum, dass das Subjekt per se schwach ist, sondern darum, dass das Subjekt per se stark ist, es aber die eigene Stärke erst entdecken muss (vgl. Bröckling 2003: 330). Folglich gibt es auch keine Schuldzuweisung an die Politik, Institutionen oder an die Gesellschaft, denn die Schuld liegt klar beim Subjekt selbst (vgl. Bröckling 2003: 334).

Zentral beim Empowerment ist die Herausstellung von Expertenwissen sowie die eingangs erwähnten Erfolgstorys, die Handlungsoptionen vorgeben, nach denen sich das Subjekt richten soll, um erfolgreicher und machtvoller zu werden (vgl. Bröckling 2003: 332). Insofern wird hier erneut ein Bezug zum Geständniszwang deutlich. Das Empowerment fordert das Subjekt auf, über das eigene Empowerment zu sprechen. Eine zentrale Funktion besitzen somit Ratgeber, Life-Coachings und Trainings etc., die die Handlungsleitlinien erschaffen (vgl. Bröckling 2003: 338). Empowerment erscheint jedoch als „Strategie der Menschenführung“ widersprüchlich, da es durch die Bedingung, „eine Person oder Gruppe in die Position [zu] versetzen, eine andere zu »empowern«“, damit auch gleichzeitig den „Akt des Empowerments an sich“ untergräbt (Bröckling 2003: 340). Die Anderen sind zur Konstituierung des unternehmerischen Selbst essenziell – nicht nur, weil sie die Handlungsmaxime innerhalb des Empowerments vorgeben, sondern weil sie dem Subjekt ebenfalls Feedback zur Verbesserung des Selbst geben können. Im Feedback soll sich das Subjekt bewerten lassen und somit die Selbst- und Fremdwahrnehmung angleichen. Der Ist-soll demnach dem Soll-Zustand angepasst werden. Möglicherweise wissen Andere mehr über das Subjekt als das Subjekt über sich selbst und können dem Subjekt dahingehend helfen, sich seiner Außenwirkung besser bewusst zu werden und sich dementsprechend zu optimieren (vgl. Bröckling 2006: 35f.). In dem „System kommunikativer Selbstkontrolle“ sind die Anderen somit von zentraler Bedeutung, auch weil die Anderen dem Subjekt Anerkennung vermitteln, wodurch das Subjekt konditioniert wird (vgl. Bröckling 2006: 35). Anerkennung richtet sich ebenfalls nach dem Markterfolg bzw. der Wettbewerbsfähigkeit des Subjekts und verbindet sich mit dem Glücksdiskurs, welcher sich auf die „Sphäre des Konsums“ verlagert (vgl. Bröckling 2007: 51). Die Anerkennung ist damit selbst zur Norm geworden und schließlich auch zentraler Reproduktionsmechanismus und Aktivierungsmodus zur Konstituierung des unternehmerischen Selbst (vgl. Bröckling 2007: 28, 31).

Ganz im Sinne Deleuzes werden die neuen freiheitlichen Möglichkeitsräume zu Räumen neuer Kontrolle. Dadurch befindet sich das Subjekt in einer stetigen Prüfungssituation. Jede Handlung bekommt Bedeutungsschwere, da jede Entscheidung letztlich immer auch an Konsequenzen für das Subjekt gebunden wird. Bröckling nennt es das „permanente Assessmentcenter“, in dem die Fähigkeiten von Anderen geprüft, beurteilt und gewertet werden, und dockt somit an die Mechanismen der Disziplinargesellschaft an (Bröckling 2007:

88f.). Die Entscheidungsfreiheit des Subjekts führt dabei zu dauerhaften Verunsicherungen, da man erst weiß, ob eine Entscheidung positiv zu bewerten ist, wenn sie Ertrag auf dem Markt bringt (vgl. Bröckling 2007: 99). Auch hier greift Bröckling wieder Foucaults Machttechnologie des Sicherheitsdispositivs auf. Dessen Wirkung, Verunsicherungen herzustellen, wird durch die multiplen Handlungsoptionen verstärkt. Es gibt verschiedene Wege, die zum unternehmerischen Selbst führen (vgl. Bröckling 2007: 35f., 40, 76). Das Ziel ist jedoch bei allen gleich und orientiert sich am Markterfolg des Subjekts, denn „schließlich fungiert der Markt als oberster Richter“ (Bröckling 2007: 75). Trotz der Betonung der Macht, die im einzelnen Subjekt steckt, ist das System ein schnelllebiges, in dem das Subjekt überflüssig ist oder ersetzt werden kann, sobald es aufhört, an sich zu arbeiten und „das Beste“ zu geben (vgl. Bröckling 2002: 184). Die Optimierung richtet sich an die eigene Employability, die stetig dem Markt angepasst werden muss. Das Subjekt muss damit flexibel sein, sich anpassen und ist damit stetig „under construction“. Genauso wie man nie empowert genug sein kann, so ist die Herstellung des unternehmerischen Selbst auch nie abgeschlossen (vgl. Bröckling 2003: 338). In der Konstituierung des unternehmerischen Selbst geht es nicht darum, sich selbst als unternehmerisches Selbst hervorzubringen; man ist dies nicht von selbst, sondern man muss es werden (vgl. Bröckling 2007: 47).

2.5 Sexualitätsdispositiv

Durch die Machttypen hinweg findet sich laut Foucault das christliche Pastorat mit der theologischen Versprechung auf das jenseitige Heil, welches noch gegenwärtig die Subjekte zum Gehorsam lenkt. Das christliche Pastorat ist auf die „Regierung der Seelen“ ausgerichtet (Foucault 2006: 521). Zentral sind dabei die im christlichen Pastorat enthaltenen Rituale des Geständnisses, der Beichte, der Gebote und Verbote. Sie stellen die Bedingungen und Voraussetzungen der modernen Machttechnologien dar.

Entscheidend dabei ist die Steuerung und Lenkung der Sexualität. Foucault fasst die Sexualität als Beziehungsgeflecht verschiedener Diskurse in Form des „Sexualitätsdispositivs“ zusammen und erklärt die Wirkungsmacht anhand von zwei verschiedenen Verfahren, die den Sex historisch produzierten. Die „arc erotica“ ist als „Kunst der Erotik“ zu verstehen, wobei sich die Wahrheit der Erotik aus der Kunst selbst herleitet. Allein durch Praktiken und Erfahrungen kann man innerhalb der Variante der „arc erotica“ der Sexualität ihr Geheimnis entlocken. Das Gegenteil stellte die abendländische Gesellschaft anhand der „scientia sexualis“ her und prägt damit bis heute das Verständnis über die Sexualität in westlichen Kulturen. Hier findet sich auch das Machtritual des christlichen Geständnisses bzw. der Beichte wieder. Es herrscht zwar das Verbot und das Schweigen über die Sexualität, dennoch wird die Sexualität Grund zur Überwachung, welche bis zur kleinsten Verzweigung des gesellschaftlichen Lebens reicht. Der Diskurs wird an den Sex angeschlossen und unter den Regeln des Geständnisses einer permanenten Selbstprüfung unterzogen. Der Sex wird

demnach zensiert und an spezifische Orte, Zeiten und Worte geknüpft, die dem Subjekt dabei Befreiung und das Heil bringen sollen (vgl. Foucault 1983: 30, 34f.).

Die Ökonomie prägte die Machttypen entscheidend. Die Bio-Macht ist dabei exemplarisch für eine entstandene Schnittstelle zwischen Ökonomie und Körper. Das Ziel der Kapitalakkumulation durch die Verwaltung des Lebens sieht ebenso die Regulierung der Sexualität vor. Arbeiter sollten die Energie für die Arbeit aufbringen und nicht für die Sexualität. Das Gesetz und die Diskursivierung des Sex bedingen sich gegenseitig, förderten dementsprechend die heterosexuelle, monogame Ehe und legten diese damit als Norm fest (vgl. Foucault 1998a: 241). Die Ökonomie der Lust wird erschaffen mit dem Ziel, sich selbst als „Moralsubjekt seiner sexuellen Verhaltensweisen zu konstituieren“ (Foucault 1984: 307). Durch die Humanwissenschaften und die zentrale Bedeutungskraft der modernen Medizin wird zusätzlich der Sex diskursiviert, indem Wissen und Wahrheiten über ihn produziert werden (vgl. Foucault 1983: 35, 56), die sich durch ihren wissenschaftlichen Anspruch der Neutralität legitimieren. Der Sex wird von der Sexualität getrennt und bekommt eine eigenständige Wissenschaft zugesprochen, die unter anderem Anomalien erforscht und untersucht. Folglich wird die Sexualität zum Ausschließungsmechanismus per excellence, indem die Medizin die Macht des Wissens produziert und diese als Wissen der Macht etabliert (vgl. Foucault 1999: 8; vgl. Foucault 1983: 52ff., 99). Ein neues Regime an Diskursen entsteht. Es wird nicht weniger gesagt, sondern mehr. Somit wurde das Sexualitätsdispositiv erschaffen, welches wie ein Oberflächennetz fungiert und damit die Machttechnologie aufrechterhält. Sex gilt nun „als einziger Signifikant und als universelles Signifikat“ (Foucault 1983: 28, 184).

Dennoch kann nicht ungeachtet gelassen werden, dass die Allgemeinheit in westlichen Gesellschaften einen nunmehr toleranteren und offeneren Umgang zur Sexualität pflegt. Dennoch ist die Sexualität nach wie vor an Imperative, Stigmatisierungen und dementsprechenden Exklusionen und Diskriminierungen gebunden. Foucault nennt als Beispiel die Homosexualität, die sich nicht nur den Körper des Subjekts einschreibt, sondern auch in die Identität (vgl. Foucault 1983: 58, 143). Insofern wird die Sexualität das „Prinzip der Intelligibilität und des Maßes“ (Foucault 1978a: 114). Die Pseudo-Toleranz enthält das Element der stimulierenden Kontrolle des neubesetzten Körpers. Imperative werden beispielsweise an Zeit, Ort und Alter gebunden. Demnach heißt es: „Entkleide dich... aber sei schön, schlank, gebräunt“ (Foucault 1976b: 107). Das Paradoxe an dem Sexualitätsdispositiv ist somit nicht nur die Diskursivierung der Sexualität, sondern die Erschaffung einer Lust, dem Sex permanent sein Geheimnis entlocken zu wollen. Es wird geglaubt, dass dies zu einer „Befreiung“ des Subjekts führe. Dabei hat das Wissen nur eine neue Lust erschaffen, nämlich die Lust am Wissen der Sexualität selbst (vgl. Foucault 1983: 63, 91). Das Wissen verfestigt sich in allgegenwärtigen Diskursen und übt somit permanenten Zwang auf das Subjekt aus. Dennoch beschreibt Foucault entsprechend seines Machtbegriffs keine Repression. Vielmehr geht es ihm um die Frage, wie die „Verhaltensweisen zu Wissensobjekten“, also produktiv geworden sind (Foucault 1983: 7).

2.6 Der Geschlechterkörper

Das foucaultsche Sexualitätsdispositiv stellt für Butler den Ausgangspunkt ihrer Theoriebildung dar. Dabei geht jedoch Butler davon aus, dass die Subjektkonstitution auf der Grundlage der Geschlechtszuweisung basiert. Dies verändert demzufolge das Sexualitätsdispositiv und erweitert die Betrachtung entscheidend. Die foucaultschen Theorien bieten Butler somit zentrale Anknüpfungspunkte, wobei ihre Subjektivierung eine stärkere linguistische Argumentation als Foucault aufweist. Zentral ist hierbei insbesondere der Begriff der Subjektivation, den Butler von Foucault übernimmt und das Subjekt innerhalb seiner Konstituierung in Unterwerfungs- und Befreiungsprozesse einordnet. Die Mechanismen der Subjektivation stellen sich durch Bezug auf die Theorie der Interpellation von Louis Althusser sowie der performativen Sprechakttheorie von John Austin her. Hieraus entwickelt Butler ihre Theorie eines sich ständig reproduzierenden Geschlechterkörpers. Butlers Theorien werden infolgedessen innerhalb einer gouvernementalen Perspektive beleuchtet, welche die Grundlage der weiteren analytischen Überlegungen darstellt.

2.6.1 Anrufung und Benennung

Butler bezieht sich in ihrer Theorie der Subjektivierung unter anderem auf die Arbeiten von Louis Althusser, der davon ausgeht, dass erst durch die sprachliche Benennung, die eine soziale Position zuteilt, das Individuum zum Subjekt wird und aus diesem Grund Handlungsfähigkeit erlangt. Das Subjekt ist somit als eine „sprachliche Kategorie“ zu verstehen bzw. als ein „Platzhalter“ der ihr zugeteilten sprachlichen Kategorie (Butler nach Villa 2013a: 66). Handlungsfähigkeit geht mit der Intelligibilität des Subjekts einher, worunter man eine Art Sichtbarkeit verstehen kann, die jedoch weitreichender ist, denn sie bestimmt, ob man sozial existent ist oder nicht. Insofern ist die durch die Anrufung und Benennung zugeteilte Zuschreibung des Subjekts essenziell. Sie bringt das Subjekt nicht nur hervor, sondern legt zudem die soziale Position sowie die sozialen Verhältnisse fest (vgl. Müller 2011; vgl. Villa 2013a: 73). Hier entsteht auch der Bezug zu der Diskurstheorie Foucaults, auf die sich Butler bezieht. Foucault sowie Butler gehen davon aus, dass Sprache und Diskurse stets miteinander verbunden sind. Wie eingangs erläutert, spielen Diskurse die zentrale Rolle bei der Wahrheits- und Wirklichkeitserzeugung. Denn „die Diskurse legen fest, welche sozialen Strukturen vorliegen und welche Subjektformen Intelligibilität erlangen können“ (Müller 2011). Folglich sind die Diskurse bei der Benennung des Subjekts von zentraler Bedeutung, denn sie legen die Bedingungen fest, unter denen das Subjekt intelligibel wird. „Soziale Aus- und Eingrenzungen basieren auf gesellschaftlichen Wertvorstellungen, die mithilfe von Diskursen ihre Verfestigung in Form von Dispositiven finden“, wodurch gesellschaftliche Strukturen und Verhältnisse aufrecht gehalten und stabilisiert werden (Müller 2011). Die Anrufung ist als ein „Bezeichnungsprozess“ zu verstehen und bedeutet damit, „die kulturell intelligiblen Subjekte als Effekt eines regelgebundenen Diskurses zu begreifen“ (Butler 1991: 212).

Das Verfahren der Anrufung, auch Interpellation genannt, inkludiert in Anlehnung an Austins performativen Sprechakt, dass ein autorisierter, legitimer Sprecher das Individuum anruft, es demnach benennt und damit dem Individuum eine Subjektposition zuweist. Der Sprecher muss demnach auch selbst benannt worden sein, um ein Individuum anrufen zu können. Die Anrufung ist damit eine Art Kreislauf der stetigen Anerkennung und als ein Akt der Abhängigkeit des sozialen Miteinanders zu interpretieren (Butler 2006: 53). Die Anerkennung wird zu einem „Ort der Macht“, der dem Subjekt durch die sprachliche Anrufung Existenz verleiht, es lebbar und lesbar macht (Butler 2009: 11; vgl. Athanasiou, Butler 2014: 115; vgl. Butler 2006: 15). Die Anrufung findet somit im Rahmen der herrschenden Ideologie statt und wird gesichert, indem das Individuum die Benennung annimmt und sich damit mit ihr identifiziert. Insofern ist der Prozess der Anrufung und Benennung als eine Unterwerfung der hegemonialen Ideologie zu verstehen, woraus auch die Subjektivation besteht. Das Individuum kann sich folglich auch weigern, die Benennung anzunehmen, setzt jedoch dabei ihre Intelligibilität, ihre soziale Existenz aufs Spiel. Hier entsteht bei Butler eine zentrale Subversionsmöglichkeit. Durch die Verweigerung der Benennung wird nämlich auch die herrschende Ideologie in Frage gestellt. Die Interpellation geht folglich mit einem Paradoxon einher. Indem man seinen Subjektstatus annimmt, bringt man das Objekt, welches man verneint, hervor sowie vice versa. Die Interpellation funktioniert somit anhand eines Ausschließungsmechanismus, denn indem „ich y bin und nicht x, benenne ich auch x und bringe es damit gleichsam sprachlich-performativ hervor“ (Müller 2011). Insofern geht eine (zeitweise) komplette Identifikation mit der Benennung einher, die gekoppelt ist an einer gleichzeitigen (unbewussten) Verwerfung und „Unsichtbarmachung“ (Villa 2013a: 73). Durch die Anrufung wird das Individuum folglich zu einem Subjekt gemacht, welches es sich nicht aussuchen kann (vgl. Bublitz 2010a: 34f.). Durch die Antwort des Subjekts auf die Anrufung nimmt das Subjekt die Zuweisung bzw. die Zuschreibung an, wodurch eine Identifikation mit der Anrufung stattfinden kann. Die Anrufung ist demnach als „eine Anerkennung des Geschlechts zu verstehen“ (Dungs 2000: 237; vgl. Butler 2001: 101). Die Interpellation stellt das Subjekt erst her, fungiert aber auch als Möglichkeitsfeld, sich der Unterwerfung der konstituierenden Bedingungen zu entziehen. Das Wechselverhältnis, welches die Subjektconstitution innerhalb der Unterwerfungs- und Freiheitsmechanismen einnimmt, wird von Butler mit dem Begriff der Subjektivation beschrieben, mit welchem sie erneut Bezug auf Foucault nimmt.

Konstituiert wird das Subjekt erst durch die Unterwerfung und ist damit nie ein völlig souveränes „Ich“, sondern immer Teil der Unterwerfung dessen, was es konstituiert (Butler 1995: 39; Butler 2001: 8). Das Subjekt besitzt keine „souveräne Voraussetzung des Handelns und des Denkens. Es ist vielmehr ein gesellschaftlich produzierter »Akteur« und »Teilnehmer«, dessen Handlungsfähigkeit und Denken durch Sprache eine ganze Reihe sozialer Relationen ermöglicht [...], die dem »Ich« vorausgehen“ (Butler 2013: 29). Die Unterwerfung ist damit in der Subjektconstitution immanent. Judith Butler spricht hier auch von dem „postsouveränen“ Subjekt (Butler 2001: 81, 87), da das Subjekt sich nie außerhalb der Macht befindet und damit auch „nie Grund und Ursache der eigenen Erfahrung“ sein

kann (Athanasiou, Butler 2014: 16). Subjektivation ist ein Prozess „diskursiver Identitätserzeugung“ (Butler 2001 nach Villa 2003: 41). Indem die diskursive Macht das Subjekt kreiert, generiert sie damit Sichtbarkeit und somit auch Handlungsfähigkeit, die aus dem Subjekt und demnach aus der Unterwerfung hervorgeht. Damit wird erneut die produktive Seite der Macht verdeutlicht. Das Subjekt wird folglich durch festgelegte Normen und in einem festgelegten Rahmen konstituiert. Die Norm reguliert hierbei die Intelligibilität und

„[...] ermöglicht, dass bestimmte Praktiken und Handlungen als solche erkannt werden können. Sie erlegt dem Sozialen ein Gitter der Lesbarkeit auf und definiert die Parameter dessen, was innerhalb des Bereichs des Sozialen erscheint und was nicht. Die Frage, was außerhalb der Norm liegt, erweist sich als gedankliches Paradoxon.“ (Butler 2009: 73)

2.6.2 Performative Sprechakte

Die Erweiterung dieser sprachlichen Subjektkonstituierung sieht Butler anhand der Sprechakttheorie, die die Ebene der Performatio miteinbezieht. Hierbei bezieht sich Butler auf die Arbeiten des Sprachtheoretikers John Austin. Performative Sprechakte sind Sprechakte, die Handlungen auslösen können. Performative Sprechakte rufen das, was sie benennen, ins Leben (vgl. Villa 2003: 26f.; vgl. Butler 1991: 212). Wer demnach einen erfolgreichen performativen Sprechakt tätigt, der spricht mit uneingeschränkter Macht, denn der Sprechakt erzeugt das, was er benennt (vgl. Butler 2006: 86). Der erfolgreiche performative Sprechakt ist allerdings an Bedingungen geknüpft. Dabei ist es von zentraler Bedeutung, zu verstehen, dass Sprechakte sowohl in die Vergangenheit als auch in die Zukunft reichen. Es sind immer diskursive Normen im Sprechakt enthalten, die ein Resultat aus historischen Konventionen sind. Die Konventionen bilden dabei auch einen Rahmen von legitimen und anerkannten Personen oder Autoritäten von Institutionen oder von spezifischen Orten, an die sich der Sprechakt bindet. Das heißt, dass Sprechakte nur erfolgreich sein können, wenn sie in einem bestimmten Kontext stattfinden, gesellschaftlich befähigt und legitimiert sind. Damit besitzen Sprechakte auch eine judikative rechtliche Komponente und können ebenfalls als Gesetz fungieren (vgl. Butler 1991: 118). Insofern geht es bei den performativen Sprechakten genauso wie bei Verfahren der Anrufung und Benennung um den legitimierten Rahmen beim Vollzug des Sprechens. Der Sprechakt ist wie auch die Interpellation eingebunden in die diskursiv hergestellte hegemoniale Ideologie. Als Beispiel für einen erfolgreichen performativen Sprechakt kann sich folgende Situation vorgestellt werden: Ein Schüler bleibt in der Schule sitzen. Dafür muss demzufolge ein Lehrer von der Schulbehörde autorisiert sein und kann demnach erst im schulischen Kontext dem Schüler sagen, dass dieser die Klasse wiederholen muss. Der Lehrer löst mit dem Sprechakt eine Handlung aus und bindet den Schüler daran. Die Normen bestimmen und legen fest, warum der Sprechakt erfolgreich ist und welche Kriterien und Rahmenbedingungen dazu erfüllt werden müssen (vgl. Butler 2006: 252). Mit dem Beispiel wird deutlich, dass

Sprechakte jeweils Zitate von Zitaten von zuvor gefällten und erfolgreichen Sprechakten sind. In Bezug auf die Philosophin Kristeva stellt Butler fest, dass es kein Original von Äußerungen und damit folglich auch keinen Ursprung von Sprechakten gibt. Macht bekommt der Sprechakt erst durch die Wiederholung, durch die der Sprechakt zur Norm und zur Konvention und somit zu einem erfolgreichen Sprechakt wird. Dennoch besitzt der Sprechakt eine Einzigartigkeit, denn es kann nie vorausgesagt werden, ob ein Sprechakt wirklich effektiv und erfolgreich sein kann. Da der Prozess der Festigung nur durch Wiederholung und Zirkulation aufrechterhalten werden kann, wird deutlich, dass es sich um einen offenen Prozess handelt. Demnach kann es zu Verschiebungen und Umschreibungen und somit zur Möglichkeit der Resignifikation von Sprechakten bzw. von Diskursen kommen. Butler bezieht sich hierbei auf Derrida, der zwar ebenfalls von einem fehlenden Original der Sprache und einer permanenten Zitation ausgeht, jedoch darauf hinweist, dass jeder Sprechakt eine Einzigartigkeit besitzt. Das subversive Potenzial ist genau in der Einzigartigkeit und damit im Bruch des Kontextes, im Bruch mit der Zitation zu finden. So formuliert Butler passend: „Die Frage ist nicht, ob, sondern wie wiederholen“ (Butler 1991: 217).

2.6.3 Geschlecht und Geschlechteridentität

Das wirklich Entscheidende an Judith Butlers Argumentationslinie ist, dass das Subjekt nicht erst gebildet und dann mit Sexualität besetzt wird, sondern dass die Subjektkonstitution einhergeht mit der Geschlechterkonstitution (vgl. Butler 2001: 99). Ohne Geschlechtszuweisung wird das Subjekt nicht sozial intelligibel. In Form von geschlechterspezifischen performativen Sprechakten wird der Körper damit erst „ins Leben gerufen“ (Bublitz 2010a: 57). Die Subjektivation bezieht sich bei Butler somit auf die Machtunterwerfung in Form des zugewiesenen Geschlechts, welche das Subjekt unfreiwillig und unter Zwang konstituiert (vgl. Butler 1995: 34). Die enorme Bedeutung der spezifischen Geschlechtszuweisung wird deutlich, wenn man sich die häufig gestellte Frage an schwangere Personen in Form von „Was wird es denn?“ vergegenwärtigt. Noch vor der Geburt benennt der Arzt das Geschlecht des Ungeborenen und setzt damit häufig zentrale Impulse zur Namensfindung, zur Dekoration des Kinderzimmers, zur Auswahl der Babykleidung und Spielsachen etc. Spätestens, wenn die Hebamme bei der Geburt ruft „Es ist ein Mädchen!“, markiert sie durch den performativen Sprechakt den Babykörper und macht ihn damit sozial intelligibel. Daraus folgt der Imperativ „Werde ein Mädchen“. Voraussetzung ist auch hierbei, dass der Sprechakt in einem legitimen und autorisierten Rahmen stattfindet und dass die Benennenden, in diesem Fall die Hebamme selbst, in ihrem Geschlecht benannt und anerkannt worden sind (vgl. Distelhorst 2009: 13). Das biologische Geschlecht setzt damit eine soziale Geschlechteridentität als genormte Denk- und Verhaltensimperative und einen geschlechtermarkierten und damit in seiner Materialität geformten Körper voraus. Die Diskurse, die das Subjekt konstituieren, sind dem Subjekt somit vorgängig. Das Subjekt wird durch sie erst aktiv ins Leben gerufen. Sowohl das

biologische als auch das soziale Geschlecht werden durch die binäre Geschlechterordnung entlang der sogenannten „heterosexuellen Matrix“ codiert (Butler 1991: 26f.).

Butler schuf den Begriff der heterosexuellen Matrix und meint damit eine Art „Hegemonialmodell“ (Bublitz 2010a: 67), welches die Geschlechter innerhalb Verhaltens-, Handlungs- und Denkstrukturen des jeweiligen Geschlechts zuweist und normiert. Die heterosexuelle Matrix funktioniert innerhalb produzierter Normen und reproduziert dabei die Heterosexualität als ein Zwangsverhältnis, indem es Grenzen, Ausschluss, Verbote und Tabus im Subjekt und am Körper des Subjekts durchsetzt (vgl. Butler 2001: 129). Natürliches Begehren, die sexuelle Lust sowie die sexuelle Praxis sind dabei auch Effekte, die innerhalb der heterosexuellen Matrix festgelegt werden. Die heterosexuelle Matrix entscheidet damit, „welche Lüste leben dürfen“ und welche „im Dienste der Legitimationsverfahren der Identitätsbildung, die sich innerhalb der Matrix der Normen der Geschlechteridentität vollzieht“, sterben müssen (Butler 2009: 111). Die heterosexuelle Matrix wird als entscheidendes Element gesehen, um die eingangs vorgestellten Machttechniken auf einer geschlechtsspezifischen Ebene zu erweitern und zu konkretisieren. Die Benennung des Geschlechts inkludiert damit sowohl Grenzen des Selbst und des Körpers, die Formung bzw. Materialität des Körpers als auch die Anpassung an die festgelegte geschlechterspezifische Norm (vgl. Butler 1995: 23). Gender ist dahingehend als eine kulturelle Praxis zu verstehen, die als unbewusster Zwang in den sozialen Zusammenhang eingebettet ist und als Apparat zur Produktion der Normalisierung der Geschlechterdifferenz dient (vgl. Butler 2009: 74, 22f.). Die Geschlechterrolle ist stets eine soziale Interaktion. Man spielt folglich die Geschlechterrolle nie allein, da man in einem ständig wiederholenden Prozess benannt werden muss. Die Geschlechterrolle spielt man demnach mit oder für jemand anderes (vgl. Butler 2009: 9). Die Einführung der kulturellen Geschlechterkategorie „gender“ unterstützt damit nur die Vorstellung der Naturalisierung des Geschlechtes (vgl. Butler 2009: 74).

Alle Aspekte, die dabei mit der geschlechtlichen Codierung des Körpers operieren, tun dies mit der Prämisse, sich mit der Natürlichkeit der Biologie, der Wahrheit, zu befassen. Damit wird die Annahme vom Geschlecht als „Wahr-Zeichen“ des Körpers stetig verfestigt (Bublitz 2010a: 43). Das Gesetz und die Medizin bilden das Zentrum der Festigung der Geschlechterteilung. Das Geschlecht wird normiert und somit auch zu einer „politischen Kategorie“ (Butler 1991: 15, 118). Wie bei Foucault versteht Butler die Medizin als wahrheitskonstituierende Wissenschaft, welche die Geschlechternormen stabilisiert und stetig bestätigt. Indem immer wieder Forschungen auf Geschlechterteilungen basieren, findet die medizinische Forschung dahingehend geschlechterspezifische Unterschiede, weil explizit danach gesucht wird. Unter Laborbedingungen wird damit immer wieder die Geschlechterteilung und die heterosexuelle Matrix produziert und legitimiert (vgl. Kay nach Bublitz 2010a: 63). Und nicht nur in der Medizin reproduziert sich unentwegt die Geschlechterteilung. So kann man dies insbesondere in der empirischen Forschung, in der Markt- oder Sozialforschung finden. Sobald man auch hier nach der Geschlechterzugehörigkeit Mann oder Frau fragt, entstehen demnach diesbezüglich

Ergebnisse, die auf die feste Annahme der Geschlechterunterscheidung beruhen. Was als Wahrheit gilt, ist dabei lediglich ein diskursiver Effekt (vgl. Bublitz 2010a: 25). Somit ist auch der Körper als eine Ablagerung von Diskursen zu verstehen. Das biologische und das soziale Geschlecht sind kulturelle, regulierende Praktiken, die im Zusammenspiel die Geschlechteridentität bestimmen. „Um in die Norm zu fallen, muss das biologische Geschlecht mit dem sozialen übereinstimmen, was sich vor allem in der Ausbildung eines heterosexuellen Begehrens“ und den heterosexuellen Verhaltensimperativen äußert (Distelhorst 2009: 28). Die Unterscheidung des kulturellen Geschlechtes „gender“ baut auf diesem Irrtum auf. Somit wird die Geschlechterunterteilung in „sex“ und „gender“ obsolet, da die Geschlechtsidentität bereits das Geschlecht beinhaltet und das biologische Geschlecht schon von Anfang an die Geschlechtsidentität darstellt (vgl. Butler 1991: 169). Die Natürlichkeit des biologischen Geschlechts ist dabei als ein Ergebnis und nicht als Voraussetzung zu verstehen (vgl. Butler 1991: 57). Geschlecht wird damit zum „Wahrzeichen“ des Körpers, womit die Biologie sowie die Biografie zum Schicksal werden (Bublitz 2010a: 59). Man ist somit als Subjekt nie ganz, sondern immer eher außerhalb des Selbst (vgl. Butler 2009: 10). Ein „Mädchen zu sein“ ist damit ein nie abgeschlossener Prozess, in dem das Geschlecht immer wieder durch Benennung und Anrufung hervorgebracht werden muss und folglich auf stetige Wiederholung und Reproduktion angewiesen ist. Die Festigung des Geschlechts durch permanente Wiederholung zeigt die Fragilität des Geschlechtersystems auf, die nur durch Aktivität und Reproduktion stabil gehalten werden kann.

2.7 Zwischenfazit – das neoliberale Subjekt und seine Verkörperung

Die Theorien von Foucault und Butler sowie die Perspektiverweiterungen durch die Theorien von Deleuze und Bröckling sollen im Folgenden einen groben Gesamtüberblick und einen möglichen Antwortenkatalog bezüglich der Frage geben, wie sich Subjekte materialisieren, was die Subjektkonstituierungsprozesse beeinflusst bzw. wie Subjekte in ihrer Denkweise, in ihrem Verhalten und ihren Handlungen gelenkt und gesteuert werden. Die Theorien sollen dabei nicht verglichen, sondern innerhalb ihrer Überschneidungen aufgezeigt werden und werden diesbezüglich in ihren wesentlichen Punkten zusammengefasst, rekontextualisiert und an einigen Stellen spezifiziert.

2.7.1 Verkörperung

Für Foucault ist die Macht der Diskurse entscheidend, da diese die Festlegungen, Denk- und Sprechvorstellungen beeinflussen, die die soziale „Realität“ bzw. die geglaubte „Wahrheit der Dinge“ konstituieren. Die Macht ist folglich produktiv, sie erzeugt die Wirklichkeit und bringt demnach „Wirkliches“ hervor. In diesem Sinne erzeugt Macht auch Lust, Wissen und Wahrheiten, die jedoch willkürliche Resultate der Geschichte sind. Folglich kann Macht nicht verortet werden, denn sie dringt in nahezu alle Lebensbereiche ein. Foucault spricht somit

auch von der „Mikrophysik der Macht“. Dabei wird nicht nur „Wirkliches“ hervorgebracht, sondern auch Materialität verliehen. Judith Butler nimmt in ihrer Theorie Bezug auf Foucault und beschreibt hierbei den Prozess der Materialisierung. Dieser Prozess, der sich als Verkörperung von Diskursen deuten lässt, vollzieht sich durch die Geschlechterbenennung und macht das Subjekt damit erst intelligibel. Die Intelligibilität beschreibt dabei die soziale Sichtbarkeit und somit auch die Handlungsfähigkeit von Subjekten. Denkt man zurück an das Saussuresche Semiotikmodell, wird deutlich, dass die Vorstellung und im übertragenen Sinne ebenso der Seheindruck von etwas erst innerhalb eines assoziativen Raums entsteht, der geprägt wird von Klassifikation, Selektion und Ausschließungsmechanismen. Das reziproke und arbiträre Verhältnis von Bild und Sprache fungiert nicht nur als Wirklichkeits-, sondern auch als „Bedeutungsproduktion“ (Lummerding nach Schaffer 2008: 81). Die Art, wie man sieht, wie man Objekte decodiert, wie man sie interpretiert, ist demnach durchzogen von Sehkonventionen. Die Materialität, die dadurch geschaffen wird, wirkt immer auch begrenzend. Die von Foucault beschriebenen Diskurse sind somit ebenso verbunden mit den Praktiken des Sehens, die Wahrheit und Wissen erzeugen, und folglich Resultate der Zeit und der Macht (vgl. Fahle 2011: 188f.). Der Blick beschreibt einen spezifischen Akt des Sehens, der sich auf etwas richtet. Er kann jedoch auch den Ausdruck, den Blick von jemandem und nicht auf jemanden beschreiben. Der Blick enthält eine Erwartungshaltung, denn der Blick ist routiniert; es gibt eine anerkannte Weise, wie auf Dinge geschaut werden soll (vgl. Reuter 2011: 36). Insofern sind Blicke „Träger von Macht und von Normen“ und haben in diesem Zusammenhang einen enormen Einfluss auf das wahrgenommene Körperbild und die dazugehörige körperliche Inszenierung (vgl. Denninger 2013: 8; vgl. Kaufmann nach Denninger 2013: 8). Nach Butler ist die Materialität des Körpers nichts Festes, sondern muss sich immer wieder produzieren. Gleichwohl ist der Körper abhängig von den Blicken anderer, da die Materialität als Normeffekt, als eine „Körperfantasie“ verstanden werden muss, mit der sich das Subjekt identifiziert (vgl. Butler nach Villa 2012: 93).

Foucault beschreibt die Materialisierung des Körpers in Form einer Einschreibung und verdeutlicht damit bildhaft den Zustand, wie sich die Geschichte in den Leib einschreibt (vgl. Butler 1991: 191). Der Begriff weist dennoch auch darauf hin, dass, bevor etwas auf dem Körper eingeschrieben wird, dieser schon in gewisser Weise existent ist, jedoch keine soziale Intelligibilität besitzt. Mary Douglas argumentiert, dass der Körper nie bloße Materialität darstelle, sondern immer nur als „Begrenzung des Körpers“, als eine Schranke der gesellschaftlichen Hegemonie zu verstehen sei und nimmt somit wieder die immanenten Begrenzungen des Diskurses auf. Die Materialität, so auch Butler, meint die kulturelle Begrenzung des Körpers entlang der heterosexuellen Matrix (vgl. Butler 1991: 195). Der Körper besitzt die Macht, anderen Subjekten eine Wertigkeit im sozialen System zu verleihen. Nach Foucault ist die Konstitution des Körpers gekoppelt an Wissenspraktiken, die zu Selbstpraktiken werden. Diese bestimmen das Verhältnis, welches das Subjekt zu sich selbst in Bezug auf seinen Körper annimmt, und legen damit auch die „Vorstellungen und Phantasmen“ über das Selbst und den Körper fest (Bublitz 1999: 204). „Materiell sein bedeutet sich zu materialisieren“ (Butler: 1995: 56) und sich zu materialisieren bedeutet,

intelligibel zu sein. Butler spricht in Anlehnung an Ludwig Wittgenstein von dem Begriff der Konfiguration, was als ein „Eingebundensein der unteilbaren Gegenstände in einen Sachverhalt“ verstanden werden kann (Spektrum 2012). Butler bezeichnet mit der Konfiguration die feste Verstrickung von Sprache und Materie (vgl. Villa 2003: 88). Diese Verstrickung konfiguriert den Körper. Durch die Konfiguration geht der Ursprung verloren, und die Verstrickung von Sprache und Materie erweckt eine Natürlichkeit, obwohl der Körper ein sozial-kulturelles und historisches Konstrukt ist. Das Geschlecht ist bei der Konstitution des Körpers immanent. Der Geschlechterkörper stellt ein „normatives Ideal“ dar, „dessen Materialisierung erzwungen ist“ (Butler 1995: 21). Damit werden bestimmte Körperteile „zu Vorstellungszentren der Lust, weil sie dem normativen Ideal eines solchen, für die Geschlechtsidentität spezifischen Körpers entsprechen“ (Butler 1991: 111). Der Körper ist folglich das prozessuale Ergebnis von abgelagerten Diskursen, und damit ist der Körper auch als „regulierende Idealisierung“ ein Produkt aus historischen Kämpfen um die diskursiven Normen (vgl. Bublitz 1999: 205). Die Materialisierung ist demzufolge „eine Wirkung der Macht“ (Butler 1995: 59).

2.7.2 Ökonomisierung

Die Ökonomie spielt innerhalb des Verhältnisses von Materialisierung und Subjektivierung eine wesentliche Rolle. In der Disziplinargesellschaft ging es darum, das Subjekt, aber auch den Körper an den Produktionsapparat zu binden, indem man das Leben als Arbeitszeit konstituiert und durch die Strenge der Disziplin reglementiert. Das Subjekt wird beobachtet, geprüft, bewertet und entlang der Norm angeordnet, die das Subjekt sozial positioniert. Das System des Belohnens und Bestrafens in Verbindung mit dem Machtritual der Prüfung zwingen das Subjekt zur Konformität, welches sich auf die Materialität des Subjekts auswirkt, beispielsweise in Form der Disziplinierung spezifischer Körperhaltungen. Das Panopticon wird Symbol der Verinnerlichung der Überwachung durch Bildung von Unsicherheiten und Angst. Durch die Weiterentwicklung zur Gouvernementalität und Biomacht entstehen neue Imperative. Der Freiheitsgewinn des Subjekts wird durch Kontrolle und Sicherheit relativiert, die sich in ständiger Selbstprüfung und Normalitätsrückversicherung zeigen. Das Subjekt braucht keine Disziplin mehr, da es diese längst verinnerlicht hat und durch die Politik der Taktik des Anspornes und Anreizes zur Konformität gedrängt wird. Nach Butler und der von ihr beschriebenen heterosexuellen Matrix lenkt die Macht das Subjekt genderspezifisch. Das Geschlecht wird folglich zu einer politischen Kategorie.

Dabei beschreiben die hier vorgestellten Theorien die Situation, die von einer Art „Heimtücke“ der modernen Subjektivierung ausgeht. Das Subjekt fühlt sich autonom und frei, dabei kann es nur innerhalb eines vorgegebenen, legitimierten Rahmens handeln oder denken. Deleuze spricht dementsprechend nicht mehr vom „Subjekt“, sondern von einem Dividuum, um zu verdeutlichen, dass das Individuum nicht mehr selbstbestimmt handeln kann. Die Marktfreiheit wird damit zum Freiheitsbegriff des Dividuums, was bedeutet, dass

das Individuum nur frei sein kann, indem es sich den Spielregeln der marktwirtschaftlichen Unternehmen unterordnet bzw. sich gar selbst als ein Unternehmen begreifen soll, wie Bröckling es anhand des unternehmerischen Selbst ausführte. Die Biomacht fokussiert damit nicht das Leben, sondern den Konsum. Die Marktaktionen müssen dabei kalkuliert, geplant und kontrolliert werden. Die Masse dient dabei lediglich dazu, die Marktaktionen kalkulieren zu können. Demnach wird die Masse zu einer Chiffre, einem virtuellen Kontrollmaterial. Die schnelle Kapitalakkumulation in Form von Umsatz und Gewinn ist hierbei das Ziel, zeichnet den Erfolg aus und wird durch den Konkurrenzkampf und dem neoliberalen Credo der Optimierung bzw. der Selbstoptimierung verstärkt.

Bei Deleuze ist dabei auch ein Verschleierungsprozess erkennbar, der sich jedoch durch Entschlüsselung der Chiffrierung und dementsprechend durch Zugang zum Wissen aufheben lässt. Hierbei wird die Vorstellung einer Entschlüsselung der Dechiffrierung jedoch ebenfalls als Kontroll- und Steuerungselement genutzt, die das Individuum zur Konformität zwingt. Die Spielregeln des Kontrollsystems sowie den Zugang zum Wissen kennt hierbei lediglich der „Geschäftsführer“ des Unternehmens (vgl. Deleuze 1990). Es wird insofern ein Begehren geschaffen, „Geschäftsführer“ zu werden. Die Macht wird produktiv, denn sie wird zum Antrieb des Individuums mit dem Ziel, zum elitären Kreis der Wissenden zu gehören. Das gleiche Machtinstrument findet man zudem auch bei Bröckling, indem bewusst ein System der Gewinner und Verlierer produziert, öffentlich konstruiert und aufgezeigt werden muss. Die Herstellung von Gewinnern und Verlierern dient dabei zur Selbst-Adjustierung, um bloß kein systemischer Verlierer zu werden. Anerkennung entsteht folglich durch Erfolg im neoliberalen System. Umso härter wird demnach das Scheitern bestraft. Scheitern wird durch die Selbsttechnologie der Eigenverantwortung zum persönlichen Scheitern. Dies dient somit als berechenbare Steuerung des Individuums bzw. des Subjekts und lässt sich demnach mit dem christlichen Pastorat in Verbindung bringen, in dem es nicht nur um den Körper, sondern auch um die „Regierung der Seelen“ geht. Zentrales Element ist hierbei die christliche Pastormacht, die das Ritual der Beichte bzw. das Geständnis integriert. Die Beichte besitzt performativen Charakter, da sie zur heilenden Katharsis führt. Das Geständnis wirkt dabei wie eine ständige Selbstprüfung, die das Machtsystem immer weiter reproduziert und festigt. Der Zugang zum Wissen als „Geschäftsführer“ stellt sich somit als Ziel und Befreiungselement dar, gleichzeitig dient es als effektives Steuerungselement.

Die soziale Kontrolle funktioniert über die Macht des Marketings und ist ebenso an die Sexualität und die Konstruktion des Geschlechts geknüpft. Das Sexualitätsdispositiv ist dabei von zentraler Bedeutung, weil sich die Sexualität anderen Diskursen anschließt und diese versexualisiert. Damit werden Wissenswahrheiten, Grenzziehungen und Imperative produziert. Es wird demnach neues Begehren und eine neue Lust erschaffen, die sich auf den Konsum bezieht (vgl. Foucault 1983: 129ff.; vgl. Foucault 1976b: 109) und die rückwirkend an die eigene Sexualität gekoppelt ist (vgl. Foucault 1983: 129ff.; vgl. Foucault 1976b: 109). Die angestrebte Qualitätssteigerung des Lebens wird durch den Konsum vollzogen, der das eigene und das Begehren anderer auf einen selbst stimulieren soll. Foucault spricht hier auch

von einer „stimulierenden Kontrolle“. Diese zeigt sich in neuen Körperformen und daraus abgeleiteten neuen Imperativen (vgl. Foucault 1976b: 108). Der Sex wird somit neuen Diskursen angeschlossen, wodurch weiter mehr Wissen und Wahrheiten über die Sexualität produziert wird. Begehren, Lust und Sex werden damit zur Marketingstrategie, die mit dem vergänglichen Idealbild von jung, schlank und schön wirbt. Durch die Verschiebung der Normherstellung muss sich dementsprechend auch das Subjekt innerhalb seiner Geschlechterperformance stetig rückversichern. Durch die Verschiebung der Machttechnologien lösen sich fixe und traditionelle Normen auf, wobei sich ebenso die deleuzschen Einschließungsmilieus öffnen und auf diese Weise dem Subjekt Freiheitsgewinne suggerieren. Es wird zwar ein toleranterer und offenerer Umgang mit der Sexualität suggeriert, dieser wird jedoch an Imperative sowie an Stigmatisierungen gebunden. Die binäre Geschlechtlichkeit fungiert dementsprechend nach wie vor als normative Norm, als naturwüchsige Wahrheit. Foucault zeigt mit dem Beispiel der Homosexualität auf, dass nicht nur die Sexualität in den Körper eingeschrieben wird, sondern auch in die Identität, in die Persönlichkeitseigenschaften. Die Sexualität wird an Imperative angeschlossen, die wiederum an bestimmte Körpernormierungen, Zeit, Ort und Alter gebunden werden, welche sich als Wissen und Wahrheit zurück an das Sexualitätsdispositiv koppeln.

Der Soziologe Schimank differenziert drei zentrale historische Ereignisse, die zur Individualisierung des Subjekts bzw. im übertragenen Sinne zur Öffnung der Einschließungsmilieus geführt haben. Schimank nennt hierzu die Wohlfahrtssteigerung, die sich anhand der Verkürzung der Arbeitszeit und die Erhöhung des Bildungsniveaus zeigt. Die Wohlfahrtssteigerung hat dabei auch erheblichen Einfluss auf die geförderten Eigenschaften innerhalb der Subjektivierung. So geht die Wohlfahrtssteigerung einher mit einer höheren Konsumkraft. Das heißt, dass das Subjekt ein konsumierendes Subjekt wird. Die Verkürzung der Arbeitszeit führt zur Erhöhung der Freizeit und der Zeit für sich selbst und ist damit Bestandteil des konsumierenden Subjekts, welches jedoch im Zusammenspiel mit dem selbstreflektierenden kompetenten Subjekt wirkt, das durch die Erhöhung des Bildungsniveaus gefördert wird. Die neuen Freiheiten und Selbstbestimmung des Subjekts erstrecken sich auf das gesamte Leben und eröffnen neue Handlungs- und Wahlmöglichkeiten. Die Gesellschaft wird dadurch zu einer „Multioptionsgesellschaft“ (Schimank 2012). Zentral dabei ist, dass das Subjekt innerhalb des Ausbaus seiner Intelligenz und Selbstreflexivität systemisch gefördert wird, was wie erwähnt als Kern der Machttechnologie fungiert. Das reflektierte und selbstbestimmte Subjekt denkt, dass es frei ist und aus freiem Willen handelt, ist letztlich jedoch nur Teil neuer Kontroll- und Steuerungselemente. Insofern werden die Subjekte „in einer Weise sich selbst überlassen, dass sie frei sind, eben das zu tun, was ihnen auferlegt wurde“ (Krasmann 2000: 201). Die Regierung reguliert somit durch stimulierende Kontrolle. Die harte Politik der Disziplinargesellschaft wird zur weichen Politik des Anspornes und Anreizes (vgl. Demirovic 2008: 249). Es entstehen damit neue Imperative, die das Subjekt normalisieren und somit eine „historisch bislang unerreichte [...] Beherrschung und Selbstentfremdung“ des Subjekts

mit sich ziehen (Ellrich 2007: 35). Die Selbstentfremdung bzw. die Entsubjektivierung ist somit auch Bestandteil des unternehmerischen Selbst. Hier heißt es, dass das Subjekt „Optimismus, Kreativität, Flexibilität, emotionale und körperliche Stabilität und die Fähigkeit, jede Situation als Chance zur Weiterbildung“ nutzen muss (Duttmeier 2004: 164). Die Anpassung bzw. Adjustierung an das gesellschaftlich „Normale“ sind Selbstkontrollmechanismen, die „Identität, Anschluss und Erfolg, Orientierung“ versprechen, „kurz: sie vergesellschaften“ (Spree 2015: 112).

Die Verknüpfung der heterosexuellen Matrix mit dem Hegemonialmodell der Gouvernementalität macht deutlich, dass es sich nicht per se um ein bewusstes Zwangsverhältnis handelt, sondern um ein System der Wertegemeinschaft, der gemeinsamen Weltanschauung, des geteilten und allgemein akzeptierten Konsenses der Gesellschaft. Produziert werden kapitalistische Werte, die innerhalb dieser Werte auch eine eigene Subjektivität produzieren (vgl. Athanasiou, Butler 2014: 35). Das Subjekt muss sich unbewusst zwanghaft der heterosexuellen Matrix anpassen, um den Status als Subjekt nicht aufs Spiel zu setzen (vgl. Butler 2006: 208f.). Damit verhält es sich freiwillig konform zu seiner eigentlichen Unterdrückung und reproduziert dies auch stets weiter (vgl. Distelhorst 2009: 106).

Der Körper ist innerhalb scheinbarer Freiheitsdiskurse immer auch an Codes seiner Verkörperung gebunden. Insofern eröffnet die Gouvernementalität einerseits „die Beherrschung des Selbst durch die bewusste Manipulation des Körpers im Dienste hegemonialer Normen“, andererseits auch „die Selbstermächtigung durch die Verfügbarkeit des eigenen Körpers“ (Villa 2008: 250). Die Gouvernementalität eröffnet diesbezüglich mehr Gestaltungsmöglichkeiten des Körpers (vgl. Ludwig 2013: 84, 87, 89f.) sowie einen Paradigmenwechsel, der die freie Verfügung über den Körper beinhaltet. Die Machttechnologie der Gouvernementalität, die feinsten Verzweigungen der Macht, die die Materialität des Subjekts umfassen, konstituiert, so die These, das Geschlecht als Selbsttechnologie, als eine Arbeit am Selbst. Das Geschlecht muss aktiv hervorgebracht und aufrechterhalten werden und erfordert somit Investition. Die Herstellung des Körpers bzw. Aufrechterhaltung des Geschlechts verlangt demnach die Körperarbeit. So sieht auch Paula-Irene Villa eine „sich neu abzeichnende Fassung einer arbeitsintensiven Geschlechterdifferenz“ und konstituiert diese innerhalb des Phänomens des unternehmerischen Selbst und somit innerhalb des Mantras der „Optimierung im ökonomischen Sinne“ (Villa 2008: 249). Dennoch impliziert dies nach wie vor, dass man nur dann eine „normale“ Frau sein kann, wenn man den richtigen Körper besitzt (vgl. Villa 2013a: 67f.).

2.7.3 Empowerment

Das Empowerment ist hierbei als eine Maxime der Selbstregierung zu verstehen und ist damit eine „Sozialtechnologie“. Die Herstellung des unternehmerischen Selbst ist als eine Anrufung im Sinne Althusser zu verstehen. Die Anrufung wird dabei zum „Arbeitsappell“ (vgl. Bröckling 2002: 177), die Selbstverwirklichung zum Imperativ (vgl. Bublitz 2005 nach Spreen 2015: 113). Dennoch geht es hierbei nicht um die Setzung von Imperativen, sondern um „Wissensformen, in denen Individuen die Wahrheit über sich erkennen, die Kontroll- und Regulationsmechanismen, denen sie ausgesetzt sind, sowie die Praktiken, mit denen sie auf sich selbst einwirken“ (Bröckling 2002: 179). Das unternehmerische Selbst skizziert in diesem Zusammenhang keineswegs nur den stereotypischen Businessmenschen, Performer und den Optimierer, sondern bezieht sich im besonderen Maße auch auf die gesamte Subjektkonstituierung. Jeder Lebensbereich, Beziehungen, Körper und die Persönlichkeit unterliegen dem Optimierungszwang. Es ist dabei von zentraler Bedeutung, zu verstehen, dass die Subjektivierung hierbei ein „Effekt vielfältiger Mikrotechniken und Denkweisen“ ist, die sich zu Makrostrukturen und Diskursen verdichten und verstetigen. „Die Gesellschaft“ und „das Selbst“ bilden dabei das Resultat, nicht den Ausgangspunkt (Bröckling 2007: 27). So lässt es sich zusammenfassen, dass hier Macht produziert wird und diese „Macht, die Empowerment verspricht und verleiht, haben die Bemächtigten auf sich selbst zu wenden, und diese subjektivierende Faltung soll sie produktiver machen, als äußere Autoritäten es je vermöchten“ (Bröckling 2003: 339). Insofern kann mit der Sohn-Rethelschen Gleichung zusammengefasst werden: Warenform = Denkform (Sohn-Rethel nach Behrens 2011: 61). In diesem Sinne geht auch Bröckling davon aus, dass das Subjekt überflüssig geworden ist. In einem schnelllebigen dynamischen System kann das Subjekt schnell ersetzt werden. Das unternehmerische Selbst ist ein fortlaufender Prozess des Werdens. Sobald das Subjekt aufhört, an seiner Employability zu arbeiten, wird das Subjekt wertlos (vgl. Bröckling 2002: 184, vgl. Bröckling 2003: 338; vgl. Bröckling 2007: 47).

Bröckling kam zu dem Schluss, dass zwar alle Subjekte gleichermaßen als unternehmerisches Selbst aufgerufen werden, sich die Herstellung zum unternehmerischen Selbst jedoch genderspezifisch vollzieht. Bröckling geht dabei davon aus, dass sich gerade die Ratgeber und Trainingsmaßnahmen in den traditionellen Medien innerhalb des Empowermentprogramms deutlich unterscheiden. So bleiben die Ziele der Botschaft identisch, doch Frauen werden insbesondere innerhalb ihrer weiblichen Identität aufgerufen (vgl. Bröckling 2002: 184). Hierbei wird die „weibliche Kraft“ ebenso wie ihre „Mangelhaftigkeit“ beschworen. Dabei fallen „Empowerment und Demütigung“ zusammen (Bröckling 2002: 184). Es wird folglich eine Solidarität und ein Wir-Gefühl von Frauen erzeugt und somit auch die Autorität der Existenz des Empowerments für Frauen legitimiert (vgl. Bröckling 2002: 185, 190). Die Herstellung des unternehmerischen Selbst ist innerhalb der weiblichen Variante ein zutiefst „literarisches Projekt“, indem sich das Subjekt durch das Schreiben selbst bewusst werden soll (vgl. Bröckling 2002: 187). Das Empowerment wird somit zum Beispiel einer Verstärkung der Dualisierung der Geschlechter. Medien stellen

hierbei die zentrale Orientierungshilfe für eine normalisierende Geschlechterinszenierung dar. Dabei helfen spezifische Medienformate, die statistische Evidenzen der Normalität liefern und die soziale Position der Subjekte anzeigen oder gar erst produzieren. Gerade das von Bröckling beschriebene Empowerment fordert das Subjekt zur Selbstreflexion auf. Das Subjekt wird aufgefordert, über sich selbst zu sprechen, denn das Machtritual des Empowerments verlangt, dass über das eigene Empowerment als eine Art des Geständnisses öffentlich gesprochen werden soll. Ähnlich wie im christlichen Pastorat ist folglich das Geständnis der erste Schritt zur Katharsis.

Die „Multioption“ geht dabei stets einher mit Verunsicherungen und Rückfragen, die das Subjekt an sich selbst stellt. Hat sich das Subjekt auch wirklich für das Richtige entschieden, hätten nicht andere Möglichkeiten besser genutzt werden können (vgl. Makropoulos 2008: 108)? Makropoulos stellt treffend fest: „Man konkurriert nicht nur mit anderen um knappe Ressourcen, vielmehr konkurriert jede Realisierung einer Möglichkeit mit ihrer potenziellen Überbietung durch eine andere Möglichkeit“ (Makropoulos 2008: 108). In diesem Sinne führt der Selbstoptimierungszwang zum Lebensgefühl des „kompletten Versagers“ (Schimank 2012) und zeigt sich anhand von zunehmender Unzufriedenheit und am Krankheitsbild der Depression, die dem Zeitgeist der neoliberalen Generation entsprechen (vgl. Ellrich 2007: 32). Der systemimmanente Konkurrenzkampf wird dabei verstärkt durch die permanente Wettbewerbssituation. Diese ist damit Effekt als auch Resultat des Selbstoptimierungszwanges. Das Subjekt befindet sich im permanenten Assessmentcenter, indem die Fähigkeiten von Anderen geprüft, beurteilt und gewertet werden. Das Subjekt wird damit verleitet, das Verhalten auch in schwierigen Situationen kontrollieren zu können, da jede Handlung zu potenziellen Konsequenzen führen kann.

2.7.4 Überwachung

Die Kontrolle der Individuen entsteht auch durch eine massenverdatete Gesellschaft, die man heutzutage insbesondere auf die Metadaten der User spezifischer internetbasierter Plattformen übertragen kann. Jede Handlung des Users wird relevant, da sie den Algorithmus und somit den Inhalt bestimmt. Durch die Aufforderung zur Selbstpräsentation und zur Selbstinszenierung innerhalb der Gouvernamentalität wird das Subjekt dazu animiert, sich öffentlich darzustellen. Konkurrenzsituationen werden dadurch einsehbar, um sich im Vergleich zur Konkurrenz optimieren zu können. Internetbasierte Businessportale und die Social Media bieten die Möglichkeit zur Selbstdarstellung und deren Bewertung ganz im Sinne des unternehmerischen Selbst. Hier stellt sich somit ebenso eine weitere Parallele zur deleuzschen Fußfessel dar, die sich zeigt, indem das Subjekt öffentlich Daten über sich preisgibt. Diese werden von Portalen ausgewertet und gespeichert. Je mehr Wissen die Portale demnach sammeln, umso stärker wirkt sich dies auch auf die Kontrolle des Subjekts aus (vgl. Lautmann 1984: 22). Ein weiteres Beispiel, welches neben freiwilligen Überwachungselementen ebenso den Wandel des disziplinarischen Machtrituals der Prüfung

zur gouvernementalen Selbstprüfung veranschaulicht, ist die Fitnessuhr. Diese inkludiert dabei den Zustand, dass sich die Selbstreflexion und das Handeln des Subjekts aus der Verdattung ergibt. Die Fitnessuhr zeigt den Soll- und Ist-Zustand anhand von Idealwerten an; sie prüft, misst, motiviert, gibt Handlungsempfehlungen und hilft dadurch, die eigene Fitness zu optimieren. Die Fitnessuhr kann hierbei ebenso als ein Medium fungieren, wodurch sich das Subjekt besser kennenlernen und seine Handlungen leichter reflektieren kann. Der positive Effekt der Selbstoptimierung kann hier als Kontrollaspekt angesehen werden, der nicht nur für einen selbst die Körperwerte trackt, sondern diese Daten auch weiter transferiert. Deleuze beschreibt eine Abhängigkeit, da durch die Computer-Datenerfassung Handlungsmöglichkeiten beeinflusst werden. Demnach wird nicht das Subjekt, sondern die Technik ermächtigt.

Hierbei kann eine Verbindungslinie zu Judith Butlers Theorie gezogen werden, indem die Computererfassung auf die Konventionen der heterosexuellen Matrix beruhen kann. Durch die Erfragung des Geschlechts als Hauptkategorie beziehen sich alle weiteren Ergebnisse auf die Dualisierung der Geschlechter. Insofern unterstützt nicht nur die Biologie, sondern auch die Technik die Geschlechterontologie und reproduziert und festigt diese. Die Massenverdattung wird dadurch effizientes Mittel der Reproduktion der Geschlechterteilung und im weiten Sinne Stabilisator der Hegemonie. Dadurch beschreibt Deleuze weitergedacht die Kontrollgesellschaft als ein Modell, welches die Geschlechterteilung ad absurdum führt. Es entsteht ein Paradoxon, indem das Individuum zwar zu einem Gas und damit entmaterialisiert wird, aber die Geschlechterteilung, obwohl sie nicht mehr mit einem Körper verbunden ist, innerhalb der Chiffre auftaucht und bedeutsam wird. Dies lässt sich auch auf internetbasierte Algorithmen übertragen. Durch die Abfrage des Geschlechts als Zugangsvoraussetzung von Websites verändert die Angabe den individualisierten Algorithmus. Der Zugang zum Wissen basiert in letzter Konsequenz ebenso auf dem angegebenen Geschlecht. So ist auch „der Techno-Körper [...] demnach ein evident geschlechtlich markierter Körper“ (Balsamo nach Bublitz 2001: 181). Bublitz spricht gleichermaßen von einer „Rekonstruktion des Geschlechterkörpers“ unter den Bedingungen der Technologie (Bublitz 2001: 182). Die Virtualität beschränkt folglich die Darstellungsmodi des Körpers und muss somit die Geschlechteridentität anhand einer Hybritisierung der realen Konstituierung und der virtuellen Konstituierung des Selbst neu aushandeln. Damit zeigt sich, dass Althusser's Anrufung des Subjekts an das Medium geknüpft ist, welches den legitimen Rahmen erfolgreicher Sprechakte schafft und eine Identifikation der Anrufung des geschlechterspezifischen Subjekts auch innerhalb der Körpertechnik verlangt.

2.7.5 Anderssein als Imperativ

Das Subjekt wird systemisch aufgefordert, sich zu individualisieren, seine Besonderheiten, Fähigkeiten und Begabungen stets markteffizient zu fördern und diese in die lebenslange

private, schulische und berufliche Performance einfließen zu lassen. Diesbezüglich führt der Neoliberalismus wie auch die Disziplinargesellschaft zur Anpassung mit dem Unterschied, dass Eigeninitiative und Eigenverantwortung eine höhere Bedeutung haben und vom System durch Erfolg und Anerkennung belohnt werden. Der permanente Selbstoptimierungszwang zieht sich dabei durch jeden Lebensbereich des Subjekts. Frei nach dem Motto „jeder ist seines Glückes Schmied“ wird das Glück „Ausweis einer Selbstbestimmung und erfolgreicher Lebensführung“, das deshalb auch nach außen getragen werden muss (Duttweiler 2004: 155). Eigeninitiative, Eigenverantwortung und Erfolg zeigen sich demnach auch im Körper. Der leistungsfähige Körper wird dementsprechend an Imperative gekoppelt. Leistung lässt sich folglich auch an der körperlichen Schönheit bemessen (vgl. Degele, Winker 2011: 37, 45). Die Gouvernementalität sowie die hier vorgestellten Erweiterungen durch die Kontrollgesellschaft und das unternehmerische Selbst basieren auf einem Regierungsprinzip, welches Ungleichheiten sowohl produziert als auch naturalisiert (vgl. Degele, Winker 2011: 47). Um auch biografisch auf sich aufmerksam zu machen, müssen ebenfalls die Lebensläufe Besonderheiten aufweisen. Das Subjekt wird aufgerufen, seine Besonderheiten herauszustellen und etwas andersartig, etwas „edgy“ zu sein, denn der Markt orientiert sich an schnellen Gewinnen, die durch den Konsum und die Lust am Neuen generiert wird. Das Paradoxe zeigt sich dabei, dass das biografische Impression-Management dabei längst zum Standard geworden ist, was die These der Individualisierung und Homogenisierung bestärkt. Anderssein bezieht sich somit auf einen legitimierte neoliberalen Rahmen (vgl. Barfuss nach Haug 2009: 264). Nonkonformität wird zur inszenierten Konformität (vgl. Behrens 2017: 27). Die Angst vor der Denormalisierung spielt somit ebenso in der Konstitution des eigenen kreativen und besonderen Ichs eine entscheidende Rolle. Dabei ist die Vorstellung vom Anderssein geprägt von marketingvermittelten Vorstellungen und damit auch von Vorstellungen, was man im Leben gemacht haben muss. Zeitpunkt und Lebensabschnitt werden als vorgegebenes Maß durch Mittel- und Durchschnittswerte von Studien gegeben. Die Individualisierung ist damit bloßer Schein einer eigentlichen Standardisierung von Lebensläufen. Das biographische Anderssein lässt sich somit nach Butler als ein Rezitieren bestehender Konventionen verstehen (vgl. Butler 1995: 22). Die Frage nach einem selbst ist damit zugespitzt eine längst beantwortete Frage.

Hierzu fasst Bröckling passend zusammen: „Das totgesagte Subjekt der abendländischen Philosophie, es lebt fort – als Trademark. Gleich sind die Menschen nur im Zwang, sich voneinander zu unterscheiden“ (Bröckling 2007: 68). Der „Kult des Besonderen“ erfordert unternehmerischen Spürsinn, seine Chance zu ergreifen, Mut zu haben, flexibel zu bleiben. Somit wird auch Kreativität und Innovationsmut vom Subjekt gefordert, welche an der Marktkompatibilität gemessen wird (vgl. Bröckling 2007: 153). Konsum in einem System, welches auf Kontrollergreifung des Marktes basiert, bedeutet, dass das Subjekt durch Konsum Teil des Systems wird und dadurch gesellschaftliche Anerkennung durch Inklusion erfährt. „Vergnügen heißt Einverständnis“ und bestätigt damit das System (Adorno, Horkheimer 1944, zitiert in Barfuss 2002: 79). Ausgetüftelte Marketingstrategien versprechen dabei Selbsterhöhung und Anerkennung durch den Konsum spezifischer

Produkte und geben dem Subjekt somit die Sichtbarkeit und Lesbarkeit, die das Subjekt anstrebt (vgl. Mohr 2014: 189; vgl. Butler 2006: 16f.). Dadurch wird die Macht im Neoliberalismus produktiv.

2.7.6 Male Gaze

Nachdem die Subjektivierungsprozesse des neoliberalen Subjekts beleuchtet wurden, wird die Perspektive im Folgenden verschoben. Es wird dabei auf die Machteffekte von Medien eingegangen, die im Speziellen anhand der Fotografie untersucht werden sollen. Deleuze sprach dabei implizit von den Machtverschiebungen durch die Digitalisierungsprozesse. Bröckling verwies direkt auf die Bedeutungsinstanz der Medien, Normen zu produzieren. Butler wählte indes einen sprachwissenschaftlichen Schwerpunkt innerhalb ihrer Materialisierungstheorie, wobei diese nun auf das Medium der Fotografie und die visuelle Repräsentation von Subjekten übertragen werden soll. Die Frage lautet dabei, wie sich das Subjekt fotografisch materialisiert und welche Machttechniken auf das Subjekt wirken. Es wird dabei Bezug auf den von Laura Mulvey geprägten Begriff des Male Gaze und somit auf die Verhaltens- und Darstellungsimperative visueller Repräsentationen von Frauen genommen. Diese werden vertiefend beleuchtet und als Körpertechnik verortet.

Die Massenmedialisierung erfordert gerade aufgrund ihrer alltäglichen und routinierten Nutzung innerhalb von Gesellschaften eine genauere Analyse innerhalb ihrer Wirkungskomplexe (vgl. Bauer 2003: 201). Laut Bublitz sind Medien „Machttechniken der Normierung und Disziplinierung der Kontroll- und Wissensmacht“ (Bublitz 1999: 211). Projiziert man deren Machteffekte auf visuelle Medien, wird deutlich, dass diese stets auch mit aushandeln, was bzw. wer als schön gilt oder nicht. Visuelle Medien verleihen dadurch bestimmten Körpern Sichtbarkeit oder schließen von der visuellen Repräsentation aus (vgl. Gill 2015: 543, 548). Dementsprechend besitzen Medien einen erheblichen Einfluss auf die Selbstwahrnehmung des Subjekts, regulieren und steuern diese. Bröckling argumentierte diesbezüglich, dass Medien als zentrale Orientierungshilfen für eine normalisierende Geschlechterinszenierung gelten. Die regulative Selbstwahrnehmung bindet sich wiederum in Form von Selbsttechnologien an das Subjekt und wird vom ihm reproduziert (vgl. Bublitz 2010b: 221). Bei der Bedeutungskompetenz der Fotografie hinsichtlich der Subjektivierungsprozesse geht es folglich bei Weitem nicht nur um die Fotografie als Erinnerungsmedium. Fotografie wird in diesem Zusammenhang eben nicht als ein bloßes Artefakt eines „Es-ist-so-gewesen“-Momentums interpretiert und stellt somit nicht die Evidenz eines Dagewesenen dar, sondern ist die Abbildung einer Wahrheit, die beschränkt durch die technische Apparatur die Rahmenbedingungen dieser Wirklichkeit bestimmt (vgl. Flusser nach Gerling et al. 2018: 9). Hier liegt die Krux des Fotografischen, da gerade zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Fotografie als empirisches Instrument, als „Werkzeug der Aufklärung“ und als Wahrheitsinstanz fungierte und dabei nach wie vor innerhalb dieser diskursiven Verknüpfungen besteht (vgl. Pultz 1995: 8f.).

Diesbezüglich beschäftigte sich die Filmwissenschaftlerin Laura Mulvey mit der visuellen Repräsentation und analysiert die Darstellungsmechanismen. Hierbei prägte sie den Begriff des Male Gaze. Mulvey beschrieb anhand des Male Gaze den Zustand, dass sowohl die visuelle Repräsentation und die Wahrnehmung der Frauen untereinander als auch die Selbstwahrnehmung von Frauen von dem heterosexuellen männlichen Blick bestimmt und geprägt werden. Der Male Gaze kann somit als ein Blickregime bezeichnet werden, das einen spezifischen legitimen Blick auf Frauen festlegt (vgl. Denninger 2013: 8). Wie eingangs beschrieben, enthält der Blick eine Erwartungshaltung und ist in diesem Sinne Träger von Macht und Normen. Im Sinne des Male Gaze werden die Imperative der heterosexuellen Matrix in den Körper von Frauen eingeschrieben bzw. internalisiert (vgl. Butler 1991: 191).

Den männlichen Blick macht Mulvey dabei nicht nur an männlichen Bildproduzenten fest, sondern verortet ihn in einem komplexen Geflecht zwischen visueller Repräsentation und Wahrnehmung, zwischen Betrachteten und Betrachtenden. Dabei muss das Geschlecht des Blickenden nicht männlich sein, auch die Selbstwahrnehmung von Frauen kann von dem heterosexuellen männlichen Blick bestimmt und geprägt sein. Hier wird ebenfalls deutlich, dass die Fotografie nicht nur den Blick auf das Äußere, sondern ebenso den Blick ins Innere verändert und ein reziprokes Verhältnis zwischen Fotografie und Körperwahrnehmung entstanden ist. Innerhalb von diesem Verhältnis wird damit das Subjekt immer auch selbst Teil des Reproduktionsprozesses der Blickregime (vgl. Denninger 2013: 8). Deren Mechanismen werden stetig unbewusst reproduziert, da die Darstellungspraxen Anerkennung und damit „affirmative Sichtbarkeit“ in der Gesellschaft versprechen (Schaffer 2008: 21). Laura Mulvey unterscheidet den Male Gaze zwischen Sehen und „Zum-Anschauen-Sein“ und verknüpft dies mit der Verteilung geschlechterpolitischer Handlungsmacht (vgl. Elund 2015: 114). Wie der Körper wahrgenommen wird, steht somit in einem engen Zusammenhang mit den herrschenden Blickregimen und den darauffolgenden Erwartungen und Anerkennungsprozessen sowie der Zuteilung in bestimmten sozialen Positionen. Der Blick auf den Frauenkörper wird in einen Bezug zur „homogenisierten Idealnorm“ gesetzt und daran entlang angeordnet, klassifiziert, bewertet und hierarchisiert (Esders 2003: 195). Die Darstellung der Frau innerhalb des Male Gaze wird als „Objekt-des-Blicks situiert“ und impliziert den aktiven männlichen Blick stets mit (Solomon-Godeau 2015: 140). Der Blick des Anderen erlangt Bedeutung, indem „er vom angeblickten Subjekt begehrt wird, und dadurch eine Existenzbestätigung, Repräsentation des Subjekts erfolgen kann“ (Bublitz 2010b: 201). Anders ausgedrückt: Der weibliche Körper bekommt Anerkennung und Sichtbarkeit, indem er sich den Vorstellungsimperativen des männlichen Blicks unterwirft. Dieser geht demnach mit Inszenierungsimperativen, hegemonialer Zuweisung sowie sozialen Positionierungen einer von heterosexuellen Männern bestimmten Weiblichkeit einher. Anne Balsamo spricht in diesem Zusammenhang vom „disziplinierten Blick“ (Balsamo nach Esders 2003: 194). Damit greift Balsamo Michel Foucaults Disziplinargesellschaft auf und betont, dass die visuelle Repräsentation von Frauen nicht nur heterosexuelle männliche, sondern auch spezifische Bewertungsmechanismen von Frauen inkludiert, die gesellschaftlich

erzogen bzw. diszipliniert werden. Der Male Gaze verstärkt folglich das historisch entstandene Selbstverständnis von Frauen, welches vom Äußeren geprägt wird. Frauen werden demnach dahingehend sozialisiert, dass sie schon in früher Kindheit in Form des genderspezifischen Machtrituals beigebracht bekommen, sich selbst zu beobachten und das Aussehen stetig zu prüfen. Dabei dient das „Bild der Frau“ dazu, den Ansprüchen heterosexueller Männer zu genügen (vgl. Evans, Gamman nach Leibetseder 2010: 138). Heruntergebrochen heißt das, dass Männer Frauen anschauen, und Frauen sehen dabei zu, wie sie anschaut werden. Das Bild der Frau ist somit eher Objekt als Subjekt (vgl. Berger nach Elund 2015: 114).

Innerhalb einer Verknüpfung des Male Gaze und der heterosexuellen Matrix wird folglich deutlich, wie weitreichend die geschlechterspezifischen Verhaltens-, Handlungs- und Körperimperative sind. Die linguistische Ausrufung und Benennung, die das Subjekt erst zum Subjekt machen, die performativen Sprechakte, die Handlungen auslösen, werden wiederum zur Verkörperung von Materie, zur Verkörperung des Geschlechts, wobei die Körperinszenierung zu einer Körpertechnik wird. Der Begriff der Körpertechnik wurde hierbei vom Ethnologen Marcel Mauss in einem Vortrag im Jahre 1934 geprägt. Dieser verglich den Körper mit einem Instrument, welches man erst einmal durch stetiges Üben erlernen muss. Jede Kultur besitzt nach Mauss eine andere Tonart, „die den Körper zum Klingen bringt“ (Iso 2011: 240). Mauss argumentiert somit gegen eine natürliche Wahrheit des Körpers und spricht sich für eine Verkörperung durch Sozialisation aus. Körpertechniken verändern sich demnach nicht nur innerhalb von Gesellschaften, sondern unterliegen auch einem Wandel der Zeit. Dabei spricht Mauss von der Schwierigkeit, eine erlernte Körpertechnik zu verändern. Gleichzeitig betont er geschlechterspezifische Unterschiede bei der Erlernung der Körpertechnik (vgl. Iso 2011: 240f.). Mauss' Körpertechnik kann hierbei auch auf Foucaults Disziplinargesellschaft übertragen werden, in der das Subjekt durch Lob und Tadel dressiert wird. Foucault spielte damit auf die Dressur von Tieren an. Der Begriff der Körpertechnik geht hier weiter und entsubjektifiziert nochmals radikaler, indem die Geschlechterinszenierung als rational ablaufender technischer Prozess avanciert wird. Das Subjekt muss dabei die auferlegten Erwartungen der Geschlechtsperformance – versinnbildlicht – wie eine Kassette im Sinne der Körperdisziplinierung abspulen. Demzufolge wird das Subjekt erst durch die Körperdisziplinierung sichtbar, welcher es sich (zunächst) unterwerfen muss (vgl. Crary 1990: 27). Demnach kann die Fotografie auch durchaus als Medium verstanden werden, welches die Überwachung und Kontrolle des weiblichen Körpers ins Zentrum rückt. Die Technik wird folglich unterstützendes Element der Reproduktion des Geschlechts.

Eine Körpertechnik im Sinne der Ausführung der Anforderungen der heterosexuellen Matrix kann nicht nur unbewusst, sondern auch bewusst als ein selbstgewählter Schutzmechanismus gesehen werden, indem auf gesicherte Körperinszenierungsmodi zurückgegriffen wird. Die Mechanisierung von Körperinszenierungen bietet die Sicherheit, das Richtige zu tun, indem gesicherte „Positionen im Feld des Sichtbaren“ (Butte 2010), also

eine „bedingte Form der Anerkennung“ angenommen werden (Schaffer 2008: 21). Wenn man die Techniken der Stereotypisierung für die eigene Darstellung nutzt, ist dies eine Form der Sichtbarkeit, und zwar eine anerkannte, die damit ebenso eine Bedeutungskraft enthält (vgl. Schaffer 2008: 20). Die Darstellungspraxen bewegen sich folglich stets im Feld der unbewussten und der bewussten Inszenierung, wobei davon ausgegangen wird, dass sich der Male Gaze stark innerhalb des Selbstbildes von Frauen internalisiert (vgl. Silverman nach Gerling et al. 2018: 78; vgl. Funken 2004: 315). Man ist somit auf „spezifische Formen der Bedeutungsproduktion angewiesen“, um intelligibel zu werden. Diese Bedeutungsproduktionen stellen demnach auch hegemoniale Strukturen her (Schaffer 2008: 91). Daraus folgt:

„[...] je höher die Befolgung jener Darstellungskonventionen, desto größer die Wahrscheinlichkeit, als wirklich wahrgenommen zu werden – anders gesagt: desto größer das Ausmaß der Sichtbarkeit. Aber dies ist dann auch eine Form der Sichtbarkeit, die durch hegemoniale Bedeutungsproduktion formatiert ist.“ (Schaffer 2008: 85)

Die Begriffe der Anerkennung und der Authentizität sind bei Butler stark miteinander verwoben. Authentizität ist dabei nicht als eine Kategorie zu verstehen, sondern als ein „Maßstab, der angewandt wird, um eine gegebene Darstellung innerhalb der eingerichteten Kategorien zu beurteilen“ (Butler 1995: 174). Es gilt, einen „naturalisierenden Effekt“ herzustellen, wobei ein Paradoxon deutlich wird, indem der Effekt der Natürlichkeit eben gerade kein natürlicher ist, sondern produziert werden muss. Der „Effekt ist selbst das Ergebnis einer Verkörperung von Normen, einer laufenden Wiederholung von Normen [...], die zugleich eine Figur ist, die Figur eines Körpers, die nicht etwa ein besonderer Körper ist, sondern ein morphologisches Ideal, das den Maßstab bildet, der die Darstellung reguliert, den aber keine Darstellung vollkommen erreicht“ (Butler 1995: 174). Eine Darstellung ist damit erfolgreich, wenn keine Deutung mehr möglich ist. Das wiederum bedeutet, dass „der darstellende Körper und das dargestellte Ideal“ ununterscheidbar sind (Butler 1995: 175).

Der Sexualisierungseffekt innerhalb der weiblichen Darstellungspraxen kann mit Sennett auch innerhalb der fühlenden Komponente des „körperlichen Verlangens“ erweitert werden, denn diese Komponente entscheidet, „ob eine Person wahrhaftig ist oder nicht“. Sennett spricht hierbei von der diskursiven Verwobenheit, indem das Fühlen als „Maß der Wahrheit“ gilt (Sennett, zitiert in Foucault 1974: 29f.). Fotografien als Pseudo-Evidenzen können demnach gerade den Anspruch haben, dieses „Maß der Wahrheit“ innerhalb der fotografischen Möglichkeit wiederzugeben und somit zu einer Erotisierung der Darstellungen führen (vgl. Pultz 1995: 9, 67). Die Blick- und Machtordnungen betreffen folglich die Zuschreibungen von Geschlechtsidentitäten und die des Begehrens und lassen sich innerhalb der fühlenden Komponente als eine normative Norm verstehen. Auch in der Fotografie gilt, dass durch das Sexualitätsdispositiv in der Gouvernementalität der Körper einem „Mehr-Begehren“ unterliegt, welches jedoch zu einer „Mehr-Kontrolle“ des Körpers führt (vgl. Bublitz 2006: 357). Das Subjekt muss demnach mehr tun, um als wahrhaftig zu gelten – dies

gilt auch innerhalb der fotografischen Repräsentation. Es sind – und dies gilt es zu betonen – nicht ausschließlich die primären und sekundären Geschlechtsorgane, die das Subjekt zu einem intelligiblen Subjekt machen, sondern es existiert ein Anforderungskatalog innerhalb der heterosexuellen Matrix, der die Intelligibilität bestimmt, wodurch „das Phantasma eines »eigenen Körpers« entsteht“ (Ludwig 2013: 83).

3. Subversion

Die vorgestellten Theorien beschreiben die Bedingungen, in und unter denen das Subjekt konstituiert wird. Dabei wurde eindringlich das Verhältnis von Freiheit und Zwang sowie Freiwilligkeit und Unterwerfung dargestellt. Mit der Übertragung und Erweiterung von Judith Butlers Theorie auf die Fotografie wurde die Konsequenz der Geschlechterkonstruktion ersichtlich. Die Macht spezifiziert nicht nur das Verhalten, sondern insbesondere auch den Körper. Die Wirkung der Macht wird besonders dann spürbar, wenn sich das Subjekt den Machttechniken verweigert. Im Zusammenhang mit der Kulturindustrie verwiesen Adorno und Horkheimer in der „Dialektik der Aufklärung“ (1944) auf Tocqueville, der beschrieb, wie die Machttechnik wirkt, wenn man sich dieser widersetzt:

„Unterm privaten Kulturmonopol lässt in der Tat »die Tyrannerei der Körper frei und geht geradewegs aus die Seelen los. Der Herrscher sagt dann nicht mehr, du sollst denken wie ich oder sterben. Er sagt: es steht dir frei, nicht zu denken wie ich, dein Leben, deine Güter, alles soll dir bleiben, aber von dem Tage an bist du ein Fremdling unter uns.«“ (Adorno, Horkheimer 1944, zitiert in Makropoulos 2008: 153)

Subjekte, die „anders“ sind, erfahren nicht nur weniger Anerkennung, einen geminderten Wertezuspruch und eine marginalisierte soziale Sichtbarkeit, sondern sind zudem auch oft von Diskriminierung, Kriminalisierung und konkreten Gefahren im Alltag betroffen. Die Gefahren können dabei nicht nur eine körperliche Form der Gewalt annehmen, sondern schließen ebenso seelische Gewalt mit ein. Butler spricht davon, dass die Gefangenheit innerhalb der sprachlich-diskursiven Verkörperung den Körper konstituiert, diesen jedoch gleichermaßen „in seiner Existenz bedrohen“ kann (Butler 2006: 16). Worte besitzen Handlungsmacht, und da die Subjekte auf die soziale Anerkennung angewiesen sind, ist das Subjekt Teil eines Abhängigkeitsverhältnisses. Damit ist eine Verwundbarkeit des Subjekts im System immanent (vgl. Butler 2006: 44; vgl. Dungs 2000: 244). Im vorangestellten Teil wurden dabei die Mechanismen der Steuerung und die Anpassung an die Konformität beleuchtet. In dem folgenden Teil wird nun ein Schwerpunkt auf den Begriff der Verweigerung bzw. des Widerstands gelegt. Wie kann das Subjekt aus den Zwängen der Machttechnik ausbrechen, wenn diese doch Teil der Subjektivation sind und als Selbsttechnologie innerhalb der Gouvernamentalität internalisiert worden sind?

Der Begriff der Subversion umfasst die bewusste Verweigerung und Abgrenzung spezifischer Normen. *Subversion* wird abgeleitet vom lateinischen Wort „subversio“, welches als „Umsturz“ oder „Zerstörung“ übersetzt werden kann. Der Begriff wird vor allem im akademischen Bereich genutzt und schwimmt innerhalb seiner Nutzung mit Begriffen wie Rebellion, Widerstand, Protest und Revolution. Die Definition von Subversion hängt dabei stark von der Argumentationsperspektive ab. Foucault konkretisiert seinen Subversionsbegriff nicht, sondern beschreibt ihn als eine Entschleierung der Praktiken der Wahrheit und des Wissens. Bei Foucault gelingt Subversion nur durch Veränderungen der Praktiken der Wahrheit (vgl. Foucault 1978b: 54), denn nur durch die Entschleierung der Wahrheit als ein willkürliches Ereignis kann „die Souveränität des Signifikanten“ aufgehoben werden (Foucault 1998b: 355). Die Reflexion ist bei Foucault folglich eine Voraussetzung der Subversion. Butler widmete sich dem Subversionsbegriff intensiver und prägte dadurch die poststrukturalistische, dekonstruktivistische Subversionstheorie.

3.1 Subversion – aus dem Geschlechterkörper

Butler geht davon aus, dass Sprechakte Normen festigen, indem sie wiederholt werden, doch „sobald ein Sprechakt oder eine Anrufung rekontextualisiert und damit aus der Konvention entlassen wird, ist nicht vorhersehbar, welche Performativität die Äußerung entfalten wird“ (Butler 2006, zitiert nach Villa 2003: 123). Wird das Subjekt wiederholt durch verletzendes Sprechakte angerufen, hat dies Auswirkungen auf die Subjektkonstitution; das Subjekt wird Teil der Aussage und identifiziert sich mit ihr (vgl. Butler 2006: 86). Erst die Wiederholung ist das, was die „Wahrheit erzwingt“ (Butler 2006: 254). Das subversive Potenzial entsteht genau unter den Mechanismen, die das Subjekt konstituieren und stellt sich bei Butler unterschiedlich dar. Beispielsweise kann das Subjekt die Anrufung und die Benennung auch verweigern. Durch die Verweigerung der Benennung wird nämlich auch die herrschende Ideologie in Frage gestellt. Jedoch kann man die Anrufung auch resignifizieren, indem man sie neu kontextualisiert. Dies kann beispielsweise durch eine veränderte Anrede oder Bezeichnung entstehen, indem Schimpfwörter positiv besetzt werden (vgl. Villa 2003: 107f.). Die Antwort auf eine Anrufung kann demnach auch vom Subjekt „desidentifiziert und resignifiziert“ werden (Dungs 2000: 237f.). Subversion kann in jenem Moment entstehen, „in dem der Sprechakt ohne vorgängige Autorisierung“ und „dennoch im Vorgang seiner Äußerung Autorität gewinnt“ (Butler 2006: 250). So fasst Butler dies mit dem Beispiel einer Neukontextualisierung durch Parodie zusammen:

„Wo die Einheitlichkeit des Subjekts erwartet wird, wo die Verhaltenskonformität des Subjekts befohlen wird, könnte die Ablehnung des Gesetzes in Form einer parodistischen Ausfüllung der Konformität erzeugt werden, die die Legitimität des Befehls subtil fragwürdig machen, eine Wiederholung, die das Gesetz in die Übertreibung hineinzieht, eine Neuformulierung des Gesetzes gegen die Autorität desjenigen, der es vorbringt [...]. Die Anrufung verliert so ihren Status als eine einfache performative Äußerung, als eines Aktes des

Diskurses ausgestattet mit der Macht, das zu erschaffen, von dem die Rede ist. Sie erschafft mehr, als sie jemals zu schaffen vermeint, da sie über jeden beabsichtigten Referenten hinausgehend signifiziert.“ (Butler 1995: 166)

Die vielgenutzte marxistische Definition der Subversion, in der es darum geht, die Verhältnisse im Sinne einer Revolution umzuwerfen (vgl. Agnoli 1996: 11), ist in der Form nicht in der Theorie Butlers zu finden. Der Dekonstruktivismus eröffnet die Hinterfragung des Subjekt-Seins und „was die Bedingungen dafür sind, also auf welchen Verwerfungen, Ausschlüssen, Anforderungen und Formen normativer Gewalt die Intelligibilität von Subjekten beruht“ (Ludwig 2013: 91). Subversion richtet sich folglich gegen das Subjekt selbst – gegen das, was das Subjekt letztlich konstituiert und hervorbringt. Butler plädiert trotz des Risikos, welches man mit der Hinterfragung seines Selbst eingeht, dafür, sich selbst klar zu machen, dass man nicht nur ein Teil des Systems ist, aus dem man aktiv hervorgegangen ist, sondern auch Teil des Systems ist, indem man es auch aktiv fortsetzt. Sprache ist Handlungsmacht und löst Effekte aus. Diese haben Folgen und Konsequenzen, die das Subjekt jedoch selbst beeinflussen kann (vgl. Butler 2006: 18). Denn das System ist offen, fragil und veränderbar. Hierbei lässt sich somit erkennen, dass allein durch die Infragestellung der Bedingungen der Subjektivierung ebenso der Ausgangspunkt für einen revolutionären systemischen Umsturz geschaffen werden kann. Insofern stehen die zwei Subversionsdefinitionen trotz ihrer Unterschiedlichkeit in Verbindung.

Butlers Subversionsvorstellung kann man in einem Zusammenhang mit der Vorstellung des Subversionsbegriffs von Kant sehen, der die Subversion dahingehend beschrieb, dass es um die menschliche Würde ginge (vgl. Agnoli 1996: 11). Das Subjekt setzt damit auch immer seinen Status als Subjekt bei einer Subversion aufs Spiel, denn „im Namen der Veränderung einzugreifen bedeutet eben, genau das aufzubrechen, was zu eingebürgertem Wissen und zu wissbarer Realität geworden ist, und sozusagen die eigene Unwirklichkeit dafür zu benutzen, die Forderung zu stellen, die sonst unmöglich oder unverständlich wäre“ (Butler 2009: 51). Johannes Agnoli spricht davon, dass bei der Subversion immer ein Teil Utopie dazugehöre und die Subversionsvorstellung demnach einen noch nicht erreichten Wunsch nach einem veränderten Zustand anstrebe (vgl. Agnoli 1996: 12). Somit hat der Begriff der Subversion eine direkte Konnotation zum Befreiungsbegriff. Dabei geht es jedoch nicht um eine Aufhebung von Normen. Normen müssen stetig hinterfragt werden und sich in einem Prozess befinden, der ersichtlich offen ist und Veränderung zulässt. In diesem Sinne ist Subversion auch immer normativ, obwohl sie als Art „Gegen-Hegemonie“ gerade Normativität hinterfragt (vgl. Behrens 2017: 27). Die Überwindung einer spezifischen Normativität beinhaltet damit stets auch eine andere Normativität. Diederichsen bezieht sich hierbei auf die Queer-Theory, die im Zusammenhang mit der Theorie Judith Butlers die „hegemoniale Geschlechterstereotypisierungen zugunsten von offenen, unfestgelegten zwischen und Beyond-Positionen auflösen“ möchte. Dies kann sie jedoch „nur, wenn sie ihre Methode der Subversion mit bestimmten normativen Grundideen von der Freiheit und Unbestimmbarkeit der Geschlechterpositionen verknüpft“ (Diederichsen 2017: 59).

Butler geht es darum, dass Identität nichts Festgelegtes, sondern ein offener Prozess ist. Aus dieser Perspektive kritisiert Butler den Feminismus, der die Kategorie Frau zum Ausgangspunkt der politischen Forderungen macht. Aus dem Gedankengang heraus, dass wir „unsere Identitäten, wie sie nun einmal geworden sind, nicht einfach abwerfen“ können (Butler 2001: 97, 56), ist es von Bedeutung zu erwähnen, dass Butler allgemein die Kategorie „Frau“ bejaht, diese aber „als einen diskursiven Ort der bestätigten politischen Neuverhandlung“ gesehen werden soll (Butler 1998, zitiert in Villa 2003: 112). Identitäten sollen wie Normen in ihrer „immanenten und instabilen Brüchigkeit“ angenommen werden, und es soll sich kritisch mit ihnen auseinandergesetzt werden (vgl. Villa 2003: 111, 110). Ein positives Beispiel einer Resignifikation ist das Wort „queer“, welches innerhalb seiner Neukonnotation als akademischer Begriff „Queer Theory“ und als Studienfach „Queer Studies“ eingesetzt wird. Das Schimpfwort „queer“ wurde einst durchzogen von „Verboten, Normen und Gesetzen“. Die Neukontextualisierung innerhalb einer „positiv konnotierten Selbstbeschreibung einer sozialen Gruppe“ stellte den Diskurs damit in Frage und verschob ihn, wodurch es zu „sozialen Veränderungen“ und auch zu einem veränderten hegemonialen Diskurs gekommen ist (vgl. Müller 2011). In Butlers Theorie spielt die Mimesis im Zusammenhang mit dem Prozess der Festigung, aber auch der Subversion eine zentrale Rolle. Foucault spricht hierbei von der Macht der Gewohnheit und führt aus:

„Gewohnheit ist das, wodurch die Besitzlosen an einen Apparat gebunden werden, den sie nicht besitzen. Gewohnheit ist das Komplement des Vertrages für die, die nicht durch Besitz gebunden sind. So fixiert der Apparat der Beschlagnahme die Individuen an den Produktionsapparat [...]. Dieser Apparat muss ein Verhalten fabrizieren, das die Individuen charakterisiert, er muss einen Nexus von Gewohnheiten schaffen, wodurch sich die soziale Zugehörigkeit der Individuen zu einer Gesellschaft bestimmt, das heißt er fabriziert so etwas wie die Norm.“ (Foucault 1976c: 122)

Bezogen auf den Körper umfasst die Mimesis „das Imitieren und Nachahmen von Handlungen, Haltungen, Gesten und Auftritten, womit die körperlich-praktische Dimension der Bezugnahme auf vorgängige Subjektformen akzentuiert wird“ (Schär 2019: 192). Im Sinne von Derridas dargestellter Einzigartigkeit innerhalb der sprachlichen Zitation wird hierbei die Einzigartigkeit innerhalb der körperlichen Imitation impliziert. Es wird somit davon ausgegangen, dass ein Körper an sich innerhalb seines Kontextes niemals identisch, „niemals eine bloße Kopie sein“ kann (Villa 2013a: 75). Folglich manifestieren sich in den mimetischen Akten zwangsläufig bewusste sowie unbewusste Veränderungen und Verschiebungen (vgl. Schär 2019: 192). Somit ist der mimetische Akt keine bloße Inkorporation im Sinne einer „mechanischen“ Nachahmung von sozialen und kulturellen Normen, „sondern vielmehr eine prozessuale Dynamik der prinzipiell unabschließbaren und letztlich – am Normativen gemessenen – zum Scheitern verurteilten »Anähnlichung«“ (Villa 2013a: 75).

Der Transvestitismus besitzt für Butler das Potenzial, einen Bruch mit dem Zusammenspiel der Geschlechtsidentität von sex und gender zu erzeugen und wird bei ihr als Beispiel der dekonstruktivistischen Subversion benutzt. Dies kann beispielsweise durch die meist überzogene „Verweiblichung“ der Dragqueens entstehen, die damit die Auferlegung von spezifischen femininen Erscheinungsbildern und Verhaltensmodi parodieren und damit auf den Imitationscharakter der Rolle Frau verweisen. Es gibt kein Original Frau im ursprünglichen oder natürlichen Sinne, sondern nur eine Zitation, eine Kopie von der Kopie, woraus die Dragqueens (und auch Dragkings) die Habitualisierung und Sozialisierung der Geschlechternormen offenlegen. Drag zeigt auf, dass es keine „sekundäre Imitation ist“, sondern dass alle Geschlechteridentitäten in der Inszenierung stets auf Imitationen beruhen sowie „die hegemoniale Heterosexualität selbst ein andauernder und wiederholter Versuch ist, die eigene Idealisierung zu imitieren“ (Butler 1995: 170). Diese Nachahmungsprozesse können jedoch den Idealisierungsvorstellungen nie gerecht werden. Echtheit ist hierbei mit einer Naturalisierung gleichzusetzen, die hergestellt werden soll (vgl. Butler 1995: 174), damit es nicht, wie Butlers Buchtitel impliziert, zum subversiven „gender trouble“ in der Queerszene, salopper gesagt zum sogenannten „genderfuck“, kommt (vgl. Taylor 2012: 84, 100). „In diesem Sinn also ist drag in dem Maße subversiv, in dem es die Imitationsstruktur widerspiegelt, von der das hegemoniale Geschlecht produziert wird und in dem es den Anspruch der Heterosexualität auf Natürlichkeit und Ursprünglichkeit bestreitet“ (Butler 1995: 170), wodurch es zu einer „Fehlaneignung der Geschlechterzuweisung und damit zu einer Neuverwendung im Sinne der Kritik“ kommt (Villa 2003: 117, 118). Dabei ist jedoch nicht jede Drag-Performance und somit auch nicht jede Geschlechterparodie subversiv. Das subversive Potenzial hängt vom Kontext der Rezeption ab und muss als flüchtige Geste und nicht als kulturelle Praktik übersetzt und interpretiert werden (vgl. Butler 1991: 121, 204). Gender wird von Butler auch als ein „doing gender“ bezeichnet. Es beschreibt damit das Verhalten und eine spezifische Körpertechnik, die aktiv hervorgebracht wird. Der Körper ist dabei sowohl Handlungsinstanz und Instrument all dessen, als auch der Ort, wo „tun“ und „angerufen werden“ unbestimmt werden (vgl. Butler 2009: 41). Subversion kann sich somit aus dem Zusammenspiel der Umcodierung geschlechterspezifischer Diskurse im Sprachlichen sowie anhand von Körpertechniken zeigen. Hierzu fassen Butler und Spivak passend zusammen:

„Es verhält sich nicht so, dass durch die Sprache alles vollbracht wird, als ob man sagen könnte »Ich bin frei, und dann macht meine performative Äußerung mich auch frei«. Nein. Aber diese Forderung nach Freiheit zu stellen, bedeutet bereits mit ihrer Ausübung zu beginnen und hinterher ihre Legitimation zu verlangen, es bedeutet, die Lücke zwischen Ausübung und Verwirklichung zu verkünden und beides auf eine Weise in den öffentlichen Diskurs einzubringen, dass die Lücke sichtbar wird und zu mobilisieren vermag.“ (Butler, Spivak 2007: 47)

In ihrem Buch „Körper von Gewicht: Die diskursiven Grenzen des Geschlechts“ (1995) nimmt Judith Butler Bezug auf den 1990 erschienenen Film „Paris is Burning“ (Regisseurin: Jennie

Livingston). Der Film gibt Einblicke in die Ballroomculture der Schwulen und Transszene in Harlem, New York City. Die Bälle sind als Wettkämpfe organisiert, indem sich in „drag clothing“ auf dem Laufsteg präsentiert wird oder Tanzeinlagen dargeboten werden. Die Protagonistinnen im Film brauchen demnach einen eigens kreierten Raum, der als Substitut der Anerkennung dient. Was somit innerhalb der Bezugnahme auf den Film wichtig ist, ist, dass Räume demnach großen Einfluss darauf haben, ob, wie und in welcher Form sich das Subjekt im Raum bewegen kann. Sie können demnach gleichfalls aus dem Wunsch der Anerkennung, aus dem Wunsch des Bekenntnisses des „Anderssein“ heraus entstehen. Gendernormen bestimmen damit ebenso, wie und ob Subjekte im öffentlichen und im privaten Raum auftreten dürfen und definieren hierbei ebenfalls, was überhaupt als öffentlicher und was als privater Raum gilt. Über die Bedeutung von Räumen für das Subjekt philosophierte auch Foucault. Was Foucault interessierte, waren

„[...] unter allen diesen Platzierungen diejenigen, die die sonderbaren Eigenschaften haben, sich auf alle anderen Platzierungen zu beziehen, aber so, dass sie die von diesen bezeichneten oder reflektierten Verhältnisse suspendieren, neutralisieren oder umkehren. Diese Räume, die mit allen anderen in Verbindung stehen und dennoch allen anderen Platzierungen widersprechen.“ (Foucault 1992: 38)

Er unterscheidet auch hierbei zwischen Utopie und Heterotopie. Als Utopien beschreibt er „Platzierungen ohne wirklichen Ort; die Platzierungen, die mit dem wirklichen Raum der Gesellschaft ein Verhältnis unmittelbarer oder umgekehrter Analogie unterhalten. Perfektionierung der Gesellschaft oder Kehrseite der Gesellschaft: jedenfalls sind die Utopien wesentlich unwirkliche Räume“ (Foucault 1992: 38f.). Als wirkliche existierende Orte fungieren dabei die Heterotopien. Diese definiert Foucault als „Orte, die sich allen anderen widersetzen und sie in gewisser Weise sogar auslöschen, ersetzen, neutralisieren oder reinigen sollen. Es sind gleichsam Gegenräume.“ Heterotopien sind somit „lokalisierte Utopien“. Sie sind „vollkommen andere Räume“ im Verhältnis zum Restraum (Foucault 2005a: 10f.). Heterotopien besitzen dadurch einen wichtigen gesellschaftlichen Auftrag, nämlich das Denken zu erweitern und zu reflektieren sowie neue Perspektiven aufzuzeigen. Dabei ist es von zentraler Bedeutung, dass die Heterotopie kein besserer Ort sein muss. Ebenso wenig strebt die Heterotopie ein anderes gesellschaftliches System an. Sie ist für sich genommen ein Ort, der anders funktioniert. Es ist ein Raum, der Möglichkeiten bietet und der sich von den anderen Räumen unterscheidet (vgl. Chlade 2005: 8).

Was hier nur im Kurzen angestoßen worden ist, ist die zentrale Bedeutung des Raumes für die Möglichkeiten der Subversion, welche im Späteren weiter ausgeführt wird. Es wird jedoch deutlich, dass es spezifische Orte gibt, die die Bedingungen der Subversion begünstigen. Auch Butlers Subversionsbeispiel der Dragqueens beinhaltet die Schaffung oder die Nutzung eines Ortes, um hierbei überhaupt als intelligibles Subjekt interagieren zu können. Die Art des Denkens über sich ist somit dermaßen festgefahren, dass jede Subversion zunächst einen utopischen Raum eröffnet. Es unterliegt schließlich der

Verantwortung, der Aktivität und der Courage des Subjekts, was mit diesem utopischen Raum geschieht. Butler plädiert jedoch dafür, für jede Art der Anerkennung zu kämpfen und in diesem Sinne den utopischen Raum zur realen Heterotopie werden zu lassen (vgl. Butler 2013: 40).

„Die Grenzen werden dort gefunden werden, wo die Reproduzierbarkeit der Bedingungen nicht sicher ist, an dem Ort, wo die Bedingungen zufällig sind, veränderbar sind.“ (Butler 2009: 50)

Demnach kommt es, wie Butler es stets betont, nicht drauf an, ob, sondern wie wiederholt wird (vgl. Butler 1991: 217). Wissen stellt bei Foucault eine diskursive Praxis dar, deren Festlegung zur Wahrheit wird, wodurch es dem Subjekt allein durch Selbstreflexion gelingen kann, sich der Verschleierung entgegenzusetzen. Auch bei Butler wird die Selbstreflexion die Bedingung für die Subversion. Gundula Ludwig spannt den Bogen weiter und stellt diesbezüglich fest, dass gerade das gouvernementale Geständnisritual dazu beigetragen hat, über seinen Körper zu sprechen und diesen in Frage zu stellen, wodurch der Ausgangspunkt der Subversion im Dekonstruktivismus gelegt wurde (vgl. Ludwig 2013: 91). Insofern ergibt sich hier ein schwieriges Verhältnis. Einerseits wird die Selbstreflexion, welche in der Gouvernementalität vom Subjekt gefordert wird, zur Bedingung der Subversion. Andererseits wird die Reflexion dabei ebenso zum Teil der neoliberalen Eigenschaft des unternehmerischen Selbst, welches die Reflexion damit im Umkehrschluss wieder irrelevant macht, da sie sich ausschließlich auf die Imperative der Ökonomie bezieht.

3.2 Subversionstheorien

Butler beschreibt mit ihrer Geschlechtertheorie kein ausschließlich repressives System, sondern betont die produktiven Eigenschaften der Macht, die ebenso Foucault in seiner Theorie verdeutlichte. Dabei stellt Butler ein komplexes System der Subjektivierung vor und weitet dies mit der Möglichkeit aus, das System verändern zu können. Die Möglichkeit des Widerstands beschreibt Butler dekonstruktivistisch und verdeutlicht dies in Form von Resignifizierungen, der Neukonnotation von Wörtern, aber auch anhand von Fehlaneignungen der Geschlechterperformance beispielsweise als Parodie. Butler hat dabei insbesondere den Moment der Verwirrung betont, der Reflexionen auslösen und dementsprechend feste Diskurse hinterfragen kann. Butlers Subversionsmöglichkeiten implizieren die bewusste Verweigerung bzw. Widersetzung der Benennung und Anrufung. Da die heterosexuelle Matrix weit umfassende Imperative beinhaltet, kann dementsprechend auch die Subversion vielfältig auftreten. Wie die neoliberalen Subjektivierungsprozesse aufgezeigt haben, zeigt sich die Macht im und am Körper, sie verbindet sich mit Denk-, Verhaltens- und Handlungsoptionen, mit Persönlichkeitseigenschaften, mit der sozialen Position etc. Durch die Beleuchtung des Male Gaze wurde deutlich, dass die binäre Geschlechterteilung festlegt, wie man als Subjekt

sichtbar wird und schließlich, ob man als Subjekt überhaupt sichtbar werden kann. Die Repräsentation und somit das Ideal von Weiblichkeit wird von heterosexuell-männlichen Anforderungen bestimmt. Erfüllt man diesbezüglich nicht die Kriterien, bekommt man keine Sichtbarkeit, Anerkennung und gesellschaftliche Repräsentanz. Der Male Gaze ist nicht nur ein Bewertungssystem, sondern auch ein System des Ausschlusses.

Subversion geht somit auch stets einher mit dem Gefühl der Ungerechtigkeit und Ungleichheit und strebt dabei jedoch eine Veränderung an. Demnach wird der Begriff der Subversion häufig mit dem Begriff der Subkultur in einen Zusammenhang gesetzt. Subkulturen bestehen aus der Negation spezifischer gesellschaftlicher Strukturen, womit Widerstand folglich in der Subkultur immanent ist. Die Besonderheit der Subkulturen liegt auf der „symbolischen“ Zeichenebene und wird somit durch das Aufzeigen von umcodierten Zeichen sichtbar (vgl. Diedrichsen, Hebdige, Marx 1983: 79). Der Stil ist ein spezifisches Merkmal der Subkultur, womit dem „Prozess der Normalisierung“ und dem „Mythos des Konsens“ widersprochen wird. Gleichzeitig wird jedoch durch die subkulturellen Codierungen ebenso eine Kollektividentität erzeugt (Diedrichsen, Hebdige, Marx 1983: 22, 23). Den identitätsstiftenden Effekt definiert Alberto Melucci anhand der „diskursiven Verständigung über die Mittel, Ziele und das Handlungsfeld [...] ihre spezifischen Rituale, Praktiken und Artefakte ebenso wie die Beziehung zwischen den Akteur_innen [...] und ihr »emotional investment« in das kollektive Handeln“ (Melucci nach Ganz 2018: 48). Es wird demnach ein „symbolischer Bedeutungsrahmen“ geschaffen, auf den sich bezogen wird. Damit finden aber ebenso Grenzziehungsprozesse in Form von Ein- und Ausschlusskriterien innerhalb der Subkultur statt (vgl. Taylor, Whittier nach Ganz 2018: 48). Gerade in diesem Aspekt sieht Butler die Schwierigkeit der Subversion, die sie in der Kritik über den Feminismus zum Ausdruck brachte. So braucht Subversion zwar einen Zusammenschluss von Subjekten, um etwas bewirken zu können, gleichzeitig besteht jedoch hierbei die Gefahr, dass sich feste Strukturen bilden. Subkulturelle Formationen (sowie auch soziale Bewegungen) funktionieren jedoch gerade durch die Umcodierung von Zeichen der Abgrenzung und damit einhergehend mit der Identifizierung und somit auch mit Kollektividentitätsbildungen (vgl. Hellmann et al. 1995: 2ff.). Es ist für Butler elementar, dass die Ein- und Ausschlusskriterien sowie die Konzeption der Identität offenbleiben, damit Normen nicht durch neue Normen (bezogen auf die Subjektivität) ersetzt werden. Hier wird folglich deutlich, dass Butlers Subversionstheorie kein Top-down-Modell ist, sondern immer aus der Gesellschaft heraus agiert.

Wesentlich für die vorgestellte Subversionstheorie ist somit die Machtverteilung, die De Certeau in den Vorgehensweisen der Strategie und der Taktik verdeutlichte. Eine exakte Unterscheidung ist hierbei jedoch nicht möglich, da die Begriffe der Strategie und der Taktik sich teilweise auch gegenseitig bedingen und in einem Verhältnis zueinander stehen. Beide Begriffe umfassen geplantes Vorgehen, Handlungs- und Steuerungsorientierung zur Erreichung eines Ziels. Die Strategie ist auf eine gefestigte und etablierte Form bzw. Struktur der Macht angewiesen. Sie hat damit eine feste Zuweisungsebene. Die Akteure sind

Besitzende, Unternehmen, Institutionen, Staaten etc. Folglich sind die Akteure Teil von gewissen Machtstrukturen und agieren aus diesen heraus. Die Strategie findet in einem größeren und übergeordneten Rahmen statt als die Taktik, indem die Machtverteilung schon geschehen ist, und indem es insbesondere darum geht, die Gefahren des Machtverlustes sowie den Wunsch nach Machtakkumulation zu berücksichtigen. Im Gegensatz dazu verfügt die Taktik über keinen festen Ort sowie über keine eigenen Ressourcen. Sie bedient sich der Möglichkeiten der bestehenden Umgebung und agiert damit in Abhängigkeit zu dem Anderen und dem Vorhandenen. Das Subjekt ist hierbei den gesellschaftlichen Strukturen unterworfen und erkennt diese auch an, kann jedoch die Gegebenheiten für sich in einer neuen, kreativen Weise nutzen und durch Umformungen und Brechungen neue Handlungsschemata und Regeln aufstellen (vgl. De Certeau 1988: 78). Die Taktik ist damit immer an den Zeit- und Raumkontext gebunden. Sie ist reaktiv und muss damit stets angepasst und abgewägt werden (vgl. De Certeau 1988: 24, 92). Taktische Subversion beinhaltet innerhalb des gegebenen Rahmens, Situationen zu beobachten, zu bewerten, sie als Gelegenheiten zu erkennen und davon Gebrauch zu machen (vgl. De Certeau 1988: 23f.). Das taktische Vorgehen kann somit neue diskursive Räume öffnen und spezifische Machtstrategien umgehen. Durch Repetition sowie einem nachträglichen Austausch mit anderen kann hieraus ein „Repertoire von Handlungsmodellen“ hervorgehen, mit welchen den „Machtakteuren“ zum Beispiel durch den Versuch, andere gesellschaftliche Ausdrucksformen zu implementieren, begegnet werden kann (vgl. De Certeau 1988: 67, 73). Es geht bei der Subversion folglich um eine bewusste, auf Veränderung angelegte Mimesis im Sinne Derridas, indem Vorhandenes auf eine veränderte Art und Weise adaptiert wird (vgl. Hecken 2009: 429). De Certeaus Unterscheidung ist deshalb so relevant für die Subversionstheorie, weil sie eine Unterscheidung der Machtkonstellationen beinhaltet. Bei der Betrachtung von Subversion kann man sich somit die Frage stellen, woher die Umcodierung überhaupt kommt. Ist sie strategisch oder taktisch? Sind Machtkonstellationen hierbei schon fest, wie innerhalb der Strategie, so kann es kein subversives Potenzial geben. Foucault stellt diesbezüglich fest:

*„Letztlich träumt jede Strategie der Auseinandersetzung davon, Machtverhältnis zu werden; und jedes Machtverhältnis neigt dazu, sowohl es seiner eigenen Entwicklungslinie folgt, als auch wenn es auf frontale Widerstände stößt, siegreiche Strategie zu werden.“
(Foucault, zitiert in Dreyfus, Rabinow 1994: 260)*

Dabei weist somit ebenfalls Foucault auf das generelle Bestreben hin, Macht in einer gewissen Art und Weise akkumulieren zu wollen, auch wenn sich der Widerstand gerade gegen die Festsetzung von Normen und Machtstrukturen richtet. Setzt man Subversion in eine Verbindung zu Subkulturen als gegenhegemoniale Formationen, entsteht eine weitere Schwierigkeit. In dem Werk „Dialektik der Aufklärung“ beschrieben Adorno und Horkheimer die Durchkapitalisierung aller Lebensbereiche. Die Kritik an der Hegemonie ist dabei immanenter Bestandteil der Hegemonie selbst, denn die Massenkulturalisierung funktioniert durch das Zusammenspiel von Subkulturen und Mainstream, dem Zusammenspiel von

Nonkonformität und Konformität (vgl. Maida 2017: 45; vgl. Höller 2017: 143). Folgt man Bröcklings Theorie über das unternehmerische Selbst, welches in Kapitel „2.4 Bröckling: Das unternehmerische Selbst“ vorgestellt wurde, so wird die These des „totalen“ Systems, in dem es kein Außerhalb des Unternehmens gibt, bestätigt. In einer Gesellschaft, die auf der Subjektkonstituierung des unternehmerischen Selbst beruht, ist demnach kein Platz für Subversion. Diese kann hier als Herstellung eines besonderen Merkmals des unternehmerischen Selbst, dem USP (Unique Selling Point), dienen und verliert somit den subversiven Anspruch. In der Gouvernamentalität werden Waren individualisiert und damit Personeneigenschaften zugeordnet. Im Umkehrschluss werden damit auch Personeneigenschaften zur Ware. Dies hat zur Konsequenz, dass Subversion „gleichsam als Charaktereigenschaft implementiert werden“ kann. Subversion dient damit „primär der Strategie [...] »reale Konformität« (Anpassung an die Realität) durch symbolische Nonkonformität abzusichern“ (Behrens 2017: 21). Anders ausgedrückt dient das Subversiv-Sein der nonkonformistischen Abgrenzung bei gleichzeitiger Anpassung bzw. Konformität. Sie wird damit in einer gewissen Weise gar zum Imperativ und „zum zentralen Deutungsmuster der modernen und postmodernen Ideologie“ (Behrens 2017: 20). Subversion gilt somit als Identitätskonzept, als Insigne für ein erfolgreiches unternehmerisches Selbst, welches bereit ist, Risiken einzugehen und sich von der Masse abzuheben. Behrens spricht dabei auch von einem „Deutungsmuster“, indem „das konforme Konsumverhalten als nonkonform“ inszeniert wird (Behrens 2017: 27). Subversion hat folglich keinen Wirkungseffekt, keine Konsequenz. Dies beinhaltet eine grundlegende Verschiebung der Subversionsdefinition, in der diese zur Pseudo-Subversion, zum oberflächlichen Darstellungsrequisit des unternehmerischen Selbst wird. Gerade die Verzahnung, die innerhalb der Beleuchtung der neoliberalen Subjektivierung als „legitimes Anderssein“ oder als erwünschte „Edginess“ beschrieben wurde, stellt somit die Subversionstheorie vor Schwierigkeiten.

Einen Weg aus der komplizierten Verstrickung der Machttechnologien und der Subversion bieten die Cultural Studies. Diese gehen davon aus, dass „Praktiken in erster Linie als diskursive Praktiken oder »signifying practice« gedacht“ werden (Stäheli 2015: 156). Praktiken besitzen somit keine schon vorgegebenen Bedeutungen und rezipieren nicht einfach Normen. In dieser Argumentation entstehen wie bei Butler innerhalb des Anrufungsprozesses subversive Möglichkeiten, und gleichzeitig wird die Festlegung von Zeichen vom „ideologischen Staatsapparat“ entkoppelt. Die Macht liegt, wie Foucault es beschrieben hat, in den Mikro-Praktiken (vgl. Stäheli 2015: 156ff.). Die zentrale Wende stellt sich durch Stuart Halls „decoding/encoding-Modell“ (1973) dar. In dem „decoding/encoding-Modell“ differenzierte Hall zwischen verschiedenen Positionen des Decodierens und zeigte damit, dass die Rezeption im Sinne des Senders erfolgreich, falsch decodiert oder abgelehnt werden kann. Halls Modell umfasst damit die Annahme, dass das Decodieren auch immer mit subjektiven Erfahrungen zu tun hat und nicht generalisiert werden kann. Gleichzeitig zeigte Hall auf, dass dominante Ideologien nicht einfach passiv aufgenommen, sondern auf verschiedene Arten interpretiert werden können (vgl. Volkmann 2011: 76). Nach Hall wird

das Populäre geprägt von „Kämpfen zwischen dominanten (»power blocs«) und unterordneten Gruppen (»popular classes«)“ (Volkmann 2011: 81). Dies zeigt ein dynamisch wandelndes Bild in den populären Kulturen auf oder auch, wie Fiske es beschrieben hat, ein höchst widersprüchliches und konfliktäres System (vgl. Krönert 2009: 53f.). In diesem Sinne gibt es folglich keine fixen Bedeutungen im Zeichensystem. Um die Bedeutungen und die Rezeption zu verstehen, geht es somit nicht nur darum, das „Material“ an sich zu analysieren, sondern es kommt, wie Foucault ebenso aufgezeigt hat, auf die (Vor-) Bedingungen und die Kontextualisierung an (vgl. Volkmann 2011: 81). „Für die Cultural Studies werden nun genau diese Spielräume der Aneignung, der subversiven Wiederholung und der alltäglichen Taktiken interessant – da auf dem Terrain der Populärkultur um die Definition sozialer und kultureller Identitäten gekämpft wird“ (Stäheli 2015: 156). Somit lässt sich eine fundamentale Veränderung hinsichtlich der Rezeptionstheorie erkennen, indem sich ein Wandel vom Strukturalismus zum Poststrukturalismus vollzogen hat. Hierbei wurden vor allem die „binäre Oppositionen zwischen »Subkultur vs. Mainstream« und »Feminismus vs. Weiblichkeit« [...] dekonstruiert“ (Volkmann 2011: 101).

Es soll im Folgenden versucht werden, nicht den Schwerpunkt auf gesellschaftliche Gruppierungen und deren Subversionsvorstellungen zu legen, sondern das Augenmerk auf den Kontext der Subversion zu lenken, da dieser über die Bedeutung, die Rezeption bzw. Decodierung der Subversion entscheidet. Die Zielsetzung der hier genutzten Subversionstheorie bezieht sich auf Judith Butlers Theorie und zielt somit darauf, die Natürlichkeit des Geschlechts ins Wanken zu bringen. Diese Intention der Subversion kann in unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppierungen gefunden werden, wie beispielsweise in der hier vorgestellten Subkultur, im künstlerischen Bereich als auch in sozialen Bewegungen. Butler hat durch das Beispiel der Drag-Performance aufgezeigt, wie Subversion funktionieren kann. Gleichzeitig zeigt das Beispiel der Drag-Performance ebenso die subversive Abschwächung auf, die mit der Zeit entstanden ist. Die Annahme, dass die Drag-Performance subversiv ist, könnte heutzutage nicht mehr ohne Vorbehalte bestätigt werden. Im Zusammenspiel mit De Certeau sowie der Beschreibung der Subversion als ein Moment der Störung, der reflexive Räume eröffnen kann, kommt demnach erneut die Frage auf, wie Subversion aussehen soll. Stellt man den reflexiven Moment in den Vordergrund, kann die Frage gestellt werden, ob allein der Blick in den Spiegel als subversiv gewertet werden kann. Denn vielleicht löst der sonst so alltägliche Blick in den Spiegel plötzlich eine Hinterfragung der Natürlichkeit des Geschlechts aus. Wäre es demnach auch subversiv, wenn beispielsweise eine Frau Hemd und Krawatte trägt und breitbeinig sitzt, weil man das geschlechterspezifisch nicht von ihr erwartet?

Die hier dargestellten Störungen weisen durchaus subversive Potenziale auf, jedoch rückt die hier gewählte Subversionsdefinition den Fokus auf die Rezeption. Demnach geht es insbesondere darum, dass die Subversion selbstreflexive Prozesse beim Empfänger bzw. Rezipienten auslöst und nicht beim Protagonisten. Die Subversion muss demnach auch kontextuell subversiv eingebettet sein. Das bedeutet, dass es für die Subversion heutzutage

nicht ausreicht, als Frau Hemd und Krawatten zu tragen und breitbeinig dazusitzen. Wenn jedoch der Kontext ersichtlich wird, in dem beispielsweise Männer mit Hemd und Krawatte breitbeinig sitzen, die Frauen jedoch, um sehr plakativ zu sein, Röcke tragen und ihre Beine überschlagen, ist die Inszenierung der breitbeinigen Frau mit Hemd und Krawatte eine subversive. Insofern ist die Subversion ein Affektproduzent, der oftmals Tabus bricht, Grenzen überschreitet, provoziert und somit das Gefühl der Störung und Verwirrung auslösen kann (vgl. Klein et al. 2006: 4). Die Subversion besitzt damit einen aufzeigenden Charakter. Insofern bietet der hier gewählte Subversionsbegriff, wie das genannte Beispiel des In-den-Spiegel-Guckens deutlich machte, eine Betrachtung der Subversion an, bei der zunächst egal ist, wie die Intention des Subjekts ausfällt. Es geht in erster Linie um das Moment der Störung. Es kommt demnach nicht drauf an, ob die Subversion als Impression-Management und zur Herstellung des unternehmerischen Selbst dient. Zentral wird folglich der Faktor der Machtverteilung und somit der Faktor der Kontextualisierung, wobei auch die Normalisierung eine wesentliche Rolle spielt. Subversion beschreibt dabei oftmals einen Moment, wird jedoch durch die Mimesis, durch die „performative Subversion“ prozesshaft (Ernst 2008). Die Subversion kann dabei effektiv sein, indem sie beim Rezipienten Denkräume öffnet und somit auch Affekte auslöst, und sie kann effizient sein, wenn sie sich normalisiert, ohne dabei ihre „ungesunde Konnotation“ zu verlieren (vgl. Hecken 2009: 430). Das Verlieren der „ungesunden Konnotation“ meint dabei die Kommodifizierung der Subversion. Indem die Subversion inhaltlich abgeflacht wird, wird sie oftmals dabei normalisiert bzw. mainstreamisiert. So weist Höller auf die Problematik hin, indem der Druck im „Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Gemocht-Werden und individuelle Performance“ so viel Energie braucht, dass auch für die Subversion „schlichtweg kein Platz für eine auf Größeres zielende Negativität bleibt“ (Höller 2017: 147). Höller spricht hierbei ebenso von einem Verheddern bzw. einer Verstrickung innerhalb der Zielforderung, bei der die Subversion aufhört, subversiv zu sein (vgl. Höller 2017: 146).

Durch die Beleuchtung der Machteffekte auf den Prozess der Subjektivierung wurde ein Überblick über die moderne neoliberale Subjektivierung gegeben und dabei insbesondere die Bedeutung der Selbsttechnologie sowie die Bedeutung von Medien aufgezeigt. Vertieft wurde der Einfluss der Medien durch die Beleuchtung des Male Gaze. Es wurde somit deutlich, dass sich die Machttechnologien unterschiedlich ausprägen und somit unterschiedliche Befreiungs- und Unterdrückungsmechanismen herausbilden. Diesbezüglich muss bei einer Subversionsanalyse stets der Kontext der Subversion untersucht werden. Da die heterosexuelle Matrix so umfassend ist, müssen die spezifischen Subjektivierungsprozesse in Verbindung mit der Subversion gesehen werden. Im Weiteren soll diesbezüglich der Feminismus beleuchtet werden, um anschließend spezifischer auf die Machttechnologie innerhalb der neoliberalen Subjektivierungsprozesse und die Wirkungseffekte auf den Feminismus einzugehen. Dies stellt den Ausgangspunkt für die Subversionsanalyse dar.

3.3 Zusammenfassung

Die Machttechnologien wirken keineswegs nur unterdrückend auf das Subjekt, sondern zeigen Möglichkeiten auf, sich diesen zu widersetzen. Der Begriff der Subversion wird diesbezüglich oftmals genutzt, um den Widerstand gegen spezifische Unterdrückungsmechanismen zu beschreiben. Der Begriff setzt sich innerhalb seines Wortstammes zusammen und kann dabei als Umsturz oder Zerstörung übersetzt werden. Die Subversionsdefinition unterscheidet sich jedoch stark nach Argumentationsperspektive. Damit wird auch die Abgrenzung zu Begriffen wie Rebellion, Widerstand, Protest etc. schwierig. Butler verdeutlichte in ihrer Theorie die Mechanismen der Geschlechterkonstitution ebenso umfassend wie die Subversionsmöglichkeiten, die den dekonstruktivistischen Subversionsbegriff prägten. Butler bezog sich dabei auf Foucault, der Subversion als Entschleierung von Wissens- und Wahrheitspraktiken beschrieb.

Da Butler die Geschlechterzuordnung als Voraussetzung der Subjektkonstitution sah, zeigte sich, dass das Geschlecht weitreichende Konsequenzen der Wirklichkeitswahrnehmung besitzt. Diese fasste Butler unter dem Begriff der heterosexuellen Matrix zusammen. Das Subjekt wird demnach gezwungen, permanent sein Geschlecht aufzuführen zu müssen („doing gender“), wodurch man die Subversion gegen die Geschlechterperformance weitreichend verorten kann. Eine Dekonstruktion der Geschlechtererteilung hätte demnach gleichfalls eine Dekonstruktion der Hegemonie zur Folge. Durch den Zwang, das Geschlecht permanent aufzuführen zu müssen, um weiterhin als Subjekt intelligibel zu bleiben, ist das Subjekt damit auch selbst an der Naturalisierung der Geschlechterontologie beteiligt. Subversion inkludiert demzufolge, sich den Machttechnologien bewusst zu werden und ebenso seine Rolle darin zu reflektieren. Die Subversion geht mit der Gefahr einher, als Subjekt an Handlungsfähigkeit bzw. gar den Status des Subjekts sowie an Anerkennung und Intelligibilität zu verlieren.

Die Möglichkeiten der Subversion sieht Butler in den gleichen Mechanismen, die das Subjekt konstituieren. Folglich kann das Subjekt die Interpellation und demnach die Benennung und Anrufung verweigern. Der performative Sprechakt wird gebrochen, indem er nicht angenommen und somit nicht wiederholt werden kann. Die Wiederholung ist demnach entscheidend für die Festigung von Signifikationen. Foucault spricht auch von der Macht der Gewohnheit, die die Dinge naturalisiert und somit die Macht der Diskurse festigt. Es ist möglich, Signifikationen zu verändern, indem sie innerhalb von Neukonnotationen wiederholt werden. Damit beschreibt Butler auch die Prozesshaftigkeit, in die der Subversionsbegriff eingebunden ist. Durch die Wiederholung bzw. die Resignifikation wird der Subversion ihr subversives Potenzial genommen, da sich Neukonnotationen etablieren. Butler verdeutlicht dies durch den Begriff „queer“, der oftmals als Beschimpfung und Beleidigung genutzt wurde. Die erstmaligen Nutzungen des Wortes „queer“ innerhalb einer positiven Konnotation stellten damit noch eine Subversion dar, bis sich der Begriff schließlich innerhalb der positiven Konnotation durchsetzte. Subversion beschreibt somit vornehmlich die Momenthaftigkeit der Störung. Dieser kann momenthaft bleiben, jedoch in einen Prozess

der Resignifikation eingebunden werden, wodurch die subversive Kraft verloren geht und auch verloren gehen sollte. Butler beschreibt somit die hier durch das Beispiel des Wortes „queer“ dargestellte Variante der Umcodierung sowie die Variante des Aufzeigens, die folglich auf die Momenthaftigkeit und auf die Störung zielt, die die Subversion auslösen soll. Subversion soll damit Affekte auslösen, da hierbei eine Art „Unordnung“ des Denkens entstehen kann. Die Herstellung von Denkräumen verdeutlicht Butler mit Hilfe des Beispiels von Dragqueens. Diese stellen demnach eine Fehlaneignung dar, die auf die Konstruktion der Festlegung des Geschlechts zielt. Die Mimesis wird danach bei Butler zum zentralen Mittel der Subversion, wobei sie sich auf Derrida bezieht, der innerhalb der Wiederholung immer auch die Möglichkeit der leichten Veränderung der Mimesis, die Différance, sieht. Die Mimesis zeigt damit darauf, dass das Nachahmen stets einer Imitation im Sinne der Kopie entspricht, von der es kein Original gibt. Es kommt folglich nicht drauf an, ob, sondern wie wiederholt wird (vgl. Butler 1991: 217). Durch die Mimesis wird die Subversion damit erst zu einer „performativen Subversion“ (Ernst 2008), die, wie erwähnt, prozesshaft zu verstehen ist.

Gerade dadurch entsteht die Gefahr, dass es zwar zu einer Umcodierung bestehender Normen kommt, diese jedoch zu neuen Normen führen und somit neue Imperative beinhalten können. Butler stellt diesbezüglich die Wichtigkeit hervor, dass Normen bzw. Identitätskonzepte offen hinterfragt und zirkulierend bleiben sollten. Subversion ist demnach kein Top-down-Modell, sondern entsteht von „innen“. De Certeaus Unterscheidung in Strategie und Taktik verdeutlicht diesbezüglich unterschiedliche Machtkonstellationen. So beschreibt De Certeau die Strategie als ein Vorgehen, in dem Machtstrukturen schon festgelegt sind. Der Strategie geht es somit um Machtakkumulation. Die Taktik hingegen ist reaktiv, denn sie nutzt Vorhandenes, um dieses zu verändern. Die Subversion bezieht sich somit auf ein taktisches Vorgehen und stellt folglich den zentralen Analysefaktor der Subversion dar, der sich auf die Frage bezieht, auf was die Subversion zielen soll und aus welchen Machtkonstellationen die Subversion hervorgeht. Die Cultural Studies sehen – ganz im Sinne von De Certeaus taktischem Vorgehen – die Subversion in alltäglichen Praktiken. Die Dynamik von Subkultur und Mainstream führt demnach nicht zur Bedeutungslosigkeit der Zeichen, sondern zu einem Zusammenspiel bzw. zu Kämpfen um die Deutungshoheit der Signifikation.

Da im Zentrum der Subversion die Bewusstseinswerdung bzw. die (Selbst-)Reflexion steht, steht die Subversion damit in einem Zusammenhang zur Gouvernementalität, in der das Subjekt angehalten wird, sich zu reflektieren. Subversion kann als ein Teil der Machttechnologie interpretiert werden. Die in Kapitel „2. Moderne Subjektivierung“ dargestellte Subjektkonstitution im Neoliberalismus kann den Subversionsbegriff demnach obsolet machen. So wird das Widerspenstige, das Anderssein zur Schlüsselvoraussetzung des eigenen Impression-Managements. Subversiv-Sein wird zur Persönlichkeitseigenschaft des unternehmerischen Selbst. Um diese theoretische Schwierigkeit zu umgehen, wird die Subversion im Störungspotenzial verortet. Da sich das Anderssein als zentraler USP in der

Gouvernementalität als ein legitimes Anderssein zeigt, wirkt die Subversion radikaler. Auch hier gilt somit die zentrale Frage, worauf die Subversion zielen soll. Denn das Subversiv-Sein als Persönlichkeitseigenschaft im unternehmerischen Selbst zielt auf eine Stabilisierung des Status quo und wirkt demnach insbesondere innerhalb individueller bzw. unternehmerischer Machtakkumulation. Innerhalb der Machttechnologie der Gouvernementalität kann sich die Subversion ebenso „verheddern“ und ihr subversives Potenzial verlieren. Subversion ist stets damit verbunden, Denkräume zu eröffnen, die die Hegemonie – hier spezifischer die Geschlechterontologie – in Frage stellen. Damit ist die Subversion verknüpft mit der Herstellung eines utopischen Raums, dem Wunsch nach Veränderung und der Situationsverbesserung. Dieser Denkraum kann dabei nicht nur metaphorisch gedacht werden, sondern beschreibt ebenso ganz reale Orte und Räume, die anders als der Restraum funktionieren. Foucault spricht dabei von Heterotopien, die subversives Potenzial bzw. Strukturen besitzen, die Subversionen fördern und effizienter gestalten können. Heterotopien besitzen demnach Strukturen, in denen die Bedeutungen noch nicht festgelegt sind, sodass somit der Sprechakt keine Autorisierung besitzt und „dennoch im Vorgang seiner Äußerung Autorität“ gewinnen kann (Butler 2006: 250).

4. Fotografische Verkörperungen und ihr subversives Potenzial

Im folgenden Kapitel wird die feministische Bewegung innerhalb ihrer subversiven Techniken historisch eingeordnet. Den Schwerpunkt bilden dabei die subversiven Techniken innerhalb der Feministischen Avantgarde. Hierzu wird zunächst ein Überblick über die Ziele und Forderungen der ersten und zweiten Welle des Feminismus gegeben. Das Medium Fotografie, das eingangs anhand des Male Gaze besprochen wurde, eröffnete Frauen ebenfalls neue Möglichkeiten. Die Fotografie lässt sich folglich als eine Kontroll- aber auch als eine Freiheitstechnik verstehen – ganz so, wie es Deleuze innerhalb der Kontrollgesellschaft beschrieben hat. Gerade in der Kunst versprach das neue Massenmedium Fotografie Selbstbestimmung und eine noch nie dagewesene Situation, als Frau selbst über das fotografische Abbild und somit über die eigene Repräsentation entscheiden zu dürfen. Der Körper stand stets im Zentrum der feministischen Auseinandersetzung. Damit bot die Fotografie das geeignete Instrument, um den Körper bzw. Körpervorstellungen zu dekonstruieren. Das fotografische Selbstporträt wird dabei als Analogie zum Spiegel gesehen, welches selbstreflexives und somit auch dekonstruktives Potenzial besitzt. Es ging dabei jedoch weniger um die Frage der Identität und der Selbstfindung. Die Künstlerinnen nutzten das Medium Fotografie zur Subversion, zur Hinterfragung des Konstruktes Frau. Hierzu werden die Arbeiten von Gabriele Schor zur Feministischen Avantgarde als Grundlage genutzt, um den Subversionsbegriff auf die fotografische feministische Bildtechnik im Selbstporträt zu übertragen. Zu diesem Zweck soll ein Einblick in die unterschiedlichen subversiven Bildtechniken gegeben sowie deren Kontextualisierung kritisch besprochen werden.

4.1 Feminismus

Butlers Theorie der Dekonstruktion von Geschlechtern entstand 1990, ist jedoch schon weitaus früher, gerade in der feministischen künstlerischen Praxis visuell zu finden. Der Feminismus wird dabei eingehend als Bewegung bezeichnet, wobei stets mitbedacht werden muss, dass es sich seit jeher immer um Feminismen gehandelt hat. In Bezug auf Mouffle ist der Feminismus als ein „Ensemble von Subjektpositionen zu sehen, zwischen denen es keine notwendige Beziehung gibt“ (Ganz 2018: 15). Feministinnen sind somit nicht gleich als Repräsentation einer geteilten „gesellschaftlichen Position“ zu verstehen und folglich auch nicht als autonome Gruppierung zu denken (vgl. Mouffle nach Ganz 2018: 276). Gerade den Argumentationspunkt, welcher Frauen innerhalb einer gleichen gesellschaftlichen Position verortet und dahingehend feministische Forderungen artikuliert, kritisiert Butler. Trotz unterschiedlicher Ausprägungen des Feminismus lassen sich die Hauptströmungen des Feminismus in sogenannten „Wellen“ zusammenfassen. Während in der ersten Welle des Feminismus insbesondere die Gleichheit der Frau beispielsweise in Form der Zugangsberechtigung zu Hochschulen und das Wahlrecht für Frauen postuliert wurde, verlagerte sich im Hinblick auf die Erfolge der ersten Welle in der zweiten Welle der Schwerpunkt auf eine Thematisierung des weiblichen Körpers. Gewalt und die Sexualisierung von Frauen standen im Zentrum der Kritik zusammen mit der Forderung nach Autonomie über den eigenen Körper. Hierbei wurde besonders der Begriff der Selbstbestimmung mit dem Begriff der Autonomie emanzipatorisch geprägt. In diesem Sinne wurde die Autonomie auch zum „Leitmotiv der zweiten Frauenbewegung“ und zum hegemonialen „Subjekt-Paradigma“ (Villa 2008: 258). Die zweite Welle des Feminismus, die man auf die 70er-Jahre datieren kann, war demnach von dem Kampf gegen patriarchalische Strukturen geprägt, der sich auf dem Feld des weiblichen Körpers austrug. Die Forderungen der zweiten Welle des Feminismus bezogen sich auf die Auflösung der idealisierenden Normvorstellungen von weiblichen Körpern, die besonders durch Medien reproduziert wurden. Dies wurde unter anderem auch durch die eingangs vorgestellte Theorie des Male Gaze von Laura Mulvey und ebenso durch die Arbeiten des Schriftstellers und Kunsthistorikers John Berger geprägt. Berger ging ebenso wie Mulvey von sozialisierten Körpertechniken aus und analysierte die Körperinszenierung der Frau als Objektifizierung für den Mann (vgl. Berger 1972: 51ff.). Die zweite Welle des Feminismus forderte dahingehend die Sichtbarkeitsmachung unterschiedlicher „entnormierter“ Körper bzw. Körperdarstellungen. Schönheitsimperative und mediale Darstellungsweisen wurden in Frage gestellt.

„Der feministische Versuch, Selbstermächtigung qua Körper zu erlangen und dies mittels der Sichtbarmachung un-normierter Körper zu tun, war auch der Versuch, den »Körper als einen gelebten Ort der Möglichkeit, den Körper als einen Ort für eine Reihe sich kulturell erweiternder Möglichkeiten« zu eröffnen.“ (Butler 1995, zitiert in Villa 2008:259)

Die zweite Welle des Feminismus war demzufolge der zentrale Ausgangspunkt dafür, die Normalitätsvorstellung des Körpers zu hinterfragen und zeitgleich auch neue

Normalitätskonzepte zu erstellen (vgl. Villa 2008: 259). Die neuen Normkonzepte kritisierten gleichwohl die starre soziale Rollenzuweisung von Frauen als Hausfrau, Ehefrau und Mutter. Gleichzeitig wurde ebenso die Sexualität der Frau besonders in der Kunst als auch in politisch-gesellschaftlichen Diskursen thematisiert. Das Private wurde demnach politisch und sollte sichtbar werden (vgl. Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe 2017). Es entstanden „neue, bis dahin unmögliche Bilder von Frauen und Weiblichkeit“, welche dadurch „die kulturelle Codierung von Geschlechtlichkeit nachhaltig“ veränderten (Villa 2013a: 72). Die Vorstellung, dass im Körper auch die Identität von Frauen innewohnt, blieb jedoch lange Zeit mehr oder weniger unhinterfragt und änderte sich in den 80er- und 90er-Jahren. Dies wurde mit einer Art der „Emanzipationsmüdigkeit“ gleichgesetzt, da es nicht mehr um realpolitische Forderungen ging, sondern vermehrt um die generelle Hinterfragung der geschlechterspezifischen Identität. Die Radikalität der Geschlechterdekonstruktion, wie sie in den 90er-Jahren Butler vorschlug, fand eher in einem akademischen Denkraum statt und markierte hierbei die dritte Welle des Feminismus (vgl. Wilk 2002: 15). Im wissenschaftlichen Bereich und in der Kunst wurde sich weiterhin vermehrt mit feministischen Ideen auseinandergesetzt, wobei der Mainstream mehr oder weniger gerade von den dekonstruktivistischen Feminismuskonzepten unberührt blieb und eine neue Form des Feminismus, den sogenannten „Postfeminismus“, markierte (vgl. O’Reilly 2012: 45, 83f.). Der Feminismus wurde trotz der vielen diffusen Bewegungen in der dritten Welle von einer starken Ambivalenz geprägt, die dem theoretisch-wissenschaftlichen Ansatz Butlers, der zu einem regelrechten „Butler-Boom“ geführt hat (vgl. Volkmann 2011: 69), dem Ansatz des Postfeminismus diametral gegenüberstand.

Schon lange vor Butlers Theorie wurde die Dekonstruktion des eigenen Abbildes als künstlerische Strategie genutzt. Feministische Künstlerinnen sahen und nutzten den Körper als Befreiungssymbol (vgl. Wally 1999: 44). Anfang des 20. Jahrhunderts stellte sich zudem eine neue Situation ein, in der Frauen Kunst studieren durften und somit Kunst produzierten, ohne lediglich nur als Muse oder Modell eingesetzt zu werden. Es entstand in Deutschland folglich schon in den 20er- und 30er-Jahren eine neue Generation an Fotografinnen, die auch als „Neue Frauen“ bezeichnet wurden. Sie inszenierten sich dabei vornehmlich innerhalb von Selbstporträts und arbeiteten mit „Spiegeln, Masken und unterschiedlichen Raumkonzepten [...], die als Moment der Selbstbefragung und Reflexion über einen Beruf sowie das Medium“ fungierten (Koester 2016). Die vermehrte Beschäftigung mit dem Körper in der Kunst während der zweiten Welle des Feminismus hatte folglich ihre Anfänge schon wesentlich früher und prägt die strategischen Ansätze der feministischen Kunst zum Teil auch noch fortwährend (vgl. Koester 2016).

In der feministischen Kunst ließen sich zu dieser Zeit laut Eiblmayr zwei Theorien der künstlerischen Herangehensweisen identifizieren: Mit dem Begriff der „Rekuperation“ geht es um die Rückgewinnung und Selbstbestimmung des weiblichen Körpers. Die Frau ist autonom und kann über die eigene Darstellung verfügen. Die Rekuperation setzt somit voraus, dass es so etwas wie einen authentischen, natürlichen weiblichen Körper gibt. Da

dementsprechend versucht wird, die authentische Weiblichkeit wiederzufinden, indem der weiblichen Körper vom Male Gaze befreit wird, bestätigt dieses Vorgehen jedoch die Ontologie der Geschlechter (vgl. Eiblmayr 1993: 19). Die zweite Theorie wird von den französischen Poststrukturalistinnen wie beispielsweise Kristeva, Irigary und Cixous angeführt und geht davon aus, dass in der Idee der Weiblichkeit der Modus des permanenten Dissenses innewohnt. Es geht demnach nicht darum, sich aus den Fängen des Male Gaze zu befreien, sondern es geht um die Unrepräsentierbarkeit des weiblichen Körpers, die mit der „Funktion einer permanenten Subversion begründet werden soll“ (Eiblmayr 1993: 11). Butlers Theorie lässt sich somit nahtlos an diese Intention anknüpfen.

Die Schwierigkeit, die Butler mit dem Feminismuskonzept beschrieben hat und eingangs innerhalb der Subversionstheorie bereits besprochen wurde, besteht in der Annahme, dass Frauen die gleiche Identität und Lebenserfahrung teilen. Der Feminismus war in der ersten und zweiten Welle größtenteils von der Vorstellung einer Identität von Frauen geprägt, die meist von weißen, westlichen, gutbürgerlichen, heterosexuellen Frauen repräsentiert worden ist. Der Kampf gegen patriarchalische Strukturen manifestierte sich in einem Dualismus Mann/Frau und wurde demnach in allen politischen Forderungen reproduziert. Die Forderungen der Frauenbewegung haben somit stets nur eine gewisse soziale Gruppe repräsentiert, aber dennoch Universalität gefordert. Dabei waren die Forderungen der Feministinnen nicht für alle gleichwertig und hinterließen in der Sichtbarkeitsmachung ihrer Forderungen – insbesondere auch innerhalb der „neuen Körpervorstellung“ – neue Unsichtbarkeiten und damit Ungleichheiten. Die Kritik besteht somit auf dem Vorwurf, dass die Feminismusbewegung stets auch selbst „von Macht durchzogen“ sei (vgl. Groß 2008: 31).

4.2 Der Spiegel und der utopische Körper

In Abschnitt „2.7.6 Male Gaze“ wurde aufgezeigt, wie sich die Machttechnologien im Medium der Fotografie auf die Materialisierung und Repräsentation von weiblichen Körpern auswirken können. Es wurde hierbei der Schwerpunkt darauf gelegt, Imperative aufzuzeigen, denen sich das Subjekt unterwerfen muss, um überhaupt sichtbar zu werden. Deleuze sprach von der Interdependenz zwischen Freiheit und Kontrolle. Somit ist die Fotografie durchaus nicht nur repressiv zu verstehen. Die Fotografie hat gerade im Zusammenhang mit der feministischen Bewegung eine essentielle Funktion eingenommen, um das Bild der Frau zu dekonstruieren. Zentral historische Errungenschaften stellten dabei die Massenmedialisierung der Fotografie sowie die Funktion des Selbstauslösers dar. Die Möglichkeit, selbst Fotos von sich zu machen, lässt eine Analogie zum Blick in den Spiegel zu, der im vorangestellten Kapitel als nicht per se subversiv dargestellt wurde und dennoch eine wesentliche Rolle für die Vorbedingung der Subversion darstellen kann. Im Folgenden soll die Funktion des Spiegels kurz theoretisch beleuchtet werden, um anschließend konkreter auf das fotografische Selbstporträt und sein subversives Potenzial einzugehen.

Foucaults Gedanken über das utopische und heterotope Potenzial von Räumen erweiterte er anhand einer Übertragung auf den Körper. In seinem Beitrag „Der utopische Körper“ (1966) stellte Foucault fest, dass, solange der Körper „funktioniert“ und sich „widerstandslos von all meinen Absichten durchdringen lässt“, der Körper die Grundlage jeglicher Utopien bildet (Foucault 2005a: 30). Jede weitere Utopie habe somit ebenfalls ihren Ursprung im Körper (vgl. Foucault 2005a: 30f.). Eine Auflösung der Utopie entsteht hierbei durch die Funktion des Spiegels als „Nicht-Ort“. Der Spiegel besitzt sowohl utopisches als auch heterotopes Potenzial, denn nur durch ihn bzw. durch den Blick auf sich selbst im Spiegel kann das Subjekt die eigene Form des Körpers wahrnehmen. Der Körper materialisiert sich im Trugbild des Spiegels und wird dadurch verortet, obwohl man an diesem Ort nur durch den Spiegel materialisiert wird. Damit löst der Blick in den Spiegel die Utopie in unserem Körper auf. Er zeigt, dass der Körper „keine bloße Utopie“, aber eine „utopische Erfahrung ist“ (Foucault 2005a: 35). Anders formuliert: Der Körper löst sich durch den Anblick im Spiegel in seiner Utopie auf, da er hier mit seiner Unvollkommenheit konfrontiert wird. Dies macht den Blick in den Spiegel zu einer verletzlichen und sensiblen Erfahrung, was diesen Moment jedoch auch besonders und von zentraler Bedeutung macht. Denn der Spiegel kann damit nicht nur den utopischen Körper auflösen, sondern kann durch sein heterotopes Potenzial der Ort sein, sich selbst und seine wahrgenommene Realität in Frage zu stellen. Der Spiegel ist somit nicht nur prägend bezüglich der Erfahrung der eigenen unvollständigen Materialität, sondern kann auch Instrument sein, um die Grenzen der eigenen Körperkonstitution erfahrbar und sichtbar zu machen. Der Spiegel wird zum heterotopen Ort, indem er die Möglichkeit bietet, sich selbst und die gespiegelte Umgebung in einem neuen Verhältnis wie eine Negativschablone durch eine Distanz der eigenen Wahrnehmung zu schaffen und zu reflektieren.

Spezifischer und ebenfalls auf das Element des Spiegels bezogen beschrieb Lacan anhand des Spiegelstadiums die zentrale Entwicklungsphase eines Kleinkindes, in der erst durch den Blick in den Spiegel die Konstitution des Ichs entsteht (vgl. Silverman nach Schaffer 2008: 113f.). Ein Medium als Instrument zur Selbstreflexion ist somit essenziell zur Subjektkonstituierung (vgl. Mühlen Achs 2008: 23). Wie eingangs aufgezeigt, gelingt Subversion durch die Veränderungen der Praktiken der Wahrheit (vgl. Foucault 1978b: 54). Nur durch die Entschleierung der Wahrheit als ein willkürliches Ereignis kann „die Souveränität des Signifikanten“ aufgehoben werden (Foucault 2003: 33). Widerstand geht somit ebenso bei Foucault vom Inneren des Subjekts durch Reflexion des Konstrukts seiner Selbst aus. Der Spiegel kann hierbei als Metapher, aber auch wortwörtlich als mögliches Instrument der Subversion betrachtet werden. Der Blick in den Spiegel ist somit nicht nur bezeichnend für die Kontrolle des eigenen Körpers, sondern versinnbildlicht gleichermaßen die „reflektierende Kraft des Anderen“ (Engel 2009, zitiert nach Denninger 2013: 10). Demnach kann eine Porträtierung eine Hinterfragung der Sichtbarkeitsmechanismen bewirken, indem das eigene Körperbild aus der Situation heraus betrachtet wird. „We gain meaning, and a sense of self, not from looking inward, but from looking outward in projected reflection of others“ (Elund 2015: 18).

So spricht Brandes ebenfalls davon, dass in der Medialität des Fotografischen „ein Oszillieren zwischen der Behauptung von Bedeutung und deren Infragestellung“ eingeschrieben ist (Brandes 2004: 150). Maren Butte fasst hierbei zusammen und stellt ebenso auch das Potenzial der Spiegelfunktion heraus:

„Die (Macht-)Situation des Blicks ist zwar als eine grundsätzliche, subjektbildende zu charakterisieren, in dem Sinne, dass wir selbst im Moment des (ersten bewussten) Blicks in den Spiegel eigene Körpergrenzen und Selbstbilder produzieren, die wie die Folgebilder von der Sprache immer wieder als geschlechtlich-diskursive geordnet werden. Diese libidinöse Macht der Blicke und Bildzeichen kann aber durch bildliche Mittel selbst parodiert und verunsichert werden: Scheinbar affirmative Bilder können Blickformationen und mythische Festschreibungen unterlaufen“. (Butte 2010)

Die Selbsterkennung durch ein Medium ist fest in der Praxis der Subjektivierung verankert. Bei Butler kann das Subjekt nur über das Medium in Form von anderen Personen zum Subjekt werden. Der „Effekt des Indexikalischen“ und somit der fotografische Effekt, Evidenzen zu schaffen, beruht gleichsam darauf, die Wahrheit zu behaupten, diese aber ebenso zu hinterfragen (vgl. Brandes 2004: 150). Auf der Ebene der Medialität des Fotografischen lassen sich dadurch Zwischenräume generieren, die eine „DisPositionierung“, „DisIdentifikation“ und „DePlatzierung“ im Sinne der Heterotopie erzeugen (vgl. Brandes 2004: 159).

Die Fotografie als Massenmedium erlaubte einen einfachen Zugang zu der Herstellung von Fotos. Die Apparaturen besaßen durch die Funktion des Selbstauslösers den Vorteil, nicht auf eine weitere Person bei der Herstellung von Fotografien angewiesen zu sein. Der Fotografierte konnte nun selbst bestimmen, wann das Foto ausgelöst werden sollte, und durch die Polaroid-Kamera konnten die Fotos auch ohne weitere Hilfe entwickelt werden (vgl. Schor 2015: 31). Gerade diese Innovationen stellten ein Befreiungselement dar, selbst die Kontrolle über sein eigenes Abbild zu haben. Insofern kann innerhalb der Selbstfotografie eine Parallele zu dem Blick in den Spiegel gezogen werden. Einmal kann die Selbstfotografie auf einen selbstreflexiven Moment des eigenen Ichs verweisen, zum anderen besitzt sie Ermächtigungspotenzial, da nun Frauen selbst über ihr Abbild bestimmen können.

Die fotografische Möglichkeit der Auseinandersetzung mit dem eigenen Abbild wurde gerade in der zweiten Welle des Feminismus zum zentralen Medium der Selbstbefragung. Feministische Künstlerinnen suchten hierbei nach Gegenentwürfen zu den „traditionellen Weiblichkeitsbildern“ (Eiblmayr 1993: 9) und nutzten die neuen Medien (Fotografie, Video) dazu, weil gerade die „alte Kunst“ der Malerei und Bildhauerei bezüglich der weiblichen Repräsentation als zu „kontaminiert“ empfunden wurde (vgl. Schade 1998: 41). Die stereotypischen weiblichen Darstellungspraxen belaufen sich seit jeher auf Gesten der „Unterlegenheit, Unterwerfung oder Anerkennung“ (Mühlen Achs 2008: 26). Jegliche

männlich konnotierten Gesten der Dominanz werden geschwächt. Das heißt, es wird beispielsweise angelächelt, es werden Blickkontakt und aggressive Abwehrgesten gemieden und sexuelle Zugänglichkeit symbolisiert (vgl. Mühlen Achs 2008: 24ff.). Dennoch unterliegen die Geschlechterinszenierungen auch einem historischen Wandel, was vor allem Körperproportionen und Kleidungsstile angeht (vgl. Pultz 1995: 7).

4.3 Strategien der fotografischen Subversion in der feministischen Kunst

Das fotografierte Selbstporträt mit seinen Möglichkeiten innerhalb der besprochenen Spiegelanalogie ist zu einem zentralen Element der feministischen Kunst geworden. Der hier genutzte Begriff der feministischen Kunst ist aber keine Bezeichnung, die sich die Künstlerinnen selbst zugeschrieben haben. Der Begriff wird jedoch genutzt, um auf die Gemeinsamkeit einer kritischen fotografischen Auseinandersetzung mit der (eigenen) Darstellung von Weiblichkeit zu verweisen, die in der ersten und zweiten Welle des Feminismus zu finden ist. Gabriele Schor prägte hierbei den Begriff der „Feministischen Avantgarde“ und beschrieb die künstlerischen Auseinandersetzungen ab den 70er-Jahren, die sich ebenso mit der weiblichen Identität auseinandersetzten (vgl. Koester 2016). Die Künstlerinnen einte, dass sie „radikal neue Fragen an die Gesellschaft, an den Kunstbetrieb und die Rollen der Frau“ stellten sowie „die Ablehnung tradierter, normativer Vorstellungen“ (Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe 2017). Der Körper wird hierbei häufig als Material genutzt (vgl. Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe 2017), wodurch die Selbstporträts ihren traditionellen Charakter hinsichtlich der bloßen Selbstinszenierung verlieren. Das Selbstporträt ist kein Ort mehr, um seine Identität darzustellen, sondern eher ein Ort, gerade diese zu hinterfragen.

Auch wenn die feministische Kunst oder auch die von Schor angesprochene Feministische Avantgarde keine vernetzte Bewegung war, sondern es sich vielmehr um autonome Künstlerinnen handelte, die sich untereinander kaum kannten, findet man verwandte Darstellungsstrategien in ihren Werken, die auch noch bis in die heutige feministische Kunst reichen (vgl. Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe 2017). Die teilweise äußerst radikale Bildsprache hat dabei gegenwärtig nicht an Wirkung verloren. Schor sprach gerade deshalb von der Avantgarde, aber auch, weil die Künstlerinnen erstmals in der Kunstgeschichte selbst über ihr Abbild bestimmen konnten. Sie waren Objekt und Subjekt zugleich, inszenierten und produzierten sich gleichermaßen und zeigten somit eine noch nie dagewesene Selbstbestimmung und Emanzipation auf. Leider blieb die feministische Kunst lange Zeit kunsthistorisch unaufgearbeitet. Lediglich einige wenige Künstlerinnen erhielten große Aufmerksamkeit. Hierbei ist insbesondere Cindy Sherman zu nennen, die aufgrund ihrer vielseitigen und innovativen Arbeiten zu Recht eine zentrale Stellung bei der Repräsentation der feministischen Kunst einnimmt. Dennoch zeigt die umfangreiche Recherche Schors, dass es eine Vielzahl an Künstlerinnen gab, die den innovativen Werken Shermans in nichts nachstehen, denen jedoch schier keine Relevanz in der Kunstszene zugesprochen wurde.

Schor fand diesbezüglich längst vergessene Werke auf Dachböden und Kellern der Künstlerinnen und konnte diese durch Mitarbeit von Eva Badura-Triska mit einer lang geplanten Ausstellung für die Sammlung Verbund in Wien der Öffentlichkeit zugänglich machen (vgl. Probst 2015).

Im folgenden Abschnitt werden subversive Strategien fotografischer Selbstporträts vorgestellt, die insbesondere in der zweiten Welle des Feminismus zu finden sind. Die Ausstellung „Feministische Avantgarde“ soll hierbei als Grundlage dienen, mit deren Hilfe die subversiven Strategien der Werke vorgestellt werden. Diese sollen dabei lediglich einen Überblick über spezifische, immer wieder aufkehrende Bildmotive aufzeigen. Dabei soll es ausdrücklich nicht darum gehen, durch eine Kategorisierung Grenzen zu ziehen. Die Werke sind meist komplex durchdacht und können oftmals auch nicht nur einem Inszenierungsmotiv zugeordnet werden. Der Überblick über die subversiven Strategien in der Feministischen Avantgarde besitzt dabei keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Auch beruhen die hier gewählten Kategorisierungen größtenteils auf den schon ausgewählten Werken von Gabriele Schor, die somit schon kuratiert wurden und demnach eine Vielfalt an Bildmotiven und thematischen Auseinandersetzungen enthalten. Es wird in der folgenden Kategorisierung eine Spezifizierung bezüglich der Kunstgenres ausgelassen, und es werden Bedeutungen und taktische Besonderheiten der Inszenierung verallgemeinert. Der Schwerpunkt der Kategorisierung erfolgt dabei auf die Inszenierung innerhalb fotografischer Selbstporträts.

4.3.1 Körperfragmentierung

Eine Strategie, die die Dekonstruktion des Körpers quasi wortwörtlich erfasst, ist die der Körperfragmentierung bzw. Körperzerstörung innerhalb der fotografischen Inszenierung. Theoretisch wird hier im Sinne des utopischen Körpers die Unvollkommenheit des Körpers sichtbar gemacht. Dies kann durch unterschiedliches taktisches Vorgehen entstehen. Die Fragmentierung des Körpers kann beispielsweise durch Körper Close-Ups dargestellt werden. Der Körper wird somit nicht mehr als ein Ganzes und meist auch gar nicht mehr als ein „wirklicher Körper“ wahrgenommen. Insofern wird der Körper zu einem Objekt. Oft wirken die Close-Ups wie abstrakte Landschaften. Der Körper wirkt entfremdet und lässt damit vorgeprägte Körperbilder hinterfragen. Die Körperfragmentierung kann auch durch Fotomontagen erzeugt werden oder durch die Nutzung eines Mediums (wie zum Beispiel durch einen Spiegel). Oft spielen dabei die fotografischen Inszenierungen mit Perspektiven sowie mit Licht- und Schattenkompositionen eine zentrale Rolle. Die Fotografien stellen trotz ihrer Nähe und Intimität auch eine ebenso vorhandene Distanz durch ihre Abstraktion her. Gleichzeitig lassen die Fotografien häufig auch eine Infragestellung der Vorstellung von der Erotisierung bestimmter Körperteile zu. Wann ist ein Körperteil erotisch, und wann wird er als abstoßend empfunden? Es ergeben sich Unsicherheiten bei der Betrachtung. Ist es wirklich das Körperteil, von dem man annimmt, dass es sich darum handelt? Beispielhaft für

die Körperfragmentierung ist das Werk „Das Himmelreich“ (1976-1977) von Frederike Pezold.

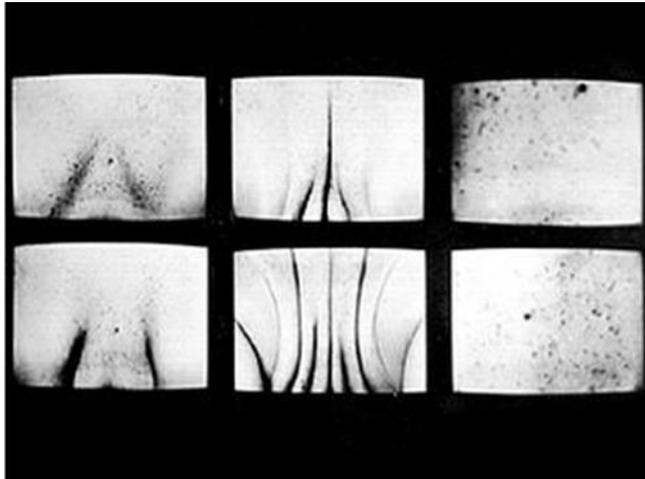


Abbildung 1: Pezold, Frederike: Das Himmelreich (1976-1977)

Als eine Art der Körperfragmentierung lässt sich auch die Deformation des Körpers und des Gesichts verstehen. Der Körper ist nicht mehr als ein solcher zu identifizieren und spielt demnach mit der Vorstellung, was überhaupt ein Körper ist, was Schönheit und was Hässlichkeit ausmacht sowie mit dem Gefühl des Ekels und der Abscheu. Auch Pezolds Werk kann als Deformation innerhalb einer Körperfragmentierung beschrieben werden. Meistens ist hierbei ein Medium notwendig. In den Werken von Birgit Jürgenssen, Katalin Ladik und Ana Mendieta werden beispielsweise Körper und Gesicht gegen eine Plexiglasscheibe gedrückt und dadurch deformiert (vgl. Heinrich 2017). Die Deformation entsteht bei den Künstlerinnen durch das teilweise gewaltvolle Einwirken durch den eigenen Körperdruck. Aber auch durch Klebeband oder ähnliche Materialien werden Körperteile zu- oder abgeklebt. Renate Eisenegger klebte in ihrer Fotoserie „Isolation“ (1972) ihr gesamtes Gesicht mit Klebeband zu. Mit der Deformation wird die Identität unkenntlich gemacht und kann somit im Zusammenhang mit der Maskierung und der Maskerade gesehen werden mit dem Unterschied, dass in vielen Werken gerade auf ein schmerzhaftes Unkenntlichmachen verwiesen wird. Häufig wird in diesem Zusammenhang auf Gewalt gegen Frauen aufmerksam gemacht, aber auch auf Schönheitstechniken und Zwangsmodulationen im Sinne der Körperidealisierung verwiesen.

Der Spiegel als Hilfsmittel einer Selbstbefragung oder eben auch als Hilfsmittel zur Körperfragmentierung wurde zu einem zentralen Element in der feministischen Kunst. Dazu beschreibt Käufer: „Die fotografische Wiedergabe von einem Spiegel funktioniert als nochmalige Bedeutungsinstanz. Die »Wirklichkeit« schreibt sich in den Spiegel ein und in einem weiteren Schritt in die fotografischen Aufnahmen. Die Fotografie wird damit zum Double einer bereits verkehrten Welt“ (Käufer 2002: 192). Pultz nutzt hierbei den von Barthes verwendeten Begriff des „mise en abyme“. Das Bild spiegelt sich erneut im Bild selbst. Damit kann der Spiegel als eine elementare Bedeutungserweiterung dienen. Denn

„die Erschaffung eines Bilds mit einem Spiegel wiederholt den fotografischen Vorgang der Darstellung innerhalb der Fotografie selbst“ (Pultz 1995: 85) und verweist folglich im übertragenen Sinne auf den utopischen Körper. Als häufiges Element dient zudem auch der zerbrochene Spiegel, der das Körperabbild zeigt und somit auf eine Zerstörung des Selbst, der erzwungenen Identitätsvorgaben und Darstellungsimperative verweist. „Körperzerstörung bedeutet demnach zugleich auch tendenziell die Zerstörung des Bildes und vice versa“ (Eiblmayr 1993: 9). Die Strategien der Dekonstruktion können dabei nicht nur aufzeigend, sondern auch symbolisch wirken.



Abbildung 2: Woodman, Francisca: A Woman. A Mirror. A Woman is a Mirror for a Man (1975-1978)

Künstlerinnen wie Francesca Woodman nutzen vermehrt den Spiegel als zentrales Bildelement. In ihrer Fotoserie „A Woman. A Mirror. A Woman is a Mirror for a Man“ (1975-1978) sieht man sie halb kriechend, halb auf den Spiegel aufgelehnt in einer unaufgeräumten Raumsituation. Woodman erblickt sich selbst im Spiegel. Die Situation wirkt intim, der Betrachter wird zum Beobachter. Die Inszenierung erinnert an das berühmte Gemälde „Narziss“ von Caravaggio (1571–1610). Man könnte annehmen, dass Woodman lange auf dem Boden suchend umherkroch, sich schließlich im Spiegelbild fand und sich daraufhin betrachtet. Ihre Körperposition wirkt durch das Auflehnen nicht sicher und lässt sich somit mit dem Titel verknüpfen. Das eigene Abbild ist ein suchender und unsicherer Zustand. Eine Frau kann sich selbst im Spiegel nicht finden, denn sie ist nur der Spiegel für den Mann – so auch der Narziss, der sein Selbst nicht in seinem Abbild erkennen konnte.

4.3.2 Schrift auf Körper

Eine weitere Herstellung von Intermedialität als zusätzliche Bedeutungsebene kann durch die Verwendung von Schrift auf den Körper erzeugt werden. Lange vor Butlers (und auch Derridas) Theorie kann hierbei auf eine Verkörperung von Sprechakten gedeutet werden. Gleichzeitig kann die Schrift-auf-Körper-Ebene auch auf ein Spiel mit dem Signifikat und dem Signifikanten verweisen und somit die Vorstellung und das Lautbild als zusammenhängendes System der Taxonomie kritisch hinterfragen.



Abbildung 3: Jürgenssen, Birgit: Jeder hat seine eigene Ansicht (1975)

Schrift auf dem Körper verweist im Generellen auf direkte Botschaften. In Birgit Jürgenssens Fotografie „Jeder hat seine eigene Ansicht“ (1975) sieht man Jürgenssen nackt in einer Halbfigur in Rückenansicht. Diese impliziert, dass sich Jürgenssen bewusst dem Blick des Betrachtenden entziehen will. Auf ihrem Rücken steht geschrieben: „Jeder hat seine eigene Ansicht“. In diesem Zusammenhang kann man einmal annehmen, dass das Wort „Ansicht“ nicht ausschließlich als Synonym zu „Meinung“ gelesen werden kann, sondern sich zusammen mit der visuellen Komponente auf „Sichtweisen“ bezieht. Insofern kann nicht nur jeder eine eigene Meinung haben, sondern gleichfalls über seinen eigenen Körper und die Darstellung, die Ansicht auf und über den Körper verfügen. Dabei kann man Jürgenssens Inszenierung auch als eine Verweigerung interpretieren, da sie ihr Gesicht – und somit ihre Identität – nicht zeigt. Da jedoch der Text auf dem Rücken steht, kann diesbezüglich ebenso interpretiert werden, dass Jürgenssen den Text nicht lesen kann. Die Botschaft wird unzugänglich, obwohl diese eigentlich schon auf dem eigenen Körper existiert. Folglich kann die Fotografie als Motivation zur Selbstermächtigung oder auch als Unvermögen zur Selbstermächtigung gelesen werden. Durch Wörter, die auf den Körper geschrieben werden, kann jedenfalls der Körper als Objekt, als Oberfläche verstanden werden, der durch den Text eine gezielte, wenn auch unterschiedlich interpretierbare Lesbarkeit bekommt.

4.3.3 Enttabuisierung der Vulva

Die Strategien der feministischen Kunst verweisen auf einen Bruch mit den Sehgewohnheiten. Die Enttabuisierung der Vulva gehört dabei jedoch zu einem radikalen Vorgehen, die Sexualität und den Körper der Frau als selbstbestimmt darzustellen. Kohout spricht diesbezüglich von der „Da-unten-Generation“ (Kohout 2019: 13). Die Vulva wurde mit dem Synonym des Lochs benannt, womit ihr auch sprachlich eine Art Mysteriösität und Passivität verliehen wurde (vgl. Kohout 2019: 12). Prägend war diesbezüglich auch Sigmund Freuds psychoanalytische Theorie vom Penisneid der Frau, welcher seiner Meinung nach durch „fetischisierende Schönheitspraktiken“ zu kompensieren versucht wurde. Frauen dürfen nicht über ihre Geschlechtsorgane sprechen (vgl. Kohout 2019: 14), und auch in der traditionellen bildenden Kunst durfte zwar das männliche Geschlecht gezeigt werden, das weibliche wurde jedoch meistens verdeckt. So könne man annehmen, dass von der weiblichen Vulva eine Art Gefahr im Sinne von Freuds „Vagina Dentata“ ausgehe (vgl. Jayne 1984: 213f.). Die Vulva als Symbol der weiblichen Sexualität gehörte somit nicht ganzheitlich zum Körper. Konkreter: Die weibliche Sexualität gehörte nicht der Frau, sondern dem Ehemann (so wie es beispielsweise Penny Slinger in ihrem Werk „Wedding Invitation“ von 1973 thematisierte, siehe Abb. 5). Als Verweis auf eine Tradition der Fragmentierung des weiblichen Körpers durch die Auslassung, Verdinglichung bzw. Symbolisierung des weiblichen Geschlechtsorgans verwendeten auch die feministischen Künstlerinnen Symbole für die Vulva innerhalb der fotografischen Kompositionen. Als Verweis auf die Praktiken der Vulva-Symbolisierung in der traditionellen Kunst wurden hierzu häufig Muscheln, Blumen oder Früchte verwendet oder unkonventionellere Symboliken wie beispielsweise das Nest bei Birgit Jürgenssen („Nest“, 1979). Radikaler scheint hierbei das breitbeinige Posen oder das direkte Aufzeigen der Vulva. Die pornografisch wirkende Strategie ist dabei seltener sexuell konnotiert, sondern soll die Vulva als Teil des eigenen Körpers und die Selbstbestimmung darüber aufzeigen. Auch im Allgemeinen wird strategisch versucht, den nackten Körper zu entsexualisieren und ihn somit von dem Male Gaze zu befreien. Eine der bekanntesten Auseinandersetzungen mit der Strategie der Enttabuisierung der Vulva ist die Fotoserie zur Performance „Aktionshose: Genitalpanik“ (1969) von Valie Export.



Abbildung 4: Valie Export: Aktionshose: Genitalpanik (1969)

Auf der Fotografie sieht man Valie Export breitbeinig auf einem Stuhl sitzend. Sie ist angezogen, trägt aber keine Hose, sondern Chaps, wodurch ihre Vulva unbedeckt bleibt und damit ein freier Blick auf ihre Vulva gewährt wird. In ihren Händen hält sie ein Maschinengewehr auf Anschlag. Die Körperinszenierung strahlt Aggressivität aus – eine Konnotation, die zusätzlich zu dem breitbeinigen Sitzen typisch männlich codiert ist. Valie Export inszeniert sich hier, als müsse sie sich verteidigen, als sei ihr die Provokation ihrer Inszenierung bewusst. Sie greift damit auch das Motiv der Gefahr vor der weiblichen Sexualität auf und enttabuisiert auf zweierlei Weise: einmal durch die entblößte Vulva und außerdem durch ihre männlich konnotierte Körperhaltung. Damit stellt Valie Export auch eine ironisch-humorvolle Ebene her (siehe „4.3.4 Parodie und Ironie“).

4.3.4 Parodie und Ironie

Die Mimesis und in gewisser Weise auch die Mimikry sind folglich elementar für die Erzeugung von Parodie und Ironie. Dabei definiert Spörl die Parodie als eine „Übernahme erkennbarer Struktur- und Gestaltungsmerkmale“, die demnach als „Vorlage zur Komödisierung und Herabsetzung dieser Vorlage (bzw. einer mit ihr verknüpften Haltung ihrer Rezeption usw.)“ wirken (Spörl 2004, zitiert in Leibetseder 2010: 55). Leibetseder geht davon aus, dass man Zeichen durch eine Überspitzung „derealisiert“, was bedeutet, dass man dem „normativen Status [...] auf eine Konvention oder einen bloßen Kunstgriff“ reduziert (Leibetseder 2010: 62). Ironie bedeutet, dass damit gespielt wird, dass Worte und Zeichen unterschiedliche Bedeutungen haben können. Es wird somit auf die Uneindeutigkeit von Zeichen verwiesen und deren Festlegung in Frage gestellt (vgl. Leibetseder 2010: 39).

Durch das zugespitzte Aufzeigen der Uneindeutigkeit von Zeichen macht die Ironie darauf aufmerksam, dass die Wahrheit sozial konstruiert und reproduziert wird und dies „oft politisch motiviert“ ist (Leibetseder 2010: 40). Ironie kann somit auch als eine Übernahme von etwas verstanden werden, was man eigentlich nicht ist und mit der Übernahme kritisieren möchte. Dies geschieht innerhalb visueller Darstellungspraxen meist durch Dekontextualisierung, wodurch eine Unnatürlichkeit der Bedeutungsebene aufgezeigt werden kann. Es entsteht folglich sowohl in der Parodie als auch in der Ironie eine „kritische Differenz“ zum Zeichen. Als Beispiel einer ironischen Strategie kann man das Werk „Wedding Invitation“ (1973) von Penny Slinger zählen.



Abbildung 5: Slinger, Penny: Wedding Invitation (1973)

Slinger zeigt sich mit einem Schleier als Hochzeitstorte verkleidet breitbeinig sitzend. Sie lacht freudig mit verschlossenen Augen und hält mit beiden Händen das vordere Verdeck ihres knappen Tortenkostüms fest, wodurch der Blick auf ihren nackten Unterleib fällt. Eine kleine Blume ziert dabei ihre Scham. Slingers Verkleidung als Hochzeitstorte weist auf eine gesellschaftliche Konvention hin. So wird gesellschaftlich erwartet, dass die Frau ihren Körper, ihre Sexualität, gar ihre Jungfräulichkeit als Geschenk an den Ehemann übergibt. Der weibliche Körper wird reduziert auf die gesellschaftlich zugewiesene Rolle. Slingers Lachen sowie die verschlossenen Augen zeigen eine Naivität, diese Rolle freudig und unreflektiert annehmen zu müssen. Slingers Inszenierung regt zugespitzt und humorvoll zum Nachdenken über die soziale Rolle von Frauen an, zeigt durch die Kostümierung als Hochzeitstorte auch eine symbolische paradoxe Uneindeutigkeit und changiert dabei gleichsam zwischen Subjekt und Objekt.

4.3.5 Maskerade

Nach Irigary ist Weiblichkeit als Maskerade zu verstehen und verschleiert die eigene Identität (vgl. Fuchs 2011: 57). „Es ist das Spiel mit der Kamera, die Maskerade und das Kostüm als Mittel der Selbstdarstellung, mit denen die Künstlerinnen Vorstellungen von Identität und Weiblichkeit als gesellschaftliches Konstrukt hinterfragen“ (Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe 2017). Die Maske gilt dabei als Versinnbildlichung der Maskerade, kann als intermediäre Verbindung zwischen dem Selbst und dem Außen fungieren und ebenfalls als subversives Instrument genutzt werden (vgl. Leibetseder 2010: 151). Leibetseder spricht hierbei auch von einem „Inter-face“ (vgl. Leibetseder 2010: 160). Die Maske gilt dabei auch als Hilfsmittel, um sich vor den Blicken anderer und vor seinem eigenen Selbst zu schützen. Folglich verschleiert die Maske die Identität und hält Blicke und Berührungen auf Abstand (vgl. Leibetseder 2010: 153). Dementsprechend sieht Leibetseder die Maske auch als Projektion des kulturellen Wissens, „um die Konstruktion [...] und somit die Klassifikation in zwei Geschlechtern in unserer Kultur zu erklären“ (Leibetseder 2010: 160). Die Maske verweist auf eine gleichmachende Identitätserschaffung. Das Subjekt wird mit der Maske gezwungen, die eigene Identität zu verbergen, und ist damit auch als eine Versinnbildlichung einer Oberfläche zu verstehen, in der das Ideal im Sinne des Male Gaze sowie der gesellschaftlichen Erwartungen projiziert wird (vgl. Leibetseder 2010: 161; vgl. Eiblmayr 1993: 15).



Abbildung 6: Woodman, Francesca: Untitled (1976)

Die Maske als ein Element der Maskerade ist zu einem zentralen Element der feministischen Kunst geworden. Dies lässt sich auch an Francesca Woodmans unbetiteltem Werk (1976) erkennen. Zu sehen ist der nackte, sitzende Körper Woodmans. Ihr Gesicht ist abgeschnitten, ihre Beine sind gespreizt. Der bildnerische Fokus richtet sich auf ihre gespreizten Beine, wo

eine weiße Maske ihre Vulva bedeckt. Woodmans Hände ruhen auf ihrem Bauch. Durch den gewählten Bildausschnitt, der bewusst ihr Gesicht abschneidet, befindet sich versinnbildlicht ihr Gesicht als Maske zwischen ihren Beinen. Ihre Identität ist somit ihr Geschlecht. Da die Maske schlicht gehalten ist, verweist diese auf eine Vereinheitlichung der Frau. Ihre ruhenden Hände auf ihrem Bauch können hierbei auf die weibliche Rolle der Mutter deuten. Die Maske besitzt Aussparungen an Augen und Nase, jedoch befindet sich am Mund keine Öffnung. Dies kann man in der Weise interpretieren, dass Frauen mundtot gemacht werden und ihre vorgefertigte Identität als Frau hinnehmen müssen. Aus poststrukturalistischer Sicht kann die Maske auch als Versinnbildlichung eines fehlenden Originals gesehen werden – die Frau als bloße Kopie einer Kopie.

4.3.6 Exkurs: Mimesis und Mimikry

Bei der Analyse der fotografischen Strategien innerhalb der feministischen Kunst ist es hilfreich, den Begriff der Mimesis erneut aufzugreifen und zu differenzieren. Mimesis wird von Fuchs folgendermaßen definiert: „Mimesis bezeichnet ursprünglich das Vermögen, mittels einer nachahmenden körperlichen Geste eine Wirkung zu erzielen“ (Fuchs 2011: 53). Sie ist somit essenziell für den Prozess der Subjektkonstituierung und ist demnach auch „Mittel der Teilhabe und Gestaltung von kulturellen Praktiken und sozialen Beziehungen“ (Fuchs 2011: 54). Zentral dabei ist, dass die Mimesis nicht als bloße Nachahmung zu verstehen ist. Zwar wirkt sie auch innerhalb des Wunsches, wie andere sein zu wollen, sie ist aber gleichzeitig Mittel zur Differenz innerhalb der Darstellung der eigenen Identität. Die Mimesis kann demnach mit Derridas *Différance* verknüpft werden, wobei sie sich nicht auf Sprechakte, sondern vermehrt auf Verkörperungen bezieht (vgl. Fuchs 2011: 53f.). Nach Wulf können hierbei auch performative Handlungen mimetisch werden: „Wenn sie auf andere körperliche Handlungen Bezug nehmen und selbst als soziale Aufführungen begriffen werden, können sie sowohl eigenständige Handlungen darstellen als auch einen Bezug zu anderen Handlungen haben“ (Wulf 2005 nach Fuchs 2011: 54). Die Mimesis kann folglich unterschiedliche Bedeutungsfelder besitzen. Der Gegenpart würde nach dieser Definition die Mimikry darstellen, die als eine „bloße Anpassung an Vorgefundenes ohne gestalterische Mitwirkung“ in Form einer Unterwerfung interpretiert werden kann (Wulf 2005 nach Fuchs 2011: 55). Mimesis und Mimikry lassen sich hierbei nicht immer trennscharf auseinanderhalten und können auch prozesshaft ineinander übergehen (vgl. Fuchs 2011: 55). Castro Varela und Dhawan sehen jedoch auch in der Mimikry keine bloße Unterwerfung, sondern ebenso eine Fehlaneignung bezüglich der Erwartungskontexte der Darstellungspraxis. Der Begriff der Mimikry kommt ursprünglich aus der Biologie und meint hierbei eine Anpassung von Lebewesen, beispielsweise in Form einer Tarnung, um besser vor Fressfeinden geschützt zu sein. Übertragen wurde der Begriff schließlich auf die Kolonialisierung. Mimikry beschreibt dabei die zwanghafte Anpassung bzw. die zwanghafte Imitation von Verhaltensweisen, wie sie die Kolonialherren der indigenen Bevölkerung abverlangten. Da die Imitation hier zwanghaft initiiert wird, ist sie immer lückenhaft,

wodurch die Mimikry wie ein Spiegel das verlangte Andere aufzeigt. Das heißt, bei der Mimikry geht es nicht nur um „Wiederholung und Reproduktion, sondern vielmehr um die Differenz zwischen Bild und Abbild: Es ist »fast dasselbe, aber nicht ganz«“ (Bhabha 2007, zitiert in Iso 2011: 252). Es lässt sich somit auch eine Verknüpfung zu Butlers Genderinszenierungen und der Subversion herstellen (vgl. Castro Varela, Dhawan 2018: 135). „Mimikry ist nicht nur Nachahmung, sondern auch Parodie. Sie ist nicht nur Neuaneignung und Neuinterpretation, sondern auch Fehlaneignung, Fehlinterpretation, Fehlübersetzung und Verfremdung“ (Castro Varela, Dhawan 2018: 146). Insofern kann sich die Mimikry Schritt für Schritt von dem erzwungenen Original distanzieren und folglich zu einer Überspitzung im Sinne der Komik werden (vgl. Iso 2011: 251). Es ist hierbei jedoch von zentraler Bedeutung, dass Castro Varela und Dhawan sowie Iso bei der Beschreibung der Mimikry im Rahmen der Postcolonial Studies argumentieren. Durch die Wiederholung wird die Differenz offensichtlich, wodurch gezeigt wird, dass es kein Original gibt (vgl. Leibetseder 2010: 313). Bleibt man bei der biologischen Herkunft des Begriffs, bezieht sich die Nachahmung nicht auf eine zwanghafte Nachahmung, sondern auf eine bewusste Anpassung, die dem Subjekt Vorteile bringt. Gerade hier greift folglich der Zustand der bewussten Einnahme genderspezifischer Darstellungsmodi, um die Sichtbarkeit zu erlangen, die von einem erwartet wird, und die Sicherheit schaffen kann. In diesem Fall kann somit nicht von einem subversiven Potenzial der Mimikry ausgegangen werden. Dies stellt auch die Schwierigkeit des subversiven Potenzials der Mimesis dar. Denn erst durch eingehende Wiederholung von mimetischen subversiven Gesten gerät die kulturelle Hegemonie ins Wanken (vgl. Butler nach Leibetseder 2010: 68). Bei der Mimesis besteht die Gefahr, dass es durch die „Ähnlichwerdung“ von bestimmten Körperpraxen zu einer Mimikry kommt, damit das subversive Potenzial geschwächt wird und Imperative neu gesetzt werden (vgl. Klein 2004: 248).

4.3.7 Affirmation oder Subversion?

Die Selbstinszenierung als Butch oder Femme lässt sich nicht wirklich als Strategie innerhalb der hier vorgestellten Strategien der feministischen Kunst zuordnen, sondern stellt in diesem Zusammenhang eine Veranschaulichung der Schwierigkeit der Analyse von subversiven Gesten dar.

Claude Cahuns „Selbstportrait“ (1928) ist eines der bekanntesten Werke der frühen feministischen Kunst. Es zeigt Claude Cahun dicht stehend an einem Spiegel. Ihr Kopf ist vom Spiegel weggedreht, sie guckt den Betrachter an, dabei ist ihr Blick neutral. Cahun trägt kurze Haare, ist ungeschminkt und hat ein Hemd mit Schachbrettmuster an, welches sie am Kragen festhält. Das Selbstporträt kann auf mehreren Ebenen subversiv gelesen werden. Im Genaueren soll jedoch nicht darauf eingegangen werden. Die Frage, die sich bei dem Selbstporträt von Cahun stellt, ist, ob man das Selbstporträt von Cahun auch subversiv lesen würde, wäre es nicht in einen kunsthistorischen Kontext eingebettet. So sieht man dem

Selbstporträt nicht an, dass Cahun eine Frau ist. Cahuns Überschreitung, ihr „gender passing“, gelingt ihr, und man könnte von einem Selbstporträt eines jungen Mannes ausgehen.

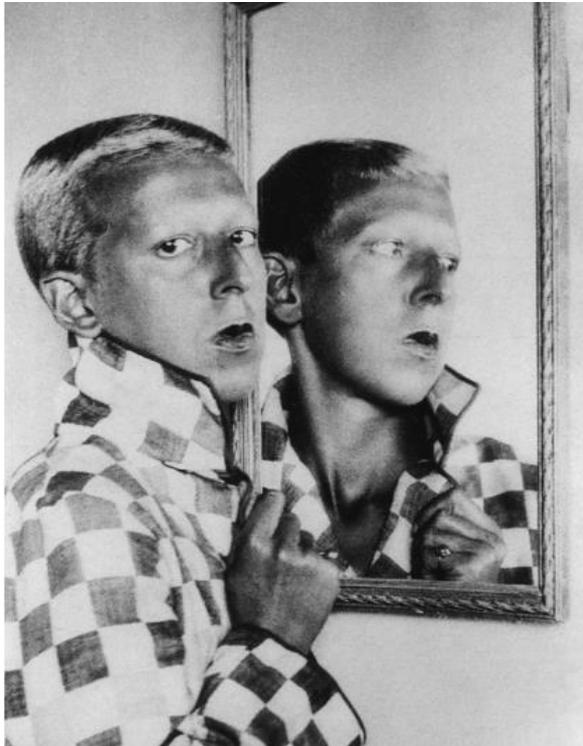


Abbildung 7: Cahun, Claude: Selbstportrait (1928)

Es wurde dargestellt, dass die Dragperformance als ein überspitztes parodistisches „Crossdressing“ im Sinne der Mimesis gewertet werden kann. Aber auch die Verkleidung außerhalb des Crossdressings kann die parodistische Geschlechterinszenierung innerhalb des geschlechterspezifischen Erwartungskontextes aufzeigen. Kleidung und Styling sind dementsprechend als „powerful weapon of control and dominance“ with „simultaneously subversive qualities“ zu verstehen (Wilson nach Brill 2006: 27). Dabei stellt gerade die Inszenierung der Butch und der Femme die Schwierigkeit dar, diese anhand des subversiven Potenzials der Mimesis oder der Mimikry zuzuordnen bzw. zu bestimmen, ob deren Selbstinszenierung affirmativ oder subversiv ist. Die Butch bezeichnet eine „vermännlichte“ homosexuelle Frau. Die Femme ist der Gegenpart dazu und beschreibt eine feminine und teilweise gar hypersexualisierte homosexuelle Frau. Die Einteilung der Butch und der Femme verweist dabei an sich schon auf eine binäre Geschlechterteilung. Dennoch soll die Inszenierung der Butch und Femme hier als Beispiel dienen, die Schwierigkeit des Subversionsbegriffs aufzuzeigen.

Wie die Begriffsdefinition der Butch und Femme inkludiert, handelt es sich hierbei um Inszenierungen, die ihre Deutung durch das Wissen über die sexuellen Präferenzen inkludieren, was zugegebenermaßen in einer fotografischen Abbildung nicht zwingend erkennbar sein muss. Bleibt man zunächst bei der Butch, so entsteht die Frage, ob die

Inszenierung als „vermännlichte“ Frau als Subversion zu verstehen ist, die die Geschlechteraufteilung ins Wanken bringt. Die Butch kann jedoch innerhalb ihrer männlichen Inszenierung als Mimikry gesehen werden, indem die männliche Identität angenommen wird, um für sexuelle Zwecke attraktiv für Frauen zu sein. Die weibliche Sexualität wird dadurch erneut durch den männlichen Blick bestätigt, und heterosexuelle Normen werden dementsprechend reproduziert (vgl. Elund 2015: 130). Dabei kann man die Butch jedoch auch als eine dekonstruierte Form der Weiblichkeit interpretieren: „The desired subject position of the corporeal masculine female is not a male self, but an idealised representation of her-self as a reinscribed female“ (Elund 2015: 133).

Bei der Inszenierung der Femme stellt sich dabei überhaupt die Frage, ob eine Inszenierung, die den stereotypischen Anforderungen entspricht, trotzdem subversiv sein kann, indem sie den Male Gaze zwar aufzeigt, diesen jedoch durch die Homosexualität und somit durch das fehlende heterosexuelle Begehren modifiziert. Die Darstellung der Femme kann einerseits als Bestätigung des Male Gaze gesehen werden. Andererseits lässt sich auch eine Verbindungsebene zu der von Foucault beschriebenen "arc erotica", der „Kunst der Erotik“ ziehen, in der sich die Wahrheit über die Sexualität durch Praktiken und Erfahrungen individuell eröffnet. Durch die selbstbestimmte Sexualisierung finden Frauen laut Bührmann die „wahre“ Authentizität des Geschlechts fernab der männlichen Unterdrückung und ebenfalls fernab der binären Geschlechtercodierung (vgl. Raab 1998: 78ff.). Im Kontext der Sexualtherapie stellt Riegler im Zusammenhang mit der hier angesprochenen „arc erotica“ fest:

„Im Vordergrund steht aber nicht die Aneignung von thematischem Wissen, sondern von lebensweltlich unmittelbar relevantem Erfahrungswissen. Diese setzt voraus, dass der körperliche Leib sowie die zwischenleibliche Begegnung zur Basis dieser Wissensaneignung werden, also die leibliche Erkenntnis als primär zu adressierender Erkenntnismodus gilt.“ (Riegler 2011: 159)

Folglich lässt sich anhand einer bewussten Beschäftigung mit der eigenen Sexualisierung ein subversives Potenzial erkennen, da gerade die Erfahrungen mit dem eigenen Körper nicht zu den traditionellen Anforderungen der weiblichen Geschlechterrolle gehören. Auch Leibetseder stellt diesbezüglich fest, dass „diejenigen, die [...] die Kontrolle ihrer erotischen Selbst-Repräsentationen“ zeigen, „die Männlichkeit, also die patriarchale Natur dieser Bilder“ anzweifeln (Leibetseder 2010: 42). Leibetseder greift hierbei auf die These Irigarays zurück und beschreibt die Mimesis als Instrument, indem die Frau den „stereotypischen Blick der Männer“ bewusst selbst inszeniert, um die „vorurteilshaften Attribute in Frage zu stellen“ (Leibetseder 2010: 188).

Butler spricht sich gegen die Mimikry innerhalb der Selbstinszenierung der Femme und Butch aus. Sie sieht in der Selbstinszenierung vor allem eine Hinterfragung der Verkörperung der Zwangssexualität. Es werden somit nicht die Erwartungsimperative lückenlos

übertragen, sondern mit jenen gebrochen. Jede Geschlechteridentität wird nach Butler erst einmal nachgeahmt, um diese schließlich brechen zu können. „Und obwohl die Idee der Mimesis nahelegt, dass es zunächst ein Modell geben muss, das kopiert wird, kann die Mimesis auch bewirken, dass dieses a priori vorhandene Modell als rein phantasmagorisch entlarvt wird“ (Butler 1996, zitiert nach Fuchs 2011: 65). Die Butch und die Femme lassen sich somit auch als eine Inszenierung innerhalb der poststrukturalistischen Dekonstruktion lesen. Die Femme- und die Butch-Inszenierung sind demzufolge keine Mimesis im Sinne der Nachahmung, sondern im Sinne einer kritischen und „bewussten Transformation“ (Fuchs 2011: 67). Fuchs sieht mit Rückbezug auf De Lauretis queeres Potenzial in den Femmes mit der Besonderheit, dass man die Queerness nicht sehen kann. „Wenn ihre Differenz dennoch zu Tage tritt und lesbar wird, dann wird ein normatives »Wissen«, das auf einem totalisierenden Sehen beruht [...] radikal unterbrochen“. Damit bricht die Femme die diskursiven Verknüpfungen von sexueller und geschlechtlicher Repräsentation auf, hinterfragt das Begehren und fördert damit eine subversive Wissensproduktion (Fuchs 2011: 65). Foucault ging davon aus, dass sich die Sexualität in den Körper einschreibt. Die Femme zeigt auf, dass dies gerade nicht der Fall sein muss.

Die Hypersexualisierung der Femme zeigt eine bewusste weibliche Inszenierung auf und stellt dennoch keine Unterwerfung vor dem Patriarchat dar. Die sexuelle Macht gehört somit der Frau und keinem Mann. Elund argumentiert, dass die Femme die Möglichkeit besitze, mit der „Weiblichkeit“ zu spielen, da sie nicht auf die männliche Anerkennung im Sinne des heterosexuellen Begehrens angewiesen ist. Femmes können damit auch Grenzen innerhalb ihrer Inszenierung überschreiten, die in einem heterosexuellen Rahmen unerwünscht wären (vgl. Elund 2015:145). Fuchs fasst zusammen:

„An der Figur der Femme wird nachvollziehbar, dass Norm und Abweichung, Anerkennung und Unterwanderung, Unterwerfung und Handlungsfähigkeit, Anpassung und Auflehnung manchmal nicht auf den ersten Blick – manchmal vielleicht sogar gar nicht – voneinander unterscheidbar sind. Diese Unmöglichkeit, normierte und von der Norm abweichende Körper und Inszenierung klar voneinander zu unterscheiden, schafft eine Verunsicherung, die die Macht hat, heteronormative Systeme zu unterwandern, denn es ist dann nicht mehr möglich, Normeinhaltungen und Normabweichungen an bestimmten Körpern festzumachen.“ (Fuchs 2011: 66)

Aber was bedeutet das nun für die Subversionsanalyse? Das Beispiel der Femme und Butch zeigt die Problematik auf, die eingangs mit dem Zusammenhang zwischen der Selbstreflexion und der Subversion beleuchtet wurde. Bei der Inszenierung in einem fotografischen Selbstporträt hieß dies schlicht: Wenn keine Störung erkenntlich ist, dann ist es keine Subversion.

Jedoch bietet gerade die Einbettung in den Kunstkontext stets weitere Informationen. Neben dem Ort, an dem die Fotografie gezeigt wird und damit oftmals schon thematisch

kuratiert bzw. eingeordnet worden ist, werden künstlerische Werke stets mit den Namen des Künstlers, dem Entstehungsjahr und dem Titel des Werkes versehen. Es entsteht damit immer auch ein Kontext für die Rezeption des Werkes. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, in der Kunst latenter Subversionsstrategien einsetzen zu können. Obwohl durchaus die meisten Werke der Feministischen Avantgarde einen dominant-aufzeigenden Charakter besitzen, zeigen Werke wie beispielsweise das von Francisca Woodman „A Woman. A Mirror. A Woman is a Mirror for a Man“ (Abb. 2) oder das Selbstporträt von Claude Cahun (Abb. 7) eine viel indirektere Bildtechnik auf. Wo Woodman eher als Bildtechnik des Narratives zu verstehen ist, wirkt das Selbstporträt von Cahun nur durch die Hintergrundinformation über das Werk. Der festgehaltene fotografische Blick in den Spiegel kann somit im künstlerischen Bereich durchaus subversives Potenzial besitzen, genauso wie die Inszenierung als Butch oder Femme. Diese sind jedoch angewiesen auf die Ebene der Kontextualisierung, die hierbei elementar für das subversive Lesen der Selbstporträts ist.

4.3.8 Zusammenfassung

Die hier vorgestellten Strategien der feministischen Kunst zeigen ein breites Spektrum und vielfältige Herangehensweisen, den Körper in einer neuen Art und Weise zu nutzen. Die miteinander zusammenhängenden Strategien verweisen im Allgemeinen auf eine Störung hinsichtlich der gewohnten Sehkonventionen und lassen somit gerade diese hinterfragen. Bei vielen Werken inszenierten sich die Künstlerinnen dabei nackt. Inszenierungen, die auf einen kunsthistorischen Kontext hinweisen, versuchen dabei, die Figur des Aktes aufzulösen. So geht Berger davon aus, dass der Akt niemals nackt ist, sondern immer auf Konventionen beruht, die die Frau „kleiden“ (vgl. Berger 1972: 54). Anhand von Enttabuisierungen durch das Aufbrechen klassischer weiblicher Inszenierungsmodi soll der Status des weiblichen Aktes dekonstruiert werden, wodurch eine Befreiung aus den Konventionen titulierte wird (vgl. Berger 1972: 54). Es wurden hierzu Körper fragmentiert, deformiert und modelliert. Außerdem wurden Enttabuisierungen vorgenommen, indem die Vulva thematisiert und gezeigt worden ist oder ebenfalls männlich konnotierte Körpertechniken eingenommen wurden. Durch die Zuhilfenahme von Spiegeln, Schrift und auch der Maskerade wurden zusätzliche Bedeutungsebenen eingefügt. Die Strategie der Parodie und Ironie zeigte zudem eine humorvolle Herangehensweise, um auf die Uneindeutigkeit von Zeichen zu verweisen. Es wurden neue Perspektiven auf Frauenkörpern und Weiblichkeit aufgezeigt, die bei allen Bemühungen dem Anspruch einer Zusammenfassung nicht gerecht werden können, dennoch aber augenscheinlich Ähnlichkeiten aufweisen.

Durch das Beispiel der Butch und Femme wurden mithilfe der Mimesis und der Mimikry außerdem die Schwierigkeiten der Interpretation von Subversion aufgezeigt. Die Ambivalenz in der Interpretation greift auch bei der Differenzierung der Vorgehensweisen der feministischen Kunst, die Eiblmayr beschrieben hat. Es gibt demnach die Rekuperation, die Wiederherstellung der „authentischen“ Weiblichkeit, so gesehen eine Weiblichkeit, die von

dem Male Gaze befreit worden ist, und das Vorgehen der Dekonstruktion, die Darstellung einer Unrepräsentierbarkeit des weiblichen Körpers im Sinne Butlers. Letztlich kann die „Zerstörung“ des Male Gaze die Rekuperation sowie die Dekonstruktion beinhalten. Die Bildtechnik zielt dabei auf unterschiedliches Vorgehen.

Dabei kann die Bildtechnik der Feministischen Avantgarde größtenteils der Bildstrategie der Provokation zugeordnet werden. Zentral bei der Subversion ist hier, dass die Bildtechnik nicht auf ein Nachmachen ausgelegt ist, sondern allein Affekte auslösen und Denkräume öffnen soll. Es geht dabei nicht darum, aufzuzeigen, wie weibliche Körper aussehen können, sondern es sollen Imperative in Frage gestellt werden. Die Provokation besitzt einen aufzeigenden, meist dekonstruktiven Charakter, der die Entlarvung von „Tätern“ bzw. Missständen thematisiert und somit zumeist „eine etablierte, bestimmende Kultur oder Gruppe“ anspricht und in den Fokus rückt. Provokation geht demnach einher mit dem Tabubruch und Grenzüberschreitung in einer meist aggressiven und radikalen Bildsprache. Kohout spricht hier vom Setzen „gezielter Nadelstiche, im Lächerlich-Machen, Anschwärzen, Entblößen, Entwürdigen, oft aber auch im ironischen Überzeichnen und Übertreiben“ (Kohout 2020).

Die Strategien der feministischen Kunst zeigen auf, dass ein gewisses Störpotenzial in der fotografischen Selbstdarstellung innewohnen muss. Dieses Störpotenzial muss jedoch nicht unbedingt ein Schockmoment im Sinne der hier vorgestellten Bildtechnik der Provokation aufweisen, sondern kann auch im Sinne De Lauretis als „elsewhere“ beschrieben werden. „Diese Nicht-Orte des »elsewhere« entstehen in den Lücken und den Brüchen, an den Rändern hegemonialer Diskurse, ihrer Institutionen und Apparaturen der Wissensproduktion“ (De Lauretis nach Schaffer 2008: 118). Sie weisen auf ein Außerhalb der Diskurse hin, wie das Beispiel der Inszenierung der Butch und Femme aufgezeigt hat. Durch die Kontextualisierung innerhalb des künstlerischen Bereichs funktionieren auch indirekte subversive Bildtechniken.

Die feministischen Künstlerinnen nehmen Raum ein und besetzen männerdominiertes Terrain. Sie zeigen sich in einer Art und Weise, die Frauen nicht zustand. Die fotografische Technik besaß somit eine ermächtigende Wirkung. Frauen konnten nun selbst und selbstbestimmt fotografieren sowie auch die Fotos (Polaroids) zumeist ohne Zuhilfenahme produzieren, was ebenso der Grund für die Experimentierfreude und Radikalität der Werke sein kann. Die Künstlerinnen kritisierten dabei nicht nur Körper- und Rollenzuschreibungen, sondern äußerten ebenfalls Kritik an den patriarchalischen Strukturen der Institution Kunst. Die vorgestellten Strategien sind nicht als ein Cluster zur Analyse des subversiven Potenzials von Geschlechterinszenierungen zu verstehen und stellen keinen Anspruch auf Vollständigkeit dar. Dennoch können sie aufzeigen, dass es zu spezifischen, voneinander unabhängigen Inszenierungsmodi, spezifischen Hilfsmitteln und spezifischen Bildkompositionen gekommen ist, die sich innerhalb der feministischen Kunst etabliert haben. Die Strategien der feministischen Kunst können dabei nicht nur aufzeigend, sondern

ebenfalls symbolisch wirken und sich taktisch und auf der Bedeutungsebene stark unterscheiden. Schade spricht auch von der „Enttabuisierung von Bildern und Blicken“ sowie der „Entmythologisierung der traditionellen Geschlechter-Zuschreibungen“, die das Ergebnis und ebenso den „Ausgangspunkt der Bildproduktion von Frauen am Ende des 20. Jahrhunderts“ darstellen (Schade 1998: 49). Der Ausgangspunkt der Kritik bezieht sich demnach stets auf den historischen Kontext.

Die hier genannten Strategien sind somit nur im Kontext zu interpretieren und beziehen sich auf vergangene künstlerische Vorgehensweisen, die im Rahmen des akademischen Kunstbereiches wirkten. Es ist zu beachten, dass es sich jeweils um bewusste Inszenierungen im Sinne der festgehaltenen fotografischen Performance handelte. Hierbei ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass diese auch einen erhöhten Wirkungseffekt besitzen und der subversive Gestus in der Rezeption erkannt wird. Ebenso besitzen die (Rahmen-)Bedingungen bzw. der Kontext der Performance enorme Wichtigkeit. So stellte beispielsweise Austin fest, dass man den Erfolg eines performativen Sprechaktes nicht vorhersagen kann (vgl. Leibetseder 2010: 313, 75). Dabei fanden die fotografischen Auseinandersetzungen mit Geschlechterinszenierungen in der ersten und zweiten Welle des Feminismus zunehmend im akademischen Kontext statt. Die Künstlerinnen haben demnach meist ein künstlerisches Studium abgeschlossen. Die Bedeutung ihrer Werke entstand somit ebenso durch den vorbestimmten Bedeutungskontext einer Wichtig- und Tiefgründigkeit innerhalb der akademischen künstlerischen Szene. Die entstandenen Werke, die meist auch innerhalb des akademischen künstlerischen Rahmens ausgestellt wurden, sind infolgedessen alle schon „bedeutungschwanger“ bzw. präventiv durch ihre Kontextualisierung. Insofern wird man bei aller Faszination bezüglich der Innovation der Körperdarstellungen ebenso stets bei der Interpretation der Werke dazu verleitet, eine gewisse Kritik im Sinne der Widerständigkeit herauslesen zu müssen. Zugleich fällt innerhalb der hier dargestellten Auswahl der Werke auf, dass es sich bei den Künstlerinnen fast ausschließlich um weiße Frauen mit normierten Körpern handelt. Ein intersektionaler Blick auf Weiblichkeit sowie eine dargestellte Diversität an Körperformen wird somit innerhalb der Feministischen Avantgarde nicht bzw. selten thematisiert. Damit wird auch der Eindruck einer Exklusivität der Künstlerinnen vermittelt, die sich durch die Verbreitung der Werke innerhalb des Bereichs der Hochkultur verstärkt.

Auch wenn die Bildinszenierungen zweifelsohne als subversiv gelesen werden können, ist es dennoch bedeutend, dass die Bilder schon ihre Zuordnung und somit auch eine gewisse Lesart und Rezeption bekamen. Es ist zentral, dass die Werke der Feministischen Avantgarde schon ihre Benennung als subversiv erhielten. Dies geschah einmal durch den Bezug zur Kunst im Allgemeinen, aber auch durch Gabriele Schor, die eine renommierte Kunstkritikerin und Kuratorin ist und deren Einschätzung der Werke als legitimiert gilt. Die Bedeutungskraft, die den Werken insbesondere retrospektiv zugesprochen wurde, ist als Ausgangspunkt, als Grundlage der fotografischen dekonstruktivistischen Subversion zu werten.

5. Subversion im Postfeminismus

In dem vorangestellten Kapitel ging es um die Klärung der Vorbedingungen der feministischen Kunst. Hierzu wurde ein kurzer historischer Überblick über die Forderungen der ersten und zweiten Welle des Feminismus gegeben. Durch Analyse und Kategorisierungen der Werke der Feministischen Avantgarde konnten zwar die Intentionen der zweiten Welle auf die Werke übertragen werden, diese fielen jedoch thematisch als auch bildnerisch umfassender, provokanter und radikaler aus. Thematisch und bildnerisch ging es um das Anprangern von vielseitigen Unterdrückungsmechanismen, die insbesondere innerhalb der Bildstrategie der Provokation Ausdruck fanden. Einen regelrechten Wendepunkt stellt dabei der Postfeminismus dar, der auch als dritte Welle des Feminismus bezeichnet wird. Der Postfeminismus kann als Wiederbelebung des Male Gaze gesehen werden, der jedoch als Selbsttechnologie im Sinne der Selbstbestimmung, Emanzipation und des Empowerments wirkungsmächtig ist. Der Feminismus wird hierbei obsolet, weil alle Ziele des Feminismus erreicht wurden. So wird im Folgenden McRobbies Theorie der „postfeministischen Maskerade“ vorgestellt und somit die Machttechnologie der Gouvernamentalität, aber auch die des unternehmerischen Selbst auf den Feminismus übertragen. Ergänzend wird der „Girlfriend Gaze“ beleuchtet, welcher durch die Herstellung einer Pseudo-Solidarität von Freundinnen ein panoptisches Regularium bildet und hierbei insbesondere in Medienformaten vorkommt. Der Girlfriend Gaze zeigt eine Verschiebung des Male Gaze auf und thematisiert damit die Herstellung eines Wir-Gefühls und einer Solidarität von Frauen im Sinne des unternehmerischen Selbst. Mit dem Slogan der „Grrrl Power“ wird die Riot Grrrl-Bewegung vorgestellt, die als Gegenentwurf zum Postfeminismus und dem Girlfriend Gaze gesehen werden kann. Es geht dabei schwerpunktmäßig nicht ausdrücklich um bildnerische Subversionstechniken, sondern darum, die Subversion als Leitintention einer Bewegung vorzustellen. Dadurch wird der Überblick der subversiven Techniken in der Feministischen Avantgarde mit der feministischen (Musik-) Bewegung erweitert. Hierbei bildet die Feministische Avantgarde den Ausgangspunkt für die Betrachtung der subversiven Elemente. Die Herstellung von neuen Identifikationsentwürfen wird anschließend im Cyberfeminismus in radikalerer Form aufgenommen und diskutiert. Hier wird der Cyberspace als wortwörtliche Neukonfiguration der Geschlechter gesehen und die Potenziale digitaler Subversion beleuchtet. Dies dient als Grundlage für die Analyse von subversiven Körpertechniken in der Social Media.

5.1 Postfeministische Maskerade

Der Begriff des „Postfeminismus“ besitzt in seiner Definition eine sehr vielfältige Auslegung (vgl. Gill 2018). So wird im Folgenden der Postfeminismus als Gegenbegriff zu der akademischen dekonstruktivistischen Perspektive genutzt. Mit dem Präfix „post“ wird der Zustand eines schon abgeschlossenen, sich gewandelten Feminismus beschrieben. Demnach wird der Postfeminismus auch häufig mit der Dekonstruktion der Geschlechter und mit der Theorie Judith Butlers verknüpft. Hierbei wird interpretiert, dass der Postfeminismus keine

Geschlechter, sondern die Subjektivierung, die Wahlidentität betone und dies somit das Resultat keiner Gleichberechtigung, sondern der Auflösung von Geschlechtern sei (vgl. Gill 2018). Der hier verwendete Begriff des Postfeminismus ist jedoch angelehnt an das Werk „Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes“ (2016) von Angela McRobbie. Hier impliziert der Begriff „post“, dass der Feminismus der zweiten Welle schon alles erreicht habe, wodurch er insgesamt obsolet wurde. Die zweite Welle des Feminismus, die insbesondere politische Forderungen inkludierte, entsprach nicht mehr der Lebensrealität von jungen Frauen. Der Ausgangspunkt war somit der Erfolg der zweiten Welle und auch eine (in gewissem Maße daraus resultierende) Veränderung auf dem Arbeitsmarkt.

Die gestiegene Erwerbstätigkeit von Frauen wurde zum Postulat der Gleichberechtigung und stellte den Kern des Postfeminismus dar (vgl. Hark, Villa 2016: VII). Es war zwar durchaus so, dass in vielen Ländern der Welt schon immer auch Frauen gearbeitet haben. Der Postfeminismus richtete sich jedoch auf eine Identifikation mit dem Beruf, die Freiheit und Individualisierung umfasste. Der Postfeminismus fokussierte dabei junge, weiße, cis-gender Frauen aus dem Norden und ist als eine Art Gegenbewegung des Feminismus aus den 70er- und 80er-Jahren zu verstehen, obwohl er sich auf ebenso diesen beruft (vgl. McRobbie 2016: 6). Mädchen und junge Frauen wurden „von der Regierung als neue Hoffnungsträger betrachtet“ (Volkman 2011: 73). Durch die Inklusion von Frauen in den Arbeitsmarkt wurden Frauen finanziell autonomer, was sich auch auf Partnerschaften, Sexualität, Freizeit und Beziehungen auswirkte. Dies führte zu einer sogenannten „popfeministischen Gelassenheit“, denn Frauen fühlten sich selbstbestimmter und nicht mehr als Opfer des Patriarchats (Volkman 2011: 457). Die Lebensentwürfe von Frauen wurden fluider, was sich beispielsweise auch im Konsum zeigte, der in zunehmendem Maße individualisiert wurde. In diesem Sinne wurden Frauen mehr Freiheiten zugestanden, wodurch sich die Situation ergeben hat, dass die „alten Feministinnen“ als nicht mehr zeitgemäß empfunden wurden. Ihre einstigen Forderungen galten als irrelevant und einschränkend. So wurde auch die Stereotypisierung von Frauen nicht mehr als antifeministisch betrachtet. Die weiße Hochzeit wurde damit beispielsweise zu einer postfeministischen Entscheidung (vgl. Gill 2015: 555). Die Rückeroberung weiblicher Stereotypisierung führte dabei schon in den 80er-Jahren zu einer Auflösung des Dualismus „feministisch vs. feminin“ (vgl. Volkman 2011: 88).

Insofern bezog sich der Postfeminismus zwar auf den damaligen Feminismus, modifizierte ihn aber entscheidend und propagierte hierzu die Ansicht, dass der Feminismus seine Aufgabe erfüllt habe und die Gleichberechtigung erreicht sei (vgl. McRobbie 2016: 16). Frauenbewegungen wurden innerhalb dieser Argumentation nichtig (vgl. Hark, Villa 2016: VII). Gerade hier wird fälschlicherweise die Verbindungsebene zur Dekonstruktion der Geschlechter und somit eine Verknüpfung mit der Theorie Judith Butlers hergestellt. Der Postfeminismus individualisierte und betonte dabei die Freiheit und dementsprechend auch die Wahlidentität. Dabei führt McRobbie eindrücklich aus, dass es gerade zum Gegenteil gekommen sei. Wie in Bröcklings „unternehmerischem Selbst“ wurde das Empowerment im

Postfeminismus zum entscheidenden individualisierenden Mechanismus und fungierte dabei als eine Art „Feminismus-Surrogat“ (vgl. Hark, Villa 2016: VII). Wie Foucault anhand der Gouvernementalität beschrieben hat, führt das Mehr an Freiheiten zu einer Betonung der Selbstbestimmung und Eigenverantwortung. Wenn Frauen folglich systemisch scheitern, ist es ihre Schuld, und es fehlt an existenziellen neoliberalen Eigenschaften (vgl. McRobbie 2016: 26). Innerhalb dieser Argumentation wird demnach auch die sexistische Diskriminierung negiert. Der Choice-Feminismus, der vor allem in der gegenwärtigen Feminismusdebatte zirkuliert, inkludiert somit die Ansätze des hier genannten Postfeminismus. So heißt es im Choice-Feminismus genauer, dass jede individuelle Entscheidung eine feministische ist, sobald diese selbstbestimmt getroffen wurde (vgl. Damavandi 2016). Demnach wird der Choice-Feminismus ein Allrounder. Im Postfeminismus „müssen“ Frauen nichts mehr, es ist ihnen (vorgeblich) freigestellt, bestimmte Dinge zu machen oder auch nicht zu machen. Dies setzt eine privilegierte und gleichwertige Lage von Frauen voraus und basiert auf der Annahme einer freiheitlich organisierten Gesellschaft. Doch gerade hier greift der „ideologische Twist“, den Foucault als Selbsttechnologie betitelt, indem das Verhalten, welches vom Subjekt erwartet wird, nicht mehr anhand des Zwangs im Sinne der Überwachung und Bestrafung innerhalb einer Disziplinargesellschaft vollzogen wird, sondern dies aus freien Stücken befolgt wird (Gill 2015: 549).

Medien spielten bei der Herstellung des Selbstverständnisses des Postfeminismus eine zentrale Rolle. Mit dem Begriff des „Backlash“, der durch das Buch „Backlash: The Undeclared War against American Woman“ 1991 von Susan Faludi geprägt worden ist, untersuchte Faludi in den 80er-Jahren die Situation von Frauen in den USA und stellte hierbei fest, dass der Feminismus vor allem medial als die Ursache für gesellschaftliche Probleme deklariert worden sei. Der Druck auf Frauen sei gestiegen, selbstbestimmt und autonom zu sein. Das postfeministische Credo, alles erreichen zu können, wenn man es nur will, erhöhe somit Versagensängste und gleichfalls die Stigmatisierung als Versagerin, weil man sich nicht genug angestrengt habe. Hierbei wurde unter anderem auch eine medizinische Perspektive vorgenommen, nach der bei Frauen vermehrt stressbedingte Krankheiten diagnostiziert und öffentlich diskutiert worden sind. Gerade Karrierefrauen seien überfordert und könnten dem Druck nicht standhalten (vgl. Volkmann 2011: 236). Medien propagierten die Botschaft, dass Frauen zwar dächten, dass sie durch den Feminismus viel erreicht hätten, dies jedoch viele Schattenseiten mit sich gebracht habe. Insofern sind Frauen Sklavinnen ihrer neuen Freiheiten geworden (vgl. Volkmann 2011: 236 f.). Faludi dementierte dies anhand der gerade nicht vollwertigen Gleichstellung, die mit einer erhöhten Belastung durch Haus- und Familienarbeit sowie geringere Löhne für Frauen einherginge (vgl. Volkmann 2011: 237). Das Ziel des Backlashes sei es, Frauen wieder in ihre traditionellen Rollen zurückzudrängen, indem aufgezeigt werden solle, dass es ihnen durch die Gleichstellung nicht besser ginge (vgl. Volkmann 2011: 240).

In den 90ern spielten Medien wiederum eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Wissen bzw. Bildern, die das Empowerment-Modell veranschaulichten, welches jedoch das gleiche

Ziel wie im Backlash anvisierte (vgl. Hark, Villa 2016: XI, VII). Der medial vermittelte Feminismus wurde somit nach einem Top-down-Prinzip reproduziert (vgl. McRobbie 2016: 2), indem „eine höchst konservative Form weiblicher Selbstermächtigung“ propagiert wurde, „die es jungen Mädchen ermöglichen soll, von gesellschaftlichen Veränderungen zu profitieren, das Recht auf Arbeit wahrzunehmen und neue, insbesondere sexuelle Freiheiten zu genießen“ (McRobbie 2016: 37). Es wurde dabei suggeriert, dass sich junge Frauen freuen könnten, in einer so freien und offenen Gesellschaft zu leben. Sie hätten es dementsprechend nicht mehr nötig, ihr Frau-Sein wie im „traditionellen Feminismus“ zu verbergen, sondern hätten nun die Möglichkeit, die weiblichen Vorzüge offensiv zu zeigen (vgl. McRobbie 2016: 29). In diesem Sinne könnten junge Frauen „unter der Bedingung in Erscheinung treten, dass Feminismus von der Bildfläche verschwindet“ (McRobbie 2016: 77). Der Postfeminismus ließ jedoch nur Frauen in Erscheinung treten, die unabhängige, selbstbewusste und erfolgreiche Subjekte bzw. Objekte der männlichen Begierde darstellten. Dies implizierte „einen aggressiven Individualismus, einen hedonistischen weiblichen Phallizismus auf dem Gebiet der Sexualität“ sowie eine „obsessive Beschäftigung mit der Konsumkultur“ (McRobbie 2016: 6f.). Durch die Kommerzialisierung der Sexualität sollte die Sexualität zur Schau gestellt werden. Hier wurde das Bild einer „tabubrechenden phallischen Frau“ erzeugt, welches dazu ermutigen sollte, männliches Sexualverhalten anzunehmen (McRobbie 2016: 113). Dabei sollten sich Frauen ihrer Rolle als Objekt der männlichen Begierde bewusst werden; sie sollten sich selbst in dieser Rolle reflektieren (vgl. McRobbie 2016: 114, 132). Es wurde demzufolge versucht, ein „neues Regime sexueller Bedeutungen“ zu etablieren, welches sich „auf weibliche Zustimmung, Gleichheit, Teilhabe und Lusterfüllung stützt, daher aber unpolitisch ist“ (McRobbie 2016: 25). Insofern ist man Objekt der männlichen Begierde, weil man es selbst will. Gleichsam ist man offensiv sexuell wie die Frauen bei „Sex in the City“, weil man das als moderne erfolgreiche Frau machen soll. Das Recht dazu hat man laut McRobbie jedoch nur solange, bis man sich fortpflanzt (vgl. McRobbie 2016: 115).

Im Vordergrund steht dabei stets die „Pflege des sexuellen Marktwerts“ (McRobbie 2016: 39). Der Postfeminismus erlaubte es Frauen, sich wieder um sich selbst zu kümmern und der „weiblichen Konsumkultur“ und dem Spaß an der Pflege des Äußeren nachzugehen. Da hierbei eine Unabhängigkeit gegenüber Männern postuliert wurde, wurde die Heterosexualität symbolisch gesichert (vgl. McRobbie 2016: 36, 86). Die Mode- und Schönheitsindustrie wurden somit „Institutionen der Autorität und der Beurteilung“ (McRobbie 2016: 85). Der Imperativ, sich selbst anzuerkennen, löste Frauen dabei theoretisch von der Anerkennung von Männern. Praktisch aber basiert die Anerkennung auf den Vorgaben der Mode- und Schönheitsindustrie, an die sich auch die männliche Anerkennung anschließen lässt (vgl. McRobbie 2016: 90, 93). Die Mode- und Schönheitsindustrie erzeugten paradoxerweise eine Unzufriedenheit von Frauen mit ihrem Äußeren, kreierte aber dennoch Spaß und Lust daran, das Äußere gemäß den Schönheitsvorgaben zu „bearbeiten“, denn die Arbeit an sich versprach dabei den jungen Frauen eine erhöhte Sichtbarkeit (vgl. McRobbie 2016: 75, 85f.). McRobbie spricht in diesem

Zusammenhang von der „postfeministischen Maskerade“: „Die Maskerade erkennt den fiktiven Status des Weiblichen offen an, feierte ihn sogar, entwickelte aber zeitgleich neue Strategien zur Durchsetzung der Geschlechterdifferenz“ (McRobbie 2016: 88). Es fand dementsprechend eine starke symbolische Betonung auf das „echte“ Frausein statt, indem die Schönheits- und Modeindustrie festlegte, in welchem Rahmen dieses Frau-Sein umgesetzt werden sollte. Insofern verwies der Postfeminismus auf eine stetig reproduzierte Künstlichkeit, denn sie lenkte die Aufmerksamkeit auf die Konsumierbarkeit und die Performativität (vgl. McRobbie 2016: 90, 92). Demnach handelt es sich bei dem Postfeminismus auch um eine Rekuperation der Weiblichkeit, wie sie Eiblmayr anhand der feministischen künstlerischen Strategien beschrieben hat (vgl. Eiblmayr 1993: 19).

Zusammenfassend bot der Postfeminismus Frauen mehr Sichtbarkeit sowie kulturelle und ökonomische Teilhabe – insbesondere, wenn man die finanziellen Mittel dazu hatte. Dabei wurde jedoch „abverlangt, gute, »also potente« Konsumentinnen, unternehmerisch agierende Selbstoptimierinnen und wohlgefällige Subjekte der heterosexuellen Begierde – und schließlich vor allem Frauen zu sein, die den Feminismus durchaus zu schätzen wissen als Teil einer hoffnungslosen, altmodischen Vergangenheit“ (Hark, Villa 2016: IX). Der Postfeminismus markiert damit ein System, welches die Geschlechterdifferenz verstärkte und ein neues „neoliberales Geschlechterdispositiv“ entworfen hat (Hark, Villa 2016: VIII). Der Postfeminismus verlangte, den Feminismus und diesbezüglich auch die feministische Subversion zu überdenken, denn wenn keine Ungleichheit mehr existiert, so kann sich die Kritik auf nichts beziehen. Wie eingangs anhand Bröcklings Konstitution des unternehmerischen Selbst dargestellt wurde, fungiert die Subversion einzig nur noch als Herstellung eines Alleinstellungsmerkmals, womit der subversive Anspruch verloren geht und zu einem oberflächlichen Darstellungsrequisit des unternehmerischen Selbst mutiert. Subversive Gesten werden somit bedeutungslos. Die Selbsttechnologie der selbstbestimmten Selbstinszenierung zeigt sich auch in aktuellen Debatten, in denen sich weibliche Celebrities wie Kim Kardashian und Emily Ratajkowski sexualisiert darstellen und dies als Feminismus titulieren (vgl. Pickert 2017). Dabei ist es genau das, was die Machttechnologie impliziert. Legitime Körper erhalten Sichtbarkeit, indem sie sich erotisch im Sinne des Male Gaze darstellen und denken, dass dies eine Subversion gegen die Hegemonie ist, obwohl sie gerade diese affirmieren und reproduzieren. Kim Kardashian oder Emily Ratajkowki tun damit genau das, was von ihnen verlangt wird. Gleichzeitig sprechen sie innerhalb ihrer Inszenierung von einer feministischen Aktion und negieren den Feminismus dadurch gleichzeitig. Die pseudo-aufgeladene Subversion und Provokation der selbstbestimmten erotischen Selbstinszenierung zielt damit ins Nichts. Nach Hall ist jedoch auch der Postfeminismus nicht als ein geschlossenes, repressives System zu verstehen, sondern zeichnet sich als dynamisches Feld aus. Der Postfeminismus stellt somit das Ergebnis sowie den Ausgangspunkt neuer feministischer Auseinandersetzungen dar.

5.2 Neoliberale Solidarität – der „Girlfriend Gaze“

Winch erweitert mit dem Begriff der „Girlfriend Culture“ McRobbies Überlegungen zur „postfeministischen Maskerade“. McRobbie wies dabei darauf hin, dass es zu einer Verschiebung der Anerkennungsmechanismen gekommen sei, die sich vom Patriarchat gelöst hätten und sich nun in Vorgaben der Mode- und Schönheitsindustrie verlagert hätten (vgl. McRobbie 2016: 90, 93). Winch verneint dabei nicht die Verlagerung der Anerkennungsmechanismen, erweitert jedoch die Mechanismen der Regulation und Steuerung durch den sogenannten „Girlfriend Gaze“. Freundinnen werden somit gegenseitig zum entscheidenden Instrument der Überprüfung, Bewertung und Begutachtung sowie zur Herstellung des unternehmerischen Selbst. Winch nimmt dabei insbesondere Bezug auf Bröcklings Empowerment-Theorie und macht diese zum Ausgangspunkt der Girlfriend Culture (vgl. Winch 2012).

Winch sieht in Anlehnung an McRobbie den Postfeminismus als medial antizipierte Ermächtigung von Frauen, die ihre Wirkungskraft entfacht, indem die Entscheidungsfreiheit auf der Grundlage der Ökonomie fußt. Die Entscheidungsfreiheit wird auf dem Markt folglich als Empowerment verkauft (vgl. Winch 2013: 2, 7). Insofern rücken das männliche Begehren, die männliche Anerkennung und Zustimmung für den Selbstwert und die soziale Positionierung der Frau in den Hintergrund. In den Vordergrund hingegen rückt die Beziehung zu Frauen, indem ein Wir-Gefühl der gegenseitigen Solidarität hervorgehoben wird (vgl. Winch 2012). Dabei beschreibt Winch eine panoptische Situation, in der Freundinnen ihresgleichen beobachten, überwachen und bewerten und sich somit selbst regulieren. Gerade das Beobachten des Körpers wird hierbei zu einem zentralen Element des Girlfriend Gaze. Die Verschiebung des Male Gaze hat folglich zu einer homosozialen Kontrolle innerhalb der Girlfriend Culture geführt. Die panoptische Überwachung greift dabei nicht in das reale zwischenmenschliche Beziehungsgeflecht, sondern wird in der Girlfriend Culture als Solidarität zwischen Freundinnen und Frauen vermarktet (vgl. Winch 2013: 5). Als Imperativ gilt dabei das von Winch in Bezug auf Bourdieu genannte erotische Kapital. Winch spricht dabei von

„[...] girlfriends who have harnessed their sexuality for empowerment within a normative paradigm are celebrated. However, a girlfriend must know how to correctly regulate her libido in a postfeminist market, and this regulation is The Girlfriend Gaze partly enacted through monitoring the consumption of food.“ (Winch 2013: 12f.)

Demzufolge geht es bei dem erotischen Kapital nicht um die Sexualisierung des Körpers, sondern eher um eine Regulation, wann, wo und unter welchen Umständen der Körper wie gezeigt werden darf. Als zentrales Element dient dabei die Ernährung bzw. das Essen. Winch beschreibt hierbei auch die Herstellung der Angst vor dem „Fett-Sein“ als zentralen Ausgangspunkt der Überwachung (vgl. Winch 2013: 5). Als Beispiel nennt sie unter anderem Diät-Apps, Netzwerke zum gemeinsamen Abnehmen, aber ebenfalls die generelle

permanente mediale Thematisierung des Körpergewichts von Frauen. Durch die Herstellung eines freundschaftlichen, solidarischen Wir-Gefühls versuchen die Medien dabei, die Konsumentinnen bezüglich ihres Körperbildes zu regulieren, indem sie innerhalb der Körperbilder „feelings of shame and humiliation“ erzeugen (Winch 2013: 10). Der Girlfriend Gaze lässt sich folglich verstehen als eine von Medien hergestellte und reproduzierte Verschiebung des Male Gaze. Vergnügen und Spaß in der Girlfriend Culture gehen somit einher mit Überwachung und „Grausamkeiten“ hinsichtlich der Beurteilung von Frauenkörpern (vgl. Winch 2013: 9).

Im Hinblick auf die Arbeiten von Paula-Irene Villa umfasst das Frau-Sein eine Selbstarbeit, die im Zuge des Neoliberalismus Spaß machen muss. Es gilt, viel Arbeit in das Aussehen, den Körper und die Persönlichkeit zu investieren, hierbei der neoliberalen Idealisierung näher zu kommen und dabei stets seine Employability zu erhöhen. Das Streben nach Erfolg und Attraktivität ist der Imperativ, wobei die Gesundheit mit Glück gleichgesetzt und Gesundheit wiederum mit der Arbeit an sich einhergeht (vgl. Winch 2012). Eine erfolgreiche Frau zu sein, erfordert somit, die Wissenskomplexe zu verstehen, wie man sich optimieren kann und wie man sich als Frau in welcher Situation zu geben hat. Es scheint alles eine Frage des Wissens zu sein, wenn man erfolgreich sein will. Hinter dem guten Aussehen stecken somit beispielsweise die Make-up-Tricks oder die Low Carb-Diät. Dies fällt demnach mit der von Foucault beschriebenen „scientia sexualis“ zusammen, in der versucht wird, der Sexualität das Geheimnis zu entlocken. Die Sexualität verknüpft sich mit weiteren Diskursen und versexualisiert diese damit. Das erfolgreiche Frau-Sein ist infolgedessen an ein Geheimnis gebunden, welches es zu entlocken gilt. Freundinnen können mit ihrem Wissen weiterhelfen, Tipps geben und bei Entscheidungen unterstützen. Dabei fordert der Prozess des Frau-Seins eine permanente Aufrechterhaltung der Körperarbeit im Sinne der von Deleuze beschriebenen Kontrollgesellschaft: „Successful women are in the constant process of »becoming«, which is characterized as »more desirable than being«“ (Jones nach Winch 2013: 3). Und gerade dies ist laut Villa die Pointe, da

„der ideale Norm(al)körper niemals wirklich »gehabt« werden kann, ebenso wenig wie eine Subjektposition wirklich sicher und endgültig von Individuen eingenommen werden kann. Umso wichtiger ist es deshalb, dass der willentliche Prozess der Normalisierung sichtbar verkörpert wird. Die Arbeit am Körper-Ich, der Wille zur perfekten Normalisierung, das ist der Maßstab für den »richtigen« Körper.“ (Villa 2008: 265)

Villa sprach diesbezüglich schon vor McRobbie von einer neu entstandenen Geschlechterdifferenz mit dem Unterschied, dass Villa hierbei betonte, es ginge nicht mehr darum, das Geschlecht in seiner „Natürlichkeit“ darzustellen, sondern gerade die Arbeit an der Herstellung des Geschlechts zu verkörpern (vgl. Villa 2008: 248). Die Arbeit am Selbst wird dabei nicht nur entscheidend für die Verkörperung des Geschlechts, sondern auch für die Konstituierung des unternehmerischen Selbst. Dabei wird Selbstbestimmung zunehmend mit Selbstoptimierung gleichgesetzt (vgl. Mayer, Thompson 2013: 8; Gamm 2013: 48). Das

Selbst wird innerhalb dieser Verbindungsebene zu einem zukünftigen Subjekt. Es geht nicht mehr darum, was man ist, sondern was man aus sich machen kann (vgl. Gamm 2013: 41).

Der Girlfried Gaze wird dabei mit Gefühlen des Neids, des Status und der Identifikation verknüpft, die wiederum in der Girlfriend Culture als Ermutigung dienen, sich anzupassen, um zu sein, wie die begehrten Frauen mit hohem erotischem Kapital. Demnach muss man sich dem Prozess des Vergleichs und der Beurteilung unterziehen, um seinen Marktwert zu verifizieren. Innerhalb der Girlfriend Culture entsteht ein komplexes Spiel mit Gefühlen aus Liebe, Hass, Bewunderung, Eifersucht etc. (vgl. Winch 2013: 26f.). Winch sieht auch einen Wandel im Starkult. So wurden aus den früher unnahbaren Prominenten die nahbaren Freundinnen, die Ratschläge und Kaufempfehlungen geben (vgl. Winch 2013: 27). Die Erzeugung des Wir-Gefühls dient dabei lediglich dazu, eine oberflächliche Solidarität herzustellen, doch letztlich geht es dabei darum, die Praktiken der Normativität zu verfolgen. Die Mode- und Schönheitsindustrie profitiert dabei von der Erzeugung eines Körperhasses von Frauen. Für jedes Problem gibt es das passende Produkt, mit dem sich das Problem beheben lässt (vgl. Winch 2012). Die Girlfriend Culture erzeugt Unsicherheiten und die Unfähigkeit, selbst Entscheidungen zu treffen. Man benötigt hierzu stets Abwägungen, Auseinandersetzung mit Erfahrungswerten bzw. die Beratung und Einschätzung der Freundinnen. Unzählige Medienformate bestehen aus dem panoptischen Blick auf Frauen und wirken dabei als Signal- und Kontrollebenen, die durch die Nutzung von Rankings und Barometern als Instanzen der Regulierung fungieren (vgl. Link 1997: 353). Hierbei wird das Aussehen von Frauen gewertet und positioniert, beispielsweise durch das Ranking „der schönsten und hässlichsten red carpet Outfits“ oder „welcher Promi am meisten abgenommen hat“. Bröckling hat innerhalb seiner Empowerment-Theorie beschrieben, dass Medienformate Frauen oftmals anhand ihrer weiblichen Identität aufrufen (vgl. Bröckling 2002: 184). Es wird folglich eine Solidarität und ein Wir-Gefühl von Frauen erzeugt und somit auch die Autorität der Existenz des Empowerments für Frauen legitimiert (vgl. Bröckling 2002: 185, 190). Frauen helfen Frauen zur Normierung des Selbst.

Winch zeigte mit der Girlfriend Culture eine Instrumentalisierung der Solidarität von Frauen, spezifischer von Mädchen und jungen Frauen auf. Die Benennung als „girl“ und „Mädchen“ spricht demnach Frauen Seriosität und Ernsthaftigkeit ab und stellt damit einen Bruch zu den „alten“ traditionellen Feministinnen her. Außerdem fungiert die Benennung ebenso als Ausschließungsmechanismus. Das erotische Kapital wird schließlich nur jungen, weißen, schlanken, „schönen“ und heterosexuellen Frauen zugesprochen. Alles, was außerhalb des gesetzten Rahmens fällt, tritt entweder nicht in Erscheinung oder innerhalb negativer Konnotationen auf (vgl. Gill 2003: 103). Gill zieht dementsprechend Bilanz:

„Finally, I would argue that what this shift entails is a move from an external male judging gaze to a self-policing narcissistic gaze. I would argue that it represents a higher or deeper form of exploitation than objectification—one in which the objectifying male gaze is internalised to form a new disciplinary regime [...]. This representational practice offers

women the promise of power by becoming an object of desire. It endows women with the status of active subjecthood so that they can then »choose« to become sex objects because this suits their »liberated« interests. In this way, sexual objectification can be presented not as something done to women by some men, but as the freely chosen wish of active, confident, assertive female subjects. One of the most disturbing aspects of this profound shift is that it makes critique much more difficult.“ (Gill 2003: 104)

5.3 Riot Grrrls

Im nachfolgenden Abschnitt wird die „Grrrl Power“ und das daraus resultierende Empowerment innerhalb der Riot Grrrl-Bewegung beleuchtet. Die Riot Grrrl-Bewegung wird betitelt als eine „feministische Jugendsubkultur“, die in den USA Anfang der 90er-Jahre als ein Protest gegen die männlich dominierte Punkrockszene entstanden ist (vgl. Kailer 1999: 54). Die Bewegung ging jedoch weit über die Aneignung des Punkrocks hinaus. Es formierten sich hierbei Frauengruppen, die einen feministischen Bezug und demnach klare politische Positionen artikulierten. Insofern nahmen die Riot Grrrls nicht nur männlich konnotierte Räume innerhalb der Musikszene ein, sondern waren ebenso als eine Gegenreaktion auf den eingangs beschriebenen Postfeminismus und als eine bildnerische Zitation der Feministischen Avantgarde zu verstehen. Gleichzeitig reiht sich die Riot Grrrl-Bewegung in den Postfeminismus ein, der im Hinblick auf Judith Butlers Theorie thematisiert wurde. So geht es um die Infragestellung der Geschlechterteilung und Identitätskonzepte. Der Begriff Riot Grrrl ist dabei exemplarisch für die subversiven Vorgehensweisen der Bewegung. Die Schreibweise Grrrl steht dabei buchstäblich für ein Knurren, welches der Konnotation des Girls eine aktive Widerständigkeit zuspricht und einen Kontrast zur harmlos und naiv geltenden Bezeichnung von „Girls“ steht. Gleichzeitig impliziert das Grrrl-Sein einen Gegensatz zu dem erwachsenen, angepassten, heterosexuellen Frau-Sein und erlaubt somit eine metaphorische Bezugnahme der kindheitlichen Privilegien in feministische Strategien (vgl. Bierbaum 1999: 44).

Marvis Bayton sah alleine dadurch, dass die Riot Grrrls-Musikgruppen selbst ihre Instrumente spielten, ihre Songs selbst schrieben und produzierten und sich zudem bewusst von Majorlabels distanzieren, eine zu dieser Zeit erhebliche Subversion gegen die Musikindustrie, in der Frauen zumeist fremdbestimmt auftraten und die Musiklabels vornehmlich von Männern geführt wurden (vgl. Kailer 1999: 58). 1991 wurde in dem „BIKINI KILL ZINE #2“ das „Riot Grrrl Manifesto“ veröffentlicht, in dem die Leadsängerin Kathleen Hanna der Band „Bikini Kill“ die Ziele und Forderungen der Bewegung darlegte. Das Riot Grrrl Manifesto beinhaltet im Allgemeinen eine Kritik an gesellschaftlichen – insbesondere den geschlechterspezifischen – Herrschaftsverhältnissen, an die der Aktionismus der Bewegung knüpft. Dies zeigte sich beispielsweise durch die Forderungen, sich nicht mit Männern zu vergleichen und männliche Perspektiven zu hinterfragen. Es sollte Mut gemacht werden, sich gegen Unterdrückungen jeglicher Form zur Wehr zu setzen. Eine genaue Definition der Riot

Grrrl-Bewegung bot das Manifest dabei nicht. Die Bewegung sollte als ein offener feministischer Aktionismus verstanden werden. Die Medien haben jedoch dafür gesorgt, dass der Bewegung ein bestimmter Style, bestimmte Persönlichkeitseigenschaften und ein spezifischer Aktionismus zugesprochen wurde (vgl. Bierbaum 1999: 47). Diametral dazu hieß es im Manifest:

„BECAUSE we know that life is much more than physical survival and are patently aware that the punk rock »you can do anything« idea is crucial to the coming angry grrrl rock revolution which seeks to save the psychic and cultural lives of girls and women everywhere, according to their own terms, not ours.“ (Riot Grrrl Manifesto 1991, zitiert in Baldauf 2015: 67)

Insofern steht die Riot Grrrl-Bewegung „nicht für eine neue feministische Identität oder Subjektposition, auch nicht für eine fest einzugrenzende, in sich geschlossene Gruppe, sondern kennzeichnet vielmehr eine »Idee« oder die Zugehörigkeit zu einem Netzwerk oder einer »Szene«, die gerade nicht auf einer festen Struktur basiert“ (Kailer 1999: 55). Die Bewegung lässt sich somit im Sinne Butlers als Aufbrechen der weiblichen Identitätsbestimmung in Verbindung mit dem Aufbrechen der heterosexuellen Matrix verstehen (vgl. Kailer 1999: 58, 63).

Mit der Zeit hat sich dabei die Bewegung auch in anderen Musikstilen etabliert. Im Mittelpunkt standen dabei weiterhin die politischen Forderungen in den Songtexten, die vor allem durch selbstironische Wortspiele und Umcodierungen im Sinne Butlers geprägt worden sind (vgl. Kailer 1999: 57, 60). Ein Vorgehen, welches als eine Zitation der Strategie der Feministischen Avantgarde zu lesen ist, ist das Beschriften des Körpers mit Begriffen wie „virgin“, „slut“ und „bitch“. Hierbei wird auf den männlichen Blick verwiesen, und dieser wird denunziert. Gerade mit Bezug auf Butlers Theorie wird hier aufgezeigt, wie Worte zu Verkörperungen und identitätsstiftend werden (vgl. Kailer 1999: 59). Es lassen sich zudem zahlreiche weitere subversive Gesten der feministischen-avantgardistischen Kunst als Zitate wiederfinden. Die Bildtechnik der Feministischen Avantgarde verbindet sich dabei mit dem feministischen Aktionismus in Form der Performance der Riot Grrrl-Bands. Als weiteres Vorgehen bediente sich die Riot Grrrl-Bewegung der Bricolage, die als eine taktische Subversion im Sinne De Certeaus interpretiert werden kann (vgl. Diederichsen et al. 1983: 95). So wurden Dinge zweckentfremdet und veränderten dahingehend ihre Konnotationen. Als Beispiel für die Bricolage sieht Kailer die häufig aufgemalten oder aufgeklebten Schnurrbärte bei der Bühnenperformance der Riot Grrrls (vgl. Kailer 1999: 60). Das in Abbildung 8 aufgezeigte Album Cover der Band L7, welche oftmals als Vorreiter der Riot Grrrl-Bands gesehen wird, steht dabei exemplarisch für die Stilisierung der Bewegung.



Abbildung 8: Album Cover der Band L7 (1988)

Im Allgemeinen lassen sich die Inszenierungen als ein permanentes Aufbrechen von weiblicher und männlicher Stereotypisierung beschreiben. Hierbei wurden beispielsweise hyperfeminisierte Kleidung und Accessoires genutzt und diese mit militärischen Stiefeln, Lederjacke und zerrissenen Strümpfen stilistisch gebrochen. Aber auch ohne antagonistische Stilbrechung wurde die bewusste und stilistische Verniedlichung durch die Härte der Punkrockmusik, dem einfachen und meist in vulgärem Sprachstil verfassten politischen Songtexte, dem kratzigen Schreien des Gesangsstils sowie der Bühnenperformance kontrastiert, die sich an den männlichen Punkbands orientiert. Folglich stellten die Riot Grrrls die Schönheitsnormen, die Verhaltenserwartungen sowie die Festlegung der binären Geschlechterteilung in Frage (vgl. Kailer 1999: 60). Bands wie „Lunachicks“ spielten dabei ebenso innerhalb ihres Stylings mit den Konnotationen von schön und hässlich. Dabei malten sie sich Monobrauen oder färbten ihre Zähne schwarz. Frontsängerin Theo Kogan trug ihre Haare oftmals extrem toupiert und ergänzte dies durch starkes und aufwendiges Make-up, welches Verbindungen zum Drag aufwies. Es ist zentral, dass auch schon die frühe Punkszene für das häufige Spiel mit der Übersexualisierung, beispielsweise durch die Nutzung von Accessoires aus dem SM-Bereich, bekannt geworden ist und diese Übersexualisierung dabei dekontextualisiert (vgl. Büsser 2016: 137).

Die Riot Grrrl-Bewegung setzte somit an einen existierenden stilistischen Ausgangspunkt an, welchen sie weiterentwickelte. Der Bricolage-Stil wird auch im Artwork sichtbar. Dieser bestach durch die in der Riot Grrrl-Bewegung oft genutzte DIY-Technik, indem beispielsweise Bilder oder Texte bewusst ausgeschnitten, bemalt und damit „manipuliert“ wurden und demnach einen neuen Kontext kreierten (vgl. Volkmann 2011: 263). Die Zines waren dabei zentrales Mittel des Informations- und Kommunikationsaustausches zwischen Band und Fans in einer Zeit, in der das Internet noch keine starke massenmediale Bedeutung hatte. Häufig wurden in den Zines Erfahrungen mit Diskriminierung, Sexismus, Rassismus etc. geteilt (vgl.

Wellmann 2019: 240). Der Begegnungspunkt war jedoch stets das Konzert. Die Musik blieb zentral für die Bewegung und stellte demnach trotz der inklusiven und offenen Strukturen ein Ausschlusskriterium dar. Die Bewegung und ihre intentionalen Forderungen können dennoch als Lebensgefühl betrachtet werden, bei dem Inklusion, Aktionismus und Subversion eine bedeutende Rolle spielten (vgl. Bierbaum 1999: 41). Insgesamt stehen bei der Riot Grrrl-Bewegung „Spaß, Ironie, Übertreibung und Wut im Vordergrund“. Es sollte demnach „mit dem Klischee der kämpferisch-verbissenen, humorlosen Feministin“ gebrochen werden (Kailer 1999: 64). Die zentrale Bedeutung der Riot Grrrl-Bewegung erschließt sich allerdings dadurch, dass sie aufzeigte, dass Unangepasstheit zu einer Handlungsmacht führen kann (vgl. Bierbaum 1999: 48).

5.3.1 Feministisches Empowerment

Die Riot Grrrl-Bewegung forderte vor allem dazu auf, selbst aktiv zu werden, für sich selbst zu stehen und sich nicht unterordnen zu lassen. Hierbei ist es hilfreich, noch einmal den Begriff des Empowerments sowie den Begriff der Subversion zu rekapitulieren. Wie eingangs dargestellt, bezieht sich der Begriff des Empowerments auf die eigene Selbstermächtigung sowie die daraus resultierende Motivation, selbst aktiv zu werden bzw. sein Leben selbst „in die Hand zu nehmen“. Im Zusammenhang mit dem Neoliberalismus werden gerade die Eigenschaften verlangt, die das Subjekt „empowern“. Eigenverantwortung und Eigeninitiative sind Schlüsselkompetenzen und zu neoliberalen Imperativen der modernen Subjektivierung im Hinblick auf die foucaultsche Selbsttechnologie geworden. In dem von Bröckling dargestellten kapitalistischen Kontext impliziert das Empowerment dabei eine Scheinbefreiung. Der Begriff der Subversion verweist in dem hier verwendeten Kontext auf eine kritische Hinterfragung bestehender Hegemonien. Die subversiven Vorgehensweisen können destruktiv, aber auch konstruktiv in Form der „Aneignung, Umwertung und Verschiebung“ sein. Somit kann die „Kontingenz, historische Gewordenheit und folglich auch ihre Veränderbarkeit“ aufgezeigt werden (Babka, Posselt 2016: 96). In Bezug auf feministische Subversion bedeutet dies

„[...] die Unterminierung der dominanten Geschlechterordnung durch Text und Körperpraktiken, soziale Praktiken sowie durch Strategien der affirmativen Aneignung und der Resignifikation, die die normativen Regimes und hegemonialen Codes einer Gesellschaft durchkreuzen und auf diese Weise Handlungs- und Sprechweisen in Anspruch nehmen, die bislang ausgeschlossen schienen.“ (Babka, Posselt 2016: 96)

Insofern zeigt sich hierbei auf, dass das Empowerment nicht per se subversiv ist. Das Empowerment zielt auf das Subjekt und die Aktivierung neoliberaler Eigenschaften und fokussiert nicht die Hinterfragung von gesellschaftlichen Strukturen, sondern ist vielmehr Resultat davon. Dennoch zeigt sich der Aktionismus der Riot Grrrl-Bewegung als subversiv und gleichzeitig als Aufforderung, ebenfalls aktiv zu werden. Das im Riot Grrrl Manifesto

angesprochene Empowerment ist somit als ein feministisches Empowerment zu verstehen und dient als Ermächtigung zur Subversion. Es werden diesbezüglich Kommunikations- und Informationsplattformen geschaffen, beispielsweise durch Workshops, Zines oder Festivals, indem über Unterdrückungsmechanismen aufgeklärt wird und dabei zusammen Strategien für die „Zerstörung“ des Status quo entwickelt werden sollen (vgl. Volkmann 2011: 324). Die Riot Grrrls sehen sich als bewusst anti-kapitalistische, egalitäre Bewegung, in der es um die Herstellung einer gemeinsamen Solidarität geht, die frei von Identifikation im Sinne einer Rekuperation der Weiblichkeit ist und sich folglich auch klar von dem dominierenden traditionellen Feminismus der zweiten Welle abgrenzt. Die angesprochene Solidarität innerhalb der Riot Grrrl-Bewegung steht somit in einem erheblichen Kontrast zu der von Winch beschriebenen Solidarität innerhalb der Girlfriend Culture (vgl. Riot Grrrl Manifesto in Baldauf 2015: 67) und forciert innerhalb ihrer Offenheit bezüglich der Zielsetzungen und Identitätskonzepte einen dekonstruktivistischen Ansatz. Hierbei vermischt sich die Technik der Provokation mit dem Empowerment. Tabubrechende Gesten, Verhalten und Kleidung werden stets konnotiert mit Selbstbewusstsein, Stärke und der Aufforderung, selbstbestimmt zu sein. So heißt es beispielsweise in dem Song „Double dare ya“ von Bikini Kill aus dem Album „Revolution Girl-Style Now!“ (1991):

„Hey girlfriend

I got a proposition goes something like this:

Dare ya to do what you want

Dare ya to be who you will [...]“

Somit impliziert der Begriff des „feministischen Empowerments“ eine Selbstermächtigung, die sich auf eine Verweigerung geschlechterspezifischer Imperative bzw. der Aneignung geschlechterspezifischer Konnotationen und Verhaltensspezifika bezieht. Das „Wir“ wird ein Kollektiv, aber keine Kollektividentität. Insofern kann man das feministische Empowerment als Voraussetzung der Subversion verstehen. Gleichzeitig fungiert das feministische Empowerment auch als eigene Bildtechnik, die, wie dargestellt, zumeist die Provokation mit dem Empowerment verbindet und sich dabei stets zwischen den Konnotationen des Punks und des Girllys bewegt. Die Provokation entsteht dabei durch die Aneignung von eigentlich männlich konnotierter Kleidung, Verhalten, Gesten und Mimik und stellt somit eine Besonderheit der subversiven Technik dar.

5.3.2 Girl Power

Mitte der 90er-Jahre wurde die „Grrrl Power“ zur massenkulturellen „Girl Power“ und dabei insbesondere von der Girlband „Spice Girls“ instrumentalisiert. Die Mainstreamisierung des Begriffs scheiterte nach Volkmann gerade anhand der Popularisierung, die „zu einer Entpolitisierung führe und Girl Power somit die Essenz, die sie im riot grrrl noch in Form ihrer politischen Durchschlagskraft besaß“, verlor (Volkmann 2011: 324). Die Spice Girls

übernahmen dabei nur Fragmente der Riot Grrrl-Bewegung, befreiten diese von den „ungesunden“ Konnotationen (vgl. Hecken 2009: 430) und machten die Girl Power damit „reif für den öffentlichen Konsum“ (Diederichsen et al. 1983: 115). Dabei wurden die politisch-feministischen Forderungen für einen „gut konsumierbaren Lifestyle“ reduziert, wobei es ausreichte, als Frau gut drauf zu sein und Spaß zu haben (vgl. Bierbaum 1999: 49). Girl power ist damit gleich consumer power (vgl. Volkmann 2011: 246). Die Kontrastierung der Härten und des Niedlichen, die Umcodierung sowie die Hinterfragung von hegemonialen Strukturen blieben dabei außen vor und wurden sogar reproduziert. Die Girl Power mutierte somit zu einem bedeutungsleeren Wahlspruch des Marketings und wurde zum Exempel der postfeministischen Maskerade. In diesem Sinne ist „das beste Mittel, eine Bewegung kaputt zu machen [...] sie zur Mode zu erklären“ (Hoffmann, zitiert in Klein 2004: 181). Daraus lässt sich jedoch nicht schließen, dass der subversive Gestus der Riot Grrrl-Bewegung in die Normalität übergegangen ist. Baßlers Überlegungen diesbezüglich umfassen die Argumentation, dass, wenn eine Subversion nicht mehr weitergeht, sie in einer anderen Art und Weise weitergehen muss, da sie sonst auch nicht subversiv war (vgl. Baßler 2018).

Die Riot Grrrl-Bewegung konnte auch mit der Kommerzialisierung der Girl-Culture nicht als beendet erklärt werden. Dennoch machte es die Kommerzialisierung von Riot Grrrl-Bands schwierig, die Bewegung aufrechtzuerhalten. Dabei kreierten die Medien einen Bedeutungsrahmen der Bewegung, in dem Kathleen Hanna als Galionsfigur fungierte und die Bewegung anhand optischer Stilelemente wie Haarspangen und kurzer Röcke reduziert wurde, was wiederum die Sexualisierung von Frauen und insbesondere Musikerinnen bestätigte. Dabei ist die Riot Grrrl-Bewegung gerade mehr als eine subkulturelle Codierung gewesen. Es entstanden nicht nur Bands wie die Spice Girls, sondern auch weitere subkulturelle Bands, die Fragmente der Riot Grrrls aufnahmen und sich ebenfalls gegenseitig beeinflussten. Als Beispiel ist hier das musikalische Aufkommen des Grunge mit dem dazugehörigen Kleidungsstil der „Kinderwhore“ zu nennen, deren Elemente sich in der Riot Grrrl-Bewegung als ebenso vice versa finden lassen. Bei den Abkömmlingen der Riot Grrrl-Bewegung fehlt dabei jedoch weitestgehend der politisch-feministische Bezug. Obwohl es nach wie vor Bands gibt, die sich der Riot Grrrl-Bewegung verpflichtet fühlen, haben diese stark an Relevanz verloren und sind auch nicht mehr als ein Kollektiv bzw. eine Bewegung zu verstehen. Dennoch hatte die Bewegung zentrale Wirkungseffekte, die sich vor allem anhand einer gestiegenen Anzahl von Frauen in der Musik- und der Kreativwirtschaft zeigten. Viele Musikerinnen, Autorinnen, Designerinnen und Künstlerinnen gaben an, noch gegenwärtig von den Riot Grrrls beeinflusst worden zu sein (vgl. Volkmann 2011: 79, 324; vgl. Büsser 2016: 146). Diese Beeinflussung wird im Späteren genauer anhand der vierten Welle des Feminismus beleuchtet. Obwohl sich die Riot Grrrl-Bewegung bewusst vom traditionellen Feminismus als auch dem hier beschriebenen Postfeminismus distanzierte, nahm sie dennoch die feministische Theorie in ihre Forderungen auf und kommentierte und veränderte diese nachhaltig.

5.4 Cyberfeminismus

Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit dem Cyberfeminismus, der in seiner Hochphase Anfang der 90er-Jahre etwa zur gleichen Zeit wie die Riot Grrrl-Bewegung datiert werden kann. Trotz der starken Unterschiedlichkeit beider Bewegungen hinsichtlich des Aktivismus und des genutzten Mediums lassen sich intentionale Verbindungsebenen finden. Häufig wird die Riot Grrrl-Bewegung auch als Katalysator für den Cyberfeminismus benannt, obwohl sich einige Gruppierungen der Riot Grrrl-Bewegung durchaus kritisch zu der internetbasierten Vernetzung äußerten (vgl. Feigenbaum 2007: 144f.). Es geht sowohl bei den Riot Grrrls als auch im Cyberfeminismus um eine Hinterfragung der binären Geschlechtercodierung und gesellschaftlicher Hegemonien sowie um die Herstellung neuer Räume und Kommunikationswege. Der Cyberfeminismus stellt sich jedoch innerhalb eines radikalen dekonstruktivistischen Rahmens dar, der maßgeblich von dem 1985 erschienenen Manifest „A Cyborg Manifesto“ von Donna Haraway geprägt wurde.

Haraway nutzt für ihre Überlegungen fiktionale Cyborgs, die als eine Art Mensch-Maschine Hybrid fungieren. Mit Hilfe des Cyborgs versucht Haraway, einen Denkraum für eine neue Welt zu eröffnen, die frei von dem historischen Apriori ist. Die Cyborgs verweisen auf nichts und bilden damit ihren eigenen Ursprung. Es lösen sich damit jegliche Dualisierungen in „Gut“ und „Schlecht“, Sakralisierungen, soziale und gesellschaftliche Erwartungen, Beziehungen und folglich auch das Geschlecht auf. In diesem Sinne sind Cyborgs „Geschöpfe in einer Post-Gender-Welt“ und als eine „Art zerlegtes und neu zusammengesetztes, postmodernes, kollektives und individuelles Selbst“ zu verstehen (Haraway 1985). Im Cyborg sieht Haraway die Möglichkeit, dass Feministinnen sich selbst als Cyborg codieren und somit einen neuen Feminismus entstehen lassen können, der nicht auf der Reproduktion früherer Unterdrückungsmechanismen beruht. Haraway spielt dabei auf das Problem des Feminismus an, welcher in seinen unterschiedlichen Ausrichtungen auf ebenso unterschiedliche enge Kategorisierungen verweist und sich dabei stets voneinander abgrenzt, anstatt eine Einheit zu bilden. Der Feminismus beruht somit auch immer auf historischen Signifikanten, die innerhalb der Forderungen stetig weiter reproduziert werden (vgl. Fuchs 1999). Insofern lässt sich das Gedankenspiel Haraways mit der Theorie Judith Butlers verknüpfen. Anstatt immer auf etwas zu verweisen, zeigt die Dekonstruktion des Geschlechts einen Bruch mit der Bedeutungsfixierung auf und erschafft dadurch die Möglichkeit, neue Bedeutungen bzw. neue Systeme der Signifikationen zu erschaffen. Gerade in der Hinterfragung der Festlegungen liegt das Potenzial der „Cyborg-Metapher“, die innerhalb der digitalen Technologien Möglichkeiten für Spielräume neuer Identitäten eröffnet. Es entsteht in diesem Sinne das Potenzial, dass die Sprache in Form von digitalen Codes nicht mehr auf Unterdrückungsmechanismen verweist – weder auf die geschlechterspezifischen Unterdrückungen noch auf Unterdrückungen intersektionaler Form, beispielsweise in Form von Kolonialisierungen.

Haraways Manifest ist somit ein Gegenentwurf zum Technologiedeterminismus innerhalb des Feminismus. Sie sieht in der digitalen Technisierung neue Möglichkeiten, die den Feminismus neu entfachen können. Im Feminismus entstand Anfang der 80er-Jahre eine zunehmende „Technofeindlichkeit“. Dies lag an der starken Dominanz an männlichen Entwicklern und der Annahme, dass die Technologien von Männern erfunden wurden, die die Hard- und Software mit patriarchischen Ideologien besetzten, sodass diese „ein verlängerter Arm des Mannes seien“. Folglich musste „der Feminismus daher von Grund auf technologiefeindlich“ sein (Klatt 2016: 324). Diese Annahme führte ebenfalls dazu, dass die männliche Dominanz und die Kompetenz im Bereich neuer digitaler Technologien bekräftigt wurden (vgl. Wajcman nach Elund 2015: 24). Dementsprechend bietet Haraway den Widerspruch zu dieser These und verfolgt gerade das Ziel, die digitalen Technologien als „mächtige Instrumente zur Durchsetzung von Bedeutungen“ des Feminismus zu betrachten (Haraway 1985). Die Hoffnungen einer Veränderung bzw. von Verschiebungen von Diskursen durch einen Medienwandel nahmen auch wegen der Popularität des Cyborg Manifestos Ende der 80er-Jahre zu (vgl. Reichle 2004: 27). Wobei allein durch die Möglichkeit, dass im Raum des Cyberspaces die Aussicht einer Geschlechterlosigkeit existiert, die Relevanz der Kategorie selbst in Frage gestellt wird (vgl. Turkles nach Paulitz 2002: 32f.).

Anfang der 90er-Jahre entstand somit der Cyberfeminismus bzw. die Cyberfeminismen, die auf eine neue Subjektivierung und eine neue Handlungsmacht von Frauen ausgelegt wurden. Auch in der Forschung wurde sich dabei immer häufiger mit dem Geschlecht innerhalb der neuen digitalen Vernetzung beschäftigt (vgl. Dorer 2008: 353). Der Begriff des Cyberfeminismus wurde dabei erstmals von dem australischen Künstlerinnenkollektiv „VNS Matrix“ genutzt, deren Mitglieder somit oft auch als Gründerinnen des Cyberfeminismus bezeichnet werden. In den Arbeiten von VNS Matrix wurde dementsprechend die Beziehung zwischen Frauen, Feminismus und Technologie thematisiert, woraus der Ausgangspunkt für eine Hinterfragung der Herrschaft im Cyberspace sowie eine Auflösung der Materialität avanciert wurde (vgl. Hawthorne, Klein 1999: 2). Dabei ging es nicht darum, Kunst ins Netz zu stellen, sondern netzbasierte Kunst, also Netzkunst zu erschaffen. Diese wurde im Internet, aber ebenso in Zines und Plakaten beworben und verteilt (vgl. VNS Matrix 2020). 1991 veröffentlichten VNS Matrix „The Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century“, in welchem sie sich als „modern“ und „future cunts“ bezeichneten, ihre Kunst mit ihrer „Fotze“ sehen und machen und damit anstreben, den Diskurs und die Weltordnung zu verändern. VNS Matrix sahen in der digitalen Technologie eine weibliche Technologie; so hieß es im Manifest: „The clitoris is a direct line to the matrix“ (VNS Matrix 1991). In einem vulgären, eindringlichen Sprachduktus zeigten VNS Matrix zudem das Anliegen einer Umcodierung des Schimpfwortes „cunts“ im Sinne Judith Butlers auf. Zudem sollte das Symbolische von innen herausgebrochen sowie das (digitale) Patriarchat zerstört werden. VNS Matrix arbeiten dabei mit Mashups, einer Art digitalem Collage, in der Fotografie, Video, Daten und Töne zusammengesetzt werden. Dabei wurden Körper zu Mensch-Maschinen verschmolzen, zu Zahlencodes oder zu abstrakten non-binären Wesen. Die Arbeiten von VNS Matrix umfassten Installationen, Veranstaltungen, Computer Games, interaktive Arbeiten und

Bilder (vgl. VNS Matrix 2020). Die Figur des Cyborgs trat somit zwar in der Kunst von VNS Matrix auf, aber zielte dabei dennoch auf eine neue digitale Femität und nicht auf eine Geschlechtslosigkeit. Es wurde zwar oftmals der Prozess der Entmaterialisierung dargestellt, der innerhalb der Abstraktion jedoch stets noch das Geschlecht wie ein Artefakt auftauchen ließ.

Anfang der 90er-Jahre entstanden weltweit unabhängig von VNS Matrix weitere Künstlerinnengruppierungen, die sich ebenso mit dem Feminismus und den digitalen Technologien auseinandersetzten (vgl. Hawthorne, Klein 1999: 2). Hieraus entstand ein Netzwerk von Künstlerinnen, Wissenschaftlerinnen und Aktivistinnen, die internationale Cyberkonferenzen ausrichteten (vgl. Guymer 1999: 68). Der Cyberfeminismus ist jedoch nicht als autonomes Kunstprojekt zu verstehen, sondern bezieht sich im vollständigen Sinne auf das „Netzmedium“. Demnach ist das Internet nicht nur der Ort einer feministisch-künstlerischen Auseinandersetzung geworden, sondern zeigte sich insbesondere als neues Kommunikationsmittel, welches den Austausch und die Vernetzung der User verbesserte. Es gelang, sich durch neue Kommunikationskanäle – wie beispielsweise durch Chats und Mailverteiler – weltweit auszutauschen. Dabei konnte man auch die männlich dominierten Wege der digitalen Kommunikation durch veränderte Hauptrouter und Gatekeeper umgehen und somit im feministischen Sinne eine freie Kommunikation sicherstellen (vgl. Hawthorne, Klein 1999: 14). Der Cyberfeminismus wurde im Zuge dessen eine Bewegung, in der sich Frauen vor allem durch die neuen Kommunikationswege gegenseitig in Handlungen und Diskussionen unterstützten. Dabei waren die Zielvorstellungen meist diffus und strukturell offen. Die digitale Kommunikation stellte eine Schnittstelle zwischen der Online- und Offlinewelt für die Vernetzung und Organisation von feministischen Aktionen dar (vgl. Pollock, Sutton 1999: 41, 33), wobei zusätzlich die Verschmelzung von Privatem und Öffentlichem entstand. Die digitale Kommunikation bot laut Pollock und Sutton einen zentralen demokratischen Prozess im Kampf um Gleichberechtigung (vgl. Pollock, Sutton 1999: 41). So heben Hawthorne und Klein hervor, dass bei der Netzkommunikation der Verstand („mind“) und nicht die Person im Vordergrund stehe. Mit der Anonymisierung wird eine Unvoreingenommenheit generiert, die (zunächst) alle User per definitionem „gleich macht“. Wie Haraway beschrieben hat, gehen der Ursprung und die Biografizität bei der digitalen Kommunikation demnach erst einmal verloren. Insofern reiht sich die digitale Technologie in die weitaus früher gestellte Frage um den Tod des Autors und somit um die Frage des Originals ein und erschafft hierbei einen in der Vergangenheit beschriebenen Zustand der Utopie in einem Zustand der (scheinbaren) Heterotopie (vgl. Schiesser 2007: 22f., 26f.). Und dennoch kann die Cyberfeminismus-Bewegung, die in ihrer „Hochphase“ vom Ende der 80er-Jahre bis Ende der 90er-Jahre datiert wurde, hier aber nicht per se endet, nicht als eine demokratisch „gleichmachende“ Bewegung verstanden werden. Der Cyberfeminismus war äußerst homogen aufgestellt. Allein die Voraussetzung eines Internetanschlusses ist auch heutzutage bei Weitem nicht allen Menschen zugänglich und war zunächst hauptsächlich in den Industrieländern und Städten zu finden. Nach und nach wurde zwar die Benutzeroberfläche benutzerfreundlicher, jedoch erforderte die Nutzung

erstmalig erhebliches technologisches Wissen, um sich im World Wide Web zurechtzufinden. Dies erschwerte einen demokratisch-offenen Zugang zum Cyberfeminismus, machte ihn zu einem geschlossenen System von meist schon aktiven, aufgeklärten Feministinnen und stellte somit trotz der inhaltlichen starken Differenz eine Verbindungsebene zu den homogenen Feministinnen der zweiten Welle des Feminismus dar. Trotz der intentionalen Bemühungen der Cyberfeministinnen setzte sich eine primär männliche Gestaltung und Nutzung der Cyberräume durch (vgl. Dorer 2008: 360). Dass Mädchen und Frauen nichts von (digitaler) Technik verstehen, wird dabei teilweise bis in die Gegenwart sozialisiert.

Die Entwicklung des Cyberfeminismus kann nicht unabhängig von der rasanten Entwicklung des Internets betrachtet werden, die dem Cyberfeminismus Vorteile, aber auch Nachteile brachte. Von zentraler Bedeutung war dabei die Kommerzialisierung des Mediums, welche Anfang der 90er-Jahre mehr und mehr voranschritt. Dies lag besonders an der benutzerfreundlicheren Software, die es auch weniger technikaffinen Usern ermöglichte, an den digitalen Möglichkeiten teilzuhaben (vgl. Lösch et. al. 2001: 62). Das User Interface (UI) steuert als Mensch-Maschinen-Schnittstelle die User im digitalen Raum und besitzt somit einen erheblichen Einfluss auf die Möglichkeiten der Handlungen sowie auf den Eindruck der virtuellen Realität (vgl. Elund 2015: 158). Wo die Internetkommunikation einst als eine „Kulturrevolution gegen die Leistungsgesellschaft“ galt, ist sie immer mehr Bestandteil und Nutzungselement des alltäglichen Lebens geworden, die sich nach den Gegebenheiten des Kapitalmarktes ausrichtet (Reichert 2008: 20). In diesem Sinne sind Aufbau und Funktionsweise der digitalen Technologie vermehrt den ökonomischen Bedingungen angepasst worden. Die Benutzerfreundlichkeit verschafft zwar einen offeneren Zugang zu spezifischen Softwares, jedoch geht die Reduktion des User Interfaces auch einher mit im Hintergrund ablaufenden und festgelegten Wissenstechniken, die die User unbewusst lenken und steuern. Die entscheidende Veränderung von der „one-to-many“ zur „peer-to-peer“ Kommunikation geht einher mit erheblichen Veränderungen im gesellschaftlichen, sozialen und marktwirtschaftlichen Bereich (vgl. Wiedemann 2010: 23; vgl. Reichert 2008: 8). Verkürzt ausgedrückt hat sich damit das damalige hoffnungsvoll subversive Interaktionsmedium von seinem „emanzipatorischen Kontext gelöst“ und ist laut Reichert zum Mainstream, zur Popkultur als „Versatz kommerzieller Freiheitstechnologien“ der Vernetzung geworden (Reichert 2008).

Nichtsdestotrotz hat der Cyberfeminismus zentrale Impulse der Hinterfragung des Körpers und des Raumes geliefert, die gegenwärtig noch relevant sind und auf die im Späteren noch ausführlicher eingegangen wird. Zudem sind die erschaffenen „sicheren Räume“ bzw. „feministische hackspaces“ hervorzuheben, die Schutz gegen Cyber-Mobbing und Diskriminierungen sowie Austausch, Unterstützung, Vernetzung und Organisation bieten (Toupin 2018: 35, 41; vgl. Sollfrank 2018: 12). Die Netzkunst besaß vor allem kunstwissenschaftliche Relevanz, was auch dem meist akademischen Hintergrund der Cyberfeministinnen geschuldet sein kann. Dennoch besitzt die cyberfeministische Kunst, insbesondere die Cyborg Metapher von Haraway zentralen Einfluss auf den Post- und

Transhumanismus sowie deren thematische Auseinandersetzung in der Sub- und Popkultur. Klein zieht diesbezüglich eine nüchterne Bilanz:

„CyberFeminism can be the answer to both cyborg fantasies and cybergoddess yearning. As icons they reinforce techno-patriarchy rather than displace it. [...] Disregarding the ‘high’ disembodied theories that currently plague the minds (maybe even the bodies!) of post-modern cybernerds, we have to trust that we will find the answers within our bodies – ourSelves.“ (Klein 1999: 210)

Klein sieht damit nur Wirkungskraft innerhalb der Bewegung, wenn sich diese mit dem realen Körper verbindet und in sich selbst gefunden wird. Die Argumentation von Klein grenzt sich somit von der häufig zitierten Schwachstelle der Bewegung ab, die ebenso innerhalb der Kritik an Judith Butlers Theorie aufkam und hierbei vorwarf, eine „Frau ohne Unterleib“ (vgl. Duden 1993) zu imaginieren. Weder der Cyberfeminismus noch Butler entkörpern das Subjekt. Durch den utopischen Raum der Dekonstruktion zeigten sich die Unterdrückungsmechanismen auf, die mit der Geschlechtercodierung einhergehen, wobei es galt, diese zu hinterfragen, aufzuzeigen und aufzubrechen. Die Cyberfeministinnen hinterfragten den binär-kategorisierten Körper und die zunehmenden patriarchalischen Strukturen im Cyberspace. Die Netzkunst lässt sich dabei weder als Original noch als ein abgeschlossenes Werk oder Projekt verstehen. Allein wegen der veränderten Bedingungen, Leitintentionen und Voraussetzungen des Cyberfeminismus werden der traditionelle Feminismus, die binäre Geschlechterteilung und ebenso die traditionelle akademische Kunsttradition in Frage gestellt (vgl. Kuni 2004: 42). Wenn jedoch im Postfeminismus die Subversion für obsolet erklärt wird, da davon ausgegangen wird, dass eine (scheinbare) Gleichstellung der Geschlechter stattgefunden hat und demnach die Subversion auf nichts zielen kann – wie ist somit der Cyberfeminismus zu bewerten?

Zunächst einmal muss erneut festgehalten werden, dass der Begriff Cyberfeminismus zwar aus einem Künstlerkollektiv entstanden ist, jedoch vielfältiger und demnach nicht auf die cyberfeministischen künstlerischen Arbeiten zu reduzieren ist. Betrachtet man jedoch den Cyborgbegriff, der als Ausgangspunkt der künstlerischen Arbeiten dient, so wird deutlich, dass dieser als dekonstruktivistisch par excellence zu verstehen ist. Der Cyborg soll zwar auf nichts mehr verweisen und ist in diesem Sinne somit theoretisch auch nicht subversiv. Dennoch ist der Cyborg eine Metapher, ein utopischer Gedankenraum, der demnach als wortwörtliche „subversio“, also als Umsturz bzw. Zerstörung der Hegemonie verstanden werden kann. Die Bildstrategie der Entmaterialisierung lässt sich nicht mehr innerhalb des Störfaktors und innerhalb ihres aufzeigenden Charakters lesen, sondern fungiert als De Lauretis „elsewhere“, als ein radikales Außerhalb der Diskurse. Demnach ist die cyberfeministische Bildstrategie angelegt an die Defragmentalisierung der Feministischen Avantgarde und der damit einhergehenden Frage, wann der Körper noch ein Körper ist. Ebenso werden sexualisierte Beschimpfungen, wie beispielsweise die beleidigende Bezeichnung der „cunt“, umcodiert. Zudem wird versucht, den Cyberspace als feministischen

Raum zu besetzen. Zentral dabei sind die Kommunikationsräume, die einen internationalen Austausch und eine Vernetzung ermöglichen und hierbei offen und inklusiv ausgelegt sind. Es scheint somit zunächst, dass die hier besprochenen Machttechnologien im Cyberfeminismus keine Relevanz besitzen, da das Subjekt sich hier unter eigenen selbstbestimmten Bedingungen digital konstituieren kann. Dabei stellt sich der Cyberfeminismus ebenso als Metapher für die entscheidende Rolle der Technik bei der Subjektkonstituierung und Selbstinszenierung dar. Das digitale Selbst ist an die Technik geknüpft und somit erneut spezifischen Rahmenbedingungen und Machttechnologien unterworfen. Der Cyberspace verspricht eine neue Aushandlung des Geschlechts, einen utopischen Möglichkeitsraum, um das Konzept der Identität und Materialisierung in Frage zu stellen und damit zu experimentieren. Die Frage ist, inwiefern es sich hierbei auch um einen heterotopen Raum handelt – gerade hinsichtlich der angesprochenen Entwicklung des Internets.

5.5 Zusammenfassung

Die Definition des Postfeminismus ist vielseitig und kann ganz unterschiedliche Blickwinkel implizieren. So wird beispielsweise Judith Butlers dekonstruktivistische Geschlechtertheorie zum Postfeminismus gezählt. In der vorliegenden Arbeit wird jedoch der Postfeminismus weniger als akademisch-intellektuelle, sondern eher anhand einer massenmedial-gesellschaftlichen Perspektive interpretiert. Hierzu wird McRobbies Definition des Postfeminismus genutzt, die sie als „postfeministische Maskerade“ beschreibt. McRobbie sieht den Postfeminismus als Gegenbewegung der zweiten Welle des Feminismus. Der Erfolg der zweiten Welle sowie die damit einhergehende Veränderung auf dem Arbeitsmarkt führten zu einer neuen Situation von Frauen. Durch die Ausübung von Erwerbsarbeit wurden Frauen finanziell unabhängig, was wiederum zu einer Erhöhung der Selbstbestimmung und Autonomie führte. Die (scheinbare) Gleichberechtigung auf dem Arbeitsmarkt wurde als generelle Gleichberechtigung der Geschlechter interpretiert, wodurch der Feminismus hinfällig geworden ist. In diesem Sinne wird der Postfeminismus auch als dritte Welle des Feminismus bezeichnet, weil er sich stark von der zweiten Welle abgrenzen lässt. Die früheren Forderungen des Feminismus wurden als irrelevant und einschränkend empfunden. Im Postfeminismus „müssen“ Frauen nichts mehr, es ist ihnen (vorgeblich) freigestellt, bestimmte Dinge zu machen oder auch nicht zu tun. Demnach wird die Stereotypisierung von Frauen nicht mehr als antifeministisch, sondern als eigene Entscheidung betrachtet. McRobbie fasst es dabei passend zusammen, indem sie davon ausging, dass Frauen unter den weiterhin patriarchalen Bedingungen der Rekuperation des Frau-Seins in Erscheinung treten können, weil der Feminismus von der Bildfläche verschwand.

Die Imperative des Male Gaze haben sich somit verändert. So können Frauen sich nun offensiv sexuell verhalten, da dies innerhalb der Freiheitsdiskurse ebenso für moderne,

unabhängige und insbesondere kaufkräftige und somit erfolgreiche Frauen steht. Frauen sollten sich dabei selbst als Objekt der männlichen Begierde darstellen. Der Male Gaze hat sich demnach zu einer Selbsttechnologie verlagert. Dabei stellt der Postfeminismus ein klares Ausschließungssystem dar, in dem nur Frauen Sichtbarkeit und die hier erwähnten freiheitlichen Möglichkeiten besitzen, die jung, weiß und cis-gender sind und aus westlichen Zivilisationen kommen. Innerhalb der Machttechnologie der Gouvernamentalität fühlt sich das postfeministische Subjekt ermächtigt und innerhalb der marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen individualisiert. Von zentraler Bedeutung ist dabei die Pflege des sexuellen Marktwerts. Dabei deutet McRobbie eine Verschiebung innerhalb der Anerkennungsmechanismen an, die auf die Mode- und Schönheitsindustrie übertragen wurden. Dabei soll die Selbstarbeit – wie es zuvor Villa beschrieben hat – Spaß machen. Die Selbstarbeit sowie die Selbstoptimierung sind dabei gleichzeitig gebunden an die Herstellung des unternehmerischen Selbst. Die Intelligibilität von Frauen ist folglich an Imperative und eine permanente Kontrolle gebunden. Der Postfeminismus reproduzierte dabei eine Künstlichkeit, denn sie lenkt die Aufmerksamkeit auf die Konsumierbarkeit und die Performativität und wird demzufolge zu einer „postfeministischen Maskerade“. Der Postfeminismus hat somit zu einer neuen Geschlechterdifferenzierung geführt, die jedoch stets innerhalb binärer heterosexueller Codierungen erfolgt. Damit ist der Postfeminismus klar von dem Dekonstruktivismus im Sinne Judith Butlers entfernt.

Die Frage der Selbstbestimmung innerhalb des Freiheitsdiskurses in der Gouvernamentalität ist somit äußerst kritisch zu betrachten. Durch die Herstellung des unternehmerischen Selbst wird es nämlich vom Subjekt gefordert, selbstbestimmt innerhalb des neoliberalen Rahmens zu handeln. Außerdem stellt McRobbie fest, dass der Male Gaze sich verschoben hat und zu einer Selbsttechnologie geworden ist, dessen Anerkennungsmechanismen von der Mode- und Schönheitsindustrie und nach Winch innerhalb panoptischer Regularien funktioniert. Insofern lässt sich in aller logischen Einfachheit festhalten, dass Subversion im Postfeminismus problematisch geworden ist. Dies gilt einmal, da eine scheinbare Gleichheit der Geschlechter erreicht wurde und somit auch die Subversion auf nichts zielen kann. Gleichzeitig wird die Selbstbestimmung zur Rechtfertigung, sich innerhalb des Male Gaze zu inszenieren. Selbstbestimmung wird damit zum subversiven Allrounder. Dabei wird mit McRobbies Theorie der „postfeministischen Maskerade“ deutlich, dass selbst eine bewusste und selbstbestimmte Inszenierung Ergebnis von Selbsttechnologien ist.

Mit der Perspektiverweiterung durch Winchs beschriebene Girlfriend Culture konnte aufgezeigt werden, dass eine Solidarität zwischen Frauen bzw. Mädchen und jungen Frauen instrumentalisiert worden ist, um sich untereinander zu regulieren. Die Entscheidungsfreiheit wird auf dem Markt folglich als Empowerment verkauft, wobei das Subjekt nicht in der Lage ist, unabhängige Entscheidungen zu treffen. Aufgrund der Multioption wird Unterstützung gebraucht. Dies wird im Umkehrschluss ebenso als Empowerment innerhalb eines weiblichen Wir-Gefühls vermarktet. Insofern geht Winch davon aus, dass sich der Male Gaze zum Girlfriend Gaze verschoben hat. Das Beobachten

und Beurteilen von Frauenkörpern steht dabei im Zentrum der Kontrolle, wobei das zentrale Kontrollelement der Regulation die Angst vor dem Fett-Sein darstellt. Winchs Girlfriend Culture dockt an die Empowerment-Theorie Bröcklings an, wobei die Subjektivierung in nie aufgehörender Selbstarbeit ganz im Sinne Deleuzes Kontrollgesellschaft auftritt. Mit Rückblick auf McRobbie reproduziert der Postfeminismus eine Künstlichkeit, die die Arbeit am Selbst entscheidend für eine erfolgreiche geschlechterspezifische Verkörperung macht. Dabei wird Selbstbestimmung zunehmend mit Selbstoptimierung gleichgesetzt. Die Girlfriend Culture reguliert nicht nur den privaten Bereich, sondern ist Bestandteil unzähliger Medienformate und wird zunehmend auch als Marketingstrategie in sozialen Netzwerken, Blogs und Apps eingesetzt. Sie erzeugt damit Kontrolle und Regulation innerhalb eines freundschaftlichen, lockeren und vergnüglichen Kontextes, wird jedoch ebenso grausam und verletzend hinsichtlich der Beurteilung von Körpern. Innerhalb dieses Kontextes kann somit keine „echte“ Solidarität zwischen Frauen entstehen, da diese nur die Steuerung zur Konformität zum Ziel hat. Die Verbindungsebene zu Foucaults „scientia sexualis“ zeigt auf, dass die Macht produktiv ist und Lust am Wissen erzeugt. Die Sexualität knüpft sich an das zu erstrebende erotische Kapital, dessen Wissen es durch die Expertise von anderen zu entlocken gilt. Zentral ist somit auch im Girlfriend Gaze die Geständniskultur in Form des Empowerments. Winchs Girlfriend Gaze ist damit als ein Element des Postfeminismus zu verstehen und fungiert in dem hier betrachteten Kontext als Zusammenspiel aus traditionellem Male Gaze und Girlfriend Gaze, die beide zur neoliberalen Selbsttechnologie werden. Befreiungselemente werden folglich zu Kontroll- und Unterwerfungsmechanismen. Das Denken, Verhalten und Handeln wird demnach gesteuert von Machttechnologien. Halls beschriebenes dynamisches und sich veränderndes Feld der Populärkultur wird jedoch geprägt von Kämpfen zwischen den dominanten und untergeordneten Gruppen. Auch im Hinblick auf De Certeaus Theorie zeigt sich, dass sehr wohl in reglementierten Räumen Subversion in Form der Taktik stattfinden kann, die innerhalb ihrer Funktion reaktiv wirkt. Gerade diese Reaktivität auf die postfeministischen Tendenzen wurde mit der Vorstellung der Riot Grrrl-Bewegung als auch mit dem Cyberfeminismus verdeutlicht.

Die Riot Grrrl-Bewegung sowie der Cyberfeminismus wurden verständlichkeitshalber stark zusammengefasst, wobei beide Bewegungen jeweils ebenso von unterschiedlichen Ausrichtungen durchzogen wurden. Dennoch zeigen beide Strömungen auf, dass gegen die postfeministischen Tendenzen, die im Rahmen des Neoliberalismus stattfanden, Widerstand geleistet wurde. Mit der Beleuchtung der Bewegungen wurde die Ebene der fotografischen Selbstinszenierung verlassen, und subversive Techniken wurden auf postfeministische Strömungen untersucht. Als Grundlage dienten subversive Techniken der Feministischen Avantgarden, die in den Bewegungen genutzt wurden, sowie als Zitation im Hinblick einer feministischen Solidarität auftraten. Da es sich bei der knappen Untersuchung der Bewegungen nicht um fotografische Selbstinszenierungen handelte, wurde die Subversion hierbei in der Körpertechnik in Form der (mehr oder minder kollektiven) Selbstinszenierungsmechanismen und in Form der Erschließung und der Aneignung von Räumen, Konnotationen, Kommunikationswege etc. analysiert. Die Bewegungen eint eine

offene Identitätskonzeption, offene Strukturen und Zielintention sowie der Anspruch der Inklusion und Unterstützung von Frauen. Hieraus ergibt sich ein auf der Basis der subversiven Praxis ausgelegtes feministisches Lebensgefühl.

Beide Bewegungen hatten zur Intention, gesellschaftliche Hegemonien zu hinterfragen und zu durchbrechen. Der Körper war hierbei stets die Schnittstelle und repräsentierte die Forderungen des Widerstands. Während bei den Riot Grrrls die Bricolage als zentrales Element der taktischen Neuzusammensetzung als Resignifikation fungierte, war dies bei den Cyberfeministinnen das Mashup. Beide Strömungen einte zudem die Verwendung eines meist vulgären Sprachduktus, der ebenso als eine Resignifikation von weiblichen Verhaltenserwartungen zu verstehen ist. Die Sexualisierung vollzieht sich dabei nicht als postfeministische phallische Frau, die ihre Sexualität offen auslebt, aber dabei feminin und sexy ist, sondern im Sinne einer Aneignung von männlichen Konnotationen, des Tabubruchs, des Spiels mit dem Hässlichen und Schönen, der Thematisierung von Körpersekreten, Darstellungen von Geschlechtsorganen etc. Die Selbstinszenierung erfolgt bei der Riot Grrrl-Bewegung dabei hauptsächlich in Form der provokativen Aneignung männlich konnotierten Verhaltens und Körpertechniken. Dabei kontrastiert das Styling Punk-Elemente mit niedlichen Girly-Elementen. Entscheidend bei der Riot Grrrl-Bewegung ist dabei insbesondere die Verschiebung des Empowerments in das feministische Empowerment. Dies sieht man ebenfalls innerhalb der Selbstinszenierung, die stets Stärke und Selbstsicherheit impliziert. Die Songtexte und Leitmotive der Riot Grrrls bestehen daraus, einander Mut zu machen und sich gegen jegliche Art der Unterdrückung zur Wehr zu setzen. Das Empowerment wird somit zur Voraussetzung der Subversion und zum Leitmotiv der Bewegung.

Der Cyberfeminismus bezieht sich dabei inhaltlich auf die Frage, die in der Feministischen Avantgarde schon innerhalb des Bildmotivs der Fragmentalisierung gestellt wurde. Wann ist der Körper überhaupt Körper, und wie lässt er sich ohne unterdrückende Wirkungseffekte materialisieren? Zumeist wird dabei der Körper jedoch nicht gänzlich entmaterialisiert, sondern enthält stets weibliche Symbole als Artefakte, auch um das Digitale als weiblich zu markieren. Beide Strömungen forderten eine Eroberung von männlich dominierten Räumen und erschufen dabei weitere (Möglichkeits-)Räume des Austausches und der Vernetzung. Der Ausgangspunkt beider Bewegungen war dabei eine Neugestaltung bzw. Neukonfigurierung des Geschlechtersystems. Dies bezog sich jedoch nicht auf eine Rekuperation der Weiblichkeit, wie im Postfeminismus avanciert wurde. Die Riot Grrrl-Bewegung sowie der Cyberfeminismus sind aus der Perspektive der Dekonstruktion zu betrachten. Beide Bewegungen strebten Veränderungen innerhalb des damaligen Status quo an. Diese beinhalteten neue, unhierarchische und offene Kommunikationswege, die eine Solidarisierung ermöglichen sollten – fernab der hier besprochenen Girlfriend Culture. Außerdem wurde in beiden Bewegungen ein Umdenken innerhalb des kapitalistischen Distribution-, Marketing- und Verkaufssystems sowie die Hinterfragung von Strukturen in der Musik-, Kunst- und IT-Branche sichtbar. Die Bewegungen richteten sich gegen die

Herstellung eines unternehmerischen Selbst und kreierte Räume für neue Lebenskonzepte, die nicht per se auf den Grundlagen der heterosexuellen Matrix und des Kapitalismus fungierten. In diesem Sinne sind hier Möglichkeitsräume für neue Identitäten entstanden, die offen gehalten werden sollten. Der Rahmen der Bewegung sollte stets flexibel sein und somit keine Massenidentifikation herstellen, sondern eine stetige Infragestellung des Selbst und der Bewegung beinhalten. Die verfolgte Unordnung der heterosexuellen Matrix innerhalb der Riot Grrrl-Bewegung wurde jedoch oftmals medial anhand von Festlegungen bestimmter Riot Grrrl-Styles und später als Girly-Trend besprochen und zeigte deutlich das Zusammenspiel von Subkultur und Mainstream auf. Codes wurden diesbezüglich aufgenommen, inhaltlich abgeflacht und dekontextualisiert. Aus der subversiven Grrrl Power ist die postfeministische Girl Power geworden, in der die Selbstbestimmung dazu avanciert wurde, sich konform zu verhalten. Inklusion wurde durch Konsum erreicht, wobei die Girl Power zu einer Marketingstrategie in Form des Top-down-Modells geworden ist.

Dabei gehen von der Riot Grrrl-Bewegung sowie vom Cyberfeminismus zentrale Impulse aus, die sich noch heute in der in der Sub- und Popkultur finden lassen. Durch die Abgrenzung zur akademisch-künstlerischen Szene wird nicht nur der Zugang, sondern auch die Partizipation von Frauen aus unterschiedlichen sozialen Positionen gefördert sowie auch die Bedeutungsschwere und der Professionalisierungsgrad des Aktivismus umgangen. Die Bewegungen stehen damit ganz im Sinne Butlers in einem offenen Kontext des Experimentierens mit Identitäten und Lebensentwürfen. Dies konnte jedoch nur bedingt umgesetzt werden, da dennoch strukturelle Ausschließungssysteme differenzieller Art bestanden. Trotzdem zeigten die beiden Bewegungen innovative und neue Herangehensweisen der feministischen Subversion, Solidarität und Kommunikation auf, die noch immer nachwirken. Der Cyberfeminismus zeigte dabei den zentralen Wandel bezüglich des Systems des Originals und der Kopie auf, der im Cyberspace obsolet geworden ist. Demnach entstehen Möglichkeitsräume, die das Natürliche, das Original hinterfragen. Das neue Medium Internet zielt somit nicht nur auf die Frage der Geschlechterontologie, sondern stellt demnach die Hegemonie per se in Frage und bietet eine Neukonfiguration jener an, die im Folgenden genauer beleuchtet werden soll.

6. Soziale Netzwerke

Wie das vorangestellte Kapitel über den Cyberfeminismus aufzeigte, gab es schon seit den 80er-Jahren die Möglichkeit, sich im Internet zu vernetzen. In den 90er-Jahren sind diesbezüglich erste interaktive Plattformen entstanden. Mehrere Faktoren trugen schließlich zur Erweiterung softwarebasierter Vernetzungsangebote im Internet bei. Hierzu zählen beispielsweise die günstigeren Internettarife und Endgeräte als auch die Entwicklung des mobilen Internets, welches immer essentieller für die mobilen Anwendersoftware (Apps) wurde. Anfang der 2000er-Jahre sind mit Myspace und Tumblr auch Portale online gegangen, mit denen unter anderem Fotos geteilt werden konnten. Dabei ging 2004 mit

Facebook die bis heute größte und erfolgreichste Social Media-Plattform online. Die neuen Social Media-Plattformen versuchen dabei, „den Paradigmenwechsel von der Rezeption zur Produktion für ihre kommerziellen Interessen zu nutzen“ (Reichert 2008: 12).

In dieser Phase entwickelte sich das Internet hin zu einem Massenmedium, dessen Gebrauch seinen Weg in den Alltag fand (vgl. Dorer 2008: 354). Der Siegeszug zum Massenmedium konnte vor allem durch benutzerfreundliche UIs erzielt werden, welche darauf ausgelegt wurden, „eine effiziente Erlernbarkeit von Betriebssystemen und Programmen zu ermöglichen“ (Altmann nach Reichert 2008: 16). Das UI als Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine (vgl. Gunkel 2018: 77) enthält jedoch durch die Vereinfachung und Reduktion der softwarebasierten Wissenstechnike, eine spezifische Anordnung, Sortierung, Klassifikation. Diese justieren den User auf der Plattform. In diesem Sinne laufen Prozesse im Hintergrund ab, die der Benutzer nicht einsehen kann und die somit auch „intransparente Kontrollfunktionen“ besitzen und den Benutzer auf der Plattform steuern (Gunkel 2018: 57). Diese intransparenten Prozesse werden auch „Blackboxing“ genannt (Gunkel 2018: 356). Verstärkt wird der Effekt durch „die einfache und spielerische Handhabung“ und dem daraus entstehenden „harmlosen“ Eindruck der Software (Gunkel 2018: 356). Die Entwicklung der benutzerfreundlichen UIs führt zu einer Medienaneignung. Die erlernte Wissenstechnik erlaubte es, dass die UIs mit der Zeit noch reduzierter und abstrakter gestaltet werden konnten (vgl. Gunkel 2018: 321). Der User wird durch die Standardisierung der Software befähigt, selbst aktiv zu werden. Das heißt, er kann Beiträge schreiben, Dateien hochladen etc. (vgl. Gunkel 2018: 321). Der User wird zu einem ermächtigten Subjekt, indem er im Web 2.0 als „Prosumer“ selbst Content erstellen kann (vgl. Reichert 2008: 9, 12). Dabei betont Reichert jedoch, dass der User stets im Bereich des Amateurs bleibt, da nur erlernt wird, was die Software bereitstellt und es somit nicht zu einer Medienkompetenz, einer kritischen und komplexen Auseinandersetzung mit dem Medium kommen kann (vgl. Reichert 2008: 20, 66). Dabei ist es essentiell, dass der Aufbau des UI niemals zufällig, sondern bewusst konzipiert wird. Reichert spricht bei dem Aufbau des UI von der Festlegung von Wissenstechniken und Wissensrepräsentationen. Diese „umfassen normative, normierende oder normalisierende Aussageordnungen und -komplexe und konstituieren Selbsttechniken hinsichtlich zu bewältigender Handlungsvollzüge“ (Reichert 2008: 22). Dadurch werden die UIs zu „Bedeutungsapparaten“ (Reichert 2008: 24), die implementiert und in der Nutzung angeeignet werden. Demnach stellen sie

„[...] komplexe soziale Institutionen dar, die mittels einer Vielfalt von Praktiken, Gewohnheiten, Fähigkeiten und Techniken konstituiert sind und eine Reihe materieller Instrumente der Kommunikation integrieren. Daraus folgt, dass Medien gemischte Medien sind, die in ihrem Vermittlungsprozess mentale Prozesse wie das Erinnern, das Wahrnehmen und kognitive Akte in einer gegenseitigen Konstitution hervorbringen.“ (Reichert 2008: 27)

Durch die Etablierung in die Alltagskultur, insbesondere durch die mobile Nutzung, sind die Softwares zu selbstverständlichen und unhinterfragbaren Wissenssystemen geworden (vgl.

Reichert 2008: 24). Somit fungiert das Kommunikationsdispositiv als produktive Form der Macht im Sinne Foucaults. Das Internet produziert Wissen und demzufolge Wahrheiten. Durch die Multimedialität entsteht der Eindruck einer Authentizität, die durch die exponentiell entstehenden und zirkulierenden Bilder, Texte, Videos etc. bestätigt wird. Das Mehr an Medien wirkt jedoch nicht als alternatives Wissenssystem, sondern sorgt für einen verstärkten Eindruck des Informiertseins (vgl. Dorer 2008: 358f.). Dabei gleichen sich die Medien jeweils aneinander an. Insofern werden hierbei neben der Wahrheit auch Erinnerungsspuren gelegt, die festlegen, in welcher Art und Weise die Umgebung wahrgenommen und erlebt wird (vgl. Elund 2015: 158). Da die Nutzung der Social Media zur Alltagskultur geworden ist, hat sie ebenso Einfluss darauf, wie die Umgebung außerhalb des Bildschirms wahrgenommen und erlebt wird. Das Internet wirkt wahrheits- und auch identitätsstiftend und besitzt somit erheblichen Einfluss auf die Subjektkonstituierung (vgl. Gamm nach Dungs 2000: 322).

Die eingesetzten Wissenstechniken beeinflussen demnach auch die Selbstwahrnehmung, die dadurch reguliert und gesteuert wird, „was sich wiederum in Form von Selbsttechnologien an das Subjekt bindet und vom Subjekt reproduziert wird“ (Bublitz 2010b: 221). Entstehen folglich neue Medien, müssen die regulativen Ideale bzw. die Konstruktion der Materialität des Körpers neu ausgehandelt bzw. verhandelt werden. Durch neue Techniken entstehen neue Räume, die veränderte Bedingungen für das Subjekt bzw. für den Körper erschaffen (vgl. Scheider nach Bauer 2003: 201). Die Repräsentation von Körpern sowie die Selbstwahrnehmung der eigenen Materialität ist, wie eingangs dargestellt, immer auch mit Techniken verbunden, die eine spezifische Form und einen bestimmten Modus von Sichtbarkeiten beinhalten (vgl. Schaffer 2008: 87). Insofern lässt sich zusammenfassend feststellen, dass die softwarebasierten Programme die „Wahrnehmungs-, Beurteilungs- und Handlungsweisen“ prägen, „indem sie Ziele anvisieren und Verfahren bereitstellen, um diese zu erreichen oder ihnen zumindest näher zu kommen. Sie rufen Menschen an, sich als Subjekte zu begreifen und sich auf spezifische Weise kreativ und klug, unternehmerisch und vorausschauend, sich selbst optimierend und verwirklichend usw. zu verhalten, und fördern so bestimmte Selbstbilder und Modi der »inneren Führung«“ (Bröckling et al. 2004, zitiert in Esders 2008: 113). Damit bildet die Social Media eine Art Normalisierungsapparat, der durch die Normierung der Wahrnehmung auch auf den Körper wirkt. Die gezeigten körperlichen Materialitäten bekommen infolgedessen ebenso den Status der Wahrheit – mehr noch: der Evidenz – zugeschrieben (vgl. Reichert 2008: 29). Die „normierende Kraft“ ist dabei allgewärtig und entsteht innerhalb der Freiwilligkeit ihrer Internalisierung. Die selbst gewählte Normierung stabilisiert dementsprechend stets die hegemonialen, ideologischen Kräfte und stellt hierbei einen Widerspruch zur Befreiungsthese dar (vgl. Dorer 2008: 361).

Im Gegensatz zu den Cyberfeministinnen sieht Crary in der Entstehung neuer Medientechnik nicht etwas komplett Neues, sondern sieht diese als ein „Gefüge (assemblage) von Ereignissen und Mächten“ (Crary 1990: 19). Damit ist das Internet kein neuer virtueller Raum, sondern ein Raum, in dem sich schon vorhandene Machtverhältnisse spiegeln bzw.

diese integrativer Bestandteil bestehender Machttechnologien sind (vgl. Wajcman nach Elund 2015: 23). Folglich wäre das Internet nicht nur innerhalb der Befreiungsthese, sondern auch als Widerspruch zum technischen Determinismus zu verstehen (vgl. Crary 1990: 19). Elund betont dabei die Dominanz der männlichen Programmierer und sieht die virtuellen Räume als Resultat von männlich dominierten Wissenstechniken und patriarchalischen Strukturen, die sich hinzukommend mit dem neoliberalen Paradigma verbunden haben (vgl. Elund 2015: 28, 29.). Demnach sind virtuelle Interaktions- und Kommunikationsräume primär männlich codiert, auch wenn sie als neutraler, freier Raum sichtbar gemacht werden. Insofern kann man im Hinblick auf die foucaultsche Gouvernementalität das Internet als eine Erweiterung der Machttechnologie verstehen, in der die „Produktion von Wissen und Wahrheit sowie technische Kontrollsysteme [...] besser die Funktion der Macht der Disziplinierung und Normierung übernehmen, als es das Gesetz je zu erbringen im Stande ist“ (Dorer 2008: 363).

7. Zwischenfazit

Die vorangestellten Kapitel haben einen Überblick über Subjektivierungsprozesse gegeben sowie Einblick darüber, wie Subversion in diesem Zusammenhang definiert werden und aussehen kann. Es wurde dabei der Schwerpunkt auf Machttechniken und deren Auswirkungen auf die Materialisierung des weiblichen Körpers gelegt, die historisch anhand von patriarchalischen Vorstellungen geprägt wurde. Die Auseinandersetzung mit dem weiblichen Körper ist demnach zentral für den Feminismus und wurde insbesondere in der zweiten Welle des Feminismus zum Ausgangspunkt der Kritik und der feministischen Forderungen. Gestützt wurde dies durch Forschung und Analysen von weiblichen visuellen Repräsentationen in den Medien, die die Unterdrückung von weiblichen Körpern anhand des Male Gaze aufzeigten und besprachen. Dabei stellte sich das neue Medium Fotografie nicht per se als Kontroll- und Unterdrückungsapparat dar, sondern diente innerhalb seiner Massenmedialisierung als bedeutendes Instrument, um den Male Gaze zu hinterfragen und zu dekonstruieren. Das fotografische Selbstporträt rückte ins Zentrum der künstlerischen Auseinandersetzung und stand exemplarisch für eine selbstbestimmte Inszenierung und selbstbestimmte Körperrepräsentation. Es wurden hierzu fotografische, subversive Bild- bzw. Körpertechniken in der Feministischen Avantgarde aufgezeigt. Zwar zeigte die Feministische Avantgarde eine Vorreiterrolle der Auseinandersetzung mit dem weiblichen Körper und eine darauf aufbauende Kritik des Begriffes Frau auf, brachte jedoch keine nennenswerten Veränderungen in der massenmedialen Darstellung von Frauen mit sich.

Der Postfeminismus verschob den Male Gaze und machte ihn zu einer Selbsttechnologie, indem die Selbstbestimmung und das Empowerment zu Schlüsselbegriffen innerhalb der Selbstdefinition und der Selbstinszenierung fungierten. Der Male Gaze verknüpfte sich mit der Mode- und Schönheitsindustrie, wobei Frauen selbst als Regulatoren des Male Gaze agieren sollten. Zudem wurde eine Individualisierung von Subjekten forciert, wodurch der

Feminismus inhaltlich, aber auch strukturell an Bedeutung verlor. Der Postfeminismus hatte diesbezüglich auch Auswirkungen auf die Möglichkeiten zur Subversion. Subversion verschob sich im Postfeminismus zu einem Darstellungsrequisit der neoliberalen Selbstinszenierung und zielte letztendlich auf nichts.

Die Beleuchtung der Riot Grrrl-Bewegung ist als Reaktion auf den Postfeminismus zu verstehen, erweiterte den Subversionsbegriff sowie Subversionstechniken und stellte diese in das Zentrum der Bewegung. Bei der subversiven Technik der Riot Grrrls ging es dabei nicht nur um subversive Körpertechniken, sondern ebenso um die Besetzung bzw. Eroberung von Räumen, Branchen sowie die Erschließung neuer Kommunikationstechniken und die Herstellung einer feministischen Solidarität. Die gleiche Erweiterung der subversiven Technik findet sich auch im Cyberfeminismus, wobei die subversive Körpertechnik keinen aufzeigenden Charakter mehr besitzt. Die digitale Inszenierung ist angelehnt an eine Entmaterialisierung und verweist damit auf ein Außerhalb der Geschlechter sowie der Hegemonie im Allgemeinen. Den Cyberfeministinnen ging es im Wesentlichen darum, das Cyberspace mitzugestalten. Zentral war auch beim Cyberfeminismus die Herstellung neuer Kommunikationswege.

Das Internet stellt sich dabei als heterotoper Ort dar, da sich das Subjekt hier selbstbestimmt konstituieren kann. Zudem findet durch die ständige Zirkulation von Bild, Ton und Text eine stetige Dekontextualisierung statt, welche das Konzept des Originals in Frage stellt. Damit bietet das Internet Strukturen an, die festgelegte Diskurse in Frage stellen und verändern können. Demnach fungierte das Internet als Hoffnungsträger einer Neukonfigurierung von Geschlechtern. Die Hoffnung wurde dabei durch die Massenmedialisierung mehr und mehr zerstört. Einige wenige Unternehmen setzten sich innerhalb ihrer Software-Entwicklung durch und legten damit die Rahmenbedingungen der digitalen Subjektkonstituierung fest. Die Social Media stellte sich dabei als zentrales Medium dar, welches Wissen und Wahrheiten produziert und hierbei Prozesse der digitalen und „realen“ Subjektivierung verbindet.

Im Folgenden soll die Social Media exemplarisch anhand der Photosharing-Plattform Instagram beleuchtet werden. Es geht demnach um die Frage, wie sich das Subjekt auf Instagram konstituiert und welche Machttechnologien auf das Subjekt einwirken. Hierbei wird der Schwerpunkt auf die Materialisierung des Subjekts gelegt, die sich insbesondere anhand der fotografischen Selbstinszenierungen bzw. anhand der medienspezifischen Selfies zeigt. Die Bedingungen der digitalen Subjektconstitution werden schließlich auf die Möglichkeit zur Subversion untersucht. Der Netzfeminismus dient dabei als Ausgangspunkt der Analyse potenzieller subversiver Techniken. Es geht somit ebenfalls darum, die Social Media-Plattform Instagram als heterotopen Ort zu untersuchen. Es entsteht hierbei die Herausforderung, Analysecluster für die Untersuchung der Subversion zu finden. Die vorgestellten Subversionstechniken wurden von legitimierte Wissenschaftlern als diese benannt und dienen als Grundlage, können jedoch nicht ohne weiteres auf Online-

Plattformen übertragen werden. Innerhalb der theoretischen Rahmung sieht man sich mit dem Problem konfrontiert, welches Deleuze innerhalb der Verschiebung von Subjekt zum Dividuum verortet. Der Cyborg stellt sich somit als eine Verknüpfung des Dividuums dar. In Bröcklings Theorie verliert das Subjekt ebenfalls an Handlungsmacht, da es zum unternehmerischen Selbst wird. Das Subjekt fühlt sich innerhalb der Selbsttechnologie als empowert. Dabei ist es gesteuert von dem Ziel des neoliberalen Erfolgs. Feministische Subversion wird zum USP sowie zur Marketingstrategie. Dies schließt auf eine Vielzahl an Fragen, die bei der komplexen Analyse von subversiven Körpertechniken auf Instagram berücksichtigt werden müssen. Es stellt sich die Frage, ob nicht der Handlungsverlust des Subjekts zu einem gleichmachenden Prinzip führt, welches die Subversion per se obsolet macht. Geht man jedoch von einem (noch) handlungsfähigen Subjekt aus, schließt dies ebenso die Frage ein, wie die Lust in der Social Media erzeugt wird, sich unter den Voraussetzungen der Plattform materialisieren und konstituieren zu wollen. Zunächst soll diesbezüglich die Plattform Instagram in ihrem Aufbau und ihren angewandten Wissenstechniken untersucht und kritisch beleuchtet werden.

8. Analyse Instagram: Zwischen Selbstermächtigung und Unterwerfung

In der folgenden Analyse wird die Social Media-Plattform Instagram untersucht. Es wird dabei, wie eingangs dargestellt, davon ausgegangen, dass das User Interface Wissenstechniken beinhaltet, die die User auf eine bestimmte Art und Weise steuern und lenken. Instagram wurde dabei als Analysemedium gewählt, da es die derzeit beliebteste und am häufigsten genutzte visuelle soziale Plattform darstellt. Instagram hat weltweit 1 Milliarden Nutzer. Davon nutzen über 21 Millionen die Plattform in Deutschland. 500 Millionen Menschen verwenden die Instagram Story-Funktion täglich, wobei die tägliche durchschnittliche Verweildauer 24-32 Minuten beträgt (Stand 2020/ Firsching 2020b). Bei diesen Nutzerdaten kann man Instagram nicht mehr als reines popkulturelles Phänomen degradieren. Dieser Eindruck entstand anfangs gerade deshalb, weil es sich um eine visuelle Plattform handelt, in der innerhalb einer fotografischen Schnappschuss-Ästhetik kommuniziert wurde. Die dauerhafte Präsenz des Körpers sieht man auch anhand der neuen, von Snapchat und Tiktok inspirierten Foto- und Videobearbeitungsprogrammen auf Instagram, die insbesondere das Gesicht und den Körper fokussieren. Das Smartphone erlaubt es jederzeit, von sich selbst Fotos zu machen, und Instagram bietet dabei die Möglichkeit, diese online zu stellen. Der Siegeszug des Selfies als Kommunikationsmittel auf Instagram galt dabei lange Zeit als Ausweis menschlichen Narzissmus und stufte demnach auch das Medium als reines Darstellungsinstrument ab. Dass jedoch hinter der Selbstfotografie und der öffentlichen Zurschaustellung des Selbst komplexere Zusammenhänge greifen müssen, zeigen die entstandenen Berufszweige der Social Media Manager und der Influencer auf. Instagram ist Spaß, aber auch Business geworden.

Im nächsten Kapitel soll diesbezüglich zunächst der Aufbau Instagrams beleuchtet werden, damit eine grobe Vorstellung von den Hauptfunktionen deutlich wird. Anschließend wird der Aufbau vertiefend hinsichtlich der integrierten Wissenstechniken analysiert. Diese werden auf Grundlage der in Kapitel „2. Moderne Subjektivierung“ dargestellten neoliberalen Subjektivierung besprochen. Es wird dementsprechend der Frage nachgegangen, wie sich die Machttechniken auf Instagram zeigen und wie sich somit das Subjekt digital konstituieren kann. Das Zwischenfazit resümiert die Ergebnisse und bildet die Grundlage für eine vertiefende Beleuchtung der Körperdarstellung und der Selbstinszenierungsmechanismen auf Instagram.

8.1 Der Aufbau Instagrams

Im Folgenden wird der Aufbau Instagrams anhand der Hauptfunktionen vorgestellt. Die Beschreibung richtet sich dabei auf die Instagram iOS Version 154.0. Je nach Endgerät kann der Aufbau des UI variieren. Am deutlichsten sieht man dies bei der Webversion. Hier werden Funktionen stark ausgespart: Beispielsweise ist es nicht möglich, Fotos oder Stories zu posten. Auch wird die Darstellung in der Webversion deutlich verkleinert angezeigt. Instagram zeigt damit, dass es hauptsächlich als mobile App genutzt werden soll. Der Aufbau der mobilen Version besteht aus fünf Hauptfunktionen, die anhand von Items dargestellt werden und einen stetigen Zugang anhand einer Navigationsleiste gewährleisten. Die Nutzung von Instagram erfordert jedoch zunächst das Herunterladen der App und eine Registrierung. Die Registrierung sieht die Angabe einer Handynummer oder einer E-Mail-Adresse vor. Anschließend soll man seinen vollständigen Namen sowie seinen Benutzernamen eingeben. Dieser kann jedoch auch computergeneriert erstellt werden. Mit der Angabe des Geburtsdatums befindet man sich bereits in dem Vorgang der Profilerstellung. Es wird hierbei mehrere Male gefragt, ob man sein Instagram-Profil mit seinem Facebook-Profil sowie mit dem Telefonbuch auf dem Handy synchronisieren will. Anschließend kann man sein Profilbild hinzufügen, sein Passwort erstellen, und es werden beliebte Instagram-Profile zum Abonnieren angezeigt. Schließlich wird man zum Hauptmenü geleitet; der Registrierungsprozess ist damit abgeschlossen. Bei der mobilen Version wird dabei auf Hinweise zu den Datenrichtlinien und den Nutzerbedingungen verzichtet. Bei der Registrierung stimmt man diesen folglich automatisch zu. Im Folgenden werden die Hauptfunktionen und somit der Aufbau des UI von Instagram kurz vorgestellt.

Die Frontpage bildet die „Haus“-Funktion. Die Seite zeigt dabei den Newsfeed, also die aktuellen Posts sowie die Stories von den abonnierten Profilen an. Gleichzeitig gibt es die Möglichkeit, die eigenen Stories einzusehen und auch direkt neue Stories aufzunehmen. Auf der Frontpage kann man zudem auf die Direkt Message-Funktion (das Chatprogramm auf Instagram) zugreifen.

Der „Lupen“-Button auf der Navigationsleiste führt zur Such- und Entdeckungsfunktion auf Instagram. Hier können die User direkt nach Profilen, Hashtags und nach Geotags suchen. Außerdem wird den Usern der eigene Suchverlauf angezeigt. Innerhalb der Suchfunktion wird wieder die Möglichkeit gegeben, das Profil mit Facebook und dem mobilen Telefonbuch zu synchronisieren. Innerhalb der „Lupen“-Funktion gibt es einen „Hauptfeed“ sowie unterschiedliche Kategorien, die jeweils auch eigene Feeds bilden und unter dem Begriff „Instagram Explore“ zusammengefasst werden. Die Kategorien sind hierbei unter anderem „IGTV“, „Shop“, „Reisen“, „Architektur“ etc. Die unterschiedlichen Feeds entstehen dabei algorithmisch. Auch in dem „Hauptfeed“ werden Beiträge angezeigt, die auf dem individuellen Algorithmus basieren. Es können jedoch auch generell beliebte Beiträge oder von Instagram vorgeschlagene Beiträge angezeigt werden. Klickt man auf einen Beitrag, wird angezeigt, wie der Algorithmus zustande gekommen ist. Hier steht dann beispielsweise, dass der Beitrag aufgrund von ähnlichen Beiträgen, die man angesehen, gelikt oder kommentiert hat, ermittelt wurde. Die angeklickten Beiträge führen dann wieder zu Feeds mit weiteren Beiträgen. Bei den jeweiligen Kategorien wird thematisch spezifiziert. Alle angezeigten Feeds sind (scheinbar) endlose Zusammenstellungen von Beiträgen. Eine Besonderheit stellt dabei die Kategorie „Shop“ dar. Hier werden in den Beiträgen Produkte angezeigt, wobei man die Möglichkeit hat, direkt auf den Webshop weitergeleitet zu werden. Außerdem kann man innerhalb der Shop-Funktion seinen Lieblingsmarken folgen sowie Wunschlisten erstellen. Bei den Feeds kann man angeben, dass man an bestimmten Beiträgen „kein Interesse“ hat und den Algorithmus dahingehend verändern, sodass weniger ähnliche Beiträge angezeigt werden.

In der „Plus“-Funktion, die auf der Navigationsleiste zu finden ist, wird ein direkter Zugang zu den eigenen Fotos und Videos erstellt, die hochgeladen werden können. Ausgewählte Bilder und Videos können unter dieser Funktion bearbeitet und geteilt werden. Vor dem Posten hat man die Möglichkeit, eine Beschreibung und Hashtags zu dem Foto oder Video hinzuzufügen. Zudem kann man weitere Instagram-Profile im Post markieren, einen Ort hinzuzufügen und den Post in weiteren Plattformen teilen. Innerhalb der erweiterten Funktionen kann man die Kommentarfunktionen für den Post ein- und ausschalten und wird außerdem erneut gefragt, ob man den Beitrag auch auf Facebook teilen will.

Die „Herz“-Funktion auf der Navigationsleiste zeigt Aktualisierungen an. Hier sieht man, welche Profile die eigenen Posts gelikt, kommentiert, geteilt oder welche Profile das eigene Profil abonniert haben. Es wird die Möglichkeit gegeben, die angezeigten Profile ebenfalls zu abonnieren sowie das Profil und die Stories anzuschauen. Es wird zudem auch angezeigt, auf welche Posts sich die Likes, Kommentare etc. beziehen, indem der Post erneut in einem verkleinerten Format angezeigt wird. Die Aktualisierungsfunktion ist zeitlich begrenzt einsehbar und zeigt des Weiteren auch Profilvorschläge an. Sowohl bei der Aktualisierungs- als auch innerhalb der „Haus“-Funktion werden bei neuen Meldungen jeweils rote Punkte innerhalb der Navigationsleiste angezeigt. Dabei kann man in den erweiterten Einstellungen spezifizieren, welche Aktualisierungsbenachrichtigungen man erhalten möchte. Da die

Navigationsleiste fester Bestandteil des UI ist, ist damit stets für die User ersichtlich, wann es zu Aktualisierungen gekommen ist.

Die „Nutzer“-Funktion auf der Navigationsleiste, die als kleines Item das eigene Profilbild aufzeigt, bietet den Zugang zum eigenen Profil. Hier sieht man das eigene Profilbild und hat zugleich auch die Möglichkeit, das Profilbild zu ändern sowie das Profil zu bearbeiten. Es werden außerdem der Benutzername, der Steckbrief sowie die Anzahl der Beiträge, Abonnenten (Follower), Abonnierten und die Stories ersichtlich. Es besteht innerhalb der Nutzer-Funktion außerdem die Option, Freundeslisten zu erstellen und damit die Sichtbarkeit bestimmter Posts zu spezifizieren sowie weitere Instagram-Nutzerkonten hinzuzufügen und zu diesen zu wechseln. Die Profilfunktion ist jedoch größtenteils als Galerie der vergangenen Posts zu verstehen. Hat man noch nicht alle Profilinformationen eingegeben, weist Instagram darauf hin, dass man das Profil dahingehend vervollständigen soll. Man kann neben seinen eigenen Beiträgen seine Videos via IGTV (lange Videos) oder Reels (kurze Videos) einsehen sowie Beiträge, auf denen man markiert wurde. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, eigene Fotofilter zu kreieren. Diese kann man über den Bearbeitungsmodus öffentlich zugänglich, aber auch in seinem Profil sichtbar machen. Über die Nutzer-Funktion hat man die Möglichkeit, Zugang zu den erweiterten Funktionen zu bekommen. Hier kann man Einstellungen bezüglich der Verwaltung des Profils vornehmen. Es wird beispielsweise die Möglichkeit gegeben, erneut Freunde zu finden bzw. Freunde zu Instagram einzuladen. Zudem kann man die eigene Aktivität innerhalb der Tagesdurchschnittszeit der Nutzung in Form eines Balkendiagramms einsehen und nach eigenen Vorstellungen verwalten. Beispielsweise kann man eine gewisse Zeitdauer eingeben, die man täglich auf Instagram verbringen möchte. Wenn man diese Zeit erreicht hat, erhält man diesbezüglich eine Erinnerung, dass man das angegebene Zeitkontingent erreicht hat.

Hinzukommend kann innerhalb der erweiterten Einstellungen verwaltet werden, wer was sehen darf, wann man über etwas Benachrichtigungen erhalten möchte (innerhalb der hier besprochenen „Herz“-Funktion, aber auch in Form von E-Mails und SMS) und ob man Kommentare und Markierungen von anderen Profilen bezüglich eigener Posts zulassen will. Interessant dabei ist, dass Beispiele des Texts gegeben werden, welchen man bei der Benachrichtigung erhält, beispielsweise „xy hat dich auf einem Foto markiert“. Falls man die Benachrichtigungen komplett ausschaltet, bekommt man häufige Aufforderungen von Instagram eingeblendet, diese Funktion einzuschalten, um auf „dem Laufenden zu bleiben“. Zentral bei den Einstellungen ist die Funktion der Kontaktverwaltung, bei der man festlegen kann, ob das eigene Profil privat oder öffentlich zugänglich sein soll. Auch kann man Profile sperren bzw. blockieren, stumm schalten sowie Filter für mögliche beleidigende Kommentare erstellen. Durch einen speziellen Algorithmus werden spezifische Kommentare demzufolge nicht angezeigt. Diesbezüglich kann man auch einen manuellen Filter mit eigens gewählten Wörtern eingeben, nach dem der Algorithmus filtert und Kommentare verbergen kann. Außerdem kann man einstellen, ob eingesehen werden darf, wann man zuletzt online

gewesen ist. Innerhalb zusätzlicher Optionen können Websites und Apps synchronisiert, Zahlungsdaten hinterlassen und Werbepräferenzen verwaltet werden etc. Außerdem wird die Option gegeben, das eigene Profil analytisch zu reflektieren. So kann man beispielsweise einsehen, mit welchen Konten man am meisten interagiert. Überdies ist es möglich, seine gesamten Profildaten als Datei herunterzuladen. Innerhalb der erweiterten Einstellungen wird zudem häufig auf den Hilfe- und Infobereich von Instagram und Facebook verwiesen. In den erweiterten Einstellungen hat man zusätzlich die Option, sein Konto zu verifizieren und somit ein professionelles Konto als „Person des öffentlichen Lebens“ zu beantragen. Die Verifizierung wird durch einen kleinen blauen Haken am Profil öffentlich ersichtlich gemacht. Um das Konto zu verifizieren, muss man unter anderem ein Foto von seinem Ausweisdokument einschicken. Der Verifizierungsantrag wird dann von Instagram geprüft. Mit dem verifizierten Konto hat man Zugang auf das Branded Content Tool von Instagram. Über das Branded Content Tool können bezahlte Partnerschaften markiert bzw. Verlinkungen in den Stories getätigt werden.

8.2 Digitale Subjektivierung auf Instagram

Es wird im Folgenden der Aufbau Instagrams genauer betrachtet und dabei das Zusammenspiel von Subjektivierungsprozess und Steuerungsmechanismen untersucht. Es werden hierzu die Kernelemente der Funktionen Instagrams beleuchtet. Diese sind keineswegs getrennt, sondern verknüpft und aufeinander aufbauend zu verstehen. Die im Kapitel „2. Moderne Subjektivierung“ vorgestellten Machttechnologien, die sich auf die Subjektivierung des neoliberalen Subjekts auswirken, dienen als Grundlage der Analyse der Wirkungseffekte Instagrams. Die Analyse der Machttechnologien wird schließlich auf die Bedingungen der digitalen Verkörperung übertragen und untersucht.

8.2.1 Vernetzen

Anders als beispielsweise bei Facebook werden bei Instagram keine persönlichen Daten in Form des von Reichert beschriebenen E-Formulars abgefragt. Das E-Formular beschränkt sich dabei weitestgehend auf die Einstellungsoptionen (vgl. Reichert 2008: 95). So findet sich allein in der Profileinstellung die Möglichkeit, sich in einem offenen Beschreibungsfeld, dem „Steckbrief“, in maximal 150 Zeichen zu beschreiben. Zudem kann man auf weitere Websites oder auch auf Hashtags verweisen. Die Aufforderung einer kurzen Beschreibung in Form eines Steckbriefs verdeutlicht den Imperativ des neoliberalen Subjekts, sich kurz, prägnant und offensichtlich als Subjekt einordnen und kategorisieren zu können.

Die User bekommen hier die Möglichkeit, den Instagram-Account mit weiteren Social Media-Profilen, Apps oder Webseiten zu verbinden. Es wird dabei besonders auf eine Synchronisierung mit dem Facebook-Profil verwiesen, wie häufig innerhalb der Instagram-Funktionen. Die Plattform Instagram hat sich von dem damaligen Photosharing-Portal immer

mehr zu einer Multimedia-Plattform entwickelt, die nach dem Verkauf an Facebook 2012 zusammen mit Facebook den Anspruch verfolgt, eine Art Hauptplattform für soziale Netzwerke zu sein, welche alle weiteren Internetaktivitäten zusammenfasst und Aktivitäten an andere Onlinedienste überträgt. Dies zeigt deutlich den monopolistischen Anspruch des Unternehmens. Diesen Anspruch sieht man beispielsweise auch in der Möglichkeit, einen Namenstag auf Instagram zu erstellen. Die Tags können wie QR-Codes von der Smartphone-Kamera erfasst werden und leiten automatisch zum jeweiligen Instagram-Profil weiter. Den Namenstag kann man dabei auch offline benutzen, er stellt somit eine Art Visitenkarte dar. Die Funktion zeigt den Wunsch nach einer Vernetzung auf, die im ersten Schritt über eine Vernetzung der Instagram-Plattform stattfinden soll.

Aufgrund der Intention der umfassenden Vernetzung sowie einer immer größer werdenden Instagram-Community wird innerhalb des Registrierungsprozesses nicht nur der Benutzername, sondern auch der vollständige „echte“ Name erfasst, der im Profil auftaucht und eine verbesserte Auffindbarkeit des Profils gewährleistet. Außerdem gibt es in den Einstellungsfunktionen die Option, Bekannte, die nicht bei Instagram sind, zur Plattform einzuladen. Instagram fordert die User auf vielfältige Weise auf, sich zu vernetzen. Die Vernetzung ist dabei integrativer Bestandteil des User Interface und taucht in Form von Profilvorschlägen in jeder Hauptfunktion auf. So werden beispielsweise Profilvorschläge getätigt, sobald man sich ein Profil anschaut, oder Instagram schaltet zwischen den Stories Profilvorschläge. Außerdem werden alle Profile angezeigt, die sich die eigenen geteilten Stories angeschaut haben. Hierbei wird ebenso eine direkte Verlinkung zum Profil hergestellt. Zudem wird der User auf umfangreiche Weise aufgefordert, das Instagram-Profil mit weiteren Social Media-Accounts zu synchronisieren und somit Profile des schon erschlossenen (digitalen) Bekanntenkreises auf Instagram zu erweitern. Hinzukommend ist der Abonnieren-Button bei allen Aktionen stets präsent und soll somit die Vernetzung erleichtern.

Es ist von zentraler Bedeutung, den Begriff der Vernetzung bei Instagram beispielsweise von dem Vernetzungsbegriff bei Facebook zu differenzieren. Bei Facebook bedeutet die Annahme einer Freundschaftsanfrage auch ein automatisches Abonnieren des Profils. Die Freundschaftsoption bei Facebook kann in den Einstellungen aktiv verwaltet werden und lässt jeweils nur ein Abonnieren des Accounts zu. Im Allgemeinen beruht die Freundschaftsoption jedoch auf einem wechselseitigen Verhältnis, welches es bei Instagram nicht gibt. Bei Instagram bedeutet Vernetzung die Option, Accounts (oder auch Hashtags) zu abonnieren. Es ist somit ein einseitiges Verhältnis, es sei denn, man abonniert ebenfalls aktiv den Account, der auch den eigenen Account abonniert hat. Die Vernetzungsfunktion bei Instagram besitzt in diesem Sinne keinen „Freundschaftsstatus“. Dies deutet die Verhaltensmaxime der Individualität, lose Beziehungsverflechtungen und die Statusfixierung an mit dem Ziel, möglichst viele Abonnenten zu generieren und damit auszuweisen, dass man ein bekanntes, interessantes und populäres Subjekt auf der Plattform ist. Damit fördert Instagram den neoliberalen Konkurrenzgedanken sowie Individualisierungstendenzen. Durch

den Aufbau der einseitigen Abonnier-Funktion sowie die numerischen öffentlichen Feedbacksysteme ist das Verhältnis der Anzahl der Abonnenten und der Anzahl abonniertes Profile essentiell. Eine hohe Anzahl der Abonnenten im Gegensatz zu den Abonnierten fungiert als zentrales Anerkennungskorrelat für den Professionalisierungs- und Beliebtheitsgrad des Accounts. Durch die Anzahl der Abonnenten wird der User stetig evaluiert und die Evaluation öffentlich numerisch einsehbar gemacht (vgl. Reichert 2008: 106). Je mehr Abonnenten ein User hat, desto sichtbarer wird er auf der Plattform und umso qualitativer und quantitativer kann Instagram weitere Abonnenten vorschlagen. Ein gut vernetztes Subjekt gibt verbesserten Aufschluss über Zielgruppenbestimmungen und Marketingstrategien, mit denen sich Instagram finanziert. Das Prinzip Instagrams ist es, die User aufzufordern, sich mit der Plattform zu beschäftigen, viel Zeit auf der Plattform zu verbringen und die Funktionsweisen zu internalisieren. Die User müssen sich vernetzen, um Instagram optimal nutzen zu können.

Abonniert zu sein, heißt dabei, dass man im Newsfeed und innerhalb der Story-Funktion auftaucht. Da es essentiell für einen erfolgreichen Instagram User ist, viele Abonnenten zu haben, gibt es bei Instagram das „Follow-for-a-follow-Prinzip“, welches oftmals auch in der Profilbeschreibung genutzt wird. „Follow-for-a-follow“ impliziert, dass man denjenigen, der einem folgt, ebenfalls folgt und somit beide Parteien jeweils Abonnenten dazugewinnen. Der Druck, möglichst viele Follower zu haben, führt dazu, dass sehr willkürliche, lose Vernetzungen entstehen. Häufig kommt es dazu, dass Profile abonniert und dann mit der Zeit wieder entfolgt werden. Dies geht mit der Hoffnung einher, dass die entfolgten Profile das Entabonnieren nicht mitbekommen und man demzufolge noch von den entabonnierten Accounts abonniert bleibt, um somit wieder das anzustrebende Verhältnis von einer höheren Anzahl an Abonnenten im Gegensatz zu den Abonnierten zu erreichen. Je höher die Vernetzung, desto länger bleibt der User auch auf der Plattform, um informiert zu bleiben. Da die genutzte Dauer mit Aufmerksamkeit gleichgesetzt werden kann und Aufmerksamkeit das Kapital der digitalen Vernetzung ist, gewinnt dadurch letztlich die Plattform.

8.2.2 Algorithmus

Dadurch, dass die Aktualität eine entscheidende Rolle bei der Herstellung von Sichtbarkeit der Posts besitzt, erfordert dieser Faktor gerade für Posts von Unternehmen und Influencern eine genaue Analyse darüber, wann die Zielgruppe online ist und wann man somit den Post am besten online stellt. Hierzu entwickelten externe Dienstleister spezielle Tools, um den idealen Zeitpunkt für Posts zu ermitteln. Insofern greift Deleuzes These, dass in Kontrollgesellschaften ein elitärer Zugang zum Wissen herrscht. Die Spielregeln des Kontrollsystems sowie den Zugang zum Wissen kennt hierbei lediglich der „Geschäftsführer“ des Unternehmens (vgl. Deleuze 1990). Damit wird das Ziel, ein erfolgreiches digitales Subjekt zu sein, verknüpft mit der Bestrebung, mit dem Wunsch und der Lust, das Geheimnis

Instagrams entlocken zu können. Denn die Aufmerksamkeitslogik auf Instagram hängt von dem Algorithmus ab. Dieser stellt ein unzugängliches Geheimnis dar, das nur in Bruchteilen bekannt und Anlass unzähliger Spekulationen ist. Eine Entschlüsselung des Algorithmus, welcher mehrere tausend Faktoren berücksichtigt, würde die Reichweite und Relevanz, die durch den Algorithmus erzeugt werden, obsolet machen, gerade, weil die Effizienzsteigerung dieser Aspekte von Instagram teuer als Dienstleistung oder als Business Tool verkauft wird. Instagram hat im Laufe der Zeit zudem auch oftmals den genutzten Algorithmus verändert. Der Newsfeed nutzt seit 2016 beispielsweise keinen chronologischen Algorithmus mehr. Die Logik Instagrams besteht aus einer gewollten hohen Vernetzung der User. Bei einem chronologischen Algorithmus kann es vermehrt zur Informationsflut in Form von stetig aktualisierten Posts kommen. Wenn die Sichtbarkeit nur von der Aktualität der Beiträge abhängt, kann es auch sein, dass die Beiträge keinen „qualitativen hohen“ Inhalt besitzen und somit für die User interessante Inhalte in der Bilderflut schwieriger zu finden sind. Der derzeit verwendete Algorithmus nutzt unzählige Faktoren, hierunter vor allem individuelle Faktoren, die beeinflussen, welche Posts im Newsfeed sichtbar werden (Stand: August 2020). So geht man davon aus, dass 90 % aller Posts durch den Algorithmus aussortiert werden. Die Intention dabei ist, dass Instagram den Usern nur relevante Posts anzeigen will. Bei dem Algorithmus spielt nach wie vor die Zeitlichkeit eine Rolle neben der allgemeinen Interaktionsrate sowie der Häufigkeit und den gemeinsamen Interessen mit anderen Accounts (vgl. Firsching 2020a). Folgt man demnach vielen Accounts, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass der Algorithmus besonders stark selektiert. Außerdem spielt neben der Anzahl der abonnierten Accounts die Intensität der Nutzung Instagrams eine Rolle. Dabei geht es nicht nur darum, inwiefern es zu Interaktionen kommt, sondern auch darum, wie lange und wie oft man sich bestimmte Beiträge anschaut (vgl. List 2020). Der Algorithmus auf Instagram lässt sich somit als algorithmischer Voyeurismus beschreiben, der jede Handlung auf der Plattform zu einer Konsequenz werden lässt. In diesem Zusammenhang lässt sich ebenso eine Analogie zu Deleuzes elektronischer Fußfessel ziehen, die für ihn das neu gewonnene Verhältnis von Freiheit und Kontrolle symbolisiert.

Der Algorithmus verschafft den Usern nicht nur mehr Sichtbarkeit durch eine hohe Anzahl an Likes und Kommentaren, sondern auch durch eigene Interaktion auf der Plattform. Man kann davon ausgehen, dass die Interaktion somit größtenteils berechnend abläuft. Das heißt, dass Interaktion stattfindet, weil der User weiß, dass dadurch seine eigene Sichtbarkeit verbessert wird oder ein wechselseitiges Verhältnis der Accounts (man likt einen Beitrag eines Accounts, also wird der User des Accounts möglicherweise auch Beiträge des eigenen Accounts liken) zustande kommt. Dadurch wird Interaktion oft zu einer berechenbaren Fassung des eigenen Impression-Managements. Franck spricht diesbezüglich auch von der „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Franck 1998, zitiert in Reichert 2008: 60). Die Ökonomie des Geldes wird damit im ersten Schritt zur Ökonomie der Aufmerksamkeit (vgl. Reichert 2008; vgl. Wiedemann 2010: 114). Jedes Vorgehen des Users richtet sich folglich nach der Aufmerksamkeitsökonomie. Die Wichtigkeit der Herstellung eines Begehrens des digitalen Selbst zeigt sich auch in den Einstellungen, indem man Accounts stumm schalten, blockieren

oder die Sichtbarkeiten einschränken kann. Ein erfolgreiches Subjekt auf Instagram zu sein, heißt, die eigene digitale Präsenz stets zu kalkulieren. Durch den Algorithmus wird eine Verbindung zu relevanten Accounts und relevanten Posts erleichtert. Mit einer Verbindungslinie gleicher, algorithmisch ausgerechneter Interessen steigt auch die Wahrscheinlichkeit, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen.

Die Social Media Marketing-Expertin Paige Cooper hat diesbezüglich Tipps für eine verbesserte Sichtbarkeit entwickelt, wobei es beispielsweise darauf ankommt, dass Bildbeschreibungen nicht kurz sind, sondern Narrative vorkommen, in denen man die User zur Interaktion auffordert. Denn Kommentare werden innerhalb des Algorithmus als relevanter bewertet als Likes. Kontrovers diskutierte Posts erhalten in diesem Sinne das gleiche Sichtbarkeitsranking wie eine hohe Anzahl an wohlwollenden Kommentaren (vgl. List 2020). Interaktionen werden dabei zu einem schieren Element der Sichtbarkeitsverbesserung. Hashtags können hinzukommend ein entscheidendes Mittel sein, um die Reichweite zu erhöhen. Auch gibt es hierfür Business-Tools, die beliebte Hashtags von spezifischen Zielgruppen ermitteln. Ein Post sollte zusammenfassend gesehen stets gut geplant sein. Als „Hashtags“ werden dabei Begriffe beschrieben, die anhand des Rautesymbols gekennzeichnet sind. Die Hashtags leiten weiter oder verknüpfen Beiträge zum hashtagspezifischen Feed. Durch die Hashtags erweitert sich die Vernetzungsmöglichkeit. Dies geschieht auch dadurch, dass man einzelne Hashtags abonnieren kann. Nach dem Algorithmus werden jede Woche die „Top-Beiträge“ des Hashtags angezeigt. Durch die Hashtagsetzung kann sich somit die Sichtbarkeit innerhalb einer spezifischen Zielgruppe erhöhen (vgl. Kohout 2019: 68). Gleichzeitig können Beiträge durch die Hashtagsetzung einen erweiterten Bedeutungskontext bekommen und den User im Hinblick auf die Setzung des Hashtags lesbarer machen. Die Hashtagsetzung ist laut Wendt dabei so wichtig wie der Beitrag selbst geworden (vgl. Wendt 2014: 37).

8.2.3 Enge Freunde

Durch die Listenerstellung der „engen Freunde“ kann man Stories nur für ausgewählte Accounts sichtbar machen. Das Prinzip ähnelt damit den Freundschaftslisten auf Facebook, welche jedoch nicht wie bei Instagram auf eine Liste der „engen Freunde“ reduziert wird, sondern in Form von unterschiedlichen Listen für unterschiedliche Zielgruppen verwaltet werden können. Die Listen sind auf beiden Plattformen nur von den Usern selbst einsehbar. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass zu den „engen Freunden“ praktisch alle Accounts zählen. Die „engen Freunde“ stellen damit nicht ausschließlich die Abonnenten und Abonnierten dar. Dies zeigt erneut auf, dass es sich bei Instagram um eher lose Vernetzungen handelt. Die Sichtbarkeit der Beiträge kann man nicht anhand der „engen Freunde“-Liste einschränken, jedoch kann bei jedem Post die Kommentarfunktion ausgestellt werden. Der Eindruck wird damit verstärkt, dass die „Galerie“ als öffentliches Aushängeschild angesehen wird.

Mit der Möglichkeit der Erstellung der Liste wird das Subjekt dazu aufgefordert, zu einem biomächtigen Subjekt zu werden, das unter gouvernementaler Eigenregie selbst klassifizieren kann. Das eigene Verwalten des Accounts hat somit den Vorteil, „Inhalte mit den richtigen Personen“ zu teilen, und hilft damit den Usern, unbefangene Stories zu posten (vgl. Disselhoff 2012: 69). Den Imperativ der Verwaltung findet man ebenfalls in der Möglichkeit, zwischen Instagram-Profilen innerhalb der Appnutzung wechseln zu können. Hier können die Beiträge auch synchron veröffentlicht werden. Man kann folglich spielend die Benutzerkonten wechseln. Es muss somit davon ausgegangen werden, dass ein User mehrere Instagram-Profile besitzt und nutzt (oder man sich das Endgerät teilt). Dies unterstützt Deleuzes These, wonach das Individuum zu einem Dividuum geworden ist, denn Instagram geht von der Teilidentität des Individuums aus. Diese richtet sich dabei nach der Zielgruppe. Das Subjekt wird durch das Verwalten innerhalb seiner Nutzung nicht nur aufgefordert, seine Abonnenten, Abonnierten, Beiträge, Stories etc. einzuteilen, sondern auch sich selbst. Das Subjekt ist hier zu einem kalkulierenden Unternehmen geworden, das sich je nach Zielgruppenbestimmung erfolgreich präsentieren soll. Die Verwaltung bleibt dabei ein offenes und nur für die User einzusehendes Vorgehen, welches jederzeit wieder verändert werden kann.

Eine weitere wichtige Funktion diesbezüglich ist die Möglichkeit der Einstellung, ob das eigene Profil öffentlich oder eingeschränkt, das heißt nur für Abonnenten sichtbar sein darf. Aus der Marketingperspektive ist dabei zu empfehlen, das Profil öffentlich zu stellen. Denn nur so werden weitere User auf das Profil aufmerksam, und spezifische Produktplatzierungen werden für die Öffentlichkeit sichtbar. Bei Influencern wird häufig die Möglichkeit genutzt, den Account für eine kurze Zeit auf den privaten Modus zu schalten, um möglichst viele neue Abonnenten kurzfristig generieren zu können. User, die den Account regelmäßig ohne Abonnement besucht haben, werden dadurch verleitet, den Account zu abonnieren. Meist wird der Account nach kurzer Zeit wieder öffentlich gestellt. Ein öffentlich zugängliches Profil zu haben, heißt damit, dass alle Beiträge sowie ebenso die einzelnen Accounts der Abonnenten und Abonnierten einsehbar sind. Falls keine weiteren Einstellungen getroffen werden, so können auch alle Beiträge gelikt, kommentiert oder geteilt werden. Der Unterschied besteht darin, dass bei nichtabonnierten Usern die Beiträge und Stories nicht im Newsfeed angezeigt werden. Stellt man das Profil auf den privaten Modus, so werden dennoch das Profilbild sowie die Anzahl der Beiträge, die Anzahl der Abonnenten und abonnierten Accounts angezeigt, jedoch kann man die Abonnenten und abonnierten Accounts nicht einsehen. Die Anzahl der Abonnenten ist folglich jederzeit und unveränderbar sichtbar. Dies zeigt die zentrale Bedeutung der numerischen Anzahl an Abonnenten und Abonnierten und eine damit einhergehende angestrebte numerische Vergleichbarkeit der Accounts an.

Der Funktion des Vernetzens und Verwaltens können Elemente der Machttechnologien der Disziplin, Kontrolle und Gouvernementalität zugeordnet werden. Die Momente der

Selbstbestimmung werden durch Handlungs- und Möglichkeitsvorgaben Instagrams revidiert und stehen in einem Konfliktfeld zwischen Selbstermächtigung und Fremdbestimmung. Exemplarisch kann jedoch die Regierungsdefinition Foucaults für die Verwaltungsimperative gelten. So heißt es in dem Essay „Die Gouvernementalität“: „Regieren ist das richtige Verfügen über Dinge, deren man sich annimmt, um sie zu einem angemessenen Zweck hinzuführen“ (De La Perrière 1567, zitiert in Foucault 2000: 52). Instagram fordert den User dazu auf, über das digitale Leben zu verfügen und es zu verwalten. Das Subjekt muss sich selbst regieren, um dem Zweck der Selbsterhöhung und Anerkennung eines erfolgreichen neoliberalen Subjekts gerecht zu werden. So gelten viele Abonnenten (nicht zu verwechseln mit den Abonnierten – diese Anzahl sollte möglichst gering bleiben) als Indiz einer erfolgreichen Lebensführung und positiv konnotierter Persönlichkeitseigenschaften. Diese Persönlichkeitseigenschaften werden durch eine hohe Abonnentenanzahl direkt öffentlich vermittelt und erzeugen dadurch Druck-, Vergleichs- und Konkurrenzsituationen. Dies wird durch die einsehbare Like-Funktion von Beiträgen verstärkt und bestätigt. Durch die Möglichkeit des Stumm-Schaltens von Accounts sowie die einstellbaren Sichtbarkeits- und Interaktionseinschränkung trotz eines Abonnenten-Status wird die Abonnentenanzahl zu einem reinen „Darstellungsrequisit“ der Selbstinszenierung. Dennoch zeigen diese Funktionen gleichermaßen auf, dass der User selbstbestimmt ist und selbst darüber entscheidet, was sichtbar wird, mit wem er interagieren will und wie er sich selbst darstellen möchte.

Die algorithmische Sichtbarkeitslogik auf Instagram verfolgt dabei das Schneeball- oder auch das „rich get richer“-Prinzip (vgl. Reichert 2008: 63). Das bedeutet, dass eine hohe Followeranzahl irgendwann zu einem Selbstläufer wird. Accounts mit einer hohen Anzahl an Followern bekommen mehr Sichtbarkeit und somit folglich auch noch mehr Follower. Eine große Anzahl an Abonnenten bietet hierbei nicht nur den Schein von Prestige und Status, sondern stellt gleichermaßen die Reichweite des Publikums zur Selbstinszenierung dar (vgl. Schachtner, Duller 2014: 109). Dies lässt sich demnach in das neoliberale Kalkül der Rationalität und Lebensplanung einordnen. Es geht somit in erster Linie nicht um die Interaktion als Anerkennung und Selbstbestätigung der User. Wenn Accounts stummgeschaltet werden, zeugt das von einem Desinteresse an „fremden“ Posts und spricht daher für ein „Abonntensammeln“ aus Eigeninteresse. Die Funktionen der Verwaltung von Sichtbarkeiten sowie das Stummschalten von Accounts zeugen aber gleichermaßen von tiefen Unsicherheiten und Ängsten der Subjekte, dem Schein einer erfolgreichen neoliberalen Selbstinszenierung nicht gerecht werden zu können und durch Beendigung des Abonnierens von Profilen ebenfalls auch an Sichtbarkeit und Beliebtheit zu verlieren.

Die Vernetzungen stehen damit unter der Prämisse der Profitmaximierung des Eigennutzens (vgl. Wiedemann 2011: 172). Die User werden von Instagram dazu angerufen, „als Manager ihres Freundeskreises“ und ihrer Interessen zu fungieren (vgl. Wiedemann 2011: 173). Der Eigennutzen entsteht durch Reflexion bezogen auf die Einordnung der Nutzbarkeit der anderen User. Damit kommt es zu einer „Managerausildung [...] in der Alltagskultur“

(Reichert 2008). Foucaults Beobachtungs- und Kontrollmodell des Panopticons kann dementsprechend nur sehr modifiziert auf Instagram übertragen werden. Denn einerseits fungiert die Instagram-Plattform als „Wächter“ aller User und kann demnach alle „Gefangenen“ uneingeschränkt beobachten. Dem „Gefangenen“ wird jedoch andererseits suggeriert, dass er selbst entscheiden kann, ob er beobachtet werden will oder nicht. So gesehen verschwimmen die Rollen des „Wächters“ und des „Gefangenen“. Da allen „Gefangenen“ die Möglichkeiten einer scheinbar eigenen Bestimmung der „Wächter-“ und „Gefangenenfunktion“ überlassen wird, löst sich damit der Kontrollturm scheinbar auf. Instagram hat ein Beobachtungsmodell entworfen, in welchem die User „dem ganzen total unterworfen sind und sich selbst dabei als Könige fühlen“ (vgl. Haug 2009: 280f.). Wiedemann spricht in Hinblick auf Facebook auch von einem „demokratischen Panopticon“. Dies setzt innerhalb der Integration in das System die Integrität voraus und zeigt damit auf, dass der Beobachtung im Kontrollturm zugestimmt werden muss (vgl. Wiedemann 2011: 174; vgl. Wiedemann 2010: 99). Dies lässt sich auch auf Instagram übertragen, da hier die Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten Voraussetzung für das „demokratische Panopticons“ werden (Wiedemann 2011: 174; vgl. Wiedemann 2010: 99) und dementsprechend den produktiven Effekt der Machttechnologie aufzeigen (vgl. Bublitz 2010b: 23). Demzufolge lässt sich eine Verbindungsebene zu Charim ziehen, der in Bezug auf Althusser davon ausgeht, dass die „spezifische Form der Unterwerfung eine paradoxe »Verbindung« von innerlichem und äußerlichem Verhältnis“ ist. „Damit stellt er aber nachdrücklich jedes mögliche »organische« Verhältnis in einen Machtzusammenhang, sodass Freiwilligkeit bereits eine Wirkung der Macht ist“ (Charim 2002, zitiert in Engel 2003: 236).

8.2.4 Aktualisierungszwang

Der Aktualisierungszwang auf Instagram zeigt sich dabei anhand des Newsfeeds und der Story-Funktion. Beim Newsfeed geht es dabei nicht nur um die Sichtbarkeit der Beiträge, sondern auch darum, dass neben dem im Newsfeed dargestellten Beitrag auch stets das verkleinerte Profilbild angezeigt wird, welches jeweils auch die Aktualisierung der Story-Funktion durch eine farbliche Abstufung des Profilbildes anzeigt. Diese Aktualisierungsfunktion wird in fast jeder Hauptfunktion Instagrams ersichtlich, beispielsweise beim Öffnen der Chats im Direct Messenger, beim Suchen von Kontakten, bei der Aktualisierungsanzeige etc. Wenn keine weiteren Einstellungen getätigt werden, wird zudem angezeigt, wann man online war und wann man Beiträge gepostet und kommentiert hat. Reichert fasst diesbezüglich zusammen, dass sich ein zunehmender „Überfluss an Information und zunehmende Knappheit an Aufmerksamkeit“ gegenüberstehen.

„In diesem Sinne kann das Internet als ein kollektiver Aufmerksamkeitsapparat verstanden werden, der das selektiert, was »bedeutend«, »neu«, »faszinierend« oder von der Normalität abweichend ist und damit dafür sorgt, dass Ereignisse oder Informationen, die zur

»Tauschwährung« der Aufmerksamkeit zählen, am Verdrängungswettbewerb von Aufmerksamkeiten teilnehmen und weitere Aufmerksamkeit akkumulieren.“ (Reichert 2008: 64)

Der Aktualisierungszwang geht folglich auch mit einem Aufmerksamkeitszwang einher. Man muss damit erst Interessantes posten, um die Aufmerksamkeit anderer zu generieren. Das Besondere an Instagram stellt sich vor allem durch die Bild- und Videobearbeitungsprogramme dar. Die diversen Filter- und Effektoptionen, die sich auch stetig aktualisieren, beziehen sich dabei größtenteils auf eine Bearbeitung des Gesichts. Viele Filter beinhalten dabei Weichzeichner, machen die Zähne heller, das Gesicht schmaler und somit hinsichtlich geltender Schönheitsnormen „schöner“. So stellte der Instagram-CEO Kevin Systrom passend fest:

„Wenn du die Leute dazu bringen willst, Bilder zu machen, solltest du es ihnen ermöglichen, darauf gut auszusehen. Wenn sie nicht gut aussehen, werden sie keine Bilder machen“ (Systrom 2013, zitiert in Gerling et al. 2018: 49).

Es gibt jedoch Filter und Effekte, die nicht nur das Aussehen schöner, sondern auch bizarrer oder „witziger“ machen, die Umgebung verändern, oder mit denen man Spiele spielen kann. Mit dem kostenlosen und für jeden User erhältlichen Programm Spark AR Studio von Facebook können Filter für Instagram selbst erstellt werden. Die Fotos können dabei jedoch nicht nachträglich bearbeitet werden, sondern müssen „vor Ort“ in der Instagram App editiert werden. Man kann dann den eigens erstellten Filter veröffentlichen. Zudem kann der individualisierte Filter auch auf dem Profil auftauchen, wodurch man neue Follower generieren kann (vgl. Spark AR 2020). Die Filter- und Effektbearbeitungsmöglichkeiten machen die Kommunikation damit spielerischer, unbedachter und vor allem visuell. Dies wird verstärkt durch weitere Bearbeitungskomponenten, beispielsweise durch das Hinzufügen von Giphys, Bildmotiven, Texten etc. Instagram fördert somit die Herstellung einer Medienaneignung im Sinne des Prosumers (vgl. Reichert 2008: 9, 12; vgl. Gunkel 2018: 156). Durch die ständige Aktualisierung der Filter- und Effektbearbeitungsmöglichkeiten entstehen hiermit auch Optionen der Erschaffung von visuellen „Spektakeln“, die einen Grund zum Posten schaffen.

8.2.5 Selbstreflexion

Das Posten auf Instagram impliziert einen Perspektivwechsel der Sender- und Empfängerstruktur. Der Sender nimmt vor jedem Beitrag die Sicht des Empfängers an, um die Zielgruppe des Beitrages und die Inszenierung zu bestimmen und vorab zu bewerten, ob der Beitrag bestimmten Eigenschaften eines erfolgreichen Instagram Posts folgt (vgl. Reichert 2008: 69). Durch den Selbstermächtigungscharakter neuer digitaler Kommunikation wird dem Sender eine Betonung auf die Selbstreflexion seines Handelns abverlangt. Der

Aktualisierungs- und Aufmerksamkeitszwang macht aus banalen und alltäglichen Dingen ein Spektakel und wird durch die besonderen Filter- und Effektfunktionen verstärkt. Das „Testverfahren“ oder auch die Selbstprüfung durch die Evaluierung anderer findet permanent statt und führt somit zur „Veralltäglichen von Testverfahren“ (Lemke nach Wiedemann 2011: 167). Andere User am digitalen Leben teilhaben, interagieren und bewerten zu lassen, geht mit einer Erwartungshaltung bzw. einer Answererwartung des Senders einher. Der User erwartet durch das Teilen von Informationen eine bestimmte Reaktion der Öffentlichkeit (vgl. Haider 2012: 28f.). Meistens soll der Beitrag demnach positives Feedback in Form von Likes oder netten Kommentaren bekommen. In diesem Sinne ist der Beitrag ein Sprechakt, der performativ sein will. Insofern erzeugt „das Begehren, öffentlich gehört und gesehen zu werden, [...] den Zweck, sich der anderen und seiner selbst sprachlich und visuell immer wieder zu vergewissern“ (Bublitz 2010b: 13). Instagram fordert die User somit auf, sich einer permanenten Selbstprüfung zu unterziehen, indem sie sich für die anderen User darstellen und bewerten lassen sollen (vgl. Bublitz 2010b: 26f.). Damit wird das digitale Subjekt selbst „zum Objekt der Erkenntnis“ (Bublitz 2010b: 27). Gleichzeitig ist das Feedback als Signalebene zu verstehen, welche den Usern anzeigt, ob seine Performance gelungen oder nicht gelungen ist und inwiefern die Leistung diesbezüglich verbessert werden kann.

Wie die Beleuchtung des Algorithmus aufgezeigt hat, kann jedoch auch eine Strategie verfolgt werden, in der durch besonders kontroverse Posts Sichtbarkeiten generiert werden können. Infolgedessen nimmt der User wieder eine Antwort-Haltung ein und ist sich über den „Sprengstoff“ des Posts durchaus bewusst. Je mehr Beiträge gepostet, kommentiert, gelikt und geteilt werden, quasi je aktiver der User ist, desto mehr Beiträge werden auf Instagram sichtbar und umso lesbarer und anerkannter wird das Subjekt. Auch dies kann in einen Zusammenhang mit Marketingstrategien gebracht werden, die besagen, dass „eine Ware am besten“ ist, „die am geeignetsten ist, mich erzählbar zu machen“ (Metz, Seeßlen 2001: 173). Instagram unterstützt die vereinfachte Lesbarkeit von Subjekten. Das Subjekt ist in diesem Zusammenhang besonders erfolgreich, wenn es sich in hohem Maße lesbar macht und damit im neoliberalen Kontext selbst zur Ware wird. Der User agiert stets innerhalb einer Antwort-Haltung. Somit findet sich das Subjekt in der Social Media auch als „Jury, Model, Schauspieler und Agent“ wieder, um die eigene visuelle Selbstdarstellung effektiv und strategisch gut einsetzen zu können (Wiedemann 2011: 168). Der User wird dabei zu einem multimedialen Schaukasten neoliberaler Lebensvorstellungen, der sich wie ein kybernetisches System den Markteigenschaften und infolgedessen auch den stetig veränderten Bedingungen der Aufmerksamkeitslogik auf Instagram anpassen muss. Das Feedbacksystem suggeriert dabei „eine simulierte Markttransparenz für den freien Wettbewerb“ (Reichert 2008: 110).

Dabei müssen die geteilten Beiträge zunächst für andere User interessant genug sein, um überhaupt wahrgenommen und schließlich evaluiert zu werden. Unkommentierte und ungelikte Beiträge führen damit zu einer Nichterfüllung der Erwartungshaltung des Subjekts

und können dementsprechend zu Unsicherheiten und zu einer Art Selbsterniedrigung führen. Dementsprechend kann eine gelungene Selbstinszenierung durch negative Kommentare negiert werden. Insofern ist „ein großes, wohlwollend gestimmtes Publikum [...] gemeinsames Ziel der NetzakteurInnen“ (Schachter, Duller 2014: 109). Wenig Likes oder auch wenig positive Kommentare können damit den ganzen Beitrag in seiner Lesbarkeit verändern. Die Reflexion über den Ist-Zustand geht immer mit einer Vorstellung und einem Anstreben des Soll-Zustandes einher. Durch das Einsehen der vorherigen Beiträge erfolgt zudem eine stetige Auseinandersetzung und Reflexion über vergangene Beiträge und deren Evaluation. Auch hierbei gelten marktwirtschaftliche Regeln, indem die statistischen Erfolge demonstrativ visualisiert werden, um den „eigenen Marktwert“ permanent aufzuzeigen (Reichert nach Wiedemann 2011: 171). Das digitale Subjekt wird somit aufgefordert, zum unternehmerischen Selbst zu werden (vgl. Wiedemann 2011: 173). Das Prinzip Instagrams ist es, sich selbst zu verwalten, managen und zu promoten. Popularität wird hierbei zum Verhaltensideal und nach mathematisch-statistischen Quantitäten ermittelt (vgl. Helmstetter 2007: 46). Durch die Aufforderung zur Selbstdarstellung festigt sich die Machttechnik der Selbsttechnologien in Form von „Prozeduren der gelenkten Selbstführung“ (Reichert 2008: 19, 136). De Tarde stellte diesbezüglich schon 1904 fest: „Das bloße Wissen, dass eine große Zahl unserer Mitmenschen einer Meinung anhängt, macht uns geneigt, genauso zu urteilen wie sie“ (De Tarde 1904, zitiert in Ellrich 2007: 36). Um dem Prinzip der Aufmerksamkeits- und Sichtbarkeitslogik zu folgen, muss sich das Subjekt stetig durch neue Beiträge inszenieren und bewerten lassen. Das Subjekt muss sich demnach permanent „aufführen“, um als Subjekt sichtbar zu werden und zu bleiben. Insofern kann dieser „Aufführungszwang“ mit der Machttechnologie des Geständniszwanges verknüpft werden. Folglich entfaltet sich das Geständnis- und Diskursritual als Machtverhältnis, in dem das Machtinstrument der Prüfung seine Existenz und Legitimation nur durch Bestätigung des Status quo erhält (vgl. Foucault 1983: 80).

Das immanente Prinzip des Systems Instagrams ist es, sich selbst sichtbar zu machen und Wissen über sich zu präsentieren. Freiwilligkeits- und Zwangssituationen bedingen sich damit gegenseitig. Der Aufbau des UI dient dabei der permanenten Selbstüberprüfung sowie der permanenten Fremdbeobachtung. Instagram fordert die User stetig dazu auf, sich selbst zu beobachten und zu reflektieren. Die Selbstthematisierung findet weitestgehend visuell statt und fungiert als ein entscheidendes Element der digitalen Subjektivierungskonstituierung. Hierbei wirkt das Bekenntnis- und Geständnisritual, welches schon Foucault innerhalb des christlichen Pastorats als ein entscheidendes Element der Steuerung von Subjekten innerhalb der Machttechnologien beschrieben hat. Krasmann geht dabei davon aus, dass das Geständnis zum „Maß ihrer eigenen Wahrheitskriterien“ werde (Krasmann 2000: 212). Das Geständnis findet unter marktorientierten Voraussetzungen und somit anhand der öffentlichen numerischen Feedback- und Anerkennungslogik der Plattform statt. Dabei wird das Geständnis zur „Eigendiagnostik im unternehmerischen Feld“, wobei die Selbstreflexion und die „biografische Selbstinszenierung“ das unternehmerische Selbst hervorruft (vgl. Reichert 2008). Das Geständnis wird an das Empowerment geknüpft,

welches mit „dem Ideal eines kreativen Lebens assoziiert“ wird (Reichert 2008: 55). Dabei führt das Geständnis nicht zu einer Katharsis, sondern wird innerhalb der Aufmerksamkeitslogik vom Subjekt verlangt. Das digitale Subjekt gesteht in einem unsicheren Raum, welches von der Beobachtung und der Bewertung anderer geprägt wird. Hierbei wird auch das Element der Selbstbenennung aufgegriffen, indem das Subjekt mögliche Benennungen und Anrufungen selbst erzeugt, um sich vor der Unsicherheit der Benennungen anderer zu schützen. Es bleibt jedoch letztlich nur der Schein einer „heilenden Wirkung“ des Geständnisses. Eine „wirkliche“ Selbstreflexion wird im Vernetztsein unter Dauerbeurteilung und Beobachtung anderer unmöglich (vgl. Reichert 2008: 13). Die Selbstreflexion, die laut Judith Butler die Voraussetzung der Subversion ist, gilt hier als gouvernementaler Effekt zur Herstellung des unternehmerischen Selbst. Das Geständnis ist dabei ein Effekt der Lust nach Aufmerksamkeit (vgl. Raunig 2011: 158).

Die deuleuzsche Kontrollgesellschaft, in der man nie mit etwas fertig wird, lässt sich auch im Aufbau des UI von Instagram anhand der Veränderbarkeit und Unabgeschlossenheit des Profils als auch der Sichtbarkeitseinschränkungen sowie der (scheinbar) nie endenden Aktualisierung der Newsfeedoptionen erkennen. Demnach lässt sich auch eine Verbindung zum unternehmerischen Selbst in Form des lebenslangen Lernens, der Selbstoptimierung sowie der lebenslangen Weiterbildung erkennen. Gleichzeitig wird durch die Funktion des Löschens, Bearbeitens und Archivierens von Angaben und Beiträgen die Möglichkeit gegeben, einst gelegte Erinnerungsspuren zu verändern. Durch die Erstellung eines eigenen virtuellen und flexiblen Gedächtnisses entsteht eine Art Emanzipation des Users. Das digitale Gedächtnis ist somit beeinfluss- und anpassbar. Das digitale Selbst ist dabei Kurator der Lebensereignisse und legt innerhalb der Erinnerungsspuren auch Wahrheitsspuren. Dennoch lassen sich die Wissenstechniken auf Instagram als eine Verknüpfung mit dem zukünftigen Selbst (Antwort-Haltung, Selbstreflexion etc.) und mit dem vergangenen Selbst (Galerie, Story, Highlight-Funktion etc.) verstehen. Einerseits legen beispielsweise das Profil und die Galerie-Funktion Erinnerungsspuren über den User und somit auch eine „Narration“ des Lebens fest (vgl. Reichert 2008). Andererseits fungiert die Story-Funktion als Momentaufnahme. Der User changiert zwischen dem mobilen ständigen Posten, dem „Checken“ von Neuigkeiten sowie der stetigen Konfrontation mit vergangenen Beiträgen und den daraus resultierenden Evaluationsergebnissen.

8.2.6 Sicherheitsdispositiv

Auf Instagram bestimmt der User, wie er sich inszenieren will, und natürlich ebenso, welche Inhalte gepostet werden. Sowohl die Einstellungsfunktionen als auch die Verwaltungsfunktionen lassen die Plattform dabei transparent und als jederzeit kontrollierbar erscheinen. Dies wird durch das offene System unterstützt, in dem jeder Beitrag gelöscht, archiviert oder bearbeitet werden kann. Bei Instagram werden Freiheits- und Handlungsspielräume suggeriert, wobei gleichzeitig auch Angst und Unsicherheiten

hinsichtlich der permanenten Evaluierungsmöglichkeit ausgelöst werden. Insofern kann man Instagram mit dem Sicherheitsdispositiv in einen Zusammenhang bringen, das durch die Erzeugung von Unsicherheiten die Subjekte steuert, sich konform zu verhalten. Das offene System begünstigt Unsicherheiten bezüglich der Beendigungen von Abonnenten und negatives oder fehlendes Feedback. Die Angst, an Beliebtheit einzubüßen und damit als Subjekt nicht mehr sichtbar zu werden, führt zur stetigen Selbstprüfung und einem Kontrollzwang des Status quo. Das Ziel ist die Selbstkontrolle der eigenen Darstellung als erfolgreiches neoliberale Subjekt, um Selbsterhöhung und Anerkennung zu erlangen. Die Angst des Kontrollverlustes führt zu einer stetigen Rückversicherung der Selbstdarstellung und schließlich zu dem, was Instagram will: eine permanente Nutzung der App (vgl. Wiedemann 2011: 169).

Die Kontrolle, aber auch der Kontrollverlust bilden auf Instagram ein zweiseitiges Schwert, indem man weniger Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit bekommt, wenn man seinen Account auf einen privaten Modus stellt. Dies kann mit einer höheren oder weniger hohen Kontrolle über das Profil einhergehen. Jedoch ist bei öffentlichen Accounts die Sichtbarkeit größer und somit auch die Wahrscheinlichkeit, mehr Follower zu generieren. Die Veröffentlichung von Beiträgen, Stories etc. kann dennoch nicht zum eigenen Vorteil genutzt werden. Posts können geteilt werden und damit eine veränderte Lesbarkeit bekommen, indem beispielsweise Bildunterschriften verändert werden. Es können jedoch auch weitere Unsicherheiten entstehen, die mit dem Kontrollverlust durch die Zirkulation des eigenen Posts einhergehen. Es können zum Beispiel unwissend Fotos von Nutzern hochgeladen werden. Namen können unwissend genutzt und ganze Fake-Accounts erstellt werden. Durch die Speicher- und Screenshot-Funktion können außerdem selbst gelöschte Beiträge weiterhin online zirkulieren. Zudem wird auch eine Angst und Unsicherheit erzeugt, wichtige Neuigkeiten zu verpassen (vgl. Dorer 2008: 360). Durch die permanente Aktualisierung und die Nutzung als mobile App ist ein ständiges Überprüfen des Status quo essenziell. Auf der Plattform gibt es durch den Algorithmus und die Aktualisierung der Filter- und Effektmöglichkeiten immer etwas Neues zu entdecken. Zudem werden spezifische Körperinszenierungen auf Instagram kurzzeitig zu nonverbalen Codes des Trendyseins („Thigh Gap“ wird zur „Thighbrow“, „Duck Face“ zur „Fish Gape“), die mit Sichtbarkeit in der Community belohnt werden und demnach eine zeitnahe Nachahmung erfordern. Die Einstellung der Benachrichtigung der Push-Nachrichten über Aktualisierungen sowie der Synchronisierung mit weiteren Social Media-Kanälen verstärkt das Gefühl, immer auf dem Laufenden bleiben zu müssen und wird dahingehend zum Zwang. Hinzukommend geht mit den Verwaltungsanforderungen innerhalb des einfachen, reduzierten und intuitiven UIs auch die Angst einher, etwas falsch zu machen, beispielsweise falsche Inhalte an die falschen Accounts zu schicken, aus Versehen „unfertige“ Schnappschüsse zu posten etc. Instagrams Aufbau erzeugt aus jeder Handlung auch eine Konsequenz, die Druck auf die User erzeugt.

Anders als bei Facebook gibt es bei Instagram kein Aktivitätenprotokoll, wo der User einzelne Handlung einsehen kann. Dies bestärkt Unsicherheitsgefühle, indem bestimmte

Handlungen nicht mehr nachvollzogen werden können. Man muss schließlich auch davon ausgehen, dass dem User beispielsweise allein beim Anschauen von Stories die Accounts angezeigt werden, die die Stories angeschaut haben, ohne direktes Feedback hinterlassen zu haben. Der Zwang sowie die Schaffung der Unsicherheiten werden jedoch nicht nur in Form von Anerkennung durch das reaktive Verhalten des Users belohnt: Die Unsicherheiten, Zwänge und Ängste werden gerade durch den spielerisch und harmlos wirkenden Aufbau des User Interfaces negiert. Damit bestimmt ein Zusammenspiel aus Autonomie, Kontrolle, Selbst- und Fremdführung die Subjektkonstituierung (vgl. Reichert 2008).

8.2.7 Anrufung und Benennung

Das digitale Subjekt muss sich innerhalb neuer Bedingungen, deren Rahmenbedingungen die Plattform vorgibt, konstituieren. Nach Butler wird man intelligibel, indem man im sozialen Kontext von anderen benannt und angerufen wird. Die digitale Sichtbarkeit wird durch die numerischen Bestätigungen des Feedbacksystems und somit von der Aufmerksamkeitslogik innerhalb des Algorithmus der Plattform bestimmt. Benennung und Anrufung erfolgen durch die Bezugnahme bereits existierender Normen und Konventionen, welche sich als Wissenstechniken der Plattform darstellen. Das Evaluationsmodell, welches in dem Feedbacksystem integriert ist, stellt das zentrale Element innerhalb des Prozesses der digitalen Intelligibilität dar. Das Subjekt verbindet damit vergangene Handlungen, die innerhalb des Feedbacks Handlungsempfehlungen geben, mit zukünftigen Handlungen. Damit das Subjekt intelligibel bleibt, ist es gezwungen, sich immer wieder aufzuführen und bewerten zu lassen. Dadurch wird die Feedbacklogik auf Instagram performativ.

Das Subjekt wird innerhalb der Theorie der Interpellation von Althusser aufgefordert, die Benennung anzunehmen und sich damit folglich auch zu identifizieren, um intelligibel zu sein. Dies erfolgt mithilfe eines Ausschlussverfahrens der alternativen Zuschreibungen des Subjekts. Der Prozess der Subjektkonstituierung ist demnach mit der Sichtbarmachung, aber auch mit der Unsichtbarmachung spezifischer sozialer Rollenzuschreibungen verbunden (vgl. Butler 2001: 177; vgl. Villa 2013a: 73). Durch die Annahme der Benennung fügt sich das Individuum in eine vorbestimmte soziale Position ein und identifiziert sich mit ihr. Und gerade hier liegt auch nach Butler der subversive Gestus, indem die Benennung nicht per se angenommen werden muss. Der soziale Druck spielt jedoch bei der Annahme der Benennung eine zentrale Rolle. So ist der Druck auf das Individuum derart stark, dass man lieber herabwürdigend oder auch beleidigend benannt werden würde, bloß um einen sozialen Status zu erhalten (vgl. Deins 2007: 289). Dungs betont die Verknüpfung der Mechanismen der Benennung und Anrufung in Bezug auf den daraus resultierenden Anerkennungsprozess des Subjekts und beschreibt diesen als einen Zustand der „ursprünglichen Verletzbarkeit gegenüber anderen als Preis für das eigene Werden“ (Dungs 2000: 245).

Die Social Media bietet einen Raum, der zwar durchaus stark reglementiert ist und dennoch innerhalb der Zirkulationsprozesse offen ist. Gerade hier stellt sich die Besonderheit der Plattform Instagram heraus, denn die Wiederholung der Interpellation findet unter keinen festen Bedingungen statt und kann je nach Kontext neuen Benennungen und Ausrufungen unterliegen. Dabei ist es auf Instagram das Individuum selbst, das sich zunächst Sichtbarkeit verleihen muss. Demnach muss man zunächst Profilangaben in Form der Registrierung ausfüllen und kann sich danach unter den gestellten Bedingungen darstellen. In diesem Zusammenhang benennt man sich erst einmal selbst und kann somit die Voraussetzungen der Benennung und Anrufung aktiv beeinflussen. Dieses Potenzial zeigt sich auch anhand der Verwaltungsfunktion des Feedbacksystems, indem man Kommentare, aber ebenfalls Abonnenten löschen kann. Insofern greift bei der digitalen Subjektkonstituierung Butlers These, dass „jemand, der performative Äußerungen wirkungsvoll einsetzt [...] mit unbestrittener Macht“ spricht, nicht (Butler 2006: 86). Denn das digitale Subjekt muss durch das Verwaltungssystem keine beleidigenden und abwertenden Benennungen annehmen. Entscheidend ist hierbei auch die Unterscheidung zwischen Performance (selbstwählbar) und Performativität. Auf Instagram handelt es sich meist um selbstgewählte Inszenierungen. Insofern sind diese nicht per se an einen diskursiven Prozess gebunden (vgl. Leibetseder 2010: 75).

Das einseitige Abonnieren zeigt ein offenes, loses und ebenso einseitiges Anerkennungssystem auf. Der digitale Subjektkonstituierungsprozess zeigt sich demnach nicht als ein „Rückkopplungssystem“ (vgl. Butler 2006: 16f.). Anerkennung und Sichtbarkeit erfolgen nicht unbedingt durch User, die ebenfalls anerkannt und somit „legitimiert“ sein müssen. Dies wird auf eine überspitzte Art und Weise auch durch den Dienstleistungssektor der Fake-Accounts aufgezeigt, die dem User auch ohne Interaktionen Sichtbarkeit verleihen können. Instagram fordert von den Usern nicht nur eine Herstellung von Teilidentität durch die Verwaltungs- und Zielgruppenbestimmung, sondern gibt die Möglichkeit der Nutzung mehrerer Instagram-Profile, zwischen denen man hin- und herwechseln kann. Die Teilidentitäten lassen sich als Herausbildung eines verwaltenden unternehmerischen Selbst verstehen, stellen jedoch auch die Option dar, die Benennung in der Interpellation nur zu einem bestimmten Grad innerhalb des Ausschlussverfahrens annehmen zu müssen, da man mehrere Identitäten auf Instagram und somit differenzierte Subjektzuschreibungen besitzen kann. Insofern werden dem digitalen Subjekt in einer gewissen Art und Weise Spielräume verliehen, Identitäten zu kreieren und mit Identitäten zu experimentieren. Im weiten Sinne wird somit der Identitätsspielraum angesprochen, den die Cyberfeministinnen forciert haben.

Dennoch existiert durch den Algorithmus ein hoher Druck auf das Subjekt, Sichtbarkeit „um jeden Preis“ zu erlangen (vgl. Raunig 2011: 156). Der Algorithmus gibt schließlich vor, dass es egal ist, ob man wohlwollende Kommentare oder sogar Hass-Kommentare erhält; die Interaktionsrate zählt. Demnach fördert das System, Provokantes zu posten sowie Kontroversen zu provozieren. Auch können durch die offenen Zirkulationsprozesse gerade

Beleidigungen neue Kontextualisierungen generieren und somit die Möglichkeit besitzen, Resignifikationsprozesse in Gang zu setzen. Es gibt schließlich nicht nur die Möglichkeit, Kommentare zu löschen, sondern ebenfalls auf diese zu antworten. Dennoch bleibt die Gefahr, sich dabei einer vorhandenen Ideologie zu unterwerfen, denn der Anerkennungsprozess verläuft stets innerhalb der Unterwerfung des Subjekts. Nach Paulitz und Carstens wird somit davon ausgegangen, „dass das Subjekt sich nicht nur medial »einschaltet«, sondern sich dabei auch selbst hervorbringt“ (Bublitz 2014: 11). Dies geschieht, wie dargestellt, über die Selbstbenennung, die mit dem Geständniszwang einhergeht.

8.2.8 Verifizierung

Es gibt bei Instagram eine visuelle Separierung der Profile in „normale“ Accounts und professionelle, offizielle Accounts. Verifizierte Accounts haben einen kleinen blauen Haken an dem Profilnamen. Eine Verifizierung kann bei Instagram beantragt werden. Instagram prüft dann, ob es sich um eine Marke, ein Unternehmen oder um eine öffentliche Person handelt. Hierzu fordert Instagram auf, Ausweisdokumente einzuschicken. Für eine Verifizierung müssen bestimmte Kriterien erfüllt werden, die Instagram unterliegen. Dies zeigt, dass Instagram restriktive und intransparente Bedingungen schafft, wobei wieder Deleuzes Zitat greift, wonach die Spielregeln des Kontrollsystems sowie den Zugang zum Wissen lediglich der „Geschäftsführer“ des Unternehmens kennt (vgl. Deleuze 1990). Eine Verifizierung verspricht einen verbesserten Einfluss auf das Ranking und schließt zudem „Copycat“-Accounts aus. Außerdem erhält man durch die Verifizierung die Möglichkeit zur Verlinkung von Produktplatzierungen und Werbung. Hinzukommend erhält man Zugang zu dem Branded Content Tool von Instagram, welches verbesserte Einsichten, Statistiken und demnach Handlungsempfehlungen sowie eine Erhöhung der Effizienz der Beiträge gewährt. Die Statistiken über die Nutzung der Seite sollen dem Unternehmen beim Marketing helfen und Optimierungsvorschläge liefern. Instagram sammelt hierzu Daten über Besuche und Interaktionen der Seite. Die Verifizierung sowie das Branded Content Tool sind dabei kostenfrei, Werbung auf Instagram schalten jedoch nicht.

In jedem Bereich findet man Werbung auf der Plattform. Zudem hat die Entwicklung des Influencer-Marketings dazu geführt, dass die Übergänge, was Werbung ist und was keine Werbung ist, verschwimmen. Die These der Ökonomisierung aller Lebensbereiche, die Adorno und Horkheimer in ihrem Werk „Dialektik der Aufklärung“ (1944) formulierten, greift hier, denn Influencer lassen die Grenzen von Privatem und Öffentlichem fließend ineinander übergehen und verfolgen dabei jede Handlung auf den Social Media-Kanälen mit dem Ziel der Profitmaximierung. Gerade die nicht immer direkt ersichtliche Schaltung von Werbung, das freiwillige Hinterlassen von Daten sowie die algorithmische Zielgruppenbestimmung stellen die Erfolgsmodelle der Plattform dar. Das Werben auf Instagram macht aus, dass man seine Zielgruppe viel direkter erreichen kann als mit Werbeanzeigen in den traditionellen

Medien. Personalisiertes Marketing verknüpft Werbung mit den Handlungsempfehlungen von „Freunden“ – dies ist die Marketingstrategie der Influencer – sowie algorithmischen Handlungsempfehlungen, die mit dem Imperativ einhergehen: „Kauf dieses Produkt, es passt zu dir!“

Um eine optimale Effizienz der Werbung zu erreichen, reicht heutzutage kaum noch das Branded Content Tool von Instagram aus. Es erfordert genauere Daten und genaueres Wissen über die Plattform. Hierfür sind unzählige Social Media-Agenturen oder auch eigene Social Media-Abteilungen in großen Unternehmen entstanden, die für einen „passgenauen“ Werbeauftritt und für Social Media-Kampagnen zuständig sind. Fast kein Unternehmen oder Person des öffentlichen Lebens kommt dabei ohne professionalisierten Social Media-Auftritt aus. Zudem sind unzählige Ratgeber, Tutorials und Workshops zur Verbesserung der Social Media-Präsenz entstanden. Trotz des intuitiven Aufbaus des UI und der vielfältigen, aber in der Nutzung leichten Handhabung der Verwaltungseinstellungen stellt Instagram wie andere Social Media-Kanäle ein überaus komplexes Feld dar, welches unter Einsatz eines hohen Aufwands und Know-how verstanden werden muss. Aufgrund der zentralen Bedeutung einer hohen Abonnentenanzahl ist es zu einem Geschäftszweig gekommen, bei dem Abonnenten sogenannte „Fake-Profile“ verkaufen. Instagram geht hierbei aktiv gegen Fake-Accounts vor. Dabei sind die Accounts oftmals professionalisiert getarnt. In der Vergangenheit machten einige Influencer auf den Druck aufmerksam, dass immer mehr Follower generiert werden müssten, um Aufträge zu bekommen, und somit fast alle erfolgreichen Influencer zumindest in den Anfängen der Influencer-Karriere auf Fake-Accounts angewiesen seien (vgl. Deutschlandfunk 2017; vgl. Gärtner 2019). Durch die Separierung der Accounts entsteht somit eine Art „Zwei-Klassen“-System, das als ein modifizierter Starkult fungiert. Dabei greift die Definition des Stars als eine „verkörperte Erwartung“, wobei der Körper „als sehr effizientes erzählerisches Mittel“ eingesetzt wird (Maltby nach Weingarten 2003: 55). Es werden somit klare Idealnormierungen vorgegeben, wie ein User ein erfolgreiches und anerkanntes Subjekt sein kann, welche besonders visuell über die Körperrepräsentation übertragen werden.

8.2.9 Daten und Werbung

Man kann bestimmte Werbeanzeigen verbergen und damit auch den Algorithmus beeinflussen. Zudem bietet Instagram an, aus drei vorgegebenen Kategorien – Alkohol, Kindererziehung, Tiere – auswählen zu können, von welcher Kategorie man weniger Werbung sehen will. Hierbei stellt Instagram klar, dass das Unternehmen seine Daten mit Facebook und Drittanbietern teilt. Man kann seine gesamten relevanten Daten, die man bei Instagram hinterlassen hat, außerdem als Dokument einsehen und auch herunterladen. Hierzu zählen unter anderem die Einsicht über Veränderungen bezüglich der Profildaten, die allgemeinen Konto- und Storyaktivitäten sowie die algorithmisch ermittelten Interessen für Werbeanzeigen. Dieser Datenzugriff ist unveränderbar und zeichnet alle früheren Vorgänge

und Schritte auf, die man auf Instagram vollzogen hat. Die Einsicht soll aufzeigen, dass es der User mit einem transparenten System zu tun hat. Dabei zeigt es ebenso auf, dass alle Schritte als Metadaten im System hinterlegt sind. Infolgedessen wird hierbei deutlich, dass es sich bei Instagram um ein Kontroll- und Überwachungssystem handelt.

Instagram wird damit exemplarisch für „einen neuen Geist“ des Kapitalismus (Boltanski/Chiapello 2003, zitiert in Reichert 2008), der mit der deleuzschen Allegorie des Gases zu vergleichen ist. Der Unternehmenscharakter wird dabei weitestgehend verborgen, indem versucht wird, das Subjekt durch den interaktiven Aufbau der Plattform zum Teil des Unternehmens werden zu lassen. Dadurch wird das Unternehmen im Umkehrschluss auch Teil des Lebens des Subjekts, wodurch es sich selbstbestimmt fühlt (vgl. Reichert 2008: 103). Die Bedrohung durch das Gas stellt sich genau durch diese indirekte und getarnte Fremdsteuerung dar, welche das Subjekt steuert. Der Aufbau Instagrams gibt Handlungsmaximen vor und produziert Wissen. Durch die Richtlinien stimmt der User bei der Registrierung automatisch zu. Hierbei fußt zugespitzt das Motto „Friss oder stirb!“, indem der User sich entweder so zu verhalten hat, wie die Plattform es vorsieht, oder auf der Plattform gesperrt wird. „Vergnügen heißt Einverständnis“ – das stellten Adorno und Horkheimer in der „Dialektik der Aufklärung“ schon fest. Dies lässt sich somit ebenfalls auf die Plattform Instagram übertragen (Adorno, Horkheimer 1944, zitiert in Barfuss 2002: 79). Der User bestätigt mit seiner Nutzung damit auch die Machttechnologie, die hinter der Plattform steht.

Instagram ist infolgedessen ebenfalls exemplarisch für Deleuzes These des Aufkommens der neuen Dienstleistungen. Freiheiten und Kontrollmechanismen bedingen sich dabei gegenseitig (vgl. Deleuze 1990). Der Begriff der „prozessualen gelenkten Selbstführung“ beschreibt dabei den ständigen widersprüchlichen Moment der Fremd- und Selbstbestimmung während der Nutzung. Instagram nimmt anhand der Anordnung der Wissenstechnik Einfluss auf das Subjekt, seine Datenabgaben, aber auch auf seine Subjektkonstituierung (vgl. Reichert 2008: 85). Dabei suggeriert „die Individualisierung der Datenakkumulation [...] eine »dezentrale«, »herrschaftslose« und letztlich »wahrhaftige« Praxis der Wissensvermittlung und »belebt« in vielen Fällen die Bereitschaft des Subjekts zur Selbstauskunft“ (Reichert 2008: 101). Durch die Aufmerksamkeits- und Aktualisierungslogik wird der User aufgefordert, die App so häufig zu nutzen, dass er sich schnell an die übermittelte Wissenstechnik gewöhnt. Die Diskursivierung des auferlegten Selbstmanagements wird damit zu einer Art sozialer Norm und zu einer Verhaltenserwartung, die von Instagram sozialisiert und habitualisiert wird (vgl. Popitz 2006: 65). Durch das Prinzip der „gelenkten Selbstführung“ wird der User zwar „Prototyp“ liberal-gouvernementalistischer Regierungstechnologien (Reichert 2008: 18; vgl. Wiedemann 2010: 108), dennoch muss man die Plattform als Spiegel historischer Prozesse sehen, welche affirmative Produkte von längst praktizierten Regierungsmethoden sind (vgl. Huck 2007: 164). Instagram ist lediglich ein Beispiel für etablierte gesellschaftliche Subjektkonstituierungsverfahren. Das Element der Eigenregie und die dadurch entstehenden

Freiheiten der User werden durch die Kontrolltechnologie Instagrams revidiert. Beide Elemente stellen sich in Abhängigkeit zueinander dar. Insofern fasst es Reichert pragmatisch zusammen:

„Die Frage nach der Selbstmächtigkeit des Individuums gegenüber den Machtstrukturen der Netzöffentlichkeit ist angesichts der Bedingungen, unter denen sie selbst steht, problematisch geworden.“ (Reichert 2008: 13)

8.3 Der Körper auf Instagram

Da es sich bei Instagram um eine visuelle Plattform handelt, die derzeit weitaus mehr als nur aus dem Posten von Fotos besteht, ist der Körper hier stetig präsent als Kommunikationsmittel. Dies lässt sich insbesondere anhand der Funktion im Direct Messenger erkennen. Hier kann man direkt mit Fotos und kurzen Videos auf Nachrichten antworten bzw. Konversationen starten. Diese Nachrichtenmöglichkeit ist angelehnt an die „Snapchat“-Technik, wo sich unter anderem die Nachrichten nach einmaligem Anschauen löschen. Auch hier ist das Spiel mit Filtern und Effekten möglich, wobei die meisten Filter- und Effektoptionen auf die Gesichtsbearbeitung ausgelegt sind. Die Nutzung der Effekte und der Filter erfolgt dabei immer auf der App selbst und kann nicht nachträglich angewendet werden. Instagram fördert die Selbstdarstellung in Form von Selbstporträts, wobei sich der Visualisierungsschwerpunkt auf das eigene Abbild in Form des Selfies beschränkt. Die dargestellten Wissenstechniken werden somit bei Instagram auf den Körper übertragen. Demnach wirken die Wissenstechniken nicht nur auf die Subjektkonstituierung, sondern auch auf die Materialität des Subjekts. Das butlersche Prinzip der Benennung, Wiederholung, Zirkulation und Festigung wird somit stetig neu im Digitalen ausgehandelt. Spezifische Körperinszenierungen zirkulieren durch die Aktualisierungslogik kurzzeitig zu nonverbalen Codes. Dabei begünstigt die auf Instagram vorherrschende Aufmerksamkeitsökonomie die „Visibilitätszwänge“ der User. „Die Konsumästhetik idealisiert die Selbsterfüllung im Konsum, begünstigt mediale Formen expressiver Selbstinszenierung durch Lebensstile und erhöht den Zwang zur Selbstvermarktung“ (Reichert 2008: 60). In der virtuellen Kommunikation wurde der Körper wieder zum Beweis der realen Existenz und der Rückversicherung an die Realität, die gerade in den sozialen Netzwerken eine essenzielle Rolle besitzen. Hier wirkt sich somit die Indexikalität der Fotografie als Status und Beleg für Wahrhaftigkeit aus (vgl. Köffler 2019: 119). Dies wird durch die Intermedialität des Mediums verstärkt. Die Nutzung von Fotos, Videos, Tonspuren etc. innerhalb stetig aktualisierter Posts wirkt als Einblick in das reale Leben der User. Dies führt auch trotz Fotobearbeitung sowie Filter- und Effektnutzung zu einem „trügerischen Vertrautsein mit Fotografien“ (Blasy 2018, zitiert in Sexl 2019: 17).

In sozialen Netzwerken werden Bezugspunkte zum realen Leben geschaffen. Dabei geht Funken im Sinne Butlers davon aus, dass man wechselseitig auf die körperliche Präsenz

anderer angewiesen ist, um sich gesellschaftlich und sozial positionieren zu können. Außerdem spielen die dargestellten Körperbilder eine zentrale Rolle in Bezug auf Identifikationsangebote des Subjekts (vgl. Funken 2004: 309f., 315). Vor allem das Gesicht gilt dabei stets als „unverfälschte“ Wahrheitsinstanz, was man auch schon in der Vergangenheit innerhalb von Verhandlungsfotos oder der Passfotografie sehen konnte (vgl. Funken 2004: 310). Das Gesicht steht für die Identität. Dies zeigt sich im virtuellen Raum durch die Bedeutungszunahme von Profildaten entgegen Avataren. Die sozialen Medien haben diesbezüglich einen Anspruch an Realität innerhalb der Konnektivität – anders, als es beispielsweise bei Computerspielen der Fall sein kann. Dabei lässt sich die Kritik, dass sich die User vermehrt mit der Oberfläche beschäftigen und demnach ihre Persönlichkeit darauf reduzieren (vgl. Ullrich 2019: 12f.), damit abschwächen, dass das Gesicht zu einer „übergreifend gültigen Art des Austausches“ zur „global verständlichen Form des Kommunizierens“ geworden ist (Ullrich 2019: 35). Ullrich zieht dabei eine Verbindung zu den Emojis und sieht darin eine Allgemeingültigkeit der Gefühlscodierung, die jedoch auch durch den Anspruch der Allgemeingültigkeit normierend wirkt (vgl. Ullrich 2019: 43). Da in der virtuellen Welt die „Beziehungen häufig flüchtiger und kurzfristiger als die Alltäglichen sind“, spielen die „Evidenzkriterien der Zuverlässigkeit“ eine zentrale Rolle (Funken 2004: 312). Der Körper erlangt erst durch das Verhältnis zwischen seiner realen und seiner virtuellen Darstellung Authentizität (vgl. Funken 2004: 314). In dem virtuellen Raum der Social Media bedarf es durch den Aufbau der Plattform, den Aktualisierungszwang sowie den offenen Zirkulationsprozess stärkerer „Stabilisationsfaktoren“, welche den Körper bzw. das Gesicht als Referenz der Existenz und der Identität ausweisen (Funken 2004: 318). Das Paradoxe liegt gerade darin, dass die Plattform die Art und Weise, wann und wie man sichtbar wird, festlegt und somit per se kein Anspruch auf Evidenz und Authentizität geschaffen werden kann. Das Instagram-Profil bietet die Möglichkeit, an seiner „vorteilhaften Selbstdarstellung“ zu „basteln“ (vgl. Reichert 2008). Dies geschieht vornehmlich in visueller Form spezifischer Körperperformances und Inszenierungspraxen. Instagram betont dabei die Verknüpfung des Körpers und der Körperinszenierung mit den Eigenschaften des unternehmerischen Selbst und kreiert damit ein neues Blickregime. Gerling et al. fassen diesbezüglich zusammen:

„Das heißt, soziale Medien sind mit ihren verhaltenssteuernden Angeboten, mit ihren Richtlinien und algorithmischen Auswahlverfahren ein konstitutiver Bestandteil des gegenwärtigen Blickregimes. Dass sich Personen mehr oder weniger dazu aufgerufen bzw. dabei wohl fühlen, ihren Körper auf Instagram zu präsentieren, ist dabei einer der Effekte des gaze, das heißt eines Blicks von »Außen«, in dem ich Anerkennung erfahren kann oder nicht, und der sich aus gesellschaftlichen Normen konstituiert, die wiederum über das Bildrepertoire affirmiert werden.“ (Gerling et al. 2018: 79)

Und dennoch hat es in den letzten Jahren zugenommen, Unsicherheiten, Ängste etc. zu thematisieren. Die Thematisierung von Unsicherheiten geht einher mit dem Geständniszwang sowie mit dem Empowerment-Gedanken. Dies entspricht einer visuellen

Geständniskultur. Der Geständniszwang kann dahingehend verstanden werden, dass soziale Netzwerke produktiv wirken, indem sie ein Begehren, eine Lust am öffentlichen Geständnis und legalen Voyeurismus schaffen und dahingehend auch bereitwillig akzeptiert werden. Die Beobachtung anderer wird damit zum Unterhaltungsinstrument, einem „Big Brother“ der Selbstinszenierung anderer, indem man selbst partizipierender Protagonist werden kann (vgl. Wiedemann 2010: 79). Auch kann genau diese scheinbar „unvoreilhaft“ Selbstdarstellung dazu dienen, im Kampf um die Aufmerksamkeit sein besonderes USP hervorzustellen bzw. die Nische, mit der man eine stabile Community aufbauen kann. Damit knüpft das „Impression-Management“ an das „Self-branding“ an (vgl. Wiedemann 2011: 161). Reichert geht somit davon aus, dass „Selbstbestimmung und Selbstständigkeit [...] sich von ihrem emanzipatorischen Kontext gelöst“ haben und heutzutage „als Versatzstücke kommerzieller Freiheitsdiskurse zu finden“ sind (Reichert 2008: 20f.). Dennoch lässt sich das Aufkommen der Thematisierung von Unsicherheiten und Ängsten ebenso als ein Befreiungselement, gar als subversiver Gestus lesen, der im folgenden Kapitel vertieft wird.

Das Businesskonzept der Influencer basiert letztlich auf einer Modifikation der von Winch besprochenen Girlfriend Culture. Es geht jedoch darum, in einer veränderten Weise des Starkults eine Nahbarkeit, aber dennoch eine Idealisierung der Person zu kreieren, um somit als beste Freundin oder bester Freund Ratschläge zu geben und Produktempfehlungen auszusprechen. Voraussetzung ist es, ein erfolgreiches Subjekt zu sein. Dies zeigt sich auf Instagram besonders visuell anhand des Körpers und der Körperinszenierung. Hierbei fasst auch die Verbindung zu Bröcklings Empowerment-Theorie, indem Influencer meist schon empowerte Personen sind. Deshalb ist ihr Auftrag nun, andere User ebenfalls zu empowern. Die im Influencermarketing genutzte Girlfriend bzw. auch Boyfriend Culture (hier kann man zwar von einer Genderspezifität sprechen, aber von keiner rein weiblichen), ist dabei eine getarnte Strategie der Profitmaximierung. Hierbei entstehen verworrene Verbindungsverflechtungen, indem einerseits Intimität und Nähe hergestellt werden soll, andererseits jedoch die Darstellungspraxis idealisiert werden muss, um Handlungs- bzw. Kaufanreize zu setzen. Dies zeigt auch auf, wie berechnend die Individualisierung in den sozialen Netzwerken verläuft und die Lebensereignisse oder Lebensstile hier ökonomisiert bzw. vermarktet werden (vgl. Reichert 2008: 19, 136). Die Intention, sich dabei „aktiv, unabhängig, kreativ und individualistisch“ darzustellen, ist „heute Commonsense geworden“ (Reichert 2008: 20).

Das Paradoxe an dem Aufbau Instagrams ist dabei, dass der User zwar aufgefordert wird, sich zu individualisieren, indem seine Besonderheiten hervorgehoben werden sollen. Gleichzeitig wird er jedoch durch das numerische Feedbacksystem sowie den Algorithmus hierarchisiert. Dabei inkludiert die marktwirtschaftliche Aufforderung, sein USP zu finden und diesen zu vermarkten, auch die Herstellung eines gewissen Nonkonformismus, um sich interessant darzustellen und somit Aufmerksamkeit zu generieren. Die Aufmerksamkeitslogik führt zu einem „Aufstieg der kreativen Klassen“ (Reichert 2008). Reichert geht jedoch davon aus, dass es sich hierbei um „kreative Banalitäten“ handelt und diese weit vom Genius entfernt sind (Reichert 2008: 122; vgl. Reichert 2008: 20). Der Kampf

um Aufmerksamkeit löst dennoch ein „kreatives Self-Branding“ der Subjekte aus (vgl. Wiedemann 2011: 174). Die exzessive Zurschaustellung besonderer „kreativer“ Talente und die Funktion der Interaktion des Ratgebens gehen folglich mit der neoliberalen Hoffnung einher, durch den Einsatz seiner Talente entdeckt zu werden und eine Karriere aufgrund der Präsentation der Talente aufbauen zu können (vgl. Schachtner, Duller 2014: 109). So heißt es auch passend auf der Infoseite von Instagram: „Auf Instagram im Rampenlicht: Vernetze dich mit mehr Menschen, gewinne Einfluss und erstelle spannenden, einzigartigen Content“ (Instagram 2021).

Die These McRobbies, die sich auch bei Villa findet und davon ausgeht, dass der Neoliberalismus zu einer Erneuerung der Geschlechterdifferenzen geführt hat, lässt sich auch auf den „Techno-Body“ (Balsamo nach Bublitz 2001: 181) anwenden, der wie dargestellt entgegengesetzt dem Wunsch der Cyberfeministinnen nicht an Bedeutung seiner eingeschriebenen Materialität verloren hat (vgl. Funken 2004: 308). Die Geschlechterdifferenz wird im virtuellen Raum und insbesondere in der Social Media neu im Sinne einer Hybridisierung von Körperbild als Wahrzeichen des Geschlechts und von Körperbild unter den Bedingungen der Technologie konfiguriert (vgl. Bublitz 2001: 182). Es entsteht somit ein neuer „Body of Evidence“ (Weingarten 2003: 48) unter den Bedingungen technikspezifischer Modellierungsmöglichkeiten: Perspektive, Rahmung, Bearbeitung, Filter etc. (vgl. Funken 2004: 311). Unter diesen Voraussetzungen ist die Bedeutung einer fast ausschließlich männlich produzierten virtuellen Welt immens, denn obwohl der digitale Körper im Cyberspace erst produziert werden muss, konstituiert sich dieser unter den Bedingungen des Male Gaze (vgl. Weingarten 2003: 51). Dabei geht Funken davon aus, dass der digitale Körper von den Wissenstechniken und den darin enthaltenen Steuerungselementen des Impression-Managements geformt wird. Dies geschieht freiwillig unter den Voraussetzungen der Medienaneignung als Selbstpraktik (vgl. Funken 2004: 311). Somit zeigen die konstruierten digitalen Körper nicht nur Körperideale, sondern visualisieren die Eigenschaften des unternehmerischen Selbst mit den „dazu passenden Images bzw. Persönlichkeitseigenschaften. Durch Körperbilder wird versucht, Subjekte lesbar zu machen und ihnen dadurch einen Wert zu geben“ (Esders 2003: 195). Der Wert definiert sich über die Annäherung eines numerischen Ideals und über die Authentizität des verkörperten Images. Demnach hängt der Selbstwert des digitalen Subjekts davon ab, wie es „sich mit dem Regime der Visibilität“ arrangiert (Reichert 2008: 60). Das Feld des Konsums begünstigt auf maßgebliche Weise Visibilitätszwänge für den Einzelnen. Die Konsumästhetik idealisiert die Selbsterfüllung im Konsum, begünstigt mediale Formen expressiver Selbstinszenierung durch Lebensstile und erhöht den Zwang zur Selbstvermarktung“ (Reichert 2008: 60).

Trotz der Bedeutungszunahme des Körpers geht Wilk davon aus, dass der Körper jedoch letztlich irrelevant geworden ist. Die Ökonomisierung und die Kommerzialisierung der Plattformen haben den Körper zu einer „geschichtslosen Konsumattrappe“ werden lassen (Wilk 2002: 25). Hier greift auch Deleuzes Kontrollgesellschaft, wobei er davon ausging, dass der „individuelle oder numerische Körper durch die Chiffren eines »dividuellen«

Kontrollmaterials ersetzt“ wird. Damit besteht „die numerische Sprache der Kontrolle [...] aus Chiffren, die den Zugang zu Informationen kennzeichnen bzw. die Abweisung. Die Individuen sind »dividuell« geworden und die Massen Stichproben, Daten, Märkte oder »Banken«“ (Deleuze 1990). Soziale Kontrolle stellt nicht mehr die Disziplin her, sondern das Marketing, welches das Ziel des kurzfristigen und schnellen Umsatzes hat. Auf Instagram richtet sich die Körperdarstellung nach den Vorgaben der Plattform. Sie wird Gegenstand der Evaluierung und hinsichtlich der verkörperten Idealisierungsvorgaben bearbeitet. Dies zeigt auch der massive Einsatz von Bearbeitungs-, Filter- und Effektsoftware. Der Körper verweist damit nicht mehr per se auf ein historisches Apriori, sondern auf die Imperative der Ökonomie, die in den Körper eingeschrieben werden. Zwar wird von einer neuen Geschlechterdifferenz und einer Herausbildung verstärkter stereotypischer Geschlechterdarstellungen ausgegangen. Dennoch sind diese letztlich bedeutungslos, denn was zählt, ist die Aufmerksamkeitsgenerierung. Die Stereotypisierung innerhalb der Geschlechterdifferenz wird bloß Mittel zum Zweck.

Deleuze stellte mit Bezug auf Felix Guattaris entworfene Science-Fiction-Stadt die Bedeutungskraft des Algorithmus und der Computerverdatung dar, die den „Rhythmus“ des Systems und damit auch den Rhythmus des Lebens des Individuums definieren und davon abhängig machen. In der Kontrollgesellschaft wird dieses Szenario „Realität“, ebenso in der Social Media. Der Körper wird dabei Projektionsfläche neoliberaler Werte, welche „das Sein zum Design“ macht bzw. zum Darstellungsrequisit (Gunkel 2018: 34; vgl. Franck 2013: 14). „Durch die zunehmenden Grenzauflösungen zwischen Mensch und Technik wird das Menschliche“ und demnach auch der Körper konstruierbar (Dungs 2000: 296). Insofern findet eine paradoxe Situation statt, indem der Körper in den sozialen Medien allgegenwärtig ist und somit eine zentrale Bedeutung besitzt, dennoch aber an Bedeutung verliert, weil er innerhalb der Bedingungen der Plattform zur virtuellen Chiffre eines Kontrollmaterials wird. Die Krux liegt darin, dass es Instagram schafft, die „Allmacht der Technik mit der eigenen Macht“ zu verschleiern (Dungs 2000: 296).

8.4 Zusammenfassung

An dieser Stelle sei erwähnt, dass natürlich nicht jeder User das Interesse verfolgt, viele Abonnenten und eine hohe Sichtbarkeit auf der Plattform zu haben. So gibt es durchaus auch Nutzer, die den Account nur mit engen Bekannten und Freunden teilen und keine erhöhte Sichtbarkeit forcieren. Es gibt User, die die Plattform ausschließlich als Netzwerk nutzen, um auf dem Laufenden zu bleiben und mit einer Community in Kontakt zu treten usw. Dennoch lässt sich deutlich feststellen, dass Instagram als Plattform so konzipiert ist, dass die User zu einem bestimmten, hier beschriebenen Verhalten aufgefordert werden.

Die einzelnen Funktionen Instagrams bauen dabei aufeinander auf und sind ganzheitlich zu betrachten. Instagram stellt die Bedingungen her, unter denen der User auf der Plattform

agiert. Instagram forciert dabei, dass der User möglichst viele Daten und Informationen über sich hinterlässt, indem er viel postet, vernetzt ist und sich aktiv an Interaktionen beteiligt. Die Steuerung der User erfolgt über den Aufbau des User Interfaces, welches bestimmte Handlungsoptionen sichtbar macht und dessen vorgeschlagenen Optionen den Usern als vorteilhaft dargestellt werden. Gleichzeitig steuert Instagram das Subjekt durch Diskursivierung und Wissenstechniken und legt bestimmte Eigenschaften, Inhalte und Informationen fest, klassifiziert, hierarchisiert diese und entscheidet algorithmisch über die Sichtbarkeit des Users. Die sichtbare Separierung der Accounts stellt dabei die reichweitenstarken verifizierten Accounts als Idealnormierung dar.

Instagram zeigt durch die ausschließlich vollständige Nutzungsmöglichkeit der mobilen App auf, dass die Nutzung Instagrams sich in das Alltagsleben integrieren soll. Die Funktionen der Synchronisierung, der Vernetzung, der Profilervollständigung und der Aktualisierung treten dabei als ständige Handlungsaufforderung an die User auf, die die Kernfunktionen der Handlungsimperative an die User darstellen. Im Zentrum stehen dabei die numerischen Feedbacksysteme, die die Anzahl der Abonnenten und der Abonnierenden sowie die Anzahl der Likes, Kommentare etc. angeben. Es wird dadurch eine permanente öffentliche Beobachtungssituation sowie eine Evaluation der User geschaffen. Instagram etabliert somit öffentliche Konkurrenz- und Vergleichsmomente als integrativen, essenziellen Teil der Plattform. Die Verteilung von Abonnenten und Abonnierenden ist dabei ein zentraler Faktor, um sich als erfolgreiches digitales Subjekt darzustellen. So muss der User mehr Abonnenten als Abonnierende aufweisen. Kein erfolgreicher reichweitenstarker Account besitzt eine hohe Anzahl an Abonnierten. Es gilt somit als Prämisse, sich interessant bzw. interessanter als die anderen User darzustellen. Die anzustrebende Imbalance zwischen den Abonnenten und den Abonnierten zeigt auf, dass Instagram lose und einseitige Beziehungen der User untereinander fördert. In erster Linie gilt es, Interesse an dem eigenen Account zu erwecken. Der Algorithmus ist Instagrams gut gehütetes Erfolgsgeheimnis und stellt individuelle Relevanzen und die Normalität der User auf der Plattform her. Dabei greift Deleuzes Beschreibung der Kontrollgesellschaft, indem die Spielregeln des Kontrollsystems sowie den Zugang zum Wissen lediglich der „Geschäftsführer“ des Unternehmens kennt (vgl. Deleuze 1990). Dennoch entsteht das Bestreben, das Geheimnis zu entlocken und demnach Geschäftsführer zu werden. Und somit produziert auch Instagram die Lust, sich die Funktionen der Plattform anzueignen und die Logik des Systems zu verstehen. Denn das heißt ebenso, dass man sich intensiv mit dem Medium auseinandersetzt und sich das Medium unter den Voraussetzungen aneignet, die das Medium bestimmen. Um Instagram optimal zu nutzen und somit ein erfolgreiches und sichtbares Subjekt auf der Plattform zu sein, muss sich das Subjekt den Anforderungen Instagrams unterwerfen. Folglich muss der User viel Zeit in die Plattform investieren. Der User muss mit anderen Accounts interagieren oder sich spezifische Strategien aneignen, damit die anderen User mehr mit dem eigenen Account interagieren. Instagram stellt folglich Verhaltensanforderungen bzw. Verhaltensimperative auf. Instagram stellt dafür Verwaltungsfunktionen bereit, die es dem User vereinfachen, zielgruppengerechter zu posten. Um sich zu professionalisieren, sind

ganze Dienstleistungssektoren entstanden. Instagram ist somit auf der einen Seite zwar intuitiv und spielerisch, aber auf der anderen Seite auch komplex und erfordert genaues Wissen, um möglichst viel Reichweite zu generieren. Dabei greift bei Instagram das „rich get richer“-Prinzip, wobei die Accounts mehr Sichtbarkeit bekommen, die ohnehin schon viele Abonnenten haben.

Der User wird von Instagram aufgefordert, das digitale Selbst als unternehmerisches Selbst zu begreifen und somit wie ein Unternehmen, wie der Manager des eigenen Unternehmens zu agieren und demnach die eigene digitale Präsenz zu verwalten. Gerade die Intention, mehr Sichtbarkeit und Reichweite zu bekommen, lässt Zwänge entstehen, aus dem Grund des Eigennutzens bestimmte Handlungen vollziehen zu müssen, wie beispielsweise in Interaktion mit anderen Usern zu treten. Damit finden Handlungen des Subjekts gewollt berechnend statt. Das digitale Subjekt wird dabei zur berechenbaren Fassung des eigenen Impression-Managements. Die Kontrolle über die eigene Selbstdarstellung sowie die Möglichkeiten, die Sichtbarkeiten in Form von Verwaltungsoptionen einzuschränken, lassen dabei auf ein scheinbar transparentes System schließen. Jeder Beitrag auf Instagram besteht nicht nur aus Verwaltungsoptionen, sondern auch aus Erwartungshaltungen, die mit dem Posten einhergehen. So sollen Beiträge meist positives Feedback erhalten und dem Subjekt Anerkennung verschaffen. Die Anerkennung erfolgt dabei numerisch. Dadurch kann das Subjekt schnell statistisch einsehen, wie gut ein Post angekommen ist. Das numerische Feedbacksystem fordert das Subjekt zur Selbstreflexion und zur Anpassung auf. In diesem Sinne ist das digitale Subjekt ein kybernetisches. Die Reflexion über den Ist-Zustand geht mit einer Vorstellung und einem Anstreben des Soll-Zustandes einher, woraus die Anpassung folgt. Hierbei spricht Reichert in Bezug auf Jürgen Links flexiblen Normalismus auch von einer „unabschließbaren Dynamik der Selbstoptimierung“, da dieser Soll-Zustand niemals fix ist (Reichert 2008: 136). Der User ist permanent „under construction“. Dies betont die von Deleuze beschriebene Eigenschaft des Dividuums, welches nie mit etwas fertig wird und Bröcklings Darstellung eines nie abgeschlossenen, stets selbstoptimierenden Subjekts im Sinne des unternehmerischen Selbst. Dies wird auch unterstützt von dem offenen System der Plattform, in dem fast alles bearbeitet, archiviert und gelöscht werden kann. Die Anpassung des Subjekts erfolgt anhand der Aufmerksamkeitslogik Instagrams, welches sich an die Marktlogik koppelt.

Die Antwort-Haltung, die dem User von Instagram abverlangt wird, wird von Ängsten und Unsicherheiten geprägt. Durch die permanente Aktualisierung und die damit einhergehenden Verunsicherungen greift der Imperativ Instagrams, die Plattform als mobile App zu nutzen, damit ein ständiges Überprüfen des Status quo zum Bestandteil der Nutzung wird. Schließlich kann man zu jedem Zeitpunkt negative Kommentare zu dem eigenen Post erhalten. Negatives Feedback kann den Post in seiner Lesbarkeit maßgeblich negativ verändern, wobei positives Feedback zur Anerkennung, Sichtbarkeit und zu einem erhöhten Selbstwertgefühl führt. Demnach ist es das Ziel, möglichst wohlwollende Abonnenten zu haben bzw. mit Posts auf „Nummer sicher“ zu gehen. Damit schafft Instagram einen

Konformismus der User sowie einen Aufführungszwang, in dem der User sich stetig aufführen muss, um überhaupt sichtbar zu bleiben. Der Clou daran ist, dass Instagram den User dahingehend steuert, dass er möglichst viel Zeit auf der Plattform verbringt und dabei möglichst viel von sich selbst preisgibt. Dabei wird jede Handlung als Metadatum abgespeichert und führt zu einer algorithmischen Konsequenz. Diese Konsequenz zeigt sich auch in den personalisierten Werbungen auf Instagram sowie in Datenverkäufen an Drittanbieter. Dabei zählen nicht nur rein aktive Handlungen, beispielsweise das Liken oder Kommentieren, sondern auch die gesamte Nutzungsdauer, wie lange und wie oft man sich Beiträge angeguckt hat etc. Somit kann man von einem algorithmischen Voyeurismus sprechen. Durch den Aufbau Instagrams wird dem User die Bedeutungsschwere des Handelns auf der Plattform jedoch nicht direkt bewusst. Der Aktualisierungszwang führt zu einem Kampf um die Aufmerksamkeit, welcher mit dem Geständniszwang einhergeht. Der User wird ständig mit Aktualisierungen der Plattform konfrontiert. Es wird ein Begehren geschaffen, öffentlich über sich selbst zu sprechen und dies diskursiv mit dem Empowerment- und Selbstermächtigungsgedanken zu verknüpfen. Der Geständniszwang ist zudem auch gekoppelt an die Herstellung eines USP. Individualität und Kreativität werden somit vorausgesetzt. Dabei dient das Geständnis der Aufmerksamkeitsökonomie keineswegs einer Katharsis, da das Geständnis in einem unsicheren Raum stattfindet. Auch kann keine echte Selbstreflexion im Vernetztsein unter Dauerbeurteilung und Beobachtung stattfinden. Überdies fungiert das Profil als Aushängeschild und ist somit geprägt von der Selbstreflexion der eigenen Selbstdarstellung als eine Form der Kuration des Lebens. In diesem Sinne kann das digitale Subjekt selbst Erinnerungsspuren und damit auch Wahrheitsspuren über sich legen. Aber auch hier greift die Unsicherheit durch die permanente Möglichkeit des Feedbacks, die eine Darstellung hinsichtlich gesellschaftlicher Konventionen von legitimen und positiv konnotierten Persönlichkeitseigenschaften begünstigt. Gleichzeitig kann das Subjekt durch die offene Zirkulation der Beiträge nie vollständige Kontrolle über die eigenen Posts und die eigene Selbstdarstellung besitzen. Dementsprechend stehen sich Kontrolle und Kontrollverlust gegenüber. Auf Instagram werden Freiheits- und Handlungsspielräume suggeriert, wobei gleichzeitig auch Ängste und Unsicherheiten hinsichtlich der permanenten Evaluierungsmöglichkeit ausgelöst werden. Wie im foucaultschen Sicherheitsdispositiv wird der User stetig aufgefordert, sich selbst und seine Umgebung zu analysieren, zu bewerten und auf Ereignisse zu reagieren. Die Biomacht als Verwaltung über das Leben wird hierbei von Instagram instrumentalisiert. Instagram erzeugt somit permanente Unsicherheitssituationen, die in der Plattform immanent sind und das Subjekt dahingehend steuern, sich konform bzw. innerhalb eines legitimen Rahmens zu verhalten.

Im Zusammenhang mit der Theorie der Interpellation bekommt das Subjekt jedoch die Möglichkeit, sich selbst zu benennen. Die Herstellung des Sicherheitsdispositives durch die offene Zirkulation verschafft das Potenzial für Subversion. Die Wiederholung der Interpellation findet unter keinen festen Bedingungen statt und kann je nach Kontext neuen Benennungen und Anrufungen unterliegen. Dabei ist es auf Instagram das Individuum selbst, das sich zunächst Sichtbarkeit verleihen muss. Hierbei unterliegt der Subjektkonstituierung

kein Rückkopplungssystem. Durch den offenen Zirkulationsprozess entsteht die Möglichkeit, dass es zu Resignifikationsprozessen kommen kann. Dabei ist die Selbstbenennung ebenso Teil des Geständnisrituals geworden. Das Moment der Selbstermächtigung steht somit dem reglementierten Raum entgegen. Die Restriktion und die Reglementierung Instagrams werden von der Plattform durch die Verhaltens- und Einstellungsoptionen verdeckt und erzeugen den Eindruck von einem transparenten System der Eigenverantwortung und Freiheit. Die Nutzung Instagrams ist kostenlos und freiwillig und wirkt somit unverbindlich. Die Registrierung erfolgt demnach zumeist auf Grundlage des Gruppenzwangs, aber auch aufgrund der Betonung der positiven Aspekte Instagrams, die die Möglichkeiten der Vernetzung, der kreativen Darstellungsmöglichkeiten und der Herstellung einer Reichweite zur Selbstdarstellung implizieren. Der Unternehmenscharakter der Plattform selbst wird dabei verschleiert. Zwar wird auf Instagram Werbung permanent indirekt und direkt ersichtlich, dies bezieht sich jedoch auf Werbung, die auf Produkte oder Influencer zielt. Es wird somit für den User nicht deutlich, dass die Daten an genau diese Werbetreiber sowie an Drittanbieter verkauft werden. Personalisierte Werbung braucht demnach Einsichten in eine Vielzahl an hinterlassenen Daten. Technische Kontrolle wird damit zur sozialen Kontrolle und zum Instrument, das Leben zu verwalten, zu steuern und zu reglementieren. Die positiven Effekte auf das Subjekt legitimieren Instagrams Unterwerfungsmechanismen. Damit wird Instagram zu einem „demokratischen Panopticon“, indem das Subjekt sich freiwillig in dem Gefängnis aufhält und sich beobachten lässt. Instagram erzeugt Lust, sich selbst beobachten zu lassen sowie andere zu beobachten. Es wird eine Lust erzeugt, permanent Geständnisse zu produzieren und diese evaluieren zu lassen. Im Zentrum der Beobachtung und der Bewertung steht dabei jedoch der Körper.

Der Körper ist auf Instagram omnipräsent, da er als Kommunikationsmittel und zur Evidenz der Existenz dient. Der digitale Körper wird dabei nach den Steuerungsimperativen Instagrams geformt und ist somit Instrument des Impression-Managements. Die konstruierten digitalen Körper sollen dabei die Eigenschaften des unternehmerischen Selbst mit den passenden Images und Persönlichkeitsmerkmalen visualisieren. Der Körper weist damit nicht mehr per se auf ein historisches Apriori, sondern unterliegt den Bedingungen der Plattform, die sich am Markt orientieren. Der Wert definiert sich über die Annäherung eines numerischen Ideals und über die Authentizität des verkörperten Images. Damit rückt der Körper ins Visier der Beobachtung und Evaluierung. Demnach nimmt der Körper zwar an Bedeutung in Form seiner allgegenwärtigen Repräsentation zu, wird dadurch jedoch ebenso zur Hülle, die ausschließlich der Profitmaximierung dient.

9. Selbstinszenierung in der Social Media

In dem folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Analyse Instagrams spezifisch am Körper und an den Körperdarstellungen untersucht. Hierbei wird der Frage nachgegangen, inwiefern das UI die User steuert, sich auf eine bestimmte Art und Weise darzustellen. Es

wurde in dem vorangestellten Kapitel festgestellt, dass Instagram die Herstellung des unternehmerischen Selbst und damit neoliberale Werte forciert. Da es sich bei Instagram um ein visuelles soziales Netzwerk handelt, welches den Körper ins Zentrum der Kommunikation rückt, soll demnach untersucht werden, inwiefern die neoliberalen Werte in den Körper bzw. in die Körperdarstellung eingeschrieben werden. Damit soll der Frage nachgegangen werden, wie stereotypische Körperinszenierungen auf Instagram aussehen. Dabei wird zunächst eine Studie vorgestellt, die die stereotypischen Inszenierungen auf Instagram untersuchte, wodurch konkrete Körpertechniken aufgezeigt wurden, welche auf Instagram das Ideal produzieren. Anhand von weiteren Studienergebnissen werden die Wirkungseffekte von sozialen Medien auf die Körperinszenierungen erweitert besprochen. Es wird diesbezüglich schließend erneut auf den Aufbau Instagrams eingegangen. Dabei wird der Algorithmus diesmal als zentrales Element bei der Zuweisung von Sichtbarkeit auf Instagram untersucht, der eine individuelle Normalität der User schafft. Anschließend werden die Richtlinien sowie die Zensurpolitik Instagrams beleuchtet und in einen Zusammenhang zum Sicherheitsdispositiv gestellt. Um einen Eindruck davon zu bekommen, welche Körper und Körperinszenierungen unter die Zensur Instagrams fallen, wird das Fotobuch „Pics or It Didn't Happen“ vorgestellt. Hierbei wird ersichtlich, dass es sich bei Instagram um eine restriktive Plattform handelt, die nicht normierten Körpern Inszenierungen und somit auch die potenzielle bildnerische Subversion untersagt bzw. zensuriert.

9.1 Stereotypische Selbstinszenierungsmechanismen

Bei der Studie des IZI und der MaLisa Stiftung (2019) handelt es sich um die derzeit aktuellste und größte Untersuchung von Selbstinszenierungsmechanismen auf Instagram im deutschsprachigen Raum. In der Studie wurden die Selbstinszenierungen von Influencern auf Instagram und deren Bedeutung für Jugendliche und junge Erwachsene untersucht. In qualitativen Interviews von jungen Instagram-Nutzerinnen (14 bis 19 Jahre) wurde herausgestellt, dass Influencer einen hohen Einfluss auf die digitalen Selbstrepräsentationen der User besitzen. Gegenwärtig sind es hierbei besonders die Influencer, die den Anforderungskatalog für die perfekte Inszenierung vorgeben, die die User versuchen zu imitieren. Bei der Untersuchung der Accounts der User wurden starke Inszenierungsähnlichkeiten zu den Influencern herausgefunden, deren Accounts am häufigsten besucht wurden. Es wird dabei versucht, die Influencer nachzuahmen. Hierzu werden Filter benutzt, Körper mit Fotobearbeitungsprogramme optimiert, Zähne aufgehellt, Kleidung angepasst und Körperposen und Szenografien übernommen (vgl. Götz 2019a).

Hinsichtlich der Bildbearbeitung ist es zu einer Bedeutungsverschiebung des Begriffes der „Natürlichkeit“ gekommen (vgl. Kleemans et al. nach Götz, Becker 2019). Perfekte Fotos wurden von den Usern dahingehend beschrieben, dass sie „natürlich schön“ und „spontan“ wirken sollten. Trotz des weitreichenden und oft sogar offensiven Einsatzes von

Bildbearbeitungsprogrammen, die insbesondere die Haut glatter und weicher erscheinen lassen oder gar den Körper hinsichtlich einer schmalen Taille, eines vergrößerten Busens und Pos manipulieren, empfinden die User die Fotos der Influencer dennoch als natürlich. Hier bestätigt sich somit die These McRobbies, indem sie auf den Verschiebungsprozess im Postfeminismus hingewiesen hat, bei dem Künstlichkeit auf Authentizität und Natürlichkeit verweist. Die Natürlichkeit des Körpers wird gebildet, indem viel Arbeit in den Körper investiert wird und verweist dahingehend auf den Grad der Weiblichkeit (vgl. McRobbie 2016: 90). Die gezeigten Fotos der Influencer zeigen einen hohen Professionalisierungsgrad auf. So ist nicht nur die „Natürlichkeit“ Ergebnis von Schminke, Licht und Bildbearbeitung, sondern auch die Spontanität des Moments ein berechnender Inszenierungsmoment (vgl. Götz 2019a). Spontanität lässt sich mit dem in der Kunst angewandten Begriff des „fruchtbaren Momentes“ als Stillstand innerhalb des Bewegungsmomentes interpretieren. Der „fruchtbare Moment“ ist hier jedoch kein Draufhalten innerhalb des Bewegungsmomentes, sondern dessen pure Inszenierung. Die Begriffe der Natürlichkeit und Spontanität verschieben sich nun paradoxerweise in einen Zustand von künstlich erschaffenen Inszenierungsstandards. Dies lässt sich auch mit der widersprüchlichen Beschreibung von inszenierten Schnappschüssen zusammenfassen. Diesbezüglich verweist die Studie auf die Forschungsergebnisse von Kleemans et al. (2018), in der weiblichen Jugendlichen Fotos von Gleichaltrigen gezeigt wurden, die offensichtlich durch Filter optisch bearbeitet und schlanker gemacht worden sind. Die manipulierten Bilder wurden dennoch als „schöner“ und „natürlicher“ empfunden. Gleichzeitig sank das Selbstwertgefühl der Teilnehmerinnen. Die These dabei ist, dass „das innere Bild der Mädchen von einem Frauenkörper [...] vermutlich schnell bereit“ ist, „sich einem verzerrten neueren Ideal anzupassen“. Mädchen sind im Vergleich zu Jungen beim Posten von Fotos in den sozialen Netzwerken aktiver, haben mehr Idealvorstellungen von ihren Selbstinszenierungen und nutzen häufiger Filter, um ihren Körper in diesem Sinne zu verändern (Götz 2019b).

Bei einer genaueren Analyse des Bildmaterials der beliebtesten Influencer wurde festgestellt, dass sich die Influencer zwar innerhalb ihres USP unterscheiden, sich aber das Aussehen und die Inszenierungsmodi stark angleichen. So berichtet eine Influencerin über ihren Alltag als Mutter und die Andere über ihre Expertise im Beautysegment. Dennoch sind Influencer meistens dünn, haben lange, gestylte Haare, inszenieren sich „schön“ und gut gelaunt und zeigen keinerlei Haut- und Körpermakel. Überraschenderweise ähneln sich sogar die Szenografien der Influencer, die häufig Shootings, Red Carpet Porträts oder die Influencer beim Reisen zeigen (vgl. Götz 2019a). Bei der Analyse von Inszenierungsmechanismen von Influencern, die in den vorausgegangenen Interviews von den Usern als beliebteste Accounts genannt worden sind, wurde mit 66 Accounts von Influencern gearbeitet. Hierbei wurden jeweils 300 Fotos nach bestimmten Inszenierungscharakteristika untersucht. Es wurde bei der Analyse ein Fokus auf die Fotos gelegt, auf denen die Influencer alleine zu sehen sind und sich in einem offensichtlich professionalisierten Rahmen inszenierten. Bei der Analyse von Körperhaltungen, Gesten, Mimik und Blicken wurde nach Unterschieden und Akkumulation von Körpertechniken

klassifiziert und Prototypen entwickelt. Theoretisch wurde hierbei unter anderem auf die Kategorisierungen von Goffmans Analyse von genderspezifischer Werbung (1979) zurückgegriffen.

Allgemein geht aus den Studienergebnissen hervor, dass es sich bei den Körperhaltungen von Influencern fast immer um asymmetrische handelt, die ganz im Sinne von Goffmans „Imbalance“ eine Ungleichverteilung des Körpergewichts beinhalten. Entweder stehen dabei beide Füße auf den Fußballen, oder nur das Spielbein steht „auf Spitze“, um das Bein länger und schmaler wirken zu lassen. Es wird insgesamt auf Inszenierungsmechanismen zurückgegriffen, die den Körper optimieren. Das heißt in dem Fall der Influencer, dass versucht wird, sich besonders dünn oder sexualisiert darzustellen. Die Influencer weisen fast ausschließlich alle bildnerischen Konnotationen der Schwäche und somit der traditionellen weiblichen Repräsentationen auf. Die Influencer nehmen dabei wenig Raum ein und machen sich somit im praktischen sowie im theoretischen Sinne „dünn“.

Im Folgenden sollen die Klassifizierungen der Studie von Körperhaltung, Gesten, Mimik und Blickverhalten zusammengefasst werden. Da es sich hierbei laut Studie um stereotypische und konforme Inszenierungen handelt, wurde der Versuch unternommen, nicht auf die Fotobeispiele der Studie, sondern auf eigene Fotobeispiele zu verweisen. Tatsächlich findet man auf fast jedem reichweitenstarken, beliebten Influencer-Account die von der MaLisa Stiftung untersuchten Prototypen der Inszenierungsmechanismen (vgl. Götz, Becker 2019). Folgende Körperhaltungen wurden identifiziert:



Abbildung 9: Stereotypische Körperhaltungen

- „Locker, stark und doch sexy: das zur Seite ausgestellte Bein“ (Abb. 7 oben, links)
Obwohl die Pose locker und entspannt wirkt, handelt es sich hierbei um keine alltägliche Pose, sondern um eine bewusst eingenommene Inszenierung. Durch die eingenommene frontale Ansicht auf den Körper und das „freiliegende Genital“ wirkt die Pose sexuell offensiv und selbstbewusst. Die Pose zeigt eine „Imbalance“ und erscheint durch das Stand- und Spielbein sowohl schwach als auch stark.
- „Nett und sympathisch: das »zufällig« überkreuzte Bein“ (Abb. 7 oben, rechts)
Der Körper befindet sich hierbei in einer sehr starken „Imbalance“, wodurch die Pose fragil wirkt. Das vordere Bein wird weit nach vorne gestreckt und berührt meist nur mit der Fußspitze den Boden. Dadurch wirkt das Bein schlanker und länger. Verstärkt wird dieser Effekt, wenn, wie in dem hier gezeigten Selfie von Pamela Reif, das hintere Bein auf dem Fußballen steht. Diese „körperoptimierende Pose“ zeigt meist einen inszenierten Bewegungsmoment auf. Unterstützt wird die fragile Inszenierung meist noch mit einem femininen Lächeln.
- „Attraktiv und sexy: der in S-Form gebogene Körper“ (Abb. 7 unten, links)
Es handelt sich hierbei um eine sexualisierte Pose, indem sich der Rücken in einem Hohlkreuz befindet und dadurch Busen und Po betont. Die Seitenansicht lässt den Körper hierbei schmaler, aber auch kurviger erscheinen und verstärkt den sexuellen Effekt der Pose.
- „Romantisch und leicht: der »zufällige« Blick über die Schulter“ (Abb. 7 unten, rechts)
Die Pose ist inszeniert als eine zufällige Momentaufnahme. In dem Moment des „Entdeckt-Werdens“ wird dabei schüchtern in die Kamera gelächelt. Meistens wird die Pose mit dem von Goffman beschriebenen „feminin touch“ komplementiert, indem sich schützend und sinnlich über den Körper gefasst wird.

Bei den Ausprägungen der Gesten handelt es sich insbesondere um die schon herausgestellte Kategorie des „female touch“ von Goffman. Die Hände berühren bei den Influencern meistens das Gesicht oder die Haare. Dies kann eine erotische, aber auch eine schüchterne und unterwürfige Komponente aufweisen – je nach benutzter Körperpose und Mimik. Selten werden Gesten der Unsicherheit oder auch ausladende Gesten, das Zeigen auf Dinge, politische oder auch Dominanzgesten gezeigt.

Die Klassifizierung der Mimik spielt sich innerhalb des Lachens und Lächelns ab. Zusammenfassend inszenieren sich die meisten Influencer wohlwollend lächelnd mit geschlossenem Mund und nur leichter Augenverengung. Das inszenierte Lachen lässt sich auch in vielen Inszenierungen erkennen. Hier gibt es neben dem Lachen meist keine weiteren Muskelkontraktionen im Gesicht. Das „echte“ Lachen, bei dem es zu Augen- und Lachfalten kommt, tritt seltener auf. Als erotische Anspielung ist die Mimik des leicht geöffneten Munds, die das Gesicht etwas schmaler erscheinen lässt, ebenfalls bei den Influencern beliebt.

Das Blickverhalten wurde kategorisiert in:

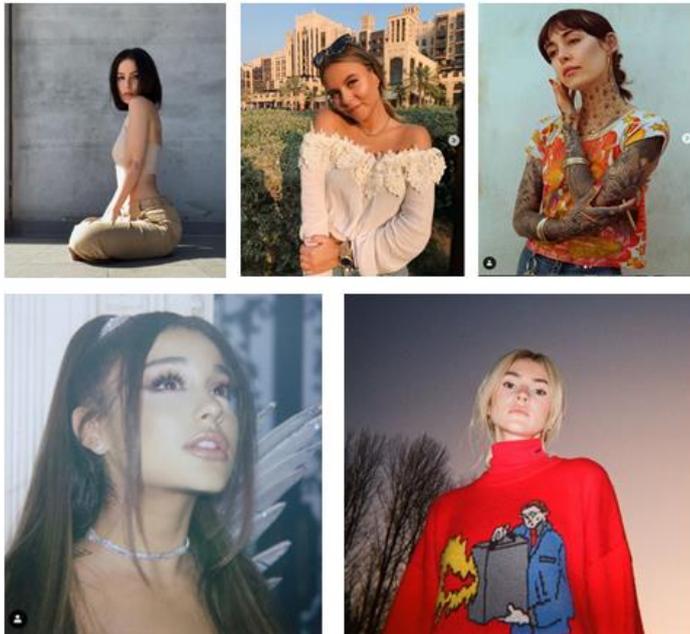


Abbildung 10: Stereotypisches Blickverhalten

- „Schön und heiß: der provokant erotische Blick“ (Abb. 8 oben, links)
Hierbei wird das Gesicht zur Seite geneigt. Der Blick ist direkt zum Betrachtenden, meist leicht nach unten gerichtet und kann als auffordernd interpretiert werden. Kombiniert wird der erotische Blick meist mit enger Kleidung und einer sexualisierenden Körperhaltung (Körper in S-Form).
- „Harmlos und naiv: der verspielt unschuldige Blick“ (Abb. 8 oben, mitte)
Der Betrachtende wird hier direkt angesehen. Durch den Kamerablick von oben wird jedoch Schwäche generiert, welche mit einem schüchternen Lächeln und einem meist schräg geneigten Kopf die kindliche harmlose Komponente verstärkt.
- „Denkend schön: der in sich gekehrte Blick“ (Abb. 8 oben, rechts)
Hierbei sind die Augen geschlossen oder verweigern den Blick zum Betrachtenden. Dies wirkt zurückhaltend und mit sich selbst beschäftigt und lenkt damit den Blick des Betrachters eher auf den Körper. Der „in sich gekehrte Blick“ wird daher häufig genutzt, um Haut, Kleidung, Accessoires etc. in den Fokus zu setzen.
- „Imaginierende Schöne: der verträumte Blick in die Ferne“ (Abb. 8 unten, links)
Der Körper ist meist zum Betrachtenden ausgerichtet, der Kopf zur Seite geneigt, der Blick schweift in die Ferne, wodurch wie beim „in sich gekehrten Blick“ der Fokus auf die Betrachtung auf Haut, Kleidung oder Accessoires liegt.
- „Weiblich, aber stark: der fixierende Blick“ (Abb. 8 unten, rechts)

Es handelt sich hierbei um einen dominanten Blick, der meist ohne Mimik und ohne weiteren Ausdruck einhergeht und sich damit eher an männlichen Inszenierungen orientiert. Um die dominante Komponente des Ausdrucks zu betonen, wird hierbei auch meistens von der Froschperspektive aus fotografiert. Der „fixierende Blick“ wird meistens mit weiblichen Komponenten kombiniert, wodurch die visuelle Stärke relativiert wird. Dies kann durch eine „Imbalance“ der Körperhaltung entstehen oder auch durch einen zur Seite geneigten Kopf.

Blickvarianten außerhalb der hier aufgelisteten Blickkategorien, wie beispielsweise „fragendes, trauriges, Hilfe suchendes, wütendes, aggressives oder sich ekelndes“ Blickverhalten kommen bei den Influencern so gut wie nicht vor. Anhand der Auswertung der Daten klassifizierte die Studie drei Typen der Selbstinszenierung der Bilder, die sich jeweils durch die Dominanz innerhalb der Inszenierungen der vorgestellten Darstellungskategorien ergaben. Alle drei Selbstinszenierungstypen beruhen auf traditionellen Weiblichkeitsvorstellungen. So ergab sich der Typ der „erotischen Attraktiven“, der „sympathischen Naiven“ und der „schönen, beiläufig Fotografierten“ (Götz, Becker 2019).

Die Malisa Studie weist auf frühere internationale Studienergebnisse hin, die von Machttechnologien innerhalb der Social Media ausgingen und bestätigt diese. Die Machttechnologien wirken auf die digitalen Subjekte ein und zwingen sie ganz in der foucaultschen Logik, sich freiwillig auf eine bestimmte Art und Weise zu zeigen. Abweichende Körperinszenierungen außerhalb spezifisch aufkommender Inszenierungstrends werden selten hochgeladen (vgl. Götz 2019b).

Durch Instagram bzw. durch Influencer haben sich instagramsche Schönheitsnormen gebildet, die vorschreiben, wie man aussehen und wie man sich inszenieren soll, um als erfolgreich und schön zu gelten. Die stark vorgelebte und selbstinszenierte bildnerische Selbstoptimierung, die neben psychischen negativen Effekten auch Einfluss innerhalb der Verhaltenssteuerung, beispielsweise in Form von Diäten, Sport und Schönheitsoperationen besitzt – und somit Einzug in die „reale“ Subjektkonstitution nimmt –, geht konsequenterweise einher mit einer starken kritischen Einschätzung und mit Unsicherheiten des eigenen (digitalen) Aussehens sowie des Aussehens anderer Nutzer (vgl. Götz 2019b). Die Forschungsergebnisse der Malisa Studie wurden innerhalb des abschließenden Résumés kritisch mit der eingangs vorgestellten Theorie der „postfeministischen Maskerade“ von Angela McRobbie in Verbindung gebracht. McRobbies Ausführungen zum Postfeminismus bestätigten sich anhand der Forschungsergebnisse der Studie. In diesem Sinne wird sich innerhalb des Male Gaze inszeniert, jedoch geschieht dies in keinem Zusammenhang zur männlichen Anerkennung. Der Male Gaze wird internalisiert, sodass die weiblichen Jugendlichen „zur maßregelnden Struktur, zu gnadenlosen Richterinnen ihrer selbst“ werden (McRobbie 2010, zitiert in Götz 2019b). Damit ist es nicht mehr das Patriarchat, welches spezifische visuelle Repräsentationen von Frauen voraussetzt, sondern die Mode- und Schönheitsindustrie. Der Zwang zur Inszenierung des Male Gaze ist demzufolge zu einer

Selbsttechnologie geworden (vgl. Götz 2019b), wobei sich die Inszenierungsmechanismen dazu internalisiert bzw. naturalisiert haben. Durch die Selbsttechnologie legitimieren sich die Inszenierungsmechanismen und werden dahingehend reproduziert.

9.2 Machttechnologie und Selbstinszenierungen

Im Folgenden werden die Studienergebnisse der MaLisa Stiftung mit weiteren Forschungsergebnissen, die sich mit Selbstinszenierungsmechanismen in der Social Media befassen, erweitert und zusammengefasst.

Richard et al. veröffentlichten 2010 die Studie „Flickernde Jugend – rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0“, die als eine der ersten Studien über Selbstinszenierungen in der Social Media im deutschsprachigen Raum gilt. Die Analyse von weiblichen Selbstinszenierungen zeigte auf, dass Sexualität „zu einer verweiblichten kulturellen Einschreibung“ geworden ist, „die nachweislich auch über materielle und symbolische Inszenierungen verläuft“. Auch hier zeigte sich, dass sich die Körperdarstellungen innerhalb traditionellen genderspezifischen Stereotypisierungscharakteristika bewegen und wenig Potenziale der Grenzüberschreitung aufweisen (Richard et al. 2010: 127, 224). Die weibliche Selbstdarstellung wurde damit als „erotisches Angebot im Anpreisen des Selbst“ beschrieben (Richard et al. 2010: 136). Die Untersuchungen von Fardouly et al. (2015) fanden hierbei eine Korrelation zwischen Körperunzufriedenheit und Selbstobjektifizierung bei der Nutzung von Facebook heraus (vgl. Fardouly et al. 2015: 455f.). In weiteren Studien wurde festgestellt, dass sich dieser Effekt auf Instagram verstärkt hat. So wird angenommen, dass auf Instagram erhöhter Druck auf den User hinsichtlich der Körperidealisierung herrscht, da sich der User hier vermehrt innerhalb Peer Groups befindet und die Vergleichsprozesse somit verstärkt auftreten (vgl. Horar 2016). Dies kann eine Ursache oder eine Folge der Vereinheitlichung von Inszenierungsmechanismen in den sozialen Netzwerken sein. Besonders stieg die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bei intensiver Nutzung des Mediums und bei intensiven Betrachtungen von Celebrity- und Fitness-Accounts. Es kommt durch die Nutzung von sozialen Netzwerken vermehrt zu einer Internalisierung von genormten Schönheitsidealen, die zu einem unkritisch betrachtenden Ziel der optischen Optimierung werden (vgl. Tiggemann, Zaccardo 2018: 1010f.).

Unterschiedliche Studien bestätigen damit, dass es zu einer Stereotypisierung der Inszenierungen in der Social Media gekommen ist (vgl. Richard et al. 2010: 100; vgl. Astheimer et al. 2011 nach Brantner, Lobinger 2015; vgl. Reißmann 2012: 183ff.). Die Idealisierung von Frauenkörpern innerhalb des traditionellen Male Gaze hat sich somit sogar verstärkt und führt zu Nachahmungsprozessen der Selbstobjektifizierung von Mädchen und jungen Frauen im Digitalen als auch im „Realen“. Insofern hat die Social Media zu einer Art visuellem Backlash geführt. Es ist zu Inszenierungsimperativen gekommen, die Frauen schwach und/oder sexualisiert zeigen. Es kommt in diesem Zusammenhang damit auch

häufig zu Negativauswirkungen auf das Subjekt, die durch den Druck entstehen, den gesellschaftlichen Anforderungen von Weiblichkeit nicht gerecht werden zu können. Die Hoffnung, dass es durch die Selbstbestimmungskomponente in der Social Media zu einem Aufbrechen der Geschlechterkonstruktionen kommt, kann eindeutig negiert werden. Die Geschlechtsidentität bleibt in der Social Media Ausgangspunkt für die Konstituierung des digitalen Selbst. Orientiert wird sich an der Celebritykultur bzw. gegenwärtig an Influencern. Diese stellen den Anforderungskatalog, auf welche Art und Weise man sich darzustellen hat, um ein erfolgreiches und anerkanntes (digitales) Subjekt zu sein. Influencer präsentieren im Wesentlichen ihre Schönheit und zeigen sich dabei gut gelaunt, sexy und nett. Es werden wenige Facetten an Identität aufgezeigt, an denen sich dann die User orientieren und ebenfalls ihre (digitale) Identität dahingehend ausbauen.

Die MaLisa Studie zeigte diesbezüglich Prototypen von stereotypischen Inszenierungen auf Instagram auf, die als „Original“, als begehrenswerte Nachahmungsvorlage gelten, an dem sich die User orientieren. Es werden hierbei Normen der Schönheit festgelegt, die durch die Vereinheitlichung des Aussehens der Influencer als nicht hinterfragbar und als naturalisierend gelten. Das Ziel der User ist es, Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit in der Social Media zu generieren. Dies geschieht bei weiblichen Nutzern weitestgehend durch die optische Annäherung der Idealisierung. Durch die Angleichung des Aussehens und der Inszenierung wird der Effekt verstärkt, genau zu wissen, wann es sich um ein „gutes“ und wann es sich um ein „schlechtes“ Foto handelt. Auf Instagram kann man von einer Internalisierung einer spezifischen instagramschen Bildästhetik sprechen, die innerhalb der Selbstinszenierungsmechanismen von der MaLisa Studie klassifiziert wurden. Es verschiebt sich somit die Bedeutung von Authentizität, Natürlichkeit und Spontanität. Das Künstliche und Inszenierte bekommt den Status der Natürlichkeit zugesprochen. Natürlichkeit ist somit ein Zustand, den man im Realen nicht erreichen kann. Studien, die sich mit dem Begriff der Authentizität in der Social Media beschäftigt haben, stellten hierzu fest, dass es bei der Selbstdarstellung eher um eine „Visualisierung der eigenen Gruppenzugehörigkeit und der gegenseitigen Aushandlung der Identität“ geht (Brantner, Lobinger 2015). Die Behauptung, dass der „Schnappschusscharakter“ und das „low-tech“ Verfahren der Smartphone Fotografie zu einer Wahrnehmung von Authentizität führt, ist durch die immer stärker werdende Professionalisierung der Fotografieverfahren in der Social Media in Frage zu stellen. In den neuesten Studien wurde dahingehend eine Verschiebung des Begriffs der Natürlichkeit untersucht, der nun diametral der Vorstellung von „low-tech“-Produktionen in bearbeiteten und stark inszenierten Selbstdarstellungen identifiziert wurde (vgl. MaLisa 2019).

Die Ergebnisse der qualitativen Studie von Hajok und Zerbin (2015) zeigte dabei auf, dass der professionalisierte Umgang mit Software zur Fotobearbeitung hierbei als eine „Schlüsselkompetenz“ zur Herstellung des digitalen Selbst gilt. Fotos, die nicht den Erwartungshorizont von genormter Schönheit entsprechen, werden dahingehend bearbeitet, bis die Idealisierung annähernd erreicht wurde. Gleichzeitig kristallisierte sich in

der Studie eine Sensibilität hinsichtlich Grenzüberschreitungen und bildnerischen „Extremen“ heraus. Hierunter fallen auch hypersexualisierte Inszenierungen (vgl. Hajok, Zerbin 2015). Man kann damit davon ausgehen, dass es ein geschlossenes Normenkorsett von Inszenierungsmöglichkeiten gibt, das mit einer Ausprägung der Wahrnehmung von visuellen Abweichungen einhergeht. Es gibt somit auch eine klare Erwartungshaltung und ein Anforderungsprofil für die digitale Subjektkonstituierung. Diesbezüglich haben Schachtner und Duller (2014) darauf hingewiesen, dass die Nutzung der Plattformen auch mehr oder weniger latent mit der Hoffnung einhergeht, „entdeckt“ zu werden. Man kann annehmen, dass durch die angestiegene Bedeutungsgewinnung des Influencer-Marketings auch die Hoffnungen des Entdeckt-Werdens anhand einer Vermehrung von positiven Beispielen und Vorbildern gestiegen ist. Die Influencer stellen somit den visuellen Anforderungskatalog an die User. Je perfektionierter die Nachahmung, umso eher kann man dem Status des Influencers gerecht werden, und umso höher sind die Chancen, Kooperationen mit Unternehmen einzugehen (vgl. Schachtner, Duller 2014: 109).

Die Studien bestätigten die Existenz spezifischer Machttechnologien in der Social Media, die das digitale Subjekt zwingen, sich in einer gewissen Art und Weise inszenieren zu müssen. Es wird versucht, Teil von sozialer Macht zu sein. Dies geschieht in erster Linie durch die Verkörperung von Bedeutungshegemonien. Im Hinblick auf die Forschungsergebnisse der Malisa Stiftung kann man somit eine Verbindungsebene zu Mauss' Körpertechniken im Zusammenhang mit der Disziplinargesellschaft von Foucault ziehen. Durch Lob und Tadel sowie durch die Erwartungshaltung, Lob oder Tadel zu erhalten, lassen sich die Subjekte disziplinieren. Das Subjekt nimmt dabei die Körperinszenierung an, von der es denkt, dass diese am meisten Lob genießen wird. Instagram erzieht damit den User, sich innerhalb von spezifischen Körpertechniken zu inszenieren. Stereotypische Inszenierungen werden mit Sichtbarkeit in der Social Media belohnt, andere mit Unsichtbarkeit im digitalen Raum sanktioniert (vgl. Schaffer 2008: 58). Damit wird eine Vereinheitlichung der Körperbilder nach dem Credo „Je höher die Befolgung jener Darstellungskonventionen, desto größer die Wahrscheinlichkeit, als wirklich wahrgenommen zu werden“ vorangetrieben (Schaffer 2008: 85). Folglich entsteht eine Hegemonie der Bedeutungsproduktion von Körpern (vgl. Schaffer 2008: 85, 91) und demnach eine Unterwerfung der immanenten Diskursivierung der Plattform. Es ist somit nicht nur so, dass das Internet zu einer Angleichung des Wissens und zur „Verdrängung von Wissensalternativen“ (Dorer 2008: 360) geführt hat, sondern dass ebenfalls eine Vielfältigkeit von Körper und Körperinszenierungstechniken verdrängt worden ist. Hierbei spielt auch der Algorithmus eine wesentliche Rolle, der erst den Eindruck von Normalität herstellt. Subversive Selbstinszenierungen stellen dabei eine Störung hinsichtlich dieser Inszenierungsvorgaben dar, die es im Weiteren zu untersuchen gilt.

9.3 Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit von Körpern

Im Folgenden wird erweitert untersucht, inwiefern Instagram die User diszipliniert, sich auf eine bestimmte Art und Weise darzustellen. Es wird hierbei expliziter auf den Algorithmus sowie Instagrams Richtlinien und Zensur eingegangen, die die Sichtbarkeit oder die Unsichtbarkeit der User maßgeblich beeinflussen. Wobei der Algorithmus nicht nur zu einer Art Filterung von interessanten und uninteressanten Posts führt, sondern schließlich eine individuelle Normalität für den User schafft. Die Beleuchtung der Richtlinien und Zensur auf Instagram macht deutlich, dass auf der Plattform sowohl Elemente der Disziplinmacht als auch der Gouvernementalität zu finden sind. Instagram sanktioniert, aber erzieht auf gleicher Weise den User dahingehend, sein Verhalten und seine Selbstinszenierung zu analysieren und zu reflektieren, wodurch sich, wie in Abschnitt „8.2.6 Sicherheitsdispositiv“ analysiert, das Sicherheitsdispositiv verstärkt und somit der Druck verstärkt wird, sich als User konform zu verhalten. Die Zensur auf Instagram bildet ebenso einen zentralen Faktor für die Herstellung des Sicherheitsdispositivs und wird anhand des Fotobuches „Pics or It Didn't Happen“ spezifischer besprochen. Instagram zeigt sich als restriktive Plattform, die eine ambivalente Vorgehensweise bei „Darstellungsvergehen“ aufweist und hierbei bewusst spezifische Körper zensiert, die nicht normierten Körpern und den stereotypischen Inszenierungen entsprechen.

9.3.1 Algorithmische Herstellung von Normalität

Durch den Algorithmus und die verschiedenen Newsfeed-Optionen entsteht ein individueller Eindruck der digitalen Realität. Die individuell erzeugte Normalität wird dabei häufig als eine neutrale Normalität missgedeutet, was mit einem Wahrheitsanspruch der wahrgenommenen Normalität einhergeht. Die algorithmisch erzeugte Normalität besitzt im Zusammenhang mit Deleuzes Kontrollgesellschaft Macht, indem sie die Handlungsmacht des Subjekts auf der Plattform beeinflusst. Insofern lassen sich die Studienergebnisse der MaLisa Stiftung auch als ein „algorithmischer Teufelskreis“ der befragten Jugendlichen deuten, indem permanent die gleichen stereotypischen Beiträge sichtbar werden. Durch jede weitere Aktion mit den gezeigten Beiträgen festigt sich der Algorithmus, und die Feeds werden folgendermaßen homogener. Dadurch entsteht zwangsläufig der Eindruck, dass nur eine bestimmte Art der Darstellungs- und Körperinszenierung erfolgreich ist und Sichtbarkeit bekommt, bzw. dass es gar nur stereotypische Körperdarstellungen gebe und Instagram ausschließlich aus jungen, dünnen und attraktiven Frauen bestehe. Reichert nutzt den Begriff der Immersion, der eigentlich auf die virtuelle Realität ausgerichtet ist und überträgt diesen auf die sozialen Medien. Die Immersion beschreibt dabei den Zustand, dass die digitale Umgebung als Realität empfunden wird (Reichert 2013: 98). Das Gleiche gilt jedoch auch vice versa. Klickt sich der User beispielsweise schwerpunktmäßig durch Body Positivity-Accounts, so wird man quantitativ mehrheitliche Beiträge sehen, die diversere Körperinszenierungen zeigen.

In diesem Sinne entsteht eine komplexe Verzahnung von Normativität und Normalität. Die Normalität auf Instagram wird dabei weitestgehend statistisch erzeugt. Gleichzeitig erzeugt der Algorithmus jedoch den Eindruck, dass eine hohe Anzahl der User sich so darstellt und verhält, wie man im Feed zu sehen bekommt. Dadurch festigen sich Normen der Körperinszenierungen, wie sie die MaLisa Studie aufzeigen konnte. Die Normen werden damit im Vorhinein festgelegt und bestimmen die Darstellung des Users, obwohl diese das Resultat des Algorithmus sind.

Dabei belegte eine Studie von Algorithmwatch.org und European Data Journalism Network die Annahme, dass Instagram einem bestimmten Körpertypus und Darstellungsmechanismen Sichtbarkeit fernab des individuellen ermittelten Algorithmus verleiht. So wurden in der Studie die Feeds von verschiedenen Probanden über ein bestimmtes Zeitintervall analysiert. Es kam heraus, dass Frauen in knapper Bekleidung eine rund 54% höhere Wahrscheinlichkeit als andere Bildmotive hatten, im Newsfeed zu erscheinen. Insofern wird davon ausgegangen, dass Instagrams Algorithmus Posts mit schlanken und jungen Frauen in knapper Bekleidung innerhalb der Sichtbarkeitslogik bevorzugt. Diese These bestätigten auch zahlreiche Beobachtungen von Usern, die dahingehend von einem Zwang sprachen, sich für eine verbesserte Sichtbarkeit in einer gewissen Art und Weise zeigen zu müssen. So hieß es abschließend in der Zusammenfassung der Studie:

„Auf Instagram gibt es keine andere Wahl, als sich der Meinung der Autoritäten unterzuordnen, die den Newsfeed-Algorithmus konstruiert haben. Sich zu weigern, Haut zu zeigen, bedeutet automatisch, seine Reichweite einzuschränken. Männliche und weibliche Unternehmer müssen die von Facebook-Ingenieuren gemachten Regeln akzeptieren, wenn sie ihren Lebensunterhalt bestreiten wollen.“ (Duportail et al. 2020)

Auch die eigene Analyse eines Instagram-Accounts, der nicht mit weiteren Kanälen synchronisiert wurde, keine Vernetzung mit weiteren Accounts aufwies und mit dem zudem auch keine Aktionen auf der Plattform unternommen wurden, bestätigte, dass die Beiträge in den Feeds, die von Instagram als „beliebte Beiträge“ markiert wurden, vor allem freizügige Fotos von jungen Frauen beinhalteten. Prekär wird diese „Sichtbarkeitsbevorzugung“ insofern, da die gezeigten Körperdarstellungen wie eingangs thematisiert einen Anspruch an die Realität stellen. Durch die MaLisa Studie konnte herausgestellt werden, dass es zu einer Verschiebung des Begriffs der Authentizität gekommen ist. Dabei wird das professionell inszenierte, bearbeitete Foto als natürlich und authentisch eingestuft, und die inszenierten Schnappschüsse werden als gelungene Momenthaftigkeit interpretiert. Wird der User trotz keiner algorithmischen Interaktion mit den stereotypisierten Fotos konfrontiert, hat er keine Wahl, sich diesen zu entziehen. Der Eindruck einer individuellen algorithmischen Normalität wird in diesem Zusammenhang verfälscht, und Instagram zeichnet sich damit durch eine starke Reglementierung und Kontrolle von Körpern aus. Insofern werden Normen erzeugt, wie erfolgreiche Fotos bzw. Selbstinszenierungen auszusehen haben. Die Studienergebnisse

bestätigten die Annahme, indem die befragten Jugendlichen angaben, genau zu wissen, wie ein erfolgreiches Foto auf Instagram aussehen solle. Die MaLisa Studie zeigte hierzu die stereotypischen Körperinszenierungsmechanismen auf, die diesen erfolgreichen Selbstinszenierungen entsprechen.

Stimmt das eigene Foto nicht mit der normativen Norm überein, muss es dahingehend bearbeitet werden, wofür Instagram die passenden Programme zur Verfügung stellt. Die Bearbeitungsprogramme, die Filter- und Effektmöglichkeiten bieten eine Bandbreite an Möglichkeiten, das Aussehen ohne professionelles Fotobearbeitungswissen den Vorlagen der Idealisierung anzupassen. Das in der MaLisa Studie beschriebene Repertoire an Körperinszenierungen hat sich etabliert, wobei hinsichtlich des Aktualisierungszwangs auch stets bestimmte Filter, Körperposen und Körperformen im Trend sind und den User bei einer Nachahmung der Trends als ein modern informiertes digitales Subjekt auszeichnet. Bei vielen Trends ging es um spezifische Körperdarstellungen, die nur sehr dünne Körper darstellen konnten. Zudem zielten viele Trends ausschließlich auf weibliche Körper, wie zum Beispiel die „Bikini Bridge“, die „Thigh Gap“ oder die „Ab Crack“ (vgl. Koch 2018). Die Körpertrends gehen dabei meistens von erfolgreichen Influencern aus und verbreiten sich somit schnell. Auch konnte man feststellen, dass die traditionellen Medien vermeintliche Körpertrends selbst produzieren. Diese vermeintlichen Trends werden dabei häufig anhand von zusammengesuchten alten Beiträgen belegt (vgl. Koch 2018). Dies zeigt auch, dass man, wenn man Belege für bestimmte Körperdarstellungen bei Instagram sucht, diese auch sehr wahrscheinlich finden wird. Generell lässt sich dennoch festhalten, dass bestimmte Körperformen und Körperimperative gerade auch durch die Logik Instagrams produziert werden, die spezifische Körperbilder forciert und dadurch eine Exklusion von bestimmten Körpern und somit auch diskursive Verbindungen zu Personeneigenschaften schafft.

Insofern muss davon ausgegangen werden, dass Instagram nicht nur spezifische Körperformen und Darstellungen algorithmisch fördert, sondern ebenso durch das Aufkommen spezifischer Inszenierungstrends versucht, „popkulturelle Inhalte“ zu steuern (vgl. Gerlitz 2017: 236). Es ist somit nicht richtig, von einem demokratischen Medium zu sprechen, da der Zugang zur Sichtbarkeit durch den Algorithmus entsteht und dieser gerade nicht transparent ist.

9.3.2 Instagrams Richtlinien

Neben der Steuerung der User anhand von Diskursivierungen und Wissenstechniken auf Instagram regeln auch die Gemeinschaftsrichtlinien, welche Beiträge auf Instagram Sichtbarkeit bekommen und welche nicht. Es gibt auf Instagram jedoch nicht ausschließlich die Gemeinschaftsrichtlinien, sondern ebenfalls die Nutzungsbedingungen, die Plattform-Richtlinien und die Datenschutzrichtlinien. Diese findet man teilweise auch etwas versteckt im Hilfebereich von Instagram. Jedoch stimmt man bei der Registrierung den umfassenden

unterschiedlichen Richtlinien Instagrams zu. Außerdem stimmt man zu, dass Instagram innerhalb der Plattform-Richtlinien jeder Zeit Änderungen vornehmen kann, die dem User nicht kommuniziert werden. Die Empfehlung Instagrams lautet demnach, dass man regelmäßig die Plattform-Richtlinien kontrollieren sollte. Die unterschiedlichen Richtlinien beinhalten teilweise auch ähnliche Inhalte, werden jedoch unter unterschiedlichen Gesichtspunkten aufgeführt. Die Vielzahl der spezifischen Richtlinien lassen dennoch den Eindruck zu, dass der User hier absichtlich verwirrt wird und aufgrund der Komplexität schließlich keine Lust mehr hat, sich mit den Richtlinien Instagrams zu beschäftigen. Hierbei gilt auch das Motto „Friss oder stirb“, indem man entweder den Regeln der Plattform zustimmen muss oder die Plattform nicht nutzen darf.

In den Gemeinschaftsrichtlinien von Instagram wird dabei sehr allgemein definiert, dass es in erster Linie darum geht, „eine positive und vielfältige Community“ zu schaffen und dabei „diese tolle Community zu fördern und zu schützen“ (Instagram 2020). Instagram behält sich dabei vor, bei Verstößen Accounts einzuschränken oder auch zu löschen. Der User erhält hierzu zunächst eine Benachrichtigung, dass der Post aufgrund der Missachtung der Richtlinien gelöscht wurde. Gleichzeitig gilt dies als Verwarnung, beim abermaligen Verstoß den gesamten Account zu löschen. Es kann jedoch vorzeitig zu einer Art „snooze“-Zustand des Accounts kommen, indem das Einloggen für einige Zeit gesperrt wird. Damit bestraft Instagram aktiv und versucht hierbei, einen Abschreckungseffekt als „Erziehungsmaßnahme“ der User einzusetzen. Demnach fasst hier der Begriff der Dressur, den Foucault als zentrales Element in der Disziplinargesellschaft beschrieben hat. Dabei teilt Instagram nicht mit, welcher Beitrag zensiert wurde. Wird der Account nicht gesperrt, so sieht man den Beitrag innerhalb der Galerie-Funktion nicht mehr. Andere User erhalten somit kein visuelles Feedback einer Zensur des Posts, was wiederum Unsicherheiten erzeugt bezüglich der Frage, welche Fotos demnach „sicher“ sind und welche möglicherweise zensiert wurden.

Bei den Richtlinien auf Instagram geht es zum einen darum, dass jegliche Gewaltandrohung und Hassrede, diskriminierende und rassistische „Inhalte, die darauf abzielen, Privatpersonen zu erniedrigen oder zu beschämen, persönliche Daten, mit denen Personen erpresst oder belästigt werden [...]“ verboten werden. Dies gilt auch für die bildnerischen Inhalte, wobei es hier spezieller heißt, dass jegliche Art von Nacktheit nicht zulässig ist und somit auch „Fotos, Videos und einige digital erstellten Inhalte, auf denen Geschlechtsverkehr, Genitalien und Nahaufnahmen nackter Gesäße zu sehen sind“. Hinzukommend ist das Zeigen von weiblichen Brustwarzen verboten. Eine Änderung der Richtlinien Mitte 2020 fügte unspezifisch hinzu, dass nun „einige Fotos“ erlaubt seien, „auf denen Brustwarzen von Frauen zu sehen sind. Fotos, die Narben nach einer Brustamputation oder Frauen beim Stillen zeigen“, sind ebenso erlaubt wie „Nacktheit auf Fotos von Gemälden und Skulpturen“ (Instagram 2020). Des Weiteren wird eine Ebene des Zitierens und des Kommentierens angesprochen, in der es heißt: „Wenn Hassreden geteilt werden, um sie zu kritisieren oder das Bewusstsein dafür zu schärfen, erlauben wir dies möglicherweise. In diesen Fällen verlangen wir jedoch, dass du deine Absichten deutlich zum

Ausdruck bringst“ (Instagram 2020). Auf textueller Ebene scheint es somit möglich, Bezug auf Hassreden zu nehmen. Die visuelle Wirkungskraft wird somit deutlich höher eingestuft und somit innerhalb der Richtlinien auch in einem antwortenden bzw. zitierenden Kontext verboten. Die Richtlinien von Instagram fallen dabei sehr schwammig aus. Beispielsweise ist fraglich, wie Gewalt, Nacktheit und Pornografie definiert werden. Der Grund für die sehr weit gefasste Zensurpolitik könnte sein, dass es sich bei den Richtlinien um allgemeine und international geltende Richtlinien handelt und man hierbei auch bewusst rechtliche Spielräume offenlassen wollte. Immer häufiger kam es durch das intransparente Zensurverfahren bei Instagram zu kritischen Auseinandersetzungen im Medium selbst und innerhalb der traditionellen Medien. Instagram setzt besonders auf den proaktiven User und fordert den User dahingehend auf, sich selbst und andere User vor Beiträgen zu schützen, die nicht den Richtlinien entsprechen und diese Verstöße bei Instagram zu melden. Dies kann man auch tun, ohne einen Account auf Instagram zu besitzen.

Die Betonung der Eigeninitiative und Eigenverantwortung sieht man auch innerhalb der Funktion des Sensitive Screens. Die Funktion ist eine Art Zwischenfunktion der Zensur und der Sichtbarkeit. Sensible Inhalte werden hierbei zunächst unscharf dargestellt. Instagram weist darauf hin, dass Fotos „sensible Inhalte, die einige Menschen als anstößig oder verstörend empfinden könnten“, darstellen könnten. Es ist damit den Usern selbst überlassen, ob sie das Foto sehen wollen oder nicht. Derzeit werden die Sensitive Screens vor allem bei Darstellungen verwendet, die kontextgebunden wirken. So wird beispielsweise bei der Darstellung von Narben, Selbstverletzungen oder bei der Darstellung von Magersüchtigen der Sensitive Screen genutzt, da man hier nicht im ersten Augenblick weiß, ob es um eine Verherrlichung von Selbstverletzung und Essstörungen geht oder eine Art Genesung thematisiert wird (vgl. Nicolini, Grampes 2019).

Neben der visuellen Zensur umfassen die Richtlinien auch die textuelle Ebene. Dabei zensiert Instagram nicht nur Hassreden, sondern verbietet auch die Nutzung spezifischer Hashtags, die stets variieren und somit in einen äußerst intransparenten Rahmen fallen. Es geht zum einen um die Zensur von Begriffen, die auf explizit verbotene Inhalte, insbesondere sexuelle Konnotationen, hinweisen könnten. Es geht aber auch um Hashtags, die sehr häufig genutzt werden und damit Reichweite generieren können. Diese können von der Zensur betroffen sein, da sie gerade wegen ihrer Reichweite zu häufig bedeutungslos genutzt werden. Somit waren beispielsweise #curvy und #curvygirls, #fitnessgirl und #woman lange Zeit in der Nutzung verboten (vgl. Evans 2019). Mediales Aufsehen erregte 2018 besonders das Verbot der Hashtags #psoriasiscommunity, #psoriasissupport, #scalppsooriasis etc., welches es somit erschwerte, dass Menschen, die unter Schuppenflechte leiden, sich vernetzen konnten (vgl. The Psoriasis Association 2018).

Instagram fördert Hashtags, die zum Bildinhalt gehören und damit eine Bedeutungsebene erzeugen. Zudem verlangt Instagram von seinen Usern aufgrund der Möglichkeit der potenziellen Zensur, dass die Hashtags stets selbst vor der Nutzung aktiv kontrolliert

werden, um einer Zensur zu entgehen. Wie im foucaultschen Sicherheitsdispositiv werden die User stetig aufgefordert, sich selbst und die eigene Umgebung zu analysieren, zu bewerten und auf Ereignisse zu reagieren. Gleichzeitig versucht Instagram, die User nicht nur vor sensiblen Inhalten zu schützen, sondern ihnen auch die Bedeutungsweite für spezifische Suchanfragen aufzuzeigen. Bei der Suche nach dem Hashtag „thin“ wird somit beispielsweise darauf hingewiesen, dass die dargestellten Bildinhalte zu einem selbstzerstörerischen Verhalten führen können. Es muss folglich aktiv darauf reagiert werden, dass man die Beiträge unter dem Hashtag sehen will. Instagram bietet hier Hilfe an, wenn man durch eine „schwierige Zeit“ geht. Die Frage dabei ist, ob sich der Algorithmus trotz dieser „sensiblen Inhalte“ hingehend der Interessen des Users spezifiziert, oder ob über bestimmte Suchbegriffe eine algorithmische Interessensbindung ausgeschlossen wird. Denn auch hier kann durch den Algorithmus der Eindruck einer Normalität entstehen, die aus krankhaften oder selbstzerstörerischen Bildinhalten produziert wird.

9.3.3 Zensur von Körpern

Es ist durchaus sinnvoll, die User vor bestimmten Bildinhalten zu schützen. Jedoch kam es in der Vergangenheit vermehrt zu Löschkaktionen, die nicht als Verstoß gegen die Richtlinien zu interpretieren waren und die Vermutung nahelegten, dass es sich um eine Zensur spezifischer Körper handelte, wie auch das Beispiel der Zensur der Hashtags zu Psoriasis aufzeigte.

2017 entstand das Fotobuch „Pics or It Didn't Happen“ der Netzkünstlerinnen Arvida Byström und Molly Soda. Nachdem beide Erfahrungen mit dem Zensursystem Instagrams gemacht hatten, starteten sie auf Instagram einen Aufruf, bei dem sie User aufforderten, ihnen ihre zensierten Fotos zu schicken, um sie schließlich in einem Buch zu verewigen. Neben einigen Aufsätzen enthält das Buch die zensierten Fotos, wobei die kontextuelle Ebene der Fotos nicht ersichtlich und ebenso wenig thematisiert wird. Damit wird die Frage außen vor gelassen, inwiefern der Kontext die Lesbarkeit der Bilder beeinflusst. Gleichzeitig haben die Fotos durch die Zensur ihre Lesbarkeit schon erhalten und machen dementsprechend weitere Kontextualisierungen obsolet. Den Beiträgen wurde die Möglichkeit eines Feedbacks entzogen, und sie wurden unsichtbar mit der Zensur markiert. Fotos ohne Kontextualisierung regen den Betrachter dazu an, selbst darüber nachzudenken, warum das Dargestellte zensiert worden ist. Das Buch „Pics or It Didn't Happen“ zielt demnach auf die Frage, welche Körper auf Instagram als „dangerous“ und welche als „safe“ gelten (Byström, Soda 2017: 16), bzw. welche Fotos oder Körperdarstellungen intelligibel sein dürfen und welche nicht (vgl. Kohout 2019).

Zu sehen sind Fotos mit dargestellter expliziter Nacktheit, beschmierten Menstruationshöschen, Körpersekreten, Umschnalldildos etc. So sehen einige Fotos aus, als seien sie auf die „Zensur aus gewesen“ (Meier 2017a). Bei der Mehrheit der Fotos ist

dementsprechend ein Verstoß der Richtlinien sofort ersichtlich; insofern ist hierbei die Kontroverse um die „dangerous bodies“ nicht nachvollziehbar. Dennoch sind in dem Buch auch Fotos zu finden, die keinerlei Bezug zu den expliziten Fotos aufweisen. Man sieht in dem Buch „Pics or It Didn't Happen“ beispielsweise auch sehr typische bildnerische Darstellungen von Frauen in Bikinis oder in Unterwäsche. Die Darstellungen unterscheiden sich nur insofern, dass Instagram sich hierbei wohl aufgrund sichtbarer Bein- und Schamhaare oder einer „unpassenden Figur“ oder gar eines „unpassenden Körpers“ veranlasst sah, die Fotos zensieren zu müssen.

Die oberen drei Fotos in Abbildung 11 stellen Fotos aus dem Buch „Pics or It didn't Happen“ dar, die zensiert worden sind. Die unteren Fotos sind von reichweitenstarken Influencern, die millionenfach kommentiert, gelikt und geteilt worden sind.

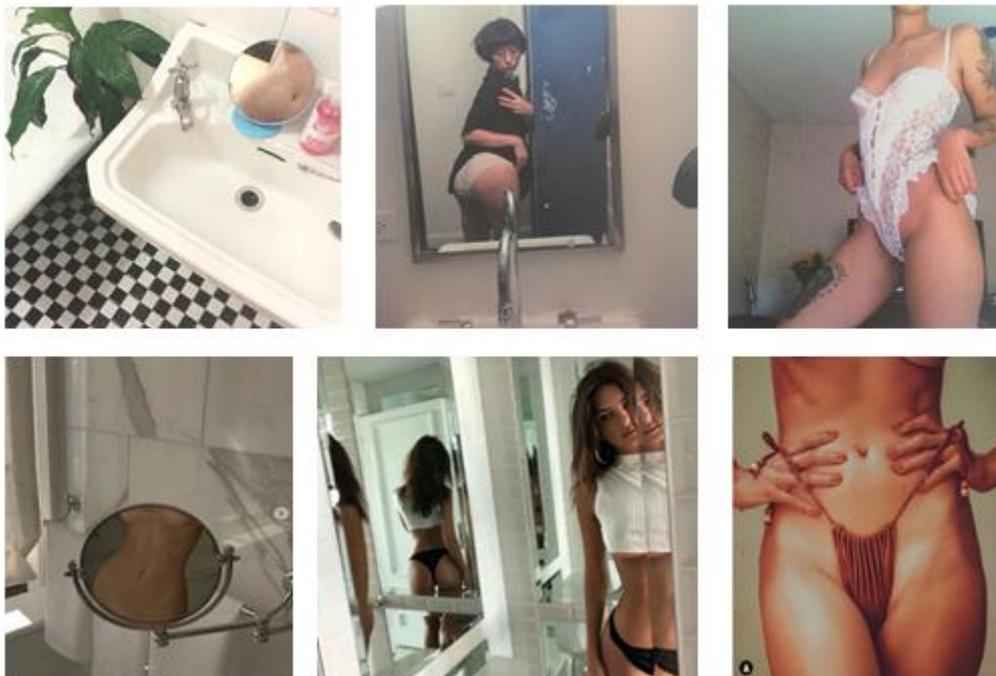


Abbildung 11: Auswahl an zensierten und unzensierten Fotos auf Instagram

Der „Grad der Nacktheit“ sowie der „Grad der Inszenierung“ sind auf den Fotos ähnlich. Instagram erlaubt – so kann man annehmen – scheinbar nur bestimmten Körpern, sichtbar zu werden. Instagram kann damit als Normalisierungsapparat angesehen werden, der zur Durchsetzung der Körpernormalisierung strategisch Gebrauch von Zensur macht und Körper in sichtbare und unsichtbare Körper einteilt. Es ist mehr als nur der dicke oder der Transkörper, der dabei tabuisierend auftritt, sondern auch der normierte Körper „primarily white-passing, thin, cisgender“ (Byström, Soda 2017: 16), der der Öffentlichkeit entzogen wird, sobald dieser Körperhaare, Hautkrankheiten und Hautunebenheiten aufzeigt. Die Zensurpolitik Instagrams ist somit in höchster Weise problematisch, da die Sichtbarkeit spezifischer Körperdarstellungen auch Wissen über den Körper vermittelt. Nur das, was sichtbar ist, wird dementsprechend auch als existent und „natürlich“ betrachtet (vgl. Reuter

2011: 33, 13). Es stellt sich die Frage, warum Instagram einige Körperformen und Inszenierungen fördert und andere gar aus der Plattform exkludiert, auch wenn diese nicht explizit unter die Zensurrichtlinien fallen. Gleichzeitig muss man wohl davon ausgehen, dass Instagram-User viele der Fotos gemeldet haben müssen und die Fotos folglich von Instagram zensiert wurden, obwohl sie nicht grundsätzlich unter die Zensurrichtlinien fallen (vgl. Meier 2016b). Insofern scheint es sinnvoll, neben Instagrams Zensurpolitik ebenso die Kommentare der User zu spezifischen Körperdarstellungen zu untersuchen, um hierbei potenzielle Feindseligkeiten in Analogie zu der Hate-Speech und somit zu den Hate-Bodies aufzuzeigen. Es bestätigt sich dennoch folglich die Annahme einer von Instagram erzeugten Körpernorm. Diese basiert auf der Grundlage des Grades der Körperarbeit. Man kann annehmen, dass Instagram die Zensur und Förderung bestimmter Körper als Strategie ökonomischer Interessen nutzt. Arvida Byström mutmaßte hierzu in einem Interview zu ihrem Buch „Pics or It didn't Happen“:

„Vielleicht kann man sagen, dass es ein Buch über Körper ist, die nicht den Vorstellungen von Unternehmen entsprechen. Warum, zum Beispiel, ist ein Foto von einem rasierten Bein sicherer als von einem unrasierten? Das Foto ist sicherer, weil viel Geld und Zeit investiert wurde, um diese Haare loszuwerden.“ (Byström, zitiert in Weinstock 2017)

Instagram erzeugt damit eine Hegemonie an Darstellungsimperativen, in der das digitale Subjekt auf die „spezifische Formen der Bedeutungsproduktion angewiesen“ ist, „um überhaupt als existent zu gelten, wahrnehmbar und sichtbar zu sein“ (Schaffer 2008: 91). Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit sind folglich immer das Ergebnis von Normalisierungsprozessen, wobei sich die Diskurse als Wissen im Körper materialisieren (vgl. Bublitz 1999: 209). Gerade diesen Zustand sieht man durch die Etablierung stereotypischer Körperdarstellungen. Es geht somit bei der Zensurpolitik von Instagram nicht nur um die Erziehung der User, sich bestimmt zu verhalten, sondern auch um die Erziehung des Auges, besser gesagt um die Erziehung spezifischer Sehgewohnheiten und folglich auch Körpertechniken (vgl. Schaffer 2008: 87). Hierbei zeigen sich Ambivalenzen auf, indem Instagram bei seinen öffentlichen Darstellungen betont, gerade Sichtbarkeiten im Sinne der Diversität und Inklusion zu erzeugen (vgl. Instagram 2021). Zudem sollen die Richtlinien die User schützen, indem der nackte Körper nicht dargestellt werden darf, auch wenn dieser in keinerlei sexueller Konnotation zu sehen ist. Gefördert werden im Gegensatz dazu weibliche Körper, die sich leicht bekleidet und in offensiven sexuellen Posen darstellen. Man sieht an den Fotos, dass gerade die sexuelle Aufladung des weiblichen Körpers etwas damit zu tun hat, welche Körper zensiert werden und welche nicht. Instagram zeigt sich somit als eine Plattform, die Darstellungskonventionen des Male Gaze belohnt und gegensätzliche Darstellungen sanktioniert. Instagram ist somit an das von Foucault beschriebene Sexualitätsdispositiv gebunden. Hierbei wird dem Subjekt eine bestimmte Art der Sexualität eingeschrieben, die zum „Prinzip der Intelligibilität und des Maßes“ wird (Foucault 1978a: 114). Folglich ergreift und umschlingt die Macht den sexuellen Körper. Dabei wird der Diskurs vom Begehren durchdrungen (vgl. Foucault 1983: 31, 60). Die Pseudo-Toleranz,

spezifische sexualisierte Körper zu erlauben, enthält das Element der stimulierenden Kontrolle. Das Wissen um den Körper, welches Instagram ganz direkt auf das Subjekt projiziert und als gegenwärtigen Diskurs reproduziert, übt permanenten Zwang auf das Subjekt aus. Das Subjekt muss sich so darstellen, wie es von der Plattform gefordert wird.

Und dennoch zeigt sich die Zensurpolitik ebenso flexibel. So sind die Richtlinien hinsichtlich der Zensur von stillenden Müttern erst vor einigen Jahren geändert worden. Grund war ein gepostetes Foto von Model Gisele Bündchen, welches sie beim Stillen zeigte. Dies wurde zum „Aufhängerfoto“ der 2015 entstandenen Hashtag-Bewegung #normalizebreastfeeding und der darauffolgenden und reichweitenstärkeren Hashtag-Bewegung #brelfie. Hier wurde öffentlich dazu aufgerufen, Fotos beim Stillen zu posten, um das Stillen damit auf Instagram zu normalisieren. Traditionelle Medien schlossen sich der Forderung an und erhöhten damit den Druck auf Instagram (vgl. Kohout 2019: 7). Auch einige Fotos aus dem Buch „Pics or It didn't Happen“ würden heute wohl nicht mehr zensiert werden. Dies sieht man beispielsweise an dem Account von „Curated by Girls“, dessen Schwerpunkt auf netzfeministischen künstlerischen Arbeiten mit dem Thema der Enttabuisierung normierter Körperdarstellungen liegt. Körperbehaarung, Menstruation und Sexualität sind hier häufig wiederkehrende Motive. Auch wird die Zensur innerhalb der künstlerischen Arbeiten in den Posts angesprochen. Die Bildmotive weisen jedoch bisweilen tabuisierte Darstellungen auf, die augenscheinlich (noch) nicht von Instagram zensiert worden sind, und stellen somit ein Indiz für eine liberalere Zensurpolitik dar, als es 2017 der Fall war (vgl. Curated by Girls 2020). Die Prozesshaftigkeit innerhalb der Grenze von „verbotenen“ und „erlaubten“ Körperdarstellungen sprach 2017 auch schon Arvida Byström an und beschrieb ihr Buch als eine „Momentaufnahme“ (Weinstock 2017).

Instagram benutzt Wissenstechniken, indem es bestimmte Eigenschaften, Inhalte und Informationen und vor allem auch Körper klassifiziert, hierarchisiert und sichtbar oder auch unsichtbar macht. Instagram legt damit den Rahmen und die Bedingungen fest, unter denen der User interagieren und theoretisch auch rebellieren kann. Instagram zeigt sich hierbei als nicht-geschlossenes System.

„Als Gegenstück zu dem von Foucault beschriebenen systematisch-zweckrationalen Netz der Disziplinierungsmacht sind Computernetze den Akteuren nicht auferlegt, sie sind kein fertiges Produkt, sondern ein fortlaufender Prozess.“ (Reichert 2008: 45)

Sowohl Plattform als auch User sind somit stetig „under construction“. Insofern erscheint Instagram nicht als bloßer Regulator, sondern ist ebenso dynamisch wie seine User, wodurch sich demnach schließlich Subversionsräume erschließen lassen können.

9.4 Zusammenfassung

Es wurde aufgezeigt, dass es sich bei dem Aufbau der Plattform Instagram um ein System handelt, welches größtenteils durch das Belohnen und Bestrafen Anreize setzt, womit der User gesteuert wird, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten. Die Untersuchung der Plattform im Hinblick auf die Macht- und Wissenstechniken ließ vor allem die Förderung der Herstellung zum unternehmerischen Selbst erkennen. Dabei wird auf die Eigeninitiative und Eigenverantwortung des Prosumers gesetzt. Dieser soll sein unternehmerisches Geschick einsetzen und bekommt somit den Eindruck, selbst-, eigenständig und freiheitlich auf der Plattform agieren zu können, obwohl er sich den Regularien Instagrams unterordnen muss. Die Machttechnologien auf Instagram schreiben sich auch in den Körper ein. Der Körper steht hierbei ganz besonders im Fokus der Photosharing-Plattform und unterliegt dem Zwang, sich permanent darstellen zu müssen. Im Mittelpunkt steht dabei stets der Körper als Kommunikationsmittel und als Evidenz einer gelungenen und erfolgreichen Lebensführung. Körperformen, -inszenierungen und Bildinszenierungen weisen diese Eigenschaften auf und führen zu einer Angleichung der Selbstdarstellungsmechanismen auf Instagram. Reichweitenstarke Influencer geben dabei das nachahmungswürdige Original vor, welches sich nach dem Male Gaze richtet. Es entsteht eine Eindimensionalität der Darstellungsmechanismen, die die weibliche Selbstinszenierung auf die postfeministischen Eigenschaften reduziert, gut auszusehen und Spaß zu haben. In diesem Sinne kann die cyberfeministische Hoffnung, dass das Internet eine Neukonfiguration der Geschlechter bewirken kann, mit dem Beispiel Instagrams zunächst negiert werden. Trotz der Möglichkeiten, selbst sein Abbild bestimmen zu können, führte Instagram zu einer Art des visuellen Backlashs. Die Plattform erzeugt Druck, sich den Darstellungen der Influencer angleichen zu müssen. Hierzu verfügt die Plattform Filter- und Bearbeitungsprogramme, um das eigene Abbild hinsichtlich des geforderten Ideals zu verändern. So stellte diesbezüglich auch Instagrams CEO fest, dass, wenn man wolle, dass Leute Bilder von sich posten, man es ihnen ermöglichen müsse, darauf gut auszusehen. Das gute Aussehen legt dabei Instagram fest und orientiert sich am gewohnten Male Gaze. Die Fotobearbeitung gehört mittlerweile zur Schlüsselkompetenz. Dies führt zu einer gesteigerten Körperunzufriedenheit, ohne Fotobearbeitung nicht den gewünschten Status von „schön“ und „begehrtest“ erlangen zu können. Nicht nur bei Influencern, auch bei den „Amateuren“ bekommt das Künstliche und Inszenierte den Status der Natürlichkeit zugesprochen. Die Natürlichkeit wird zu einem Zustand, den man im Realen nicht erreichen kann.

Dementsprechend kann man durchaus von einer Etablierung einer Körpertechnik im Sinne Mauss' sprechen. Hierbei wird die Verschmelzung der technischen Rahmenbedingungen und der körperlichen, digitalen Darstellung deutlich. Der Körper wird durch die Technik diszipliniert. Zudem bildet sich das Wissen heraus, entscheiden zu können, wann es sich um eine gute Selbstporträtierung oder eine schlechte handelt. Es entsteht auf vielfältige Weise Druck auf das Subjekt, sich permanent auf eine bestimmte Art und Weise darstellen zu müssen. Durch das offene Feedbacksystem und die Möglichkeit der stetigen Bewertung von

außen verstärkt sich das Sicherheitsdispositiv. Es reicht dabei nicht mehr aus, Fotos zu posten, sondern es wird ebenso durch die Story-Funktion gefordert, andere User in seinen Alltag „mitzunehmen“. Nicht nur die Körperdarstellung, sondern auch die Gestaltung des Lebens wird zum permanenten Zwang der Ausweisung des erfolgreichen Selbst.

Es geht bei der Körperinszenierung nicht darum, sich individuell darzustellen. Der Körper wird zum Ausdruck und Zeichen einer Gruppenzugehörigkeit, indem es größtenteils darum geht, zum erfolgreichen neoliberalen Subjekt bzw. zu den „Gewinnern“ zu zählen. Das Feedbacksystem verlangt dabei nicht nur, andere über einen selbst bewerten zu lassen, sondern inkludiert ebenso, andere innerhalb ihrer Darstellung zu bewerten. Dadurch legitimiert und festigt sich das System. Der Girlfriend Gaze ist demnach zentral und zeigt sich in Form der Bewertung von weiblichen Körpern. Das erotische Ideal richtet sich dabei zwar auf den Male Gaze, ist aber insbesondere aufgrund des Algorithmus sowie der Zensurpolitik Resultat Instagrams. Es geht somit nicht per se um die männliche Bestätigung, sondern um die Bestätigung, die Instagram in Form des Feedbacks gibt. Influencer preisen dabei Produkte an, die schön und begehrenswert machen sollen und entwickeln dabei die digitale Freundschaft als Prinzip ihres Geschäftsmodells. Dabei lassen die Influencer die User Teil ihrer „daily routine“ sein. Sie zeigen, was sie essen, wie sie trainieren, wie sie entspannen und welche Produkte sie dafür oder dabei benutzen. Im Zentrum steht die Selbstarbeit. Model und Influencerin Josephine Skriver fasst das Credo Instagrams passend zusammen: „[...] I’m really motivated to be the best version of myself all year around. I always strive to do better and be better“ (Skriver, zitiert in Speed 2019). Ganz im neoliberalen Sinn geht es auch innerhalb der Körperdarstellungen nicht darum, was man ist, sondern was man aus sich machen kann. Das Selbstoptimierungscredo ist mit dem Empowerment verbunden und wirkt innerhalb der komplexen Eigenschaften des Girlfriend Gaze, indem Gefühle des Hasses, der Eifersucht, des Neides und der Bewunderung zu zentralen Steuerungsmechanismen werden. Das Streben nach Erfolg und Attraktivität ist der Imperativ und der Antrieb.

Instagram fördert homogene und exklusive Darstellungen von Frauen, die mit den Sichtbarkeitsmechanismen Instagrams verbunden sind. Instagrams Algorithmus stellt diesbezüglich eine individuelle Normalität her, die man durch sein eigenes Verhalten auf der Plattform bestimmt, die aber ebenso von Instagram vorbestimmt ist. Der Algorithmus beeinflusst die Wahrnehmung über die digitale Realität, die Handlungen und insbesondere auch die Darstellungspraxen des digitalen Subjekts. Durch den Immersionseffekt besitzt die digitale Wahrnehmung ebenso Wirkungskraft auf die Wahrnehmung der Realität außerhalb des Digitalen. Die Annahme, dass der Algorithmus die Präferenzen des Users abbildet, ist somit ohne weiteres nicht richtig und lässt den User folglich im falschen Glauben der Handlungsmacht. Instagram fördert anhand des Algorithmus die aufgezeigten stereotypisierten Körper und Inszenierungsmechanismen. Durch die Beleuchtung von Instagrams Richtlinien könnte aufgezeigt werden, dass der User zunehmend dahingehend diszipliniert werden soll, sich ständig selbst zu prüfen und rückzuversichern. Die Zensur stellt dabei das Kernelement dar, um das Sicherheitsdispositiv auf Instagram zu verstärken. Durch

152

die intransparente und repressive Zensurpolitik wird der User angehalten, sich konform zu verhalten, da nicht genau ersichtlich wird, welche Beiträge und Fotos in die Zensur fallen können und welche nicht. Instagram etabliert dabei erzieherische Elemente, um den User zu steuern. Es erinnert damit an Foucaults beschriebene disziplinarische Dressur und somit den Zustand, den User durch Lob und Tadel zu lenken. Gleichzeitig gibt Instagram auch Verantwortung an den User ab und erzieht diesen beispielsweise durch den Sensitive Screen, selbst Entscheidungen zu treffen dahingehend, bestimmte Dinge sehen zu wollen, die verstörend wirken können.

Im Zusammenhang mit dem hier vorgestellten Fotobuch „Pics or It Didn't Happen“ konnte jedoch gerade aufgezeigt werden, dass einige Körper für Instagram nicht einmal mehr in die Eigenverantwortung innerhalb des Sensitive Screen fallen, sondern harmlose Körper, die jedoch nicht den gängigen Schönheitsidealen und Darstellungsimperativen entsprechen, zensiert und somit von der Sichtbarkeit ausgeschlossen werden. Es wird damit der Eindruck erzeugt, dass Instagram Körpern unterschiedliche Wertigkeiten zuspricht und Körper, die Körperhaare oder dickere Menschen zeigen, als problematische „dangerous bodies“ einstuft, obwohl diese weder in pornografischen noch in gewaltvollen Kontexten zu sehen sind. Das Fotobuch „Pics or It Didn't Happen“ konnte aufzeigen, dass Frauenkörper auf Instagram überwacht und zensiert werden. Instagram schließt damit systematisch bestimmte Körper von der Sichtbarkeit aus und negiert somit den Anspruch, eine demokratische Plattform zu sein. Dies ist in höchstem Maße prekär, bedenkt man, dass mit der Visualisierung des Körpers ebenso Wissen über ihn erzeugt wird und der Körper durch diese Verknüpfung zur „sozialen Tatsache“ wird (Bublitz 1999: 209). Es muss bei der Zensur davon ausgegangen werden, dass von den Körpern das Potenzial der Verstörung der Betrachter hervorgeht, vor der man die User schützen muss. Daraus folgt, dass die Verkörperungen auf Instagram Resultat von Normalisierungsprozessen sind, die der „Verhaltenskoordination in Massengesellschaften“ dienen (Foucault 1999, zitiert in Schrage 2012: 81; vgl. Frohe 2002: 417). Es werden in diesem Sinne Körper produziert, die Instagram für sein Geschäftsmodell braucht. Dies zieht die Frage nach sich, ob die zensierten Fotos als subversiv gelesen werden können. So bilden die Fotos, wenn teilweise auch nur im geringen Maße, einen Widerspruch zur Norm und lösen bzw. lösten Affekte aus, die Instagram zum Löschen der Posts bewegten. Es lässt sich daraus schließen, dass auf Instagram schon dezente Überschreitungen der Norm subversive Sprengkraft erzeugen können, wenn die Körperdarstellung dabei nicht an die Selbstarbeit, sondern an der Verweigerung dieser gebunden ist. Insofern kann man davon ausgehen, dass in einem sehr homogenen Raum die kleinsten Verschiebungen schon als „anders“, als Subversion wirken können. Daraus ergibt sich die Frage, der im kommenden Kapitel nachgegangen werden soll: Inwiefern und unter welchen Bedingungen kann Subversion überhaupt unter den besprochenen Voraussetzungen Instagrams stattfinden?

10. Analyse: Subversive Körpertechniken auf Instagram

Im Folgenden soll demnach genauer untersucht werden, wie sich die „dangerous bodies“ auf Instagram zeigen, und ob eine Nachahmung von Inszenierungen, die nicht den stereotypischen Inszenierungen zuzuordnen sind, auf Instagram Wirkungseffekte erzeugen kann. Es wird hierbei im Zusammenhang mit der These von Gerling, Holschbach und Löffler davon ausgegangen, dass, wenn sich „unser Blick mit ausreichend vielen anderen Blicken treffen“ kann, der Blick in der Lage ist, „den Bildschirm neu zu konfigurieren [...]. Unter solchen zwangsläufig kollektiven Voraussetzungen kann der Blick bewirken, daß sich die Modalitäten grundlegend ändern, nach denen das Blickregime in Form der Kamera die Welt »fotografiert«“ (Gerling et al. 2018: 59).

In Verbindung mit der Sprache kann demnach die Signifikation von ihrer Souveränität befreit und das regulierende Ideal innerhalb des digitalen Selbst gebrochen werden. Anders ausgedrückt kann die digitale Subjektkonstitution dafür genutzt werden, Subjektkonstituierungsprozesse und damit auch Machttechnologien mithilfe der veränderten digitalen Bedingungen der Intelligibilität zu hinterfragen und subversiv zu nutzen. Hierzu wird der Netzfeminismus vorgestellt, der durch das Medium Instagram den eingangs analysierten spezifischen Bedingungen der Plattform gegenübersteht, die die Möglichkeiten der Subversion bestimmen. In der Analyse wird dabei die Bildästhetik der Netzfeministinnen in Hinblick auf die feministischen Vorgängerinnen untersucht und kategorisiert. Dabei wird auch die Kontextualisierung der Beiträge analysiert. Separat werden dazu ebenfalls die Netzbewegungen beleuchtet und diesbezüglich „Schlüssel-Accounts“ untersucht. Es fiel hierbei die Entscheidung für den Schwerpunkt der Fat Acceptance-Bewegung, da sich die Netzbewegung als besonders reichweitenstark zeigt und sich dabei die genutzten Körpertechniken von denen der Netzkünstlerinnen unterscheiden. Die Bildästhetiken werden anschließend innerhalb ihres reglementierten Rahmens, den Instagram vorgibt, hinterfragt. Hierbei wird der betrachtete Schwerpunkt der Selfies durch die Definition und Begriffsbestimmung des Marktfeminismus ersetzt. Es werden in diesem Zusammenhang marktfeministische Werbekampagnen vorgestellt und kritisch in Hinblick auf die Intentionen des Netzfeminismus beleuchtet. Auf Grundlage des Marktfeminismus geht es schließlich um die Hinterfragung des subversiven Gestus und dessen Normalisierungsprozesse auf Instagram – sowie demzufolge um die Herausforderungen und Potenziale des Netzfeminismus.

10.1 Exkurs: Forschungsschwierigkeiten

Studien, die sich mit Selbstinszenierungen in der Social Media beschäftigen, haben mit einigen Schwierigkeiten zu kämpfen. Neben YouTube und Facebook, die schon zu den etablierten Forschungsmedien gehören, wird in den letzten Jahren vermehrt auch zu Instagram geforscht, was wohl auch mit der zunehmenden Beliebtheit und der exponentiell steigenden Anzahl der Nutzer zu erklären ist. Durch die intermedialen Funktionen, die nun

schon zum Standardrepertoire der sozialen Netzwerke gehören, wird zumeist das Bild an sich ohne größere Einbindung in das Netzwerk analysiert. Die umfassenden Feedbacksysteme des Likens, Kommentierens und Teilens machen Analysen sehr vielschichtig. Neben der Zirkulation der Fotos und der dahingehenden Schwierigkeit der Identifizierung des Urhebers kommt bei der Analyse zudem erschwerend das Fehlen demografischer Angaben hinzu, wodurch bei der Interpretation von Bildern und deren Rezeption oftmals der zentrale kulturelle Hintergrund außer Acht gelassen werden muss. Durch das häufig angewandte Prinzip des Follow-for-a-follow entstehen willkürliche und vor allem national und kulturell unabhängige Vernetzungen zwischen den Usern. Gleichzeitig erschwert der Algorithmus das Vorhaben einer objektiven und neutralen Stichprobe. Da es keinen neutralen Newsfeed gibt, ist jede Suche auf Instagram ein Ergebnis individualisierter oder gekaufter Algorithmen. Schnell läuft man mit der Forschung damit Gefahr, das „Opfer“ des eigenen Algorithmus zu werden und damit die Sichtbarkeitslogik der Plattform unreflektiert zu affirmieren. Gleichzeitig besteht die Schwierigkeit, überhaupt ein System innerhalb der sehr unübersichtlich großen Datenmenge an Bildern zu finden. Weitere Funktionen, wie IGTV, die Instagram Stories, die Live-Funktion sowie Instagram Reel finden derzeit in der Forschung wenig Beachtung, obwohl die Funktion der Stories sogar beliebter geworden ist als das bloße Posten von Bildern (vgl. Firsching 2019). Eine Forschung am Medium Instagram sieht sich zudem mit dem Problem des Löschens konfrontiert. Dabei ist es kurzzeitig auch vermehrt zu einem Trend geworden, seinen eigenen Feed bzw. die Galerie zu löschen. Das Phänomen schien von den reichwertenstarken Accounts auf die Accounts mit geringerer Reichweite übernommen worden zu sein. Dabei bietet Instagram eine Archiv-Funktion an, in die Beiträge archiviert, jedoch auch wieder „zurück“ in die Galerie geholt werden können und hierbei auch das Feedback der Posts als auch ihre chronologische Einordnung in den Feed erhalten bleibt. Dadurch können gelöschte Beiträge auf einmal wieder auftauchen. Und dennoch ergibt sich daraus die Frage, wie man in der Forschung damit umgehen soll, wenn die Fotos oder gar die gesamten Accounts, die man analysiert, auf einmal gelöscht werden. Wie können Bildanalysen damit adäquat verifiziert werden? Kann man das Medium überhaupt angemessen erfassen, wenn man die intermedialen Funktionen, die eigentlich miteinander verbunden sind, isoliert voneinander betrachtet?

Letztlich muss man sich bei der Erforschung von Instagram wohl darüber klar werden, dass man es immer mit Einblicken in Momentaufnahmen zu tun hat, wobei auch nicht immer sichergestellt werden kann, um was für einen Moment es sich überhaupt handelt. In dem deutschsprachigen Bereich der Kunst- und Medienwissenschaften fanden die Auseinandersetzungen mit den Thema Social Media und digitale Fotografie insbesondere innerhalb eines theoretisch diskursanalytischen Schwerpunktes statt (vgl. Reichert 2008; vgl. Bublitz 2010b). Seltener wurde hierbei mit Bildanalysen und deren kontextuellen Einbettungen gearbeitet, was anscheinend gerade an der Komplexität liegt, die bei der Analyse von intermedialen Plattformen entsteht. Sobald direkte Bezugnahmen in Form von Bildunterschriften, einer Gesamtlogik des eigenen Feeds oder die Nutzung von Hashtags fehlen, ist eine Codierung des gesamten Posts äußerst prekär. Die Beschränkung auf den

Bildkorpus macht somit in einigen Fällen Sinn und würde demnach auch mit der Logik des zirkulierenden Bildes einhergehen. Doch wie findet man überhaupt die Stichprobe, wenn Ausnahmen in der Social Media die Regel darstellen? Sucht man beispielsweise nach androgynen Selbstinszenierungen und will damit beweisen, dass es einen Trend hinsichtlich fluider Geschlechterinszenierungen gibt, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass man in der „Bilderflut“ der Social Media die Fotos findet, die die These bestätigen können, auch wenn es sich hierbei eher um vereinzelt aufgetauchte und danach zusammengesuchte Fotos handelt. So wird es teilweise auch in den Medien gemacht, um künstlich Trends in den sozialen Netzwerken zu entdecken und diese damit auch zu produzieren (vgl. Koch 2018). Instagram bietet zumindest aufgrund der guten Zugänglichkeit zu Fotos und Accounts und der sichtbaren (numerischen) Feedbacksysteme gute Bedingungen, an Forschungsmaterial zu kommen. Gleichzeitig ist man aufgrund der Komplexität des Mediums mit immanenten Schwierigkeiten konfrontiert, die immer auch subjektiven Einschätzungen der Forscher unterliegen.

10.2 Netzkünstlerinnen

Die Initiatorinnen des Fotobuchs „Pics or It Didn't Happen“ Arvida Byström und Molly Soda sind beides Künstlerinnen und werden oftmals spezifischer als Netzkünstlerinnen besprochen (vgl. Museum der bildenden Künste Leipzig 2018). Der Begriff der Netzkünstlerin richtet sich dabei an den Überbegriff des Netzfeminismus, ist dabei jedoch von dem Cyberfeminismus abzugrenzen. Auch wenn die Differenzierung zwischen Netz- und Cyberfeminismus nicht trennscharf gelingen kann, so wird mit dem Cyberfeminismus hauptsächlich die in Abschnitt „5.4 Cyberfeminismus“ dargestellte feministische Bewegung der dritten Welle des Feminismus eingeordnet. Der Cyberfeminismus wird dabei meist mit Körpermodifikationen, der Entmaterialisierung und dem Vorhaben einer Aufhebung des Geschlechts assoziiert. Die Social Media und ihre Etablierung in die Alltagskultur sowie ihre Bedeutung innerhalb der Subjektkonstituierung wird dabei häufig als Ausgangspunkt der vierten Welle des Feminismus tituliert (vgl. Kohout 2019: 10f., 28). Demnach steht der Netzfeminismus veränderten Bedingungen gegenüber, die zur Grundlage der feministischen Auseinandersetzungen geworden sind. Hierbei geht es insbesondere um den beschriebenen Druck, sich als Frau auf eine bestimmte Art und Weise darstellen zu müssen.

Arvida Byström und Molly Soda gehören zu den Netzkünstlerinnen, auf die die Medien stets Bezug nehmen, wenn es um die Beschreibung des Netzfeminismus geht. Es sind dabei Online-Magazine wie „Dazed Digital“ oder „Vice“, die schon in der frühen Phase des Netzfeminismus diesen als Begriff prägten und von den Künstlerinnen berichteten. Damit setzen einige wenige digitale Magazine eine kleine Anzahl an Netzkünstlerinnen fest, die schließlich von anderen Magazinen weiter rezitiert wurden und somit einen erheblichen Teil zu deren Mainstreamisierung und zur Fixierung der immer gleichen Netzkünstlerinnen beitrugen (vgl. Dean 2016). Die meisten der Netzkünstlerinnen eint ein akademisch-

künstlerischer Hintergrund und eine Nutzung und Auseinandersetzung mit den neuen Medien. Die Netzkünstlerinnen nutzten die Social Media, insbesondere Instagram, weshalb ihre Kunst oftmals auf ihre Instagram Posts reduziert wird. Häufig lehnen die Netzkünstlerinnen ähnlich wie die Cyberfeministinnen eine Reduktion als Netzfeministinnen ab, weshalb der Begriff der Netzkünstlerinnen umso passender ist (vgl. Meier 2019a). Die Werke der Netzkünstlerinnen lassen sich oftmals nicht gesamtheitlich feministischen Themen zuordnen. Es geht vermehrt um die „Identitätssuche, die sie in den Sozialen Medien dokumentieren“ und nicht per se um die Bildinszenierung, wofür jedoch die meisten Netzkünstlerinnen bekannt geworden sind (Meier 2019a). Aufsehen erregten die Netzkünstlerinnen vor allem durch ihre Inszenierung innerhalb von Körpertabuisierungen und der Körpersexualisierung. Instagram stellt dabei einen Kanal dar, ihre Arbeit der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es entsteht gerade auf Instagram innerhalb der Bildtechniken der Netzkünstlerinnen eine Reibung zu den in Abschnitt „9.1 Stereotypische Selbstinszenierungsmechanismen“ vorgestellten „Originalen“, weswegen der Eindruck verstärkt wird, dass sich die Kunst der Netzkünstlerinnen auf das Medium Instagram richtet. Häufig sind die Netzkünstlerinnen dabei auch in Galerien vertreten, arbeiten als Fotografinnen, Models oder Creative Directors. Die Netzkünstlerinnen agieren somit nicht nur online, sondern ebenso offline. Die Kunst der Netzkünstlerinnen hat sich dementsprechend in den traditionellen Kunstbetrieb integriert. Die Frage nach der Ausstellbarkeit und Vermarktung konnte durch multimediale Ausstellungskonzepte beantwortet werden. Damit ist auch das Werk der Netzkünstlerinnen zu einer „contested zone“ innerhalb des Kunstbetriebes geworden. Für Ausstellungen entstehen dabei exklusive Werke, die nicht auf den Social Media-Kanälen der Netzkünstlerinnen zu finden sind. Die Kunst der Netzkünstlerinnen tritt somit in den traditionellen Weg der Kapitalschöpfung ein – mit dem Unterschied, dass Social Media als Werbemittel bzw. als Selbstvermarktungs-Tool genutzt werden kann (vgl. Kohout 2019: 37). Gleichzeitig kann man jedoch auch die Social Media-Präsenz als Werk bzw. als multimediale Performance fassen.

Im Folgenden werden die Instagram-Auftritte von Molly Soda und Arvida Byström vorgestellt und innerhalb potenzieller subversiver Techniken beleuchtet. Beide Künstlerinnen beschränken sich wie erwähnt jedoch keineswegs auf das Medium Instagram. Auch zeigt sich die Kunst beider Künstlerinnen chronologisch unterschiedlich und vielseitig. Dennoch wird versucht, die Bildästhetiken zusammenzufassen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Künstlerinnen aufzuzeigen. Ziel dabei ist, einen Einblick in den thematischen und bildnerischen Netzfeminismus zu bekommen und hierbei subversive Techniken aufzuzeigen. Es geht somit um die Frage, was eine Künstlerin zur Netzkünstlerin macht und wie sich der Netzfeminismus auf Instagram darstellen kann. Es wird dabei ein Schwerpunkt auf die Selfies gelegt. Es wird zudem versucht, die Darstellungsmechanismen von Molly Soda und Arvida Byström mit den vorgestellten Theorien sowie mit Forschungsergebnissen zum Netzfeminismus zu erweitern. Wie durch das Fotobuch „Pics or It Didn't Happen“ deutlich wurde, sind die Künstlerinnen gerade durch die intensive Nutzung der Social Media-Plattformen miteinander vernetzt. Der offene Zugang zu netzfeministischen Werken

beeinflusste ebenso die Entwicklung einer ähnlichen netzfeministischen Bildästhetik. Oftmals kooperieren die Künstlerinnen miteinander. Insofern kann man ebenfalls von einer gegenseitigen Solidarität und Unterstützung sprechen (vgl. Kohout 2019: 28). Dabei weisen die Netzkünstlerinnen durchaus auch unterschiedliche Inszenierungsweisen und thematische Schwerpunkte auf. Die Netzkünstlerinnen haben jedoch insgesamt gemeinsam, dass sie sich selbst in den Vordergrund ihrer (fotografischen) Arbeit stellen. Die meisten können als „Digital Natives“ beschrieben werden. Bei dem Begriff geht man davon aus, dass sich „das Vermögen zum Umgang mit den Formaten der Sozialen Medien als angeboren [...] als etwas, das sich durch frühe, gezielte und professionelle Förderung fast beliebig und wie eine Muttersprache“ begreifen lässt (Ullrich 2019: 60). Gerade die Social Media-Plattformen fungieren als zentrales Medium, mit denen Digital Natives aufgewachsen sind und die dadurch Spielraum zur Identitätsfindung darstellen. Somit beschäftigt sich das Werk der Netzkünstlerinnen mit dem Medium Internet, da es zu ihrer Sozialisation dazugehört.

Molly Soda ist seit 2012 auf Instagram und postet auf ihrem Account größtenteils Selfies, Sodas Instagram Galerie wirkt amateurhaft und ist dabei als eine Hommage an die analoge Fotografie zu verstehen, in der aufgrund der technischen Voraussetzungen nicht jedes Foto als gelungen deklariert werden kann. Molly Sodas Fotos wirken, als ob sie nicht wüsste, wie genau „gute“ Fotos auf Instagram aussehen und wie man sich am besten darstellt. Sie spielt dabei mit der Momenthaftigkeit und kreiert „authentische“ Schnappschüsse. Ihre Instagram Galerie lässt sich als eine Art Tagebuch interpretieren, welches Soda in unterschiedlichen und vielfältigen Lebenssituationen und Emotionen zeigt.

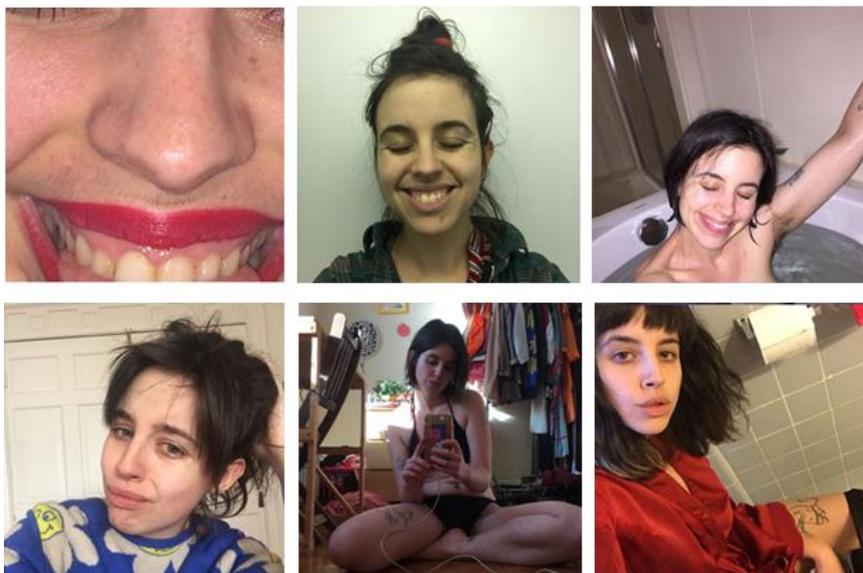


Abbildung 12: Auswahl von Selfies aus Molly Sodas Instagram-Account

Dabei gehen die Grenzen verloren, die innerhalb der Wissenstechnik Instagram erzeugt werden. So fotografiert sich Soda auf der Toilette, beim Nasebohren, sie zeigt ihre Pickel, Speckfalten und ihre Körperhaare (Abb. 12). Die meisten Selfies zeigen Soda zu Hause, wobei es oftmals scheint, als ob sie durch die Fotos versucht, ihre Langeweile zu überwinden.

Murray zieht dabei unter anderem den Vergleich zu den Werken von Francesca Woodman, die vermehrt in ihren typischen „melancholic selfobsessions“ übernommen werden (Murray 2015: 497). Die Fotografien Sodas wirken wie die Identitätssuche eines Teenagers, welcher innerhalb der Zurschaustellung des eigenen Ichs auch Unsicherheit, Schwäche und Angst zeigt. Ihre Fotos erscheinen dadurch privat und intim. Soda inszeniert sich zwar durchaus freizügig, dies bekommt jedoch selten den Status des Sexuell-Erotischen.

Soda spielt zudem mit Referenzen aus den 90er- und 00er-Jahren. Neben unzähligen Selfies finden sich Fotos von Relikten der Kindheit und der Jugend. So sieht man Gameboys, alte Klapphandys, My Little Pony-Sammlungen etc. Das Niedliche wird bei Soda wie in der Riot Grrrl-Bewegung aufgebrochen. Es wird jedoch nicht das als männlich und als Punk Konnotierte gebrochen. Bei Soda vermischt sich das Schöne und Niedliche mit dem Hässlichen und Abstoßenden. Süße pastellfarbige Girlyshirts erhalten den Aufdruck „fuck you“, und die My Little Pony-Sammlung wird zusammen mit einer Packung Zigaretten gezeigt (Abb. 13, oben). Die Analogien stehen dabei für die Ambivalenz der Adoleszenz. Dies sieht man auch an dem ironisch gewählten Instagram Benutzernamen von Molly Soda, der „bloatedandalone4evr1993“ heißt. Soda nutzt ebenfalls Mashups und Collagen-Techniken, die beispielsweise an das Werk „Sale“ von Carolee Schneemanns (1964) erinnern. Zudem lassen sich Mashups, Avatare und Codes wie bei den Cyberfeministinnen finden, die hierbei als Retroperspektive auf die 90er-Jahre zu sehen sind.



Abbildung 13: Girly-Elemente bei Molly Soda und Arvida Byström

Oben: Auswahl Girly-Referenzen aus dem Instagram-Account von Molly Soda

Unten: Auswahl Girly-Referenzen aus dem Instagram-Account von Arvida Byström

Auch Sodas Spiel mit der Bildästhetik des „Unpassenden“ umfasst dabei die Dualismen des Hässlichen und Schönen. Molly Soda entspricht den normierten Schönheitsvorstellungen, die sie jedoch bewusst dekonstruiert. Sie zeigt somit ein vielfältiges Konzept von Schönheit und Identität auf. Gleichzeitig hinterfragt sie die normierten Inszenierungs- und

Weiblichkeitsvorstellungen. Gerade weil ihre Fotos das Gefühl des „Unpassenden“ auslösen, zeigt dies die Macht der Inszenierungsimperative auf Instagram und – allgemeiner – des Male Gaze auf. Die Kommentare sind größtenteils positiv, jedoch finden sich teilweise auch negative Kommentare, die geradezu schockiert von Sodas Selfies sind. Dies betrifft insbesondere Fotos, die Sodas Körperhaare zeigen. Neben Anfeindungen und Beleidigung geben einige User Ratschläge, wie Soda ihr Äußeres verbessern kann. Hier stellt sich das Besondere an Molly Sodas Account heraus: Obwohl sich Soda durchaus auch in Galerien und bei Veranstaltungen zeigt, wirken die Fotos innerhalb ihrer amateurhaften Ästhetik nicht wie professionelle Fotos bzw. wie ein professionalisierter Account, weshalb dieser dementsprechend ebenfalls nicht zwangsläufig als Account einer Künstlerin gelesen wird. Auch lassen sich bei Soda keine Produktplatzierungen und nur selten Hashtags und Verlinkungen zu Unternehmen oder Bewegungen finden. Insofern ist Molly Sodas Präsenz auf Instagram weniger als Werbung für sich und ihre Arbeit zu verstehen, sondern Teil ihrer Kunst.

Arvida Byströms Account unterscheidet sich insbesondere durch den Professionalisierungsgrad von dem Instagram Profil von Molly Soda. So sehen die Fotos von Byström inszeniert aus und bestechen innerhalb ihrer Zusammenstellung durch passende Farbgebungen und thematische Anordnungen. Die Instagram-Galerie wird dabei von Pink- und Pastelltönen dominiert. Byström zeigt sich in ihren Selfies passend gestylt und geschminkt, wobei oftmals eine Shooting-Situation ersichtlich wird. Die Fotos wirken nicht zufällig, sondern bewusst aufgenommen. Byström nutzt Instagram seit 2012 und zeigt wie Sodas Account unterschiedliche Phasen der thematischen und künstlerischen Auseinandersetzungen auf. Anders als bei Soda erscheint es, als ob Byström genau wüsste, wie gute und wie schlechte Fotos auf Instagram aussehen. Ihr Selfies wirken oftmals bewusst sexy und erotisch inszeniert. Byström zeigt sich dabei häufig nackt oder leicht bekleidet. Die eigentliche Inszenierung innerhalb des Male Gaze wird jedoch durch Tabuisierung, beispielsweise durch die Pose, tabuisierende Kameraperspektiven oder durch das Zeigen von Körperhaaren aufgebrochen. Auch bei Byström werden vermeintliche Makel in den Fokus gerückt. So sieht man Cellulite, Pickel, Körperhaare und Körperrollen in Kontrast zu den selbstbewussten Gesten, Mimik und dem Styling Byströms (Abb. 14).



Abbildung 14: Auswahl von Selfies aus Arvida Byströms Instagram-Account

Hier zeigt sich folglich der wesentliche Unterschied der Bildästhetik von Byström und Soda auf. Während Soda sich oftmals unsicher darstellt, zeigt sich Byström selbstbewusst, selbstsicher und stark. Die Kulturwissenschaftlerin Annekathrin Kohout spricht hierbei von der Bildstrategie des Empowerments und bespricht diese anhand eines Posts von Byström, welches diese mit hinter den Kopf verschränkten Armen zeigt (Abb. 14, unten rechts). Das Bild ist dabei typisch für die Bildsprache von Byström. So inszeniert sie sich sexy und schön, bricht jedoch die Normierung ihrer Inszenierung durch das Zeigen von Tabuisierungen auf. In diesem Fall zeigt Byström ihre Achselhaare. Durch die Etablierung der Social Media in die Alltagskultur entwickelte sich laut Kohout die Herausbildung der Bildtechnik des Empowerments. Sie zählt das Empowerment zur derzeit „populärsten Bildstrategie im Kontext von feministischer Kunst, Aktivismus oder Werbung“ (Kohout 2020). Kohouts Beschreibung zur Bildtechnik des Empowerments lässt sich in einem Zusammenhang mit dem feministischen Empowerment sehen, welches in Abschnitt „5.3.1 Feministisches Empowerment“ beleuchtet wurde. Hierbei wurde das von Bröckling beschriebene Empowerment von dem unternehmerischen Selbst gelöst. Das Empowerment diente in der Riot Grrrl-Bewegung als Ermächtigung bzw. als Motivation zur Subversion und zeigte sich ebenfalls als subversive Praxis. Das Empowerment wurde hierbei an die Provokation gebunden. Es wurde sich aus dem Punk bekannter männlich-aggressiver Gesten, Mimik, Verhaltensweisen und Stylings bedient, und diese wurden durch Girly-Elemente gebrochen. Die Stilisierung stand dabei für Selbstbewusstsein, Stärke und Selbstbestimmung. Die Songtexte, die Zines und die Performances waren geprägt von der Mobilisierung. Die Riot Grrrls sollten aktiv werden und sich von der Fremdbestimmung befreien. Das feministische Empowerment ist somit nicht nur visuell, sondern zeigt sich auch in Form von Aufklärungsarbeit und als Motivator. Dies geht einher mit der Herstellung von Solidarität

und Unterstützung innerhalb der Community. Das feministische Empowerment wird folglich geprägt durch ein Kollektiv-Gefühl, welches durch strukturelle Offenheit und Inklusion geprägt ist.

Kohout unterscheidet zwischen den Bildstrategien der Subversion, der Provokation, der Affirmation und des Empowerments. Jedoch wurde innerhalb der Bildtechnik der Feministischen Avantgarde aufgezeigt, dass sich die Subversion unter dem hier genutzten Subversionsbegriff stets auch mit der Provokation vermischt und nicht getrennt voneinander zu betrachten ist. Das Empowerment ist dabei als eine Vermischung mit der Provokation zu verstehen, welches subversives Potenzial besitzt. Zwar geht es bei beiden Strategien darum, Affekte auszulösen, dies tun sie jedoch auf unterschiedliche Art und Weise. So „spricht man davon, empowert zu werden oder provoziert worden zu sein“ (Kohout 2020). Wie in Bröcklings Empowerment-Theorie inkludiert der Begriff eine Prozesshaftigkeit. Die Provokation ist damit als ein Affekt zu deuten, der sich auf Vergangenes bezieht und dabei auf eine Kritik der Hegemonie verweist. Die Provokation beschreibt Kohout als aggressiv aufzeigend. Sie legt den Finger in die Wunde und klagt an. Im Gegensatz dazu ist das Empowerment meist fröhlich und positiv, wobei es laut Kohout nicht als radikale Systemkritik zu verstehen ist. Und gerade hier zeigt sich auch der Unterschied zu dem feministischen Empowerment innerhalb der Riot Grrrl-Bewegung. Diesbezüglich beschreibt Kohout das Foto Byströms:

„Ihr Blick ist herausfordernd, er fragt nicht, sondern sagt: ‚Seht her, das ist schön‘. Die pastelligen, weichgezeichneten Farben und die Attraktivität der Frau zeugen davon, dass dieses Bild nicht auf eine Störung, einen Schock, eine Provokation angelegt ist, sondern gefallen und dadurch empoweren möchte.“ (Kohout 2020)

Kohout sieht in der Inszenierung Byströms ein Angebot an den Betrachter, dass man auch mit Achselhaaren schön sein könne und es okay sei, sich so zu zeigen. Und dennoch stellt das Zeigen von Achselhaaren immer noch einen Tabubruch dar. Byströms Foto ist somit trotz der Argumentation Kohouts ebenfalls als Provokation zu sehen, welche demnach wieder in die Riot Grrrl-Bewegung eingebunden werden kann, indem es durch die Bildtechnik der Provokation darum ging, dass die Meinung anderer egal ist. Innerhalb des hier gewählten Subversionsbegriffs ist dabei Byströms Foto sowohl als eine Kritik der Hegemonie zu lesen als auch als dekonstruktivistischer Resignifikationsversuch im Sinne Judith Butlers. Die Unterscheidung zwischen Provokation und Empowerment wird dann wirksam, wenn man die Provokation als Bildtechnik verortet, die die Tat und den Täter ins Zentrum der Darstellung rückt. Im Gegensatz dazu fokussiert nämlich das Empowerment die Opfer, wobei diesen der Opferstatus durch die Bildsprache der Stärke abgesprochen wird (vgl. Stäheli nach Kohout 2020). So geht es im Empowerment darum, „Ausgeschlossenen“ Handlungsmacht aufzuzeigen. Damit ist Empowerment auf eine auf Dauer angelegte „Akzeptanz“ ausgelegt.

Die Wirkungskraft der Bildstrategie sieht Kohout dabei auch in den Kommentaren. So wirken die Fotos innerhalb der Rezeption „empowernd“. Dennoch lässt sich ebenfalls gerade anhand der Kommentare die Vermischung der Affektproduktion einsehen. Denn auch bei Byströms Selfies zeigten sich die User begeistert, aber ebenso entsetzt und angeekelt. Dadurch wird der provozierende Charakter der Bildtechnik sichtbar, der im Wesentlichen daraus besteht, sich in Bezug zur stereotypischen Darstellung zu setzen, diese jedoch aufzubrechen. Es geht somit folglich um eine bewusste, auf Veränderung angelegte Mimesis im Sinne Derridas, indem Vorhandenes auf eine veränderte Art und Weise adaptiert wird (vgl. Hecken 2009: 429). Dabei ist von zentraler Bedeutung, dass nicht alle Selfies subversiv zu verstehen sind. Bei beiden Künstlerinnen wird Instagram auch durchaus alltagsbegleitend eingesetzt. Gerade bei Soda ergibt sich das subversive Potenzial zunehmend innerhalb des geschaffenen Kontextes. Geht man anhand der vorgestellten Machttechnologien auf Instagram davon aus, dass es zu einer Homogenisierung der Inszenierungen gekommen ist, so zeigt dies ebenso den Umstand, dass die Störung sich alleine dadurch erreichen lässt, den Körper unbearbeitet im Sinne der Selbstarbeit zu lassen. Die Sprengkraft der Bilder wurde durch die Beleuchtung des Buches „Pics or It Didn't Happen“ deutlich, zeigt sich jedoch auch anhand der nicht zensierten Fotos auf Byströms und Sodas Account. Ein vielzitiertes Beispiel für die Sprengkraft, die durch das Aufzeigen von Körperhaaren entstehen kann, stellt ebenfalls ein Foto von Arvida Byström dar, welches für eine Adidas-Kampagne geschossen wurde. Das Foto zeigt Byström in gewohnter Inszenierung mit unrasierten Beinen. Sowohl auf dem Adidas Instagram Account als auch auf dem Instagram Account von Arvida Byström, wo das Werbefoto geteilt wurde, kam es zu Mord- und Vergewaltigungsandrohungen (vgl. Flachsenberg 2017).

Die unterschiedlichen Reaktionen auf die Bildstrategie des Empowerments ordnet Kohout dabei als Element der Bildstrategie ein. So geht sie davon aus, dass negative Gefühle durchaus stärker in der Social Media wirken als positive. Dieser Effekt wird durch die Zirkulation und die damit vorhandene Dekontextualisierung verstärkt, wodurch sich Reichweite generieren lässt (vgl. Kohout 2020). Kohout fasst diesbezüglich das Zusammenspiel der Elemente des Empowerments zusammen. Folglich wird

„[...] ein Bild heutzutage dann am wirkungsvollsten, wenn es empowern möchte und dies auch in bestimmten Communities tut, dabei aber gleichzeitig auch außerhalb des eigenen Systems provoziert, denn nur so entsteht eine Debattendynamik, die bestimmten Themen überhaupt erst zu Sichtbarkeit in einer breiten Öffentlichkeit verhilft.“ (Kohout 2020)

Auch bei Soda ist die Bildstrategie des Empowerments zu finden, jedoch deutlich seltener als bei Byström. Anders als Soda zeigt sich Byström offensiv sexuell. Dabei verweist Byström auf Elemente, die die Selbstbestimmung der Objektifizierung darstellen. Nacktheit gilt demnach seltener als eine kritische Vorführung, so wie sie in der Feministischen Avantgarde häufig vorkam. Die Selbstbestimmung wird besonders durch das Selfie dargestellt. Es werden hierzu häufig private Settings für die Fotos gewählt. Soda sieht man dabei beispielsweise im

Badezimmer, im Bett, beim Schminken oder bei der Körperhygiene. Es sollen alltägliche Handlungen sichtbar und damit das Private, weiblich Konnotierte öffentlich gemacht werden (vgl. Kohout 2019: 55). Das private Setting, das traditionell zum Umgebungsradius der Frau gehört, soll sicherstellen, dass keine Frau gezeigt wird, „die – wenn auch selbstbestimmt – für einen Mann posiert“ (Kohout 2019: 47).

Byström setzt sich in einen Bezug zum Male Gaze und nutzt gerade den sexualisierten Charakter der Bildformation, um die eigene Sexualität zu zeigen und innerhalb von spezifischen sexualisierten Gesten diese als Ausdruck, als „aktives Bekenntnis“ für die Symbolisierung ihrer Sexualität einzunehmen (vgl. Kohout 2019: 47). Der große Unterschied zu den feministisch-künstlerischen Werken der früheren fotografischen Kunst ist es, Kritik am Male Gaze auszuüben, dies jedoch innerhalb einer positiv konnotierten Bildsprache (vgl. Kohout 2019: 37). Die Kontrolle über den eigenen Körper und die eigene Sexualität zeigt sich insbesondere auch durch die Enttabuisierung der Vulva, die als subversive Bildtechnik ebenfalls in der Feministischen Avantgarde vorkam. Zu sehen ist das Bildmotiv besonders bei Byström, die oftmals durch tabuisierte Posen und Kameraperspektiven den Blick auf ihren Schritt lenkt. Die Fotos wirken dabei wie voyeuristische Aufnahmen, wobei das Selfie als zentrales Instrument fungiert, die Selbstbestimmung und Kontrolle der eigenen Inszenierung darzustellen. Die Vulva wird häufig zum zentralen Element und zeigt sich neben den erwähnten Selfies auch als Analogie. Hierbei werden Faltenwürfe von Decken zu Vulven sowie Früchte und Blumen als Metaphern für den weiblichen Unterleib genutzt. Diese sind als Zitat auf die Feministische Avantgarde zu lesen. Ein zentrales Bildmotiv sind bei Soda und Byström zudem die Visualisierung und somit die Enttabuisierung der Menstruation. So sieht man bei beiden Selfies, die blutbefleckte Unterwäsche zeigen, oder radikaler bei Byström eine mit Blut gefüllte Menstruationstasse.

Die Girly-Konnotationen, die bei Soda auftauchen, sind bei Byström zentral innerhalb der Gesamtästhetik ihres Instagram-Accounts. Dabei nutzt Byström nicht immer die Brechung, sondern setzt Fotografien von beispielsweise alten Spice Girl-Handyhüllen, T-Shirts mit My little Pony-Aufdruck und Polly Pocket-Accessoires als Elemente ein, um die Gesamtästhetik des Accounts zu intensivieren und dies vor allem auch mit den Gefühlen der Kindheit und Adoleszenz zu besetzen (Abb. 13, unten). Dennoch findet man ebenso wie bei Soda das Aufbrechen der Girly-Konnotationen, die die Dualismen des Schönen und Abstoßenden bzw. negativ Konnotierten aufzeigen. Auch Statement-Shirts spielen bei Byström eine Rolle, um hierbei direkt auf Umcodierungen von Beleidigungen zu verweisen. So zeigt sich Byström beispielsweise im pinken T-Shirt, auf dem in Glitzerbuchstaben „cunt“ steht. Das „c“ ist dabei dem Logo des Modekonzerns Chanel nachempfunden (Abb. 13, unten 3. v. l.). Die Beleidigung soll somit mit etwas Positivem, Schönerem, gar mit etwas Exklusivem konnotiert werden. Ebenso zeigt sich Byström mit einem T-Shirt bekleidet, auf dem „No tits“ steht. Auch hier findet man die üblich selbstbewusste und stereotypische Selbstinszenierung Byströms wieder. Sie benennt sich durch den Shirt-Aufdruck selbst und konnotiert die Selbstbenennung positiv. Das Vorgehen ist demnach an die Riot Grrrl-Bewegung angelehnt.

Die Selbstbenennung durch Beleidigungen und Beschimpfungen zeigt dabei ebenso auf, dass Beleidigung und Kritik nicht wirkungsmächtig sind. Die Autorität des Sprechakts liegt somit bei einem selbst.

Die inszenierte, professionalisierte und durchdachte Instagram-Performance Byströms erinnert dabei unweigerlich an die der Influencer und wird auch durch die Verifikation ihres Accounts verstärkt. Byström ist nicht nur in Selfies, sondern ebenso als Model für Werbekampagnen zusehen. Es befinden sich zahlreiche Produktplatzierungen auf ihrem Account. Byström ist diesbezüglich auch bei einer Agentur als Influencerin vertreten (vgl. Muse Management 2021). Es zeigt sich somit eine starke Vermischung der Kritik an der Hegemonie sowie der Reproduktion dieser auf, die im Späteren noch genauer besprochen wird. Es lässt sich dennoch festhalten, dass bei Netzkünstlerinnen der Begriff von Weiblichkeit verändert und modifiziert werden soll und hierzu unterschiedliche Herangehensweisen gewählt werden. So konnte aufgezeigt werden, dass Soda und Byström Störungen innerhalb der stereotypischen Bildästhetik auf Instagram erzeugen. Damit erweitern sie die Sehgewohnheiten und zeigen Facetten der Inszenierung, aber auch von Identitätskonzepten auf. Soda erweitert das öffentlich dargestellte Gefühlsrepertoire, welches in der Feministischen Avantgarde und der Riot Grrrl-Bewegung schon durch das Aufzeigen von Aggressivität und Provokation vergrößert wurde. Soda zeigt sich öffentlich verletzlich, unsicher und traurig. Gleichzeitig zeichnet sich die Selbstinszenierung von Soda und Byström vor allem durch die subversive Geste aus, vermeintliche Makel am weiblichen Körper schön zu finden und diese ebenso wie frauenbezogene Beleidigungen umzucodieren.

Kohout stellte heraus, dass die Selfies der Netzkünstlerinnen besonders durch ihr Spiel mit der Provokation und dem Empowerment wirken. Instagram eröffnet damit einen Raum, „wo die Reproduzierbarkeit der Bedingungen nicht sicher ist [...], wo die Bedingungen zufällig sind, veränderbar sind“ (Butler 2009: 50). Wie dargestellt, besitzen die Beiträge in den sozialen Netzwerken durch ihre Zirkulation keine Wahrheit. Das macht sie stets zum Objekt von Kontroversen und Debatten. Beispielhaft dafür ist das eingangs erwähnte Foto, welches Model Giselle Bündchen beim Stillen darstellt. Der Instagram-Post wurde zum „Aufmacherbild“ einer Netzbewegung, die sich für die Sichtbarkeit von stillenden Müttern vor allem auf Instagram einsetzte (vgl. Kohout 2019: 7). Aus der Hashtagbewegung wurde eine öffentliche Debatte rund um das Stillen sowie eine Gegenbewegung, die sich durch die Bewegung angegriffen fühlte. Das Stillen sei innerhalb der Bewegung zu sehr als naturalisierend dargestellt worden, wodurch ein Stigma für die Frauen entstanden ist, die nicht stillen wollen oder können. An diesem Beispiel sieht man die Diversität an Meinungen und Positionen sowie die unterschiedlichen Interpretationsmöglichkeiten von Bildern und Aktionen in den sozialen Netzwerken (vgl. Kohout 2019: 9f.).

Die Bilder der Netzkünstlerinnen sollen eine Öffentlichkeit schaffen und Reichweite kreieren. Durch die Bildtechnik des Empowerments und im Sinne des feministischen Empowerments wird ein Angebot gemacht, wie man sich fernab der Stereotypisierung darstellen kann. Die

subversive Praxis beinhaltet den Wiederholungsprozess und einen damit einhergehenden Wunsch der Normalisierung. Die Social Media bietet dabei den Raum für Verhandlungen von Diskursen und zeigt unterschiedliche Perspektiven auf, auch für Themen, die nicht in „massenmedialen Settings“ verhandelt werden. Dadurch entsteht Raum für Widerspruch (vgl. Koch, Zschokke 2014: 37). Im Folgenden sollen weitere Körpertechniken bzw. Selbstinszenierungsmechanismen untersucht werden. Dabei soll überprüft werden, ob und inwiefern die Bildmotive von Soda und Byström bei weiteren Netzkünstlerinnen auftreten. Es sollen demnach weitere Werke von Netzkünstlerinnen analysiert und überprüft werden, um diese anschließend auf ihre Kontextualisierung und auf ihre subversive Wirkungskraft zu untersuchen.

10.3 Curated by Girls

Der Account von „Curated by Girls“ wurde in Abschnitt „9.3.3 Zensur von Körpern“ im Zusammenhang mit einem möglichen Wandel der Zensurpolitik Instagrams erwähnt. Der Account wurde dabei als beispielhaft für netzfeministische künstlerische Arbeiten beschrieben. Schwerpunktmäßig zeigt der Instagram-Account fotografische Auseinandersetzungen mit tabuisierten Darstellungen, beispielsweise Körperhaaren, Menstruation, Körpermakel und Sexualität, wie sie bei den Arbeiten von Molly Soda und Arvida Byström zu finden sind. Neben den fotografischen Arbeiten postet Curated by Girls auch Gemälde, Illustrationen, Fotos von Stickereien und Installationen sowie kurze Videos. Curated by Girls entstand 2016 mit dem Ziel, Gleichheit und Diversität zu fördern. „We put forward emerging talents we believe in, with a focus on female-identifying and non-binary creators from around the world“ (Curated by Girls 2020). Curated by Girls Intentionen sind somit mit dem Begriff des „Female Gaze“ zu verknüpfen, der häufig im Zusammenhang mit dem Netzfeminismus genannt wird. Der Begriff des „Female Gaze“ ist jedoch nicht als Gegenteil zum „Male Gaze“ zu verstehen. Das Fotobuch von Charlotte Jansen „Girl on Girl: Art and Photography in the Age of the Female Gaze“ (2017) versucht, den Begriff des „Female Gaze“ zu fassen und will dabei aufzeigen, auf welche Art und Weise auf den weiblichen Körper geschaut wird, sobald Frauen Kontrolle über ihr eigenes Abbild haben (vgl. Jansen 2017: 8). Im Vorwort schreibt dazu die Editorin Zing Tsjeng, dass es keine Definition zum Female Gaze gebe, sondern dass dieser ganz unterschiedliche Varianten integriere, wie der weibliche Körper betrachtet werden kann. So stellt sich der Ausgangspunkt innerhalb der Überwindung des Male Gaze nicht rein bildnerisch dar, sondern insbesondere durch eine veränderte Denkweise. „When we finally put aside ideas of what female bodies should be – hidden or exposed, sourced of embarrassment and censure – we can actually begin the task of looking“ (Tsjeng 2017: 7). Insofern ist der Female Gaze ein umfassender Begriff in Bezug auf ein neues Verständnis über den Blick auf den weiblichen Körper. Es wird davon ausgegangen, dass die Unterdrückung von Frauen intersektional zu verstehen ist und somit unterschiedliche „Schichten von Unterdrückung koexistieren können“ (Grammatikopoulou 2018: 145). In diesem Sinne greift der Female Gaze auch nicht

nur auf die Konstruktion von Frauen, sondern auf Unterdrückungselemente, die ebenfalls die heterosexuelle Matrix inkludieren. Demnach geht im Female Gaze um die Sichtbarkeit und Repräsentation der „Ausgeschlossenen“ und umfasst dabei ebenso die LGBTQ (lesbian, gay, bisexual, transgender and queer) und die BPoC (Black and People of Color) Community (vgl. Grammatikopoulou 2018: 145). Der Begriff des Female Gaze zielt folglich eher auf eine Hommage an die Feminismusbewegung, anstatt hierbei eine alleinige Fokussierung auf Frauen darzustellen. Die Initiatorin von Curated by Girls Laetitia Duveau spricht somit auch von einem „human gaze“, welcher jedoch nur durch die Befreiung vom Male Gaze erlangt werden kann (Duveau, zitiert in Kay 2016).

Curated by Girls zeigt dabei Arbeiten von bekannten, aber auch unbekanntem Künstlern und Künstlerinnen und macht diese somit durch ihre Social Media-Präsenz offen zugänglich. Damit wird ein Überblick über moderne feministische Kunst geschaffen, der zudem Sichtbarkeit und eine verbesserte Zugänglichkeit zu den Werken gewährleistet. Dies fördert wiederum ebenso eine Vernetzung der Künstler und Künstlerinnen. Es geht dabei insbesondere auch um eine internationale Vernetzung sowie darum, Einblicke in unterschiedliche Herangehensweisen innerhalb der künstlerischen Werke aufzuzeigen (vgl. Friedrich 2017). Dabei startete Curated by Girls als online-basierte Plattform. Im Zentrum standen eine Webseite und Accounts auf Facebook und Instagram, wobei hierbei unterschiedliche Inhalte gepostet wurden. Am erfolgreichsten ist der Instagram-Account von Curated by Girls, der derzeit von 179.000 Usern abonniert wird (Stand: März 2021). Online Magazine wie „Dazed“ oder „i-D“ verhalfen Curated by Girls durch eine frühe Berichterstattung, eine hohe Reichweite aufzubauen. Durch die Plattform ist es zu einer verbesserten Vernetzung der Künstler und Künstlerinnen gekommen, wodurch mittlerweile auch zahlreiche Ausstellungen entstanden sind. Damit entwickelte sich Curated by Girls zu einer Art Künstlerkollektiv, welches sich jedoch durch die Social Media nicht per se auf akademisch-künstlerische Werke beschränkte. Curated by Girls schuf damit einen offenen und inkludierenden Zugang zu feministisch-künstlerischen Arbeiten (vgl. Kay 2016). Gleichzeitig stellt Curated by Girls innerhalb ihres Instagram-Accounts einen „safe space“ dar, indem nicht nur der Account hinsichtlich der hier erwähnten Intention kuratiert, sondern auch moderiert wird, was damit ebenso bedeutet, dass beleidigende Kommentare gelöscht werden.

Der Instagram-Account von Curated by Girls wurde als Analysegegenstand gewählt, da er vielseitige Einblicke in die Werke der Netzkunst versprach. Gerade der Aspekt, dass der Account hinsichtlich des Female Gaze kuratiert wird, führte zur Annahme, dass Wert auf das Zeigen von unterschiedlichen künstlerischen Auseinandersetzungen und Herangehensweisen gelegt wurde. Durch das jahrelange Fortbestehen des Accounts wurde außerdem davon ausgegangen, dass ebenso dominante Bildtechniken im Zeitverlauf ersichtlich werden würden. Bei der Beschreibung der Accounts von Molly Soda und Arvida Byström wurde versucht, den Gesamteindruck der Selfies zu beschreiben. Es wurde dabei nicht untersucht, inwiefern sich die Bildästhetik verändert hat. Soda und Byström haben eine

individuelle Bildsprache entwickelt, weswegen auch ein zeitlicher Vergleich der Accounts nicht zielführend wäre, um einen netzfeministischen Wandel bezüglich der Bildtechniken zu untersuchen. Da bei Curated by Girls unterschiedliche Werke gezeigt werden, wurde der Account chronologisch untersucht, damit nicht nur ein Eindruck von den unterschiedlichen Bildtechniken aufgezeigt werden konnte, sondern ebenso analysiert werden konnte, inwiefern sich die Bildtechnik verändert hat. Es konnte jedoch nicht nachvollzogen werden, ob sich die Bildtechnik aufgrund eines Wandels innerhalb der künstlerischen Szene oder die Intentionen auf der Plattform Curated by Girls veränderten. Dennoch stand nicht nur die Frage im Analysefokus, was gezeigt wurde, sondern ebenso, warum bestimmte Bilder gezeigt wurden. Der erste Instagram Post von Curated by Girls lässt sich auf den April 2016 datieren. Mittlerweile wurden 3.233 Beiträge gepostet. Ebenso wurden die Story-, Reel- und IGTV-Funktionen von Instagram genutzt, die nicht in der Analyse berücksichtigt wurden. Die Analyse des Accounts sah sich zudem mit diversen Schwierigkeiten konfrontiert, die sich auf das Analysemedium Instagram beziehen und in Abschnitt „10.1 Exkurs: Forschungsschwierigkeiten“ beleuchtet worden sind. Gleichzeitig entstanden durch den hier gewählten Fokus auf Selfies weitere Probleme; so ließen sich Selfies seltener deutlich erkennen, so wie es der Fall bei Soda und Byström war. Auf Curated by Girls werden unterschiedliche Beiträge von unterschiedlichen Künstlern und Künstlerinnen gepostet, wodurch insbesondere die Unterscheidung zwischen dem Selbstporträt, also dem Porträt, welches jemand anderes von einem macht, und dem Selfie, was der Künstler oder die Künstlerin von sich selbst geschossen hat, schwierig wird.

Das Selfie ist ein selbstaufgenommenes Foto. Meist wird es mit der Vorderkamera des Smartphones geschossen, was mit einer typischen Perspektive einhergeht. Diese besteht aus einer Armlänge Abstand und einer Zentrierung als „Schulterstück“-Porträt. Dennoch kann man das Selfie auch mithilfe des Selbstauslösers und der Timerfunktion auf dem Smartphone, einer Fotokamera oder einer Webcam herstellen. Essentiell bei dem Selfie ist die Einbindung in ein soziales Netzwerk (vgl. Tiidenberg 2018: 19f.). Die alternativen Varianten oder auch die Zuhilfenahme eines Selfiesticks können den Radius der Selbstporträtierung erheblich erweitern. Folglich ist es nicht immer ersichtlich, ob es sich um ein Selfie handelt oder nicht. Um einen Untersuchungsgegenstand ermitteln zu können, wurde dabei zunächst auf Selfie-Eigenschaften des Bildes geschaut. Byström und Soda machten die Sichtbarkeit des Selfies zum zentralen Element ihrer Bildtechnik. Somit wurde die Identifikation der Selfies erleichtert. Es wurde davon ausgegangen, dass es sich um Selfies handelt, wenn keine weiteren Credits der Fotografen angegeben bzw. das Bild als „Selfie“ benannt wurde. Die Posts wurden zudem noch anhand der Taggings bzw. Hashtag-Setzung des Künstlers überprüft, wobei ebenfalls aufgrund des Profilfotos und der Postings untersucht wurde, ob es sich um das Selbstporträt des Künstlers bzw. der Künstlerin handelte. Zudem wurde die Untersuchung auf Fotos beschränkt, auf denen nur eine Person zu sehen ist. Wiederholte Posts wurden in der Analyse nicht berücksichtigt.

Problematisch wurde die Selfiezuordnung insbesondere in den Jahren 2016 und 2017. Curated by Girls postete viele Fotos, die der Selfie-Optik entsprachen. Leider konnte jedoch nicht ersichtlich werden, ob es sich auch tatsächlich um Selfies handelte. Viele Verlinkungen von den Künstlerinnen funktionierten nicht mehr, da die Accounts gelöscht wurden. Auch kam es vor, dass Accounts privat und nicht-öffentlich einsehbar waren. Diese Fotos wurden nicht in der Analyse berücksichtigt. Es wurden demnach höchstwahrscheinlich mehr Selfies gepostet, die jedoch nicht als diese nachvollziehbar und verifiziert werden konnten. Insgesamt wurden nach dem hier aufgezeigten Analyseraster 158 Selfies untersucht. 2016 waren es aufgrund der erwähnten Schwierigkeiten gerade mal 13 Selfies, 2017 waren es 28. Aus dem Jahr 2018 wurden 18 Selfies untersucht und aus 2019 39 Selfies. 2020 konnten rund 60 Selfies identifiziert und untersucht werden, was sicher auch auf die Corona-Pandemie und der damit einhergehenden höheren Selfie-Nutzungen zurückzuführen ist. Die Selfies wurden allesamt von Frauen aufgenommen, weshalb im Folgenden die weibliche Wortform genutzt wird, um diesen Sachverhalt zu verdeutlichen.

Es konnte generell festgestellt werden, dass auf Curated by Girls ein besonderer Schwerpunkt auf Selbstporträts gelegt wurde, die jedoch keine Selfies waren. Es wurden diesbezüglich vor allem Fotografinnen unterstützt. Selfies besaßen auf der Plattform folglich eine geringere Bedeutung im Vergleich dazu. Die Reichweite von Curated by Girls hat kontinuierlich zugenommen. Dies ließ sich nicht nur an der gestiegenen Followeranzahl erkennen, sondern zeigte sich ebenso anhand von Likes und der Kommentaranzahl auf der Plattform. So fand man 2016 um die 300 Likes und seltener Kommentare. 2017 stieg die durchschnittliche Anzahl an Likes auf bis zu 1000. Ab 2019 ließ sich eine exponentiell ansteigende Erhöhung der Likes und Kommentare erkennen, wobei die Zahl bei mehreren Tausenden Likes lag. Kommentare blieben dabei eher im moderaten Bereich und überstiegen selten die 20. Dies kann jedoch auch ein Moderationseffekt von Curated by Girls sein, welche offen kommunizierte, dass beleidigende Kommentare gelöscht wurden. Die Anzahl der Likes und der Kommentare variierte stark nach Beitrag. Der Instagram-Account von Curated by Girls wurde durchgängig in englischer Sprache geführt. Es werden im Folgenden die Bildmotive chronologisch beschrieben und exemplarisch an ausgewählten Posts besprochen. Die Analyse des Jahres 2016 war durch die hier genannten Probleme herausfordernd: So konnte man viele Selbstporträts nicht als Selfies verifizieren. Auffallend war, dass oftmals Werke der gleichen Künstlerinnen gepostet wurden. In den Bildbeschreibungen wurden meistens die Künstlerinnen vorgestellt, indem der künstlerische Werdegang, der thematische Schwerpunkt und die Inspirationsquelle beschrieben wurden. Die Künstlerinnen wurden dabei oftmals auf den Selfies markiert, selten wurden Hashtags eingesetzt. Die Bildtechnik fiel sehr unterschiedlich aus, wobei als geteilte Merkmale die häufige Nutzung von floralen Elementen und die nackte bzw. leicht bekleidete Darstellung des Körpers fungieren. Auf einigen Selfies fand man zudem intensive Licht- und Schattenspiele. Die Fotos wirkten innerhalb der Inszenierung durchdacht und wurden oftmals nachbearbeitet.

Das Selfie von Celeste Ortiz (Abb. 15) orientiert sich an traditionellen Gemälden. Sie schafft einen stillen, privaten und verträumten Moment. Der Betrachter schaut dabei auf ihren fast nackten Körper, der zart und filigran wirkt und vom Licht angestrahlt wird. Ihr Gesicht wird unkenntlich gemacht und verschwimmt in dem floralen Design der Gardinen. Die gedeckten Farben erzeugen Wärme, wobei die floralen Gardinen die Inszenierung wie aus einer anderen Zeit wirken lassen. Ortiz Selfie lässt sich wie eine Neuauflage alter Gemälde deuten, indem diesmal aber eine Frau selbst bestimmt, wie sie gezeigt wird.



Abbildung 15: curatedbygirls @celesteoch (25.04.2016)

Die floralen Elemente findet man auch im Selfie von Elsa Kostic (Abb.16). Kostic wirkt auf ihrem Selfie, als hätte man sie gerade auf einer Blumenwiese entdeckt. Ihr androgynes, urbanes Styling wird durch die Sanftheit der Blumen gebrochen. Die Schatten der Blumen fallen auf ihr Gesicht. Die bildnerische Schärfe und Unschärfe sowie das Verdecken und die Schatten der Blumen changieren dabei mit der Fluidität ihrer Geschlechterinszenierung sowie dem Spiel mit den Assoziationen. So wirken die verschwommenen Blumenschatten auf Kostics T-Shirt wie Stacheldraht, der ihren Körper umhüllt. Die Blumenschatten auf ihrem Gesicht wirken zart und umschmeicheln es. Auch in der Bildbeschreibung werden die Assoziationen der Bildkomposition besprochen.



Abbildung 16: curatedbygirls @kostic_c (21.10.2016)

Ein Unterschied, der sich 2017 bei den Selfies auf Curated by Girls zeigt, ist die Setzung von Hashtags zu den jeweiligen Posts, wodurch die Beiträge eine höhere Reichweite und eine eindeutigere Lesbarkeit bekommen. Auffallend ist zudem der hohe Anteil an Selfies, die wie die Selfies 2016 konzeptionell, dabei aber meist in ihrer Inszenierung cleaner und komplexer wirken. Es wird weiterhin ein hoher Anteil an floralen Elementen sowie ein dominanter Einsatz von Pink- und Pastelltönen erkennbar. Zudem zeigen sich die Künstlerinnen größtenteils nackt bzw. leicht bekleidet. Oftmals wird der weibliche Genitalbereich ins Blickfeld gerückt, wie beispielsweise in dem Selfie von Eylül Aslan (Abb. 17).

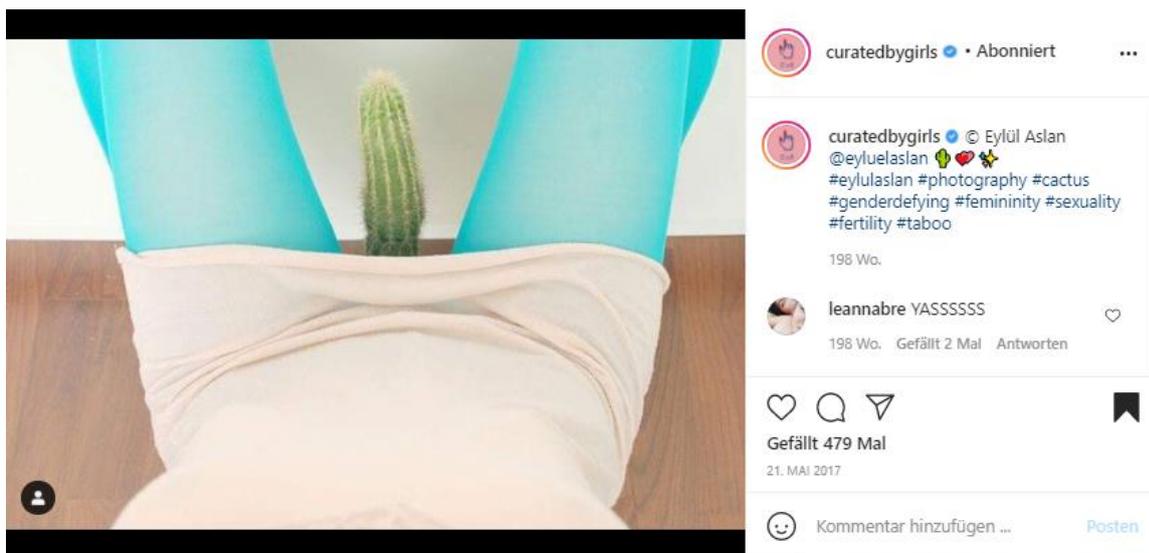


Abbildung 17: curatedbygirls @eyluelaslan (21.05.2017)

Aslan fotografiert ihren Unterleib in einer Selbstperspektive. Sie liegt auf einem Holzboden, ihre Beine sind aufgestellt und gespreizt. Sie trägt ein kurzes, rosafarbenes Kleid, ihre Strumpfhose ist türkis. Aslan inszeniert damit bildnerisch den Dualismus Mann/Frau. Zwischen Aslans Beinen ragt ein lang gewachsener Kaktus, der naturgemäß Stacheln und eine Art Kaktus-Flaum aufweist und hier ein klares phallisches Symbol darstellt. Das Foto erhält dadurch eine humorvolle Lesart und persifliert die Gendervorstellungen. Jedoch kann das Bild auch als symbolischer Penetrationsakt gelesen werden, der sich für die Frau als gefährlich darstellen kann. Durch die Selbstperspektivierung, die häufig in den hier untersuchten Selfies vorkommt, wird eine Intimität erzeugt, wobei die Selbstbestimmung diesbezüglich direkt ersichtlich wird. Damit wird auch eine direkte Positionierung deutlich, die das Private öffentlich macht. Aslan nutzt eine minimalistische Bildsprache. Der Körper wird dabei meist abstrahiert und zu geometrischen Formen inszeniert. Diese Abstrahierungen können häufig als Bildtechnik in den Body Close-Ups gefunden werden, die sich stilistisch in die Bildtechnik der Körperfragmentierung und Deformierung der Feministischen Avantgarde einreihen. Der Bezug zur Feministischen Avantgarde lässt sich dabei ebenso besonders gut in dem Selfie von Keri Halloran (Abb. 18) erkennen.



Abbildung 18: curatedbygirls @keri.halloran (03.06.2017)

Halloran spannt Gummibänder über ihren Körper, wobei nicht genau ersichtlich wird, um welches Körperteil es sich dabei handelt. Die Körperform verfremdet sich durch den Einsatz der Gummibänder, die sich in ihre Haut schnüren, und die Intensität der Hauteinschnürungen erzeugt einen schmerzhaften Eindruck. Der pinke Hintergrund ist als Kontrast dazu zu sehen und spielt auf die Zwänge innerhalb der weiblichen Geschlechterperformance an. Das Selfie kann als Kritik gelesen werden, unter Schmerzen bestimmte Formen annehmen zu müssen. Die äußeren Einflüsse formen den Körper, unter

denen man leidet. Dies wird auch in der Bildbeschreibung deutlich. Es lässt sich im Allgemeinen seit 2017 eine stärkere Tendenz erkennen, nicht nur die Künstlerinnen in den Bildbeschreibungen vorzustellen, sondern diese ebenso selbst zu Wort kommen zu lassen. Halloran beschreibt diesbezüglich Probleme, die sie mit der Akzeptanz ihres Körpers hat und ihre Auseinandersetzung damit in ihrer Kunst. Die Bildtechnik ist dabei stark an die Arbeiten der Künstlerinnen der Feministischen Avantgarde wie Renate Eisenegger und Annegret Soltau angelehnt.

2018 lassen sich weniger konzeptionelle Selfies erkennen. Es tauchen vermehrt einfache Inszenierungen auf, die vermeintliche Körpermakel in das bildnerische Zentrum rücken. Das Body Close-Up wird zum zentralen Bildmotiv. Es lassen sich ebenso viel Pink- und Pastelltöne, florale Elemente und Nacktheit als zentrale Inszenierungsmechanismen finden. Weiterhin wird besonders häufig der Genitalbereich als Bildmotiv aufgezeigt, wobei oftmals Blumen auf dem Schritt platziert werden. Dieses Bildmotiv lässt sich folglich auch als ein Zitat auf die Bildmotive aus der Feministischen Avantgarde deuten: Beispielhaft ist das Werk „Nest“ von Birgit Jürgenssen (1979). Es werden zudem seltener Werke von denselben Künstlerinnen auf dem Instagram-Account von Curated by Gilrs gezeigt. Innerhalb der Bildbeschreibung werden vermehrt Zitate der Künstlerinnen in Form des Storytellings genutzt. Inhaltlich geht es dabei nicht per se um ihre Kunst, sondern zunehmend um die Thematisierung von individuellen Problemen. Das Storytelling wird somit zur zentralen Kontextualisierung der Fotos, welches sich nicht unbedingt an die Inszenierung richten muss.



Abbildung 19: curatedbygirls @ren_35mm (05.11.2018)

Das Selfie von Renate Urse (Abb. 19) zeigt eine seit 2016 häufige Inszenierung, die an das hier vorgestellte Selfie von Ortiz (Abb. 15), aber auch an die Bildsprache von Francesca Woodman erinnert (vgl. Abb. 2). Urse liegt nackt auf den Bauch gedreht in einem Bett. Ihr Kopf ist im Kissen versunken. Die Inszenierung wirkt, als sei sie ins Bett gefallen. Die Zimmersituation besticht durch eine pastellige Farbgebung. Das Fenster ist halb geöffnet, in

der Ecke lässt sich ein Ganzkörperspiegel erkennen, der eine leere Wand spiegelt. Urse zeigt sich in einem privaten, intimen Moment und entzieht sich den äußeren Einflüssen. Sie inszeniert sich als erschöpftes Selbst. In der Bildbeschreibung erzählt Urse über die Schwierigkeiten, die sie hatte, ihren Körper zu akzeptieren und beschreibt die Fotografie als Instrument der Selbsterkenntnis und Akzeptanz dazu.



Abbildung 20: curatedbygirls @lovaeij (22.12.2018)

Van Eijks Selfie (Abb. 20) ist exemplarisch für den Trend der „einfachen“ Inszenierungen. Diese umfassen die Selfies, bei denen es sich nicht um aufwendige Inszenierungen handelt. Die Bildkomposition zeigt sich meist durch eine Frontansicht auf den Körper oder anhand von Body Close-Ups. Es wird sich nicht mit auffälliger Kleidung, Make-up und starken Posen inszeniert. Die Selfies sollen ungeschönt sein und die Makel in das bildnerische Zentrum rücken, die sonst keine Sichtbarkeit bekommen. Die Close-Ups sind dabei nicht per se auf eine Abstrahierung des Körpers angelehnt, wie beispielsweise anhand von Bodylandscapes. Van Eijks zeigt ihren nackten Unterleib und trägt lediglich einen rosa Slip, dessen Farbe sich auch im Hintergrund wiederfindet. Die Bildsprache ist deutlich und direkt. Van Eijks befreit sich von normierten Schönheitsvorstellungen und zeigt auf, dass auch ihr Körper es wert ist, Sichtbarkeit zu bekommen. Die rosa Elemente verweisen auf das Rebranding des Feminismus und die Umschreibung des Male Gaze, Weiblichkeit in ganz unterschiedlichen Facetten aufzuzeigen (vgl. Kohout 2019: 60). In der Bildbeschreibung thematisiert Van Eijk dabei ihren innerlichen Wandel und die Befreiung von den gesellschaftlichen Normen: „Something I was taught to hate for so long, but now love so deeply. My skin, my body, my canvas.“ Van Eijks Zitat ist dabei beispielhaft für eine Veränderung der Bildbeschreibung. So findet man 2019 größtenteils Empowerment-Geschichten der Künstlerinnen in den Bildbeschreibungen, die mit kurzen Motivationssätzen enden und/oder auffordernd wirken.

2019 wird dabei auch ein Wir-Gefühl erzeugt, und die User werden direkt angesprochen. So heißt es beispielsweise: „Your weight does not define your value“, „Your rolls, your rules“ oder „Drench yourself in self-love“. Der Schwerpunkt der geposteten Selfies soll eine inklusive Bandbreite an vermeintlichen Makeln der Weiblichkeit aufzeigen, welche mit Scham, mit Tabuisierungen und mit fehlender Repräsentanz gesellschaftlich abgestraft werden. So sieht man dicke Frauen, Körperhaare, Menstruationsblut, die Thematisierung von Mutterschaft und damit einhergehende Körpveränderungen sowie Hautmakiel. Es wird zudem besonders Wert darauf gelegt, dass People of Color und Menschen mit Behinderungen vertreten sind. Dominant sind weiterhin Pink- und Pastelltöne. Die Inszenierung findet zudem weiterhin nackt oder in Unterwäsche statt. Blumen sind dabei stets zentrales Bildelement. 2019 findet man jedoch ebenso häufig den Spiegel als bedeutungsvolles Requisit der Inszenierung. Die Einfachheit der Inszenierungen bekommt durch die Bildbeschreibungen mehr Tiefe. Van Eijk bringt dies in einer Bildbeschreibung auf den Punkt: „[...] The quality, incidence of light, background etc etc of the photo isn't what I wanted to be, but I reminded myself that it shouldn't be about those things, it should always be about the message“. Insofern geht es nicht darum, die perfekte Inszenierung aufzuzeigen, sondern einen aussagekräftigen Moment in seiner Spontanität in dem Gefühl des Moments festzuhalten. Zusammenfassend geht es darum, „normale“ Körper zu zeigen. So wird auch der Hashtag #normalizenormalbodies oftmals verwendet. Außerdem finden sich ebenso Hashtags, die auf populäre Netzbewegungen und auf Produkte verweisen, die in den Selfies zu sehen sind.

Die Selfies zeigen 2019 somit schwerpunktmäßig eine Vielfalt an Körpermakeln auf. Das Selfie von Baharak Khalegi reiht sich in diese Bildästhetik ein, indem sie innerhalb einer eingenommenen Selbstperspektive den Blick auf ihre Beine und Füße richtet (Abb. 21). Der Betrachter nimmt folglich ihre Perspektive ein und sieht ihre nackten behaarten Beine, ihre Füße und ihre rot manikürten Zehen. Die roten Zehennägel bilden dabei eine Analogie zu den behaarten Beinen und stellen eine Kontrastierung von dem Schönen und dem vermeintlich Hässlichen auf, welches sich bildnerisch vermischt und damit umschrieben werden soll. Die Bildunterschrift ist kurz und knapp gehalten und thematisiert den Umstand, dass sich Khaleghi schön mit ihrer Körperbehaarung fühlt. Gleichzeitig stellte sie einen Vorwurf an diejenigen, die denken, dass dies nicht der Fall sei.

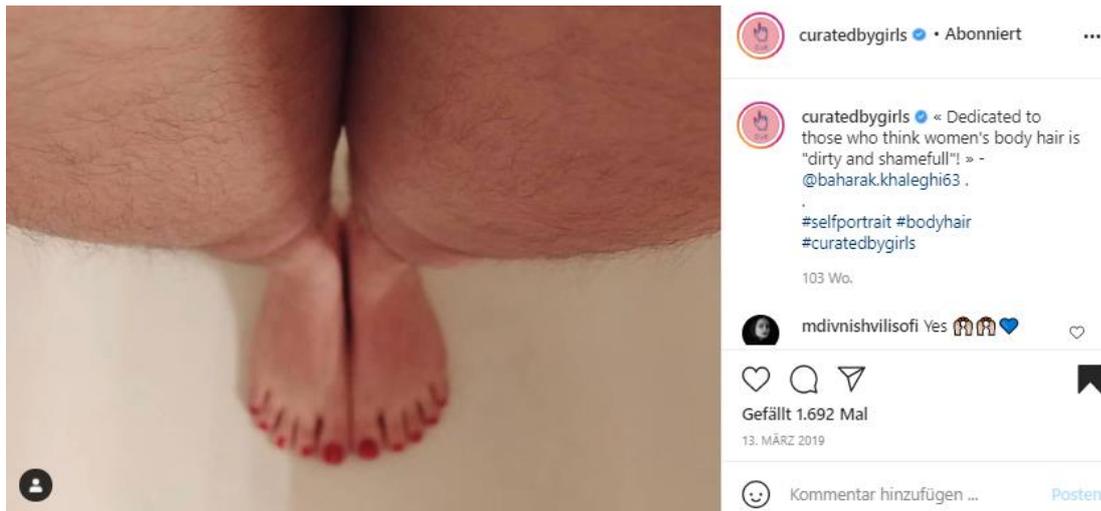


Abbildung 21: curatedbygirls @baharak.khaleghi63 (13.03.2019)

Die meisten Selfies beschäftigen sich jedoch mit dem Aufzeigen von dickeren Körpern und den häufig in diesen Zusammenhang stehenden Makeln wie beispielsweise den sogenannten „fat rolls“. Das Selfie von Barbara Mihalyi ist exemplarisch für Body Close-Ups, die ihren „fat body“ thematisieren (Abb. 22). Mihalyi zeigt diesbezüglich eine Nahaufnahme ihrer Brüste und ihres Bauches. Sie trägt ein rot-weiß gestreiftes Bikinioberteil. Unterhalb des Bauchnabels lassen sich einige Haare erkennen. Ihr Körper ist nass, da sie im Meer schwimmen war. Dies wird in der Bildbeschreibung thematisiert. Die Bildsprache ist einfach und direkt und stellt sich wie eine Illustration zu ihrer Geschichte dar. Mihalyi beschreibt, wie verletzlich und hässlich sie sich in einem Bikini fühlt. Sie schildert ihren Tag am Strand, ihre Gefühle, die Wertschätzung, Zeit für sich zu haben, und fordert trotz der Thematisierung ihrer Probleme mit ihrem Körper den User dazu auf, aufzuhören, sich Gedanken um den imperfekten Körper zu machen. Man solle endlich anfangen, das zu machen, was man wolle.



Abbildung 22: curatedbygirls @_barbart_ (20.08.2019)

Es wird in den Bildbeschreibungen zumeist deutlich, wie weitreichend die fehlende Körperakzeptanz sich auf das Leben auswirkt. Viele Künstlerinnen beschreiben eine selbst gewählte Isolation, die Vermeidung bestimmter Situationen, aber auch eine Befreiung durch Selbstakzeptanz, die insbesondere durch die fotografische Selbstdarstellung erfolgen kann. Zwar lassen sich durchaus vereinzelt Künstlerinnen im Sinne der aufwendigeren und konzeptionellen Inszenierungen finden, jedoch liegt der Schwerpunkt eindeutig auf dem Aufzeigen von Körpermakeln als Illustrierung von Schlagwörtern wie „selfawareness“, „bodypositivity“, „mental health“, „selflove“, „empowerment“ etc. Wie bei Barbara Mihalyi dienen die Selfies zum Aufzeigen eines befreiten Lebensgefühls. 2020 findet man die Besonderheit, dass diesbezüglich vermehrt auch Lebenstipps gegeben werden. Zudem entstehen zunehmende Vermischungen der visuellen und textuellen Ebene, um die Aussage der Selfies noch plakativer herauszustellen. Die einfache Inszenierung bekommt dadurch eine unmissverständliche, direkte Lesart und Botschaft – so wie beim Selfie von Bella Davis (Abb. 23).



Abbildung 23: curatedbygirls @isabelladavis6 (29.11.2020)

Davis zeigt ihren Körper in Frontansicht von Brust bis Oberschenkel. Im Hintergrund ist eine Wohnzimmersituation ersichtlich. Davis trägt einen hellblauen Spitzen-BH und einen dazu passenden hellblauen, knappen und transparenten Stringtanga. Dieser lenkt den Fokus auf eine nicht mehr frisch rasierte Bikinizone. Man sieht kleinere Hautunebenheiten, und die eher fülligen Oberschenkel weisen kleinere Besenreiser, sichtbare Adern und Muttermale auf. Nachträglich wurde das Bild bearbeitet. Auf dem Slip wurde der Satz „This isn't Brave“ hinzugefügt. Die Aussage wird somit auch ohne Bildbeschreibung klar. Es ist nicht mutig, sich zu zeigen, wie es Davis tut, denn das Foto zeigt einen normalen Körper. Sie nimmt damit die Reaktion auf, die häufig im Zusammenhang ähnlicher Inszenierungen in den Medien fallen. In der Bildbeschreibung zählt Davis dabei ihre Makel auf und stellt diesbezüglich einen Appell: „Nothing brave to see here. This is just my body being a body. [...] We need to see more images like this online because it's real, raw, unedited and normal!“

Ericka Hart zeigt in ihrem Selfie eine der vielen aufgezeigten Tabuisierungen bezüglich der Sichtbarkeitsimperative von Frauen auf (Abb. 24).

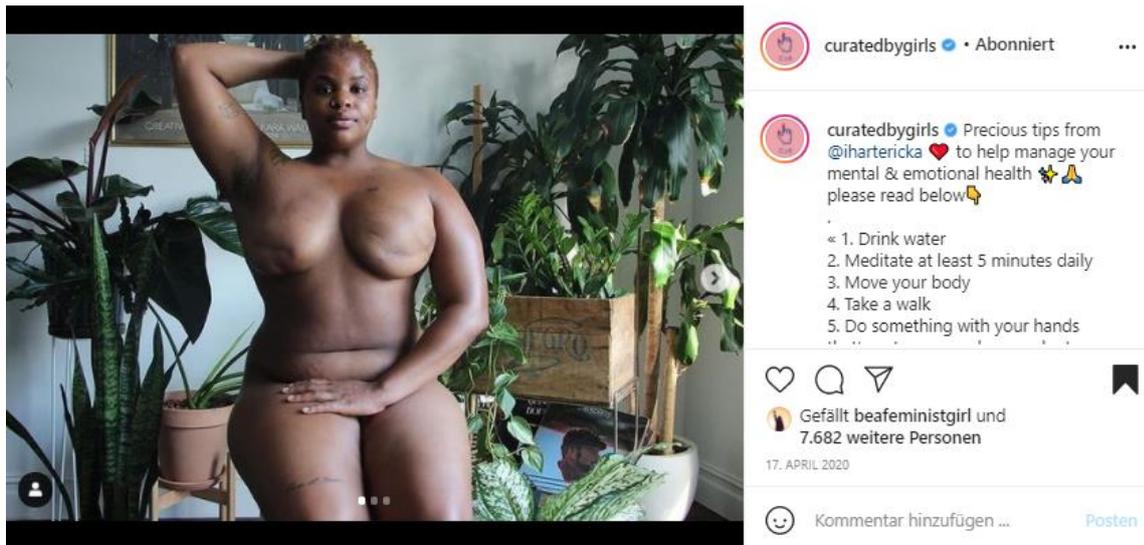


Abbildung 24: curatedbygirls @ihartericka (17.04.2020)

So inszeniert sie sich in einer Wohnsituation mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Pflanzen im Hintergrund. Hart sitzt auf einem Stuhl und platziert sich nackt frontal zum Betrachter gerichtet, wobei ihre rechte Hand angewinkelt den Hinterkopf umfasst und ihre linke Hand auf ihrem Oberschenkel ruht. Bei dem Selfie handelt es sich um eine Selfieserie, die Hart in verschiedenen Positionen zeigt. In Zentrum der Inszenierung stehen ihre Brüste, die deutlich große Narben aufzeigen. Die Bildbeschreibung thematisiert dabei jedoch nicht ihre Narben an der Brust. Lediglich die verwendeten Hashtags lassen darauf schließen, dass es sich um Narben einer Mastektomie handelt. In der Bildbeschreibung gibt Hart Tipps, wie man die eigene emotionale und mentale Gesundheit verbessern kann. Es wird anhand der Bildbeschreibung die Tendenz deutlich, dass sich der Schwerpunkt von Curated by Girls verschoben hat. So geht es weniger um die Kunstinszenierungen, die Besprechung der Künstlerinnen und ihre Inspirationsquellen, sondern um Empowerment-Stories. Die Bild- und Textebene zeichnen einen modernen Lifestyle der Selbstliebe und Selbstakzeptanz auf. Es werden diesbezüglich Tipps und Motivation gegeben, um diese zu erreichen. Insofern ist die Plattform nicht mehr als ein Künstlerkollektiv, sondern eher als eine Netzbewegung bzw. als Community zu verstehen.

Die Analyse des Instagram-Accounts von Curated by Girls wird im Folgenden zusammengefasst. Es soll in diesem Zusammenhang noch einmal darauf hingewiesen werden, dass es sich hierbei um eine Analyse der Selfies handelt, welche als diese ersichtlich auf dem Account gepostet wurden. Die Ergebnisse beziehen sich nicht auf den Gesamtaccount von Curated by Girls.

Es ließ sich insgesamt eine Zunahme an geposteten Selfies erkennen. Ebenso wurden im Zeitverlauf mehr Selfies von unterschiedlichen Künstlerinnen gepostet. Dabei kann man festhalten, dass sich der Fokus von Künstlerinnen hin zu Aktivistinnen verschoben bzw. durchmischt hat, was sich auch anhand der Inszenierungsmechanismen erkennen lässt, die

komplexere Bildmotive insbesondere in den frühen Selfies aufwiesen. Die Auswahl der Künstlerinnen zeigt auf, dass es dabei nicht um Reichweite der Accounts und somit im unternehmerischen Sinne ebenso nicht um eine Erhöhung der Reichweite von Curated by Girls geht. Es lassen sich sowohl reichweitenstarke Accounts der Künstlerinnen als auch Accounts mit geringer Followeranzahl finden. Kein Account zeigte dabei eine stereotypische Gesamtästhetik auf und enthielt überwiegend Fotos, die sich mit netzfeministischen Themen beschäftigten. Gerade die ersten geposteten Selfies zeigten sich individuell anhand eines eigenen „signature looks“ der Künstlerinnen, welche oftmals in einem Zusammenhang mit der Bildtechnik der Feministischen Avantgarde standen. Die in Abschnitt „4.3 Strategien der fotografischen Subversion in der feministischen Kunst“ katalogisierten Bildmotive konnte man demnach ebenso in den Selfies wiederfinden. Jedoch ließ sich nur selten die Bildtechnik der Maskerade und des Rollenspiels sowie der Parodien und der ironischen Inszenierungen erkennen. Die hier untersuchten Selfies legten insgesamt keinen Fokus auf besondere Kleidung im Sinne des „Genderswappings“ oder auf spezielle Stylings.

Die später geposteten Selfies besitzen einen einfachen und aufzeigenden Charakter, wobei versucht wurde, innerhalb ähnlicher Bildstrategien die Bandbreite an vermeintlichen Körpermakeln aufzuzeigen. Durch die einfache Bildsprache wurde die Lesbarkeit der Selfies erhöht. Der User braucht kein Vorwissen, um die Aussage der Selfies zu verstehen. Diese Tendenz verstärkte sich 2020, wobei sich vermehrt Bild- und Textebene vermischten und kurze Statements in die Selfies hinzugefügt wurden. Durch die Zunahme an geposteten Selfies kann man davon ausgehen, dass sich die Netzkünstlerinnen vermehrt dazu entschlossen haben, die einfachen Inszenierungen der Selfies zu übernehmen. Die Relevanz der beschriebenen „einfachen“ Selfies hat demnach zugenommen. Die meisten Künstlerinnen zeigten sich nackt oder in Unterwäsche, ohne sich dabei aufwendig zu posieren. Häufiger wurde eine entspannte Körperhaltung eingenommen, bei welcher größtenteils der Fokus auf dem Körper und nicht auf dem Gesicht lag. Die Mimik zeigte sich meistens neutral. Generell wurde selten versucht, sich in einen Bezug zu den stereotypischen Inszenierungen zu setzen. Die in Abschnitt „9.1 Stereotypische Selbstinszenierungsmechanismen“ besprochenen Körpertechniken wurden nur vereinzelt genutzt. Dies stellt auch den großen Unterschied zu der Bildtechnik von Byström dar. Ihre Fotos wirken provokativ, da sie sich in ein Verhältnis zu der Idealisierung setzte. Sie zeigte sich sexy und spielte dabei mit den gängigen erotisierenden Posen, Gesten und Mimik. Die hier besprochenen Fotos auf dem Instagram-Account von Curated by Girls wirken als Verweigerung hinsichtlich der neoliberalen Selbstarbeit. Es gibt zwar durchaus Selfies, die Ähnlichkeiten zu Byströms Bildästhetik aufzeigen, jedoch sind häufiger Selfies zu finden, die bildnerisch nicht auf den Male Gaze verweisen. Dies tun sie jedoch auch, weil Körper gezeigt werden, die generell nicht in die Sichtbarkeitsimperative des Male Gaze passen. Somit wird selten das postfeministische Credo visualisiert, indem sich im Male Gaze dargestellt wird, die Darstellung aber dennoch durch die Intention der Selbstbestimmung aufgebrochen werden soll. Es geht in den hier besprochenen Selfies nicht ausschließlich darum, aufzuzeigen, dass auch Körpermakel schön sind, sondern es geht vor allem darum, eine generelle Sichtbarkeit

von unterschiedlichen Körpern zu schaffen – eine Sichtbarkeit, die jenseits der stereotypischen Inszenierung und der optimierenden Bildbearbeitung stattfindet. Kohout sprach diesbezüglich davon, dass Byström ein Angebot macht, indem Handlungsmacht trotz Nonkonformität aufgezeigt wird. Sie stellt sich sexy dar und bricht ihre Darstellung mit Tabuisierungen auf, wobei sie dennoch Selbstbewusstsein und Stärke vermittelt. Die Selfies auf der Plattform von Curated by Girls zeigen diesbezüglich eher ein Zusammenspiel von verletzlich inszenierten Posen und motivierenden und aufbauenden Bildbeschreibungen auf. Wobei die Darstellungen der Körpermakel stets auch mit dem von Bella Davis beschriebenen Effekt des Mutig-Seins einhergehen und demnach auch als Stärke gelesen werden können, auch wenn dies in der bildnerischen Inszenierung nicht immer ersichtlich werden muss.

Bei den hier analysierten Selfies wurden selten männlich codierte Körpertechniken übernommen, wie es beispielsweise bei den Riot Grrrls der Fall war. Die Bildsprache ist überwiegend sanft und selten hypersexualisiert oder aggressiv. Der von McRobbie beschriebene hedonistische weibliche „Phallizismus auf dem Gebiet der Sexualität“ sowie die „obsessive Beschäftigung mit der Konsumkultur“ (McRobbie 20016: 6f.) weicht einer reduzierten Bildästhetik, indem es darum geht, nichts außer sich selbst zu brauchen. Die Inszenierungen stehen somit im klaren Widerspruch zur Arbeit am eigenen Körper. Ebenso ist es schwierig, die auf Curated by Girls untersuchte Ästhetik mit den Werken von Molly Soda zu vergleichen. Es werden nur selten der Facettenreichtum der Identität und die Vielfalt an Emotionen visuell thematisiert. Dies geschieht vorwiegend in den Bildbeschreibungen. Zudem werden nur in geringem Maße Girly-Elemente genutzt. Es zeigt sich zwar eine eindeutige Dominanz von Rosa- und Pastelltönen auf, dennoch verweisen diese nicht auf Relikte der Jugend und Kindheit. Die rosa Farbkonnotationen dienen oftmals als Analogie einer Umcodierung von Weiblichkeitsimperativen und werden als inszenierte Gegenüberstellung vom Schönen und Hässlichen dargestellt. Es ließen sich außerdem durchgehend florale Elemente in den Selfies finden. Das Symbol der Blume steht in der traditionellen Kunst für die weibliche Schönheit, wird jedoch auch – wie vorzugsweise in der Feministischen Avantgarde – als Symbol für die Vulva genutzt. Die Nutzung der Blumenmotive verstärkt den sanften und weichen Eindruck der Bildinszenierungen. Die Verwendung des Symbols aus der traditionellen Kunst soll damit in Form des Female Gaze modifiziert werden. Die alten, traditionellen Künstler entscheiden nicht mehr über Schönheit und Weiblichkeit, sondern die Frauen selbst. Die oftmals verwendeten Drapierungen der Blumen am weiblichen Schritt lässt dabei ebenso eine Zensur umgehen und deutet dennoch auf die Schönheit des Genitals hin.

Ab 2019 bekam der Spiegel ebenso eine zentrale Bedeutung als bildnerisches Requisit. Durch die Nutzung des Spiegels entstand zudem eine bewusste Rahmung, die den gezeigten Körper dekontextualisiert und dabei auch einen verstärkten Eindruck der Defragmentierung und eine Distanzierung zum Selbst aufkommen lässt. Gerade hier lassen sich somit die Verbindungsebenen zu dem heterotopen Potenzial des Spiegels ziehen, welches Foucault beschrieben hat. Der Spiegel gewährt es demnach, sich neu zu sehen und sich neu zu

entdecken. Der Spiegel wurde zentrales Element der Body Close-Up-Inszenierung und erzeugte damit intime Momente des Sich-selbst-Anblickens, aber auch der Entdeckung des Selbst und des Körpers. Das Augenmerk der Body Close-Ups liegt insbesondere auf Detailaufnahmen der Hautstruktur, der sogenannten „fat rolls“, der Dehnungsstreifen, Cellulite, Narben etc. Durch die gewählten Positionierungen entstehen hierbei veränderte, gar entfremdete Perspektiven auf den weiblichen Körper. Diese werden insbesondere in den früh geposteten Selfies abstrahiert und entfremdet inszeniert. In später geposteten Selfies ließ sich der Körper in den Body Close-Ups meist erkennen und deutete eher auf eine Fokussierung auf die Körperregion, aber ebenso auch auf ein Körperentdecken hin.

Die Bildstrategie auf dem Instagram-Account von Curated by Girls kann größtenteils der Bildstrategie des Empowerments zugeordnet werden, welche im Zusammenhang mit der Bildstrategie von Arvida Byström besprochen wurde. Im Fokus stehen neben den Inszenierungen der "entnormierten" Körper bzw. der Körpermakel vor allem die Bildunterschriften als auch die Kommentare der User. Die Kommentarsektion auf Instagram fungiert dabei weniger als Mittel des Austausches. Oftmals danken die User den Künstlerinnen für ihre Darstellungen und Worte und geben ihnen Komplimente. Es finden sich wahrscheinlich aufgrund der Moderationsfunktion keine negativen Kommentare auf dem Instagram-Account von Curated by Girls. Dies verstärkt den Eindruck des Empowerments. Seltener führen die Posts dabei zu Offenbarungen und persönlichen Einblicken und Geschichten der User in der Kommentarsektion. Es wird in den Bildbeschreibungen seit 2019 besonders auf „catchy phrases“ gesetzt. Das heißt, dass die Bildunterschriften kurze Motivationssätze enthalten, die insbesondere am Ende des Zitates vorkamen. Zudem werden die User in den Bildunterschriften zunehmend direkt angesprochen. Es wird damit ein Wir-Gefühl erzeugt, wobei ebenso von einem kollektiven „Wir“ gesprochen wird. Dabei geht es nicht wie in der zweiten Welle des Feminismus um die Erzeugung einer Kollektividentität. Das Empowerment, welches mit dem Geständnis einhergeht und sich in den Bildunterschriften und in den Kommentaren finden ließ, lässt sich nicht im Zusammenhang mit der Herstellung zum unternehmerischen Selbst verstehen, sondern ist als feministisches Empowerment, ähnlich wie es bei der Riot Grrrl-Bewegung der Fall war, zu begreifen. Es werden hierbei oftmals Gedanken, Erfahrungen und insbesondere auch das Teilen von Tiefschlägen, gesellschaftlichem Druck und depressiven Verstimmungen thematisiert. Es soll Mut gemacht werden, die Facetten des Körpers und der Persönlichkeit zu zeigen. Insofern geht es gerade nicht um eine Selbstverbesserung, sondern um Selbstakzeptanz. Es wird somit das Scheitern im System artikuliert und umcodiert, indem in Aussagen betont wird, dass es nicht schlimm ist, wenn man nicht ins System passt, es jedoch auch an einem selbst liegt, den Zustand zu verändern. Der Künstlerinnen-Status vermischt sich mit der Funktion der Aktivistin und des Lifecoachs. Durch öffentlich gemachte Geschichten, Erfahrungen und Gedanken über Probleme wirken die Künstlerinnen wie Freundinnen. Gleichzeitig stellen sie eine Vorbildfunktion dar, da oftmals das erfolgreiche Empowerment der Künstlerinnen thematisiert wird. Dies geschieht durch das öffentliche Aufzeigen ihrer „Mängel“, was häufig mit dem Imperativ einhergeht, sich befreit und

empowert zu fühlen, wenn man ein Nacktselfie von sich macht und dieses teilt. Zusammen mit den Bildunterschriften wird vermittelt, dass dies zu einem katharsischen Effekt führt. Das visuelle und textuelle Geständnis wird instrumentalisiert, denn die Sichtbarkeit und die Kommentare geben dem Geständnis Legitimität, weil diese Anerkennung aufzeigen, die für alle User öffentlich einsehbar ist. Das visuelle und textuelle Geständnis funktioniert dabei zumeist in Form der Selbstbenennung. Beleidigungen und „Schwachstellen“ werden verwendet, um diese umzucodieren. Dies geschieht aus der Prämisse, dass, wenn man sich selbst benannt hat, dies nicht mehr jemand anderes machen kann. Die Selbstbenennung wird damit ebenso zentrales Element des Empowerments.

Durch die Nutzung der sanften Pink- und Rosa-Farbtöne im Zusammenhang mit den nackten Inszenierungen entstanden auch stets erotische Konnotationen. Es wurde dabei keine aggressiven, pornografischen Bildästhetiken gewählt, sondern überwiegend sanfte und fühlende Wirkungen erzeugt. Die als stereotypisch geltende Geste des „female touch“ wird durch das Selfie modifiziert, denn der Körper wurde nicht zur Verführung des Mannes angefasst, sondern für das eigene Selbst. Die Inszenierungen finden verstärkt dazu meist im privaten Setting statt. Oftmals wird hierbei die Selbstperspektivierung als Zeichen für die Selbstbestimmung gewählt, die dabei häufig die Fokussierung des Schrittes oder der Brüste darstellt und für die Selbstbestimmung der eigenen Sexualität steht. Durch die Selbstperspektivierung wird der Betrachter zum Voyeuristen. Durch das Selfie kehrt sich jedoch der Eindruck um. Das Bildmotiv wird zu einer Machtdemonstration über das eigene Bild und über den eigenen Körper. Gerade der Einsatz des Spiegels vermittelt dabei den Eindruck der Körpererkundung. Es lässt sich somit eine Verbindungslinie zu Foucaults „arc erotica“ ziehen. So geht es folglich nicht darum, dem Sex sein Wissen zu entlocken, sondern die Sexualität anhand von Erkundung und Erfahrung zu entdecken. Damit werden die Imperative des Male Gaze, sexuell attraktiv für den Mann sein zu müssen, dekonstruiert. Das „erotische Kapital“ wird kritisiert, indem das Ideal modifiziert werden soll. Die Individualität bildet im Netzfeminismus das Ideal, nicht die gesellschaftlichen Normen.

Es lässt sich festhalten, dass sich Bildmotive auf dem Account von Curated by Girls wiederholt haben und seit 2019 eine klare Ausrichtung und einen spezifischen visuellen und textuellen Schwerpunkt bekamen. Durch die Wiederholung von Bildmotiven, die eine deutliche Fokussierung auf das Aufzeigen von Körpermakeln aufzeigen, wird im Kontext der Galeriefunktion des Instagram-Accounts von Curated by Girls die subversive Wirkung der Fotos abgeschwächt. Die Moderation der Bildkommentare verstärkt den Effekt der Normalisierung. Selten lassen sich die Selfies in diesem Zusammenhang als Störung erkennen, da sich Blick- und Sehgewohnheiten auf bestimmten Inszenierungen des Körpers durchgesetzt haben. Es hat sich somit ein bestimmtes Blickregime auf dem Instagram-Account von Curated by Girls etabliert. Es lässt sich damit ebenso die These bestätigen, dass die Bedingungen der Plattform selbst eine normierende Kraft besitzen. Durch die Normalisierung der Bildästhetik wirken die Bilder weniger subversiv, sondern erzeugen dabei den Affekt des Unverständnisses, dass diese Art der Körperinszenierung noch immer als

Tabuisierung gilt. Gerade diesen Effekt beschreibt Kohout als Element der Bildstrategie des Empowerments. So stellt sie diesbezüglich fest, dass „ein Bild heutzutage dann am wirkungsvollsten [ist], wenn es empowern möchte und dies auch in bestimmten Communities tut, dabei aber gleichzeitig auch außerhalb des eigenen Systems provoziert, denn nur so entsteht eine Debattendynamik, die bestimmten Themen überhaupt erst zu Sichtbarkeit in einer breiten Öffentlichkeit verhilft“ (Kohout 2020).

Bei der Untersuchung der genutzten Hashtags wurde deutlich, dass diese beschreibend wirken und nicht ironisch eingesetzt werden. Es wurde nicht versucht, durch die Hashtags bestimmte Feeds zu besetzen. Eine Ausnahme bildet der genutzte Hashtag #motherhood. Der millionenfach genutzte Hashtag zeigt größtenteils idealisierte Selfies von Mutterschaft, der Schwangerschaft und der körperlichen Veränderung an. Generell weisen jedoch die Hashtags, die Curated by Girls nutzt, auf netzfeministische Themen und somit schon besetzte Hashtags und Bewegungen, wobei #bodypositivity und #selflove am häufigsten verwendet wurden. So gut wie alle hier untersuchten Selfies wurden mit dem eigenen Hashtag #curatedbygirls versehen. Dies führte zu einer algorithmischen Relevanzsteigerung. Es wurden rund 27.000 Beiträge (Stand März 2021) mit dem Hashtag versehen. Dies deutet auf eine Durchsetzung einer Ästhetik, die mit Curated by Girls einhergeht. Ebenso lässt sich die These aufstellen, dass die Bildstrategie des Empowerments Künstlerinnen sowie auch „normale“ User dazu ermutigt hat, Fotos zu konzipieren, die in die netzfeministische Thematik und Ästhetik von Curated by Girls passen. Die Wiederholung spezifischer Bildmotive erzeugt dabei auch einen Effekt auf den Algorithmus. Je öfter man sich Fotos anguckt und je ähnlicher die Bildmotive sind, desto häufiger werden dem User innerhalb der Explore-Funktion auf Instagram ähnliche Bilder angezeigt. Es entsteht damit ein bildästhetischer normalisierender Effekt, der durch den Algorithmus gebildet wird. Es wird dahingehend ein individueller Eindruck erzeugt, dass sich ein bestimmtes Blickregime durchgesetzt bzw. normalisiert hat. Durch die Explore-Funktion wird ebenso der subversive Gestus der Fotos sichtbar. Da Instagram besonders stereotypische Körperinszenierungen fördert, fällt die hier besprochene Bildästhetik der Selfies als Subversion innerhalb der Kontextualisierung auf.

Die These, dass sich der Instagram-Account von Curated by Girls von einem Künstlerkollektiv zu einer Community bzw. einer Art der Netzbewegung entwickelt hat, bezieht sich dabei nur auf die hier untersuchten Selfies. Der Gesamtaccount zeigt nach wie vor auch aufwendig inszenierte künstlerische Arbeiten. Es lässt sich darauf schließen, dass sich die fotografisch-künstlerische Nutzung geändert hat. Das aufwendig inszenierte Selfie wurde immer einfacher konzipiert. Dennoch konnte man auf dem Gesamtaccount eine Zunahme von Selbstporträts entdecken, was die anfängliche These bestätigen würde, dass Fotografinnen, die sich mit netzfeministischen Themen auseinandersetzen, an Bedeutung zugenommen haben bzw. dass sich einfach mehr Frauen mit Fotografie auseinandersetzen. Die Tendenz, dass Curated by Girls sich innerhalb der Betrachtung der Selfies von einem Künstlerkollektiv eher zu einer Netzbewegung entwickelt, lässt sich durch eine Inbezugsetzung zur Riot Grrrl-

Bewegung erkennen. So wirken die Bildbeschreibungen ebenfalls als Aufklärungsarbeit. Es wird nicht nur zur Reflexion der eigenen Gefühle aufgefordert, sondern auch zur Befreiung von Unterdrückungsmechanismen. Gleichzeitig wirkt die auf Curated by Girls eingesetzte Erzeugung eines Wir-Gefühls sowie die Herstellung eines „safe space“ solidarisch und unterstützend. Der Unterschied zur Riot Grrrl-Bewegung besteht vor allem darin, dass der Zugang zu der Bewegung ein offenerer ist. So findet dieser nicht über die Musik statt. Auch geht es nicht um die Besetzung von männlich konnotierten Gesten und Punk-Stylings, mit denen sich möglicherweise nicht jeder identifizieren kann. Es geht folglich weder darum, sich Zines oder CDs von Bands zu kaufen, noch geht es darum, auf bestimmte Veranstaltungen bzw. zu Konzerten zu gehen. Es wird von den Usern in diesem Sinne kein „Investment“ gefordert, da es reicht, so zu sein, wie man ist, um sich als Teil der Bewegung zu fühlen. Curated by Girls zeigte eine Vermischung des Begriffes des Künstlers, mit dem des Aktivistens, aber auch des Amateurs sowie der Hochkultur und der Popkultur auf.

10.4 Netzbewegungen

Der Cyberfeminismus sah das Internet als Chance, um die neu entstandenen Räume und Kommunikationswege feministisch zu besetzen. Die Social Media konnte trotz der hohen Reglementierung den Feminismus umstrukturieren. Dies betrifft nicht nur spezifische Themen, sondern vor allem die Öffentlichkeitsmachung und die Akquise. Diesbezüglich setzte sich der Oberbegriff der Netzbewegung durch, welcher im Zusammenhang mit der Besprechung des Instagram-Accounts von Curated by Girls genutzt wurde, um einen Wandel der bildnerischen und textuellen Ausrichtung zu beschreiben. Die Social Media zeigt sich innerhalb dieser Perspektive als Medium, welches sich dafür eignet, bestimmten Themen Raum zu geben, die gesamtgesellschaftlich keine Berücksichtigung finden. Das Paradoxe liegt dabei auf der Hand: So erhöht Instagram den Druck auf den User, auf eine bestimmte stereotypische Art und Weise aussehens, sich verhalten und sich inszenieren zu müssen und schafft dennoch im gleichen Medium Raum zur Subversion dazu.

Feministische Netzbewegungen sind dabei als ein „informelles Handlungsnetzwerk“ zu verstehen (Ganz 2018: 21), die auf „bestimmte Formen gemeinsamen sozialen Handelns“ ausgerichtet sind, um „sozialen Wandel herbeizuführen und [...] im Geschlechterverhältnis Bevormundung, Ungerechtigkeit und soziale Ungleichheit zu beseitigen“ (Gerhard 2009, zitiert in Schmincke 2019: 2). Netzbewegungen sind damit zielgerichtet. Das heißt auch, dass sie eine klare Problemstellung thematisieren, die im Zentrum der Kritik steht. Bewegungen entstehen, wie durch die Beleuchtung der Riot Grrrl-Bewegung und des Cyberfeminismus aufgezeigt werden konnte, durch die Bildung eines Kollektivs. Netzbewegungen wollen demnach ebenso ein Gemeinschaftsgefühl erzeugen und sind dabei offen und unverfänglich (vgl. Haunss nach Ganz 2018: 44). Der Vergleich zwischen dem Instagram-Account von Curated by Girls und der Riot Grrrl-Bewegung konnte aufzeigen, dass der Zugang zu den feministischen Anliegen von Curated by Girls ein offenerer ist. Das Subjekt muss keine hohen

Beteiligungskosten aufwenden, um Teil der Netzbewegung zu werden (vgl. Ganz 2018: 45). Insofern kann man sich als solidarisch innerhalb einer Bewegung zeigen, wenn man beispielsweise Beiträge likt oder teilt, Intentionen der Netzbewegung in seinen Beiträgen erwähnt oder visuell die Intention der Netzbewegung thematisiert. Die Zielsetzung von Curated by Girls „female-identifying and non-binary creators from around the world“ zu unterstützen und sich damit für mehr Sichtbarkeit aller Körper einzusetzen, spricht ein weites Spektrum an (Curated by Girls 2021). Dabei wird keine „Wir-gegen-die-Mentalität“ forciert. Durch die Bildstrategie des Empowerments geht es im Gegensatz zur Feministischen Avantgarde nicht um ein Aufzeigen der Täterschaft und der Unterdrückung, sondern um fotografische positive, schöne und befreiende Bildmotive. Dies zeigt sich auch innerhalb der Zielsetzungen vieler netzfeministischer Bewegungen. Es soll sich von individueller Unterdrückung befreit werden, wobei es nicht um einen radikalen Umsturz geht. Dementsprechend werden die Motivationsätze, die „inspirational quotes“, zentrales Mittel der individuellen Befreiungsaufforderung. Es liegt somit an einem selbst, sich von den Zwängen des Systems zu befreien.

Die Social Media ist demnach zu einem „Austragungsort“ von feministischen Auseinandersetzungen geworden (vgl. Kohout 2019: 11), bei dem ein Kollektivgefühl in Form von „Sehgemeinschaften“ erzeugt werden soll (vgl. Raub 2008 nach Traue, Schünzel 2014: 139). Es geht folglich nicht nur darum, Allianzen zu bilden (vgl. Menzinger 2017: 29), sondern darum, sich ebenso innerhalb der Intention an eine breite Öffentlichkeit zu wenden, um Resignifikationsprozesse bzw. Veränderungen zu beschleunigen (vgl. Traue, Schünzel 2014: 126). Die Betonung auf die Enttabuisierungen und damit auch das Spiel mit der Zensurpolitik Instagrams sieht Meier in diesem Zusammenhang als Strategie der Netzkünstlerinnen, um sich überhaupt Aufmerksamkeit zu verschaffen (vgl. Meier 2016a). Die Bildebene ist damit geprägt von einer einfachen, unmissverständlichen Codierung und Botschaft, da die Fotos in unterschiedlichen Kontexten die gleiche Aussagekraft haben sollten (vgl. Coté, Pybus 2011: 62; vgl. Kohout 2019 23f.). Der Körper als Leinwand von Botschaften fand sich dabei auch als Bildmotiv in der Feministischen Avantgarde, wie beispielweise im Werk Birgit Jürgenssen „Jeder hat seine eigene Ansicht“ aus dem Jahre 1975 (Abb. 3). Die Netzbewegungen werden dabei häufig auch als Selfie-Proteste benannt (vgl. Schankweiler 2019: 49). Der Hashtag wirkt dabei als Verstärkung der Lesbarkeit (vgl. Schankweiler 2019: 42). Durch den Hashtag werden im Hashtag-Feed alle Beiträge aufgezeigt, die mit dem Hashtag markiert worden sind. Dies stellt gerade den „Mitmachfaktor“ der Netzbewegung dar und macht die Bewegung in seiner Relevanz numerisch zuordenbar. Die Hashtags öffnen den Zugang zur Bewegung, machen diese jedoch auch „unberechenbar“ (Ganz 2018: 46). So können auch Hashtags entgegengesetzt ihrer Intention genutzt und umgedeutet werden. Dies zeigt beispielsweise der Hashtag #bodypositivity auf. Der Hashtag kam häufig bei den besprochenen Selfies auf Curated by Girl zum Einsatz. Dennoch wird der Hashtag entgegengesetzt zu der netzfeministischen Bildästhetik oftmals bei Fitness-Accounts, Vorher-Nachher Selfies oder auch bei ganz gewöhnlichen stereotypischen Bildinszenierungen genutzt. Die Bedeutung des Hashtags verändert dahingehend ebenso die

Lesbarkeit der Fotos. Neben den Hashtags verfügen die Netzbewegungen meist noch über Accounts. Hier werden ausgewählte Beiträge der User geteilt. Dabei spielen die „inspirational quotes“ oder auch kurze Beiträge zu Studien eine bedeutende Rolle, um das Thema und die Relevanz der Netzbewegung aufzeigbar zu machen. Die meisten feministischen Hashtag-Bewegungen sind dabei auf Initiative von erfolgreichen feministischen Influencer-Accounts hervorgegangen (vgl. Kohout 2019). Insofern kann man bei den feministischen Hashtag-Bewegungen nicht wirklich von einer Art „Graswurzelbewegung“ sprechen, da die Accounts der Influencer meist schon sehr reichweitenstark waren. Dies ist bei rein politischen Netzbewegungen anders (vgl. Schankweiler 2019: 42).

Der Social Media als Austragungsort von Widerstand und Protesten wird häufig ein „Spillover-Effekt“ zugeschrieben. So werden innerhalb der Netzproteste oder Bewegungen Probleme und Kontroversen angesprochen, die schließlich ihren Weg in die Mainstream-Medien und in öffentliche Debatten finden, wie die Hashtag-Bewegungen #metoo, #aufschrei oder #timeisup aufzeigen konnte (vgl. Drüeke, Zobl 2013; vgl. Gsenger, Thiele 2014). Dabei fällt häufig die Kritik, dass die Hashtag-Bewegungen eine Solidarität per Knopfdruck erschaffen haben, ohne dass der User sich „wirklich“ engagieren muss (vgl. Schankweiler 2019: 18). Dabei stellt die Hashtag-Bewegung oft den Ausgangspunkt dazu dar, sich näher mit einem Thema auseinanderzusetzen und sich diesbezüglich mit lokalen Gruppen online und auch offline zu vernetzen. Nach Ganz ist die Verknüpfung zwischen Online- und Offline-Protest charakteristisch für Netzbewegungen (vgl. Ganz 2018: 47).

Ein Beispiel dafür sind die Hashtag-Bewegungen #FreeyourNipple und #WeTheNipple. Beide Bewegungen thematisieren die Kunstfreiheit und die Sexualisierung von Frauen. Sie forderten in einem ersten Schritt diesbezüglich zunächst das Ende der Zensur von weiblichen Brustwarzen in der Social Media, allen voran auf Instagram. Hierzu formierten sich im Sommer 2019 in einer via Instagram organisierten Aktion der #WeTheNipple-Bewegung Aktivisten nackt vor der Zentrale von Facebook und Instagram in New York. Die Aktivisten hielten dabei überlebensgroße Fotos von Brustwarzen hoch, auf denen keine Differenzierung des Geschlechts der Brustwarze sichtlich zu erkennen war und somit das Paradoxon der Zensurpolitik aufzeigte (vgl. National Coalition Against Censorship 2019). Die #WeTheNipple-Bewegung stellt damit eindringlich die Sexualisierung des weiblichen Körpers dar und zeigt ebenso auf, dass dieser stets einer Überwachung und Kontrolle unterliegt. Die #WeTheNipple-Bewegung zeigt damit augenscheinlich und medienwirksam auf, dass es durchaus zu einer Symbiose von digitalem und „realem“ Aktivismus kommen kann und dieser dazu anregen kann, das Thema zumindest öffentlich werden zu lassen. Das Beispiel der #WeTheNipple-Aktion verdeutlicht demnach ebenfalls, dass Instagram nicht einfach Richtlinien erfunden hat, sondern dass das gesamte UI, das Prinzip hinter Instagram, letztlich auch immer nur ein Spiegel von allgemein geltenden Normen ist. Viele Probleme, die auf Instagram thematisiert werden, beziehen sich keineswegs nur auf das Medium selbst. Die Zensur der weiblichen Brustwarze ist hierbei vielleicht ein „internes“ Problem, die generelle

Sexualisierung des weiblichen Körpers jedoch nicht. Instagram wird durch seine Vernetzungsmöglichkeiten dabei häufig auch zum Austragungsort von Bewegungen und Protesten. Der Kampf gegen die Zensurpolitik zeigt hierbei auf, dass es auf Instagram durchaus zu einem „Kampf um die Repräsentation der Wirklichkeit“ gekommen ist (vgl. Reuter 2001: 33).

10.4.1 Effyourbeautystandards

Netzbewegungen leisten nicht nur Aufklärungsarbeit, sondern aktivieren durch die Nutzung von Hashtags die User zum Unterstützen und Mitmachen. Posts bekommen durch die Hashtagsetzung eine bestimmte Lesbarkeit zugesprochen und behalten diese somit auch innerhalb ihrer Zirkulation. Durch die Hashtag-Feeds entsteht die Einsicht über die Relevanz der Bewegung anhand der Anzahl der Hashtagsetzung. Dies führt oftmals zu einem Spillover-Effekt, indem die Thematik der Netzbewegung in Mainstream-Medien aufgegriffen wird. Instagram setzt somit die Rahmenbedingungen dafür, dass sich subversive Bildinszenierungen wiederholen können, aber trotzdem innerhalb der Intentionen der Bewegungen lesbar bleiben. Durch die Nutzung der Hashtags und des Algorithmus können hohe Reichweiten erzielt werden, wodurch subversive Bildtechniken normalisiert werden können. Dies geschieht nach dem Schneeballprinzip. Je mehr User den Hashtag benutzen, umso sichtbarer wird die Bewegung. Außerdem sortiert Instagram die Möglichkeiten der Hashtagvergabe nach der Nutzung der Hashtags. Die Instagram-Accounts von Netzbewegungen stehen dabei meist repräsentativ für den Hashtag-Feed.

Im Folgenden soll dementsprechend die Netzbewegung „Effyourbeautystandards“ untersucht werden. Es fiel aus mehreren Gründen eine Entscheidung für die Untersuchung von Effyourbeautystandards. So wurde durch die Analyse von Curated by Girls deutlich, dass oftmals auch die Netzbewegung von Effyourbeautystandards markiert worden ist. Der Name der Bewegung ließ dabei darauf schließen, dass es sich um eine Netzbewegung handelt, die die normierte Schönheitsvorgaben kritisiert. Demnach wurde davon ausgegangen, dass der visuelle Schwerpunkt der Bewegung auf dem Körper liegt, wodurch sich eine Vergleichbarkeit mit den Fotos auf Curated by Girls herstellen lässt. Bei der Analyse wurde demnach untersucht, inwiefern sich die Bildtechnik von Curated by Girls von der von Effyourbeautystandards unterscheidet und warum. Bei Effyourbeautystandards handelt es sich um eine sehr reichweitenstarke Netzbewegung, die auf Initiative des Fat Models Tess Holliday entstanden ist. Tess Holliday bestimmte nicht nur die Intention der Bewegung, sondern stellte ihre eigenen Bilder oftmals als Art „Schlüsselbilder“ online, die als „Mimesis-Vorlage“ dienen. Es soll dementsprechend auch Tess Hollidays Account untersucht werden, um eine Veränderbarkeit der Bildästhetik innerhalb der Mimesis, der Netzbewegung und des individuellen Accounts untersuchen zu können. Zudem entsteht durch die Analyse des Accounts von Tess Holliday eine Vergleichbarkeit zu den Accounts der Netzkünstlerinnen Arvida Byström und Molly Soda.

Die Fat Acceptance-Bewegung entstand während der zweiten Welle des Feminismus in den USA und wurde dabei auch „Fat Activism“ oder „Fat Liberation-Bewegung“ genannt. „»All women are beautiful« war ein oft getragenes Plakat bei feministischen Demonstrationen in den USA“ und inkludierte damit alle Körperformen (Villa 2013b: 63). Die Kritik an den Schönheitsnormen und die Forderung nach Sichtbarkeiten von „normalen“ Körpern innerhalb der zweiten Welle des Feminismus entfachten somit auch den Wunsch nach „Anerkennung dicker Körper als gleichberechtigten Ausdruck von Körpervielfalt“ (Menzinger 2017: 71). Hierbei wurde schon früh eine intersektionale Verbindungslinie gezogen, die zudem stark mit der „mental health“-Thematik einherging. Dabei geht es in der Fat Acceptance-Bewegung insbesondere darum, Dicksein „performativ neu zu artikulieren“ (Menzinger 2017: 83). Insofern umfasst die Fat Acceptance-Bewegung vor allem eine Neukonnotation des Wortes „fat“ (vgl. Menzinger 2017: 69). Die Bewegung konnte kleinere Erfolge feiern, beispielsweise entstanden Magazine und Zines sowie die 1969 gegründete NGO „National Association to Advance Fat Acceptance“ (NAAFA), die gegen die Diskriminierung von dicken Menschen in der Gesellschaft kämpft (NAAFA 2021). Dabei galt es lange Zeit als Tabu, sich als „fat body“ überhaupt in der medialen Öffentlichkeit zu zeigen. Die visuelle Darstellung wurde dermaßen negativ geprägt, dass das bloße Auftreten von dicken Körpern in den Medien als Störung empfunden wurde, besonders wenn dicke Körper innerhalb von positiven Konnotationen auftraten. Die Brisanz von dicken Körpern, die sich selbstbewusst und nackt zeigen, konnte in den Selfies auf Curated by Girls aufgezeigt werden.

Tess Holliday ist dabei kein Curvy Model – sie ist Fat Model, dessen Darstellung fernab des Körperfetischismus der Pornoindustrie so gut wie nicht vorkam. Für dicke Frauen gilt es, ihren Körper zu kaschieren und nicht „die Makel“ zu betonen. Sichtbarkeit, Leistungsfähigkeit, Schönheit und Sexualität wurden dabei den „fat people“ weitestgehend abgesprochen. Holliday gehört durch ihre frühen Anfänge zu einer der ersten Personen, die ihren Körper öffentlichkeitswirksam ins Verhältnis zu normierten Körpern setzte und sichtbar machten. Hierzu nutzte sie vor allem die Social Media, um überhaupt eine Öffentlichkeit und Sichtbarkeit ihres Körpers zu schaffen. Auf Instagram ist Hollidays Präsenz besonders erfolgreich und bot dabei auch die Möglichkeit für die Gründung einer Netzwerkbewegung. Die 2013 gegründete Netzbewegung Effyourbeautystandards avanciert heute als eine der reichweitenstärksten Hashtag-Bewegungen im Bereich Body Positivity und der Fat Acceptance. Dabei zeigte sich die Bewegung mit der Zeit durchaus thematisch komplexer. Die Bewegung begann mit der Aufforderung, Fotos von Outfits zu posten, um zu zeigen, dass man, egal welche Kleidergröße man besitzt, schön aussehen kann. Mittlerweile finden sich neben den hier vorgestellten typischen „motivational“ und „inspirational quotes“ auch Statement-Posts gegen das Patriarchat – für geschlechtergleiche Bezahlung, gegen Rassismus etc. Seit 2019 wurden vereinzelt, seit 2020 verstärkt, auch Plakate von Protesten fotografiert, politische Statements gepostet und Effyourbeautystandards somit politisch positioniert. Der Hashtag Effyourbeautystandards wurde fast 4,8 Millionen Mal genutzt. Der

Account von Effyourbeautystandards wird dabei von 434.000 Abonnenten gefolgt (Stand März 2021). Im Folgenden soll die Gesamtästhetik des Instagram-Accounts grob analysiert werden. Der Schwerpunkt wird dabei ebenfalls auf Selfies gelegt. Dadurch, dass der Instagram-Account von Effyourbeautystandards fast 8.000 Beiträge umfasst, deren Fokus auf Selbstporträts und Selfies liegt, wurde der Account anhand von Schlüsselbildern untersucht, die einen Gesamteindruck von den verwendeten Bildästhetiken aufzeigen.

Tess Holliday startete den Account mit einer Collage, auf der unterschiedliche Ganzkörper-Porträts von ihr gezeigt wurden. Dies stellte damit das „Aufmacherbild“ der Bewegung dar. Holliday ist in unterschiedlichen Outfits zu sehen, die sie in modischen und knappen Outfits zeigten (Abb. 25). Die Inszenierung richtete sich dabei an stereotypische Bildinszenierungen. Das Störpotenzial zeigte sich demnach allein durch ihre Körperform.



Abbildung 25: „Aufmacherbild“ der Netzbewegung Effyourbeautystandards

Tess Hollidays Intention der Bewegung bezog sich auf die Aufforderung, sich von den gesellschaftlichen Vorstellungen und Erwartungen zu befreien, wie man aussehen und sich dementsprechend kleiden soll. Die frühen Posts zeigten ausgewählte Selfies von weitestgehend übergewichtigen Frauen. Diese stellten sich vornehmlich in Spiegel-Situationen dar, um möglichst ihr gesamtes Outfit präsentieren zu können. Der Fokus der Inszenierung lag demnach darauf, das eigene Outfit zu zeigen (Abb. 26). Es wurde innerhalb der Spiegel-Selfies auch das Gesicht gezeigt, welches meist ebenso anhand von Make-up, Accessoires und Frisuren in das Styling miteinbezogen wurde. Es wurden sowohl leicht bekleidete als auch bekleidetete Selfies gepostet. Oftmals wurde in den Selfies gelächelt, um aufzuzeigen, dass man sich in den Outfits und in der Inszenierung wohlfühlt.

Vereinzelt lassen sich dennoch auch Selfies von sehr dünnen Frauen, von Männern und von Transgender finden. Die Inszenierungen richten sich dabei weitestgehend auf die stereotypischen Inszenierungsmodi, welche in Abschnitt „9.1 Stereotypische

Selbstinszenierungsmechanismen“ beleuchtet wurden, und zeigen dabei den Körper in frontalen Perspektiven. Es wird demnach der bildnerische Fokus auf die Körperform gelegt, wobei seltener Makel im Sinne von Cellulite, Dehnungsstreifen, Narben etc. gezeigt werden. Die Selfies auf dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards wiesen meist feminine Konnotationen auf, wobei das Setting sowie die Gesamtästhetik der frühen Selfies amateurhaft wirkten und oftmals im privaten Bereich stattfanden. Die frühen Selfies waren meist „Reposts“ von Accounts mit eher geringer Followeranzahl. Der Instagram-Account wirkte damit als Querschnitt des Hashtags-Feeds von Effyourbeautystandards. Neben den vielen Selfies lag zudem der Schwerpunkt auf der textuellen Ebene. So ließen sich viele „inspirational“ und „motivational quotes“ sowie Memes, Screenshots aus Texten und Chatnachrichten etc. finden. Es ging thematisch im Wesentlichen darum, sich gegenseitig Mut und Selbstwert zuzusprechen. Die Statement-Posts stellten dabei die Thematik der Bewegung meist auch illustrativ hervor. Es wurde hierbei viel auf Pink- und Pastelltöne, niedliche Figuren und Memes gesetzt. Auch in den Bildbeschreibungen tauchten meist Girly-Konnotationen auf. Damit wurde versucht, die Konnotation des Mädchens umzucodieren, da süße und niedliche Codierungen meist nicht für beliebtere Mädchen und Frauen gelten. Dabei wurden in den früheren Posts selten Empowerment-Stories in den Bildbeschreibungen genutzt. Es wurde eher drauf eingegangen, dass die Userinnen „supercute“ oder „hot“ auf den Selfies aussahen.

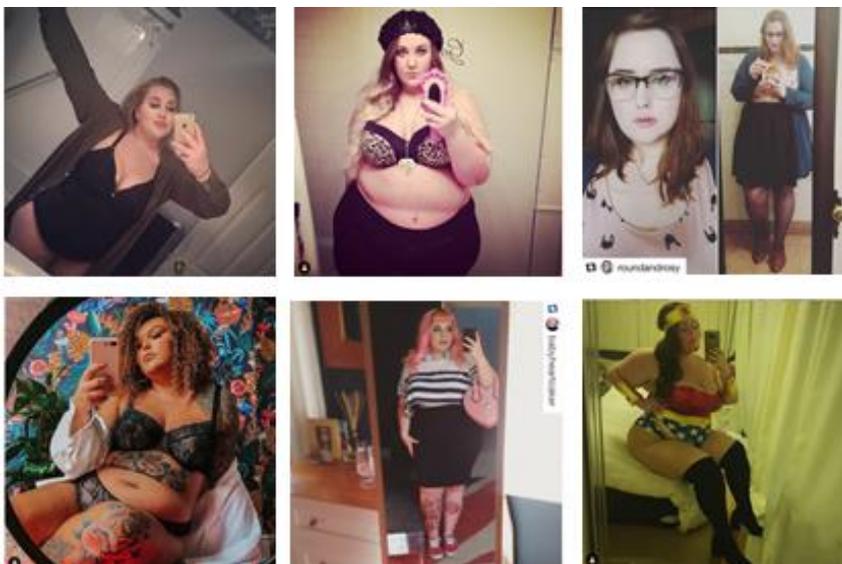


Abbildung 26: Auswahl an Spiegelselies aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

Die Zunahme an Empowerment-Stories in den Bildbeschreibungen führte gleichzeitig zu einer Reduktion der Statement-Posts Ende 2016. In den Bildbeschreibungen wurden wie bei den analysierten Selfies bei Curated by Girls die persönlichen Leidensgeschichten und die Kehrtwende zu einer „radical selflove“ dargestellt. Die Statement-Posts zeigten sich dabei thematisch vielfältiger aufgestellt und umfassten dabei vereinzelt die eingangs

angedeuteten politisch-feministischen Themen, wie beispielsweise den Gender-Pay-Gap. 2016 wurden weniger Selfies gepostet. Der Fokus liegt dabei jedoch nach wie vor auf Ganzkörper-Porträts. Die Outfits werden dabei oftmals auch draußen innerhalb von Shooting-Situationen gezeigt. Die gezeigten Personen stellen dabei eine weite Diversität her. So entsteht der Eindruck, dass versucht wird, jeden Körper, der von Diskriminierung und Unterrepräsentationen betroffen ist, visuell integrieren zu wollen. Es wurden beispielsweise Menschen mit Amputationen, Menschen mit einer Stoma, Menschen mit Behinderungen, Menschen mit Verbrennungen, Menschen mit diversen Erkrankungen etc. gezeigt. Die Inszenierung fand dabei meist innerhalb der gewohnten stereotypischen Bildmotive statt, indem sich die Dargestellten gut gestylt zeigten und dabei oftmals das Posing und den Gestus von Fashion Models übernahmen (Abb.27; vgl. Pechstein, Voigtländer 2012).

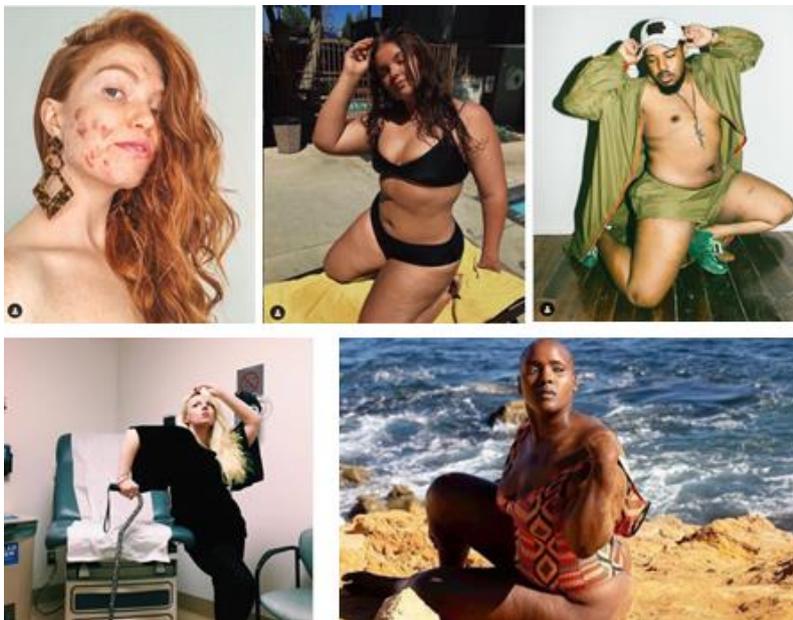


Abbildung 27: Auswahl von Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

2018 ließen sich nur noch vereinzelt Selfies auf dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards finden. Es lässt sich demnach ein deutlicher Wandel von den eher amateurhaften Selfies hin zu inszenierten, teilweise professionalisierten Shootings von Selbstporträts ausmachen (Abb. 28). Der erhöhte bildnerische Stellenwert von professionellen Selbstporträts kann dabei auch als ein erhöhter gesellschaftlicher Stellenwert von marginalisierten Gruppen gedeutet werden. Die Inszenierung von Models, die nach den gesellschaftlichen Normen nicht als diese gelten, zeigt wiederum das Bestreben einer Umcodierung des Model-Begriffs auf. Es reicht demnach nicht nur, dass man sich selbst fotografiert, sondern man ist es ebenso wert, dass man fotografiert wird.



Abbildung 28: Auswahl von Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

Es soll in einem aufwendigeren Rahmen der Status des femininen Schönen umcodiert werden – mit Körpern, denen dieser Status abgesprochen wurde. Es wird somit eine Recodierung des „Schönen“ vorangetrieben. Diese Recodierung richtet sich dabei jedoch ausschließlich auf die Körper und nicht auf die Konnotation des Schönen im Generellen. So bleibt bildnerisch die Konnotation erhalten, dass man mit gewisser Kleidung und gewissen stereotypischen Stylings schön und begehrenswert aussieht. Allerdings kann die Bildtechnik nicht als Rekuperation gewertet werden: Die weiblichen Konnotationen werden zwar betont, dennoch wurde aufgezeigt, dass jeder und jede diese Konnotationen gleichermaßen außerhalb der heterosexuellen Matrix nutzen kann, um sich schön und sexy zu fühlen. Die Erhöhung des Professionalitätsgrades in den später geposteten Fotos lässt sich zudem ebenso durch eine Erhöhung von professionellen Accounts auf Instagram als auch durch eine generelle Erhöhung der Bildqualität durch modernere Foto- oder Handykameras erklären. Der Account von Effyourbeautystandards wird somit professioneller und besticht durch einheitliche, bunte und gesättigte Farbtöne. Es ließ sich außerdem erkennen, dass zunehmend Fotos aktiv an den Account geschickt wurden, Kooperationen mit Fotografien bzw. Influencern entstanden oder Fotos in Auftrag gegeben worden sind, da viele Beiträge nicht als geteilte Repost-Beiträge markiert wurden.

Innerhalb der textuellen Ebene fungiert Effyourbeautystandards innerhalb der Empowerment-Funktion als Motivator, Unterstützer und Aufklärer. Die Themen sind damit durchaus weiter gefasst, wobei sich Effyourbeautystandards an die Forderungen der zweiten Welle des Feminismus und spezifischer an die Fat Acceptance-Bewegung der 60er-Jahre richtet. Hier hieß es: „Body positivity aims to challenge dominant appearance ideals; foster acceptance and respect for all bodies regardless of shape, size and features; and focus on

appreciating the functionality and health of the body rather than solely focusing on its appearance“ (Sastre nach Cohen et al. 2020: 2). In der Forschung von Tylka wurden diesbezüglich sechs Kernkomponenten der Body Positivity-Bewegung analysiert: Diese bestanden aus der Wertschätzung des Körpers, Körperakzeptanz und Körperliebe, der weiten Konzeption des Schönheitsbegriffes, dem Eingehen auf Körperbedürfnisse, der inneren Positivität und dem Selbstschutz vor gesellschaftlichem Druck, welche sich auch bei Effyourbeautystandards finden lässt (vgl. Tylka 2018: 10ff.).

Dabei lässt sich Effyourbeautystandards ebenfalls als Lifestyle-Bewegung definieren, die insbesondere auf eine Aktivierung der User aus ist. Die Bildstrategie ist demnach eindeutig dem Empowerment zuzuordnen. Hierbei stellt sich jedoch auch ein Unterschied zu dem Instagram-Account von Curated by Girls heraus. Zwar richten sich die Bildbeschreibungen und die Statement-Posts darauf, Mut zu geben und vor allem Selbstakzeptanz zu fördern. Bildnerisch wird jedoch das Schönsein weiterhin mit Selbstarbeit und Konsum verknüpft. Die femininen Inszenierungen erinnern dabei an eine Verehrung des Glamours, des Begehrenswert- und Schönseins, wie man es ebenfalls in der Drag-Szene finden kann. Das Model wird dabei Inbegriff der Schönheit, welches in Form der Différance imitiert wird und sich demnach teilweise gar parodistisch zeigt. Das Empowerment richtet sich bildnerisch darauf, dass sich die User innerhalb von geltenden stereotypischen Codierungen inszenieren. Kleidung, Accessoires, Styling und Make-up werden zu zentralen Elementen, um sich Sichtbarkeit und den Status der Schönheit und Anerkennung zu verleihen.

Zentral bei einer Netzbewegung ist die Setzung der Hashtags. Wie dargestellt, wurde der Hashtag von Effyourbeautystandards über 4 Millionen Mal genutzt. Dies zeigt eindeutig die Relevanz der Bewegung auf und macht dennoch eine Analyse der Bildästhetik nahezu unmöglich. Die Bilderflut, die durch die häufige Hashtag-Vergabe entsteht, ließ in dem hier gegebenen Umfang nur eine Untersuchung zu, die auf Momentaufnahmen basierte. Von 2017-2020 wurde der Hashtag-Account kontinuierlich beobachtet. Die Ergebnisse stellen folglich Eindrücke über die verwendeten Bildmotive und Bildbeschreibungen dar. Es wurde dabei versucht, die Gesamtästhetik mit dem des Accounts zu vergleichen. Es ließ sich erkennen, dass der Hashtag von Effyourbeautystandards größtenteils von übergewichtigen Frauen genutzt wurde. Die Inszenierungen wiesen dabei eine Ähnlichkeit zu den Inszenierungen auf dem Account auf. Die Mehrheit der Frauen nutzte die Selbstporträts und Selfies, um ihre Outfits zu präsentieren und inszenierte sich meist anhand stereotypischer Inszenierungstechniken als sexy oder fröhlich. Es ließen sich auch en face-Gesichtselfies sowie Selfies von „normierten“ Körpern finden, deren optische Verknüpfung zu Effyourbeautystandards nicht offensichtlich wurde. Hierzu wurden häufig die Bildbeschreibungen genutzt, um einen thematischen Bezug herzustellen. Dazu wurden Empowerment-Storys oder „catchy statements“ verwendet. Selten ließen sich Beiträge finden, die nur der Hashtag von Effyourbeautystandards erhielten. Der Hashtag wurde meist eingebunden in themennahe, weitere Hashtags wie #bodypositivity oder #selflove. Es ließ sich zudem herausstellen, dass der Hashtag von Effyourbeautystandards weniger die

Diversität umfasst, die in dem Account aufgezeigt wurde. So sah man deutlich weniger Transgender, Menschen mit Behinderungen oder Männer. Auch die Fokussierung auf Körpermakel fand selten statt, es sei denn, diese bezogen sich auf das Themenspektrum der Gewichtszunahme oder des Gewichtsverlusts. Es ließen sich diesbezüglich auch selten Body Close-Ups finden. Netzfeministische Themen wie zum Beispiel Menstruation oder Körperhaare spielten im Hashtag-Feed von Effyourbeautystandards so gut wie keine Rolle. Das Gleiche galt für die Nutzung von bildnerischen Analogien, komplexeren Inszenierungstechniken, Requisiten und Accessoires außerhalb der Outfitelemente. Der Hashtag von Effyourbeautystandards ist demnach klar codiert und besitzt trotz des offenen, inklusiven und diversen Anspruchs der Bewegungen eine klare Verknüpfung zu der visuellen Repräsentation von beliebteren Frauen in meist körperbetonten Outfits und das bildnerische und textuelle Zelebrieren davon. Seltener wich die Bildästhetik stark ab. Vereinzelt wurden beispielsweise Vorher-Nachher Collagen von Körpern, die an Körpergewicht verloren haben, sowie stereotypische Inszenierungen von normierten Körpern markiert, die textuell keine Verbindung zu der Bewegung hergestellt haben. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Hashtag hierbei lediglich zur Reichweitenherstellung dienen und in diesem Zusammenhang eine Art bildnerische Störung innerhalb der Gesamtästhetik erzeugen sollte, um die Aufmerksamkeit auf die Beiträge zu generieren.

10.4.2 Tess Holliday

Tess Holliday hat es insbesondere durch ihre frühe und aktive Social Media-Präsenz geschafft, eine hohe Reichweite und Community aufzubauen. Holliday ist besonders reichweitenstark und mit 2,1 Millionen Followern auf Instagram vertreten, wobei ihr Profil – rund 5.820 Fotos und Videos umfasst (Stand: September 2020). Auf Hollidays Instagram-Account sind hauptsächlich Porträtfotos und Selfies zu finden. Seltener werden politische Statements oder „inspirational quotes“ gepostet oder geteilt. Insgesamt weisen die Selbstporträts und Selfies von Tess Holliday einen hohen Inszenierungsgrad auf: Sie zeigt sich in auffälliger, knapper und enganliegender Kleidung, nackt oder in Dessous. Die Farbwahl ist knallig und bunt und wird durch die starke Farbsättigung sowie die häufige Nutzung des Retro-Fotofilters in den Fotos verstärkt. Ihr Make-up entspricht dabei dem gängigen stereotypischen Vorbild weiblicher Darstellungsmodi, was durch ihre langen, oft voluminösen und wellig gestylten Haare intensiviert wird. Mit hinzukommenden Accessoires, beispielsweise in Form von langen Nägeln und auffälligen Ohrringen, wirken die Inszenierungen Hollidays jedoch auch zunehmend hyperfeminisiert und sexualisiert. Dies wird unterstützt durch ihre häufig genutzte Geste des gespitzten, leicht geöffneten Mundes und ihre gewählten Posen, die an Pin-up-Models der 1950er-Jahre erinnern. Hollidays Selfies lassen sich dabei zu den klassischen, feminisiert-inszenierten Momentaufnahmen zählen. Holliday zeigt sich hier häufig im Halb- oder Dreiviertelprofil. Dabei ist ihr Kopf leicht schräg positioniert, was Einfühlungsvermögen suggeriert und zur gängigen Inszenierungspraxis des Male Gaze zählt, um Feminität mit der Betonung von Schwäche, Hingabe und Verführung

darzustellen. Ihre langen Haare sind dabei meist offen und umschmeicheln ihr Gesicht und ihren Körper. Tess Holliday nutzt demnach die in der Social Media bekannten Darstellungsformen, wie sie in Abschnitt „9.1 Stereotypische Selbstinszenierungsmechanismen“ erläutert wurden. Dabei werden die im Netzfeminismus häufigen Thematisierungen von Körperhaaren und tabuisierenden Körperposen nicht aufgegriffen. Tess Holliday schwankt innerhalb der Inszenierung zwischen traditionellem Male Gaze und der subversiven Parodie.

Holliday setzt sich bewusst in einen Vergleich zu stereotypischen Bildästhetiken und Sehgewohnheiten, bildet aber hierbei innerhalb der Nachahmung die *Différance*. Die häufig genutzten Bildbeschreibungen stereotypisch anmutender Selfies (Abb. 29) sind dabei trivial gehalten und thematisieren oftmals ihren gut gelungenen „Look“. Diese Trivialisierung soll ihrem Körper somit keinen Status der Störung verleihen. Damit versucht Tess Holliday, eine Recodierung der Stigmatisierung von dicken Menschen im Sinne einer Normalisierung zu generieren (vgl. Czerniawski 2015: 5f.). Gleichzeitig versucht sie dies aber auch durch die Resignifizierung des Wortes „fat“. Holliday benennt sich innerhalb der Bildbeschreibungen häufig als „fat“, relativiert die Konnotation des Begriffs jedoch, indem sie ergänzt, wie „heiß“ und „sexy“ sie gerade aussähe. Diese Bildbeschreibungen wählt sie meist im Zusammenhang mit Ganzkörperporträts. Durch die Selbstbenennung als „fat“ benennt sich Holliday im Sinne der Interpellation selbst, bevor es andere machen können und verschafft sich damit ihre selbstgeschaffene soziale Existenz. Gleichzeitig recodiert sie den Begriff damit (vgl. Butler 1991: 212).

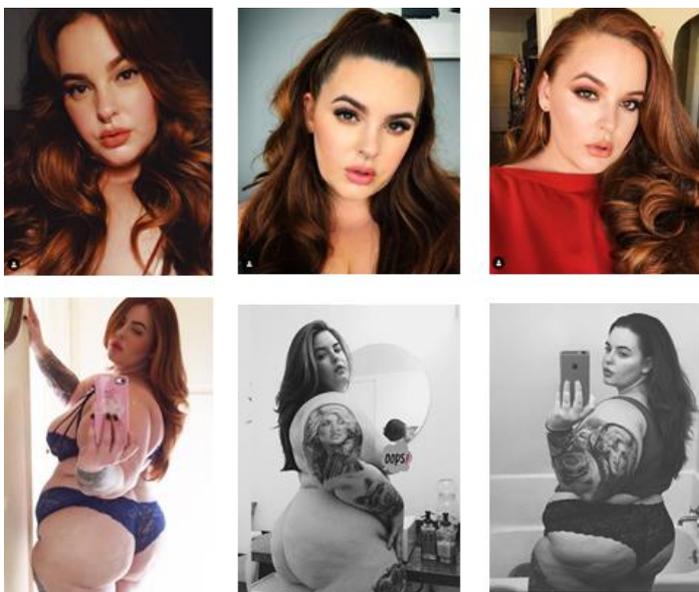


Abbildung 29: Auswahl an Selfies mit stereotypischen Körpertechniken aus dem Instagram-Account von Tess Holliday

Gerade bei erotischen und eindeutig sexualisierten Inszenierungen löst Holliday die visuelle Inszenierungsebene, die dem klassischen Male Gaze entspricht, durch die textuelle Ebene

auf. Hier stellt Holliday klar, dass die Inszenierung und die daraus abgeleitete sexuelle Anspielung selbstbestimmt sind. So lautet beispielsweise die Bildbeschreibung zu einem Bild, welches Holliday mit sehr tief ausgeschnittenem Dekolleté zeigt: „Roses are pink, Violets are blue, My self worth is unaffected by you“. Auf einem weiteren Porträt räkelt sich Holliday in einem engen kurzen Kleid auf einem Bett und schreibt dazu „Oh hi, I didn't see you there“. Es wird somit versucht, die eigene und unabhängige Sexualität zu zeigen und die Inszenierung als „aktives Bekenntnis“ dazu einzunehmen. Das „aktive Bekenntnis“ avanciert für Kohout zum zentralen Inszenierungsmechanismus der Netzfeministinnen (vgl. Kohout 2019: 47). Tess Holliday stellt somit in ihren Posts nicht nur eine Selbstbestimmung dar, sondern thematisiert und kritisiert damit auch direkt den Male Gaze.

Dennoch greift der Male Gaze innerhalb der Selbstdarstellung Tess Hollidays nicht, weil sie gerade seiner Körpernorm nicht entspricht. Dementsprechend können die stereotypisierten Inszenierungsmechanismen ebenso als eine Parodie des Male Gaze interpretiert werden. Der parodistische Effekt der Inszenierung Hollidays wird durch ihr häufig hyperfeminisiertes Styling unterstützt (Abb. 30), welches auch in der Netzbewegung Effyourbeautystandards ersichtlich wurde. Damit stellt Tess Holliday die Inszenierung der Weiblichkeit in Frage und entlarvt den normierten Blick durch die scheinbar eingenommenen stereotypierten Inszenierungen durch ihren Körper als Störung des Blickregimes. Insofern kann man die Inszenierung Hollidays nicht als eine Rekuperation der Weiblichkeit, sondern als Dekonstruktivismus lesen. Holliday modifiziert die Erwartungsmaxime parodistisch und greift somit Butlers Ansatz der Mimesis auf: „Und obwohl die Idee der Mimesis nahelegt, dass es zunächst ein Modell geben muss, das kopiert wird, kann die Mimesis auch bewirken, dass dieses a priori vorhandene Modell als rein phantasmagorisch entlarvt wird“ (Butler 1996, zitiert nach Fuchs 2011: 65). Dabei lässt sich jedoch erkennen, dass Hollidays Selfies häufig stereotypischen Inszenierungen zuzuordnen sind. Die Selbstporträts in Form von Shootings zeigen Holliday dennoch oftmals hyperfeminisiert und sexualisiert. Es ist somit fraglich, inwiefern Hollidays parodistische Hyperfeminisierung als eine selbstbestimmte Inszenierung fungieren kann.



Abbildung 30: Auswahl an hyperfeminisierten Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Tess Holliday

Dabei sind nicht alle Beiträge als „Aufmacherbild“ der Fat Acceptance-Bewegung zu interpretieren. Auch Tess Holliday nutzt Instagram alltagsbegleitend. Wie eingangs erwähnt, versucht Tess Holliday jedoch innerhalb der Trivialisierung des Alltags, der Stigmatisierung von „fat people“ entgegenzuwirken und diese zu normalisieren. So zeigt sie sich beispielsweise beim Sport, mit ihrer Familie, beim Essen etc. Schwerpunktmäßig stellt sich Holliday bewusst stark gestylt und inszeniert dar und bricht diese Inszenierung dabei vereinzelt mit Selfies auf, die sie beim Weinen oder mit ungeschminkter Haut zeigen. Die Brechung von inszenierter Künstlichkeit wurde spätestens 2015 von Netzkünstlerinnen wie Molly Soda und Audrey Wollen als geteilte Bildästhetik zunehmend verbreitet und wenig später zu einem Inszenierungstrend adaptiert, ohne als Netzbewegung fungiert zu haben (vgl. Ihring 2018; vgl. Instyle 2016).

Wie bei Curated by Girls ist der Instagram-Account von Effyourbeautystandards als ein geschützter Raum zu verstehen, in dem Hasskommentare gelöscht werden (vgl. Ganz 2018: 226). Der Account der Netzbewegung ermöglicht es, die Kommentare zu kontrollieren und zu überwachen. Die Bewegung soll demnach nicht als ein Diskussions- bzw. Meinungsraum, sondern als Motivation genutzt werden, sich visuell darzustellen und gegenseitig zu unterstützen. Gerade bei Netzbewegungen, die persönliche Coming-outs implizieren, die die User damit verletzlich machen, ist es somit essentiell, einen Raum zu schaffen, der frei von Vorurteilen, Stereotypisierungen und Beleidigungen ist. Der Hashtag-Feed kann aufgrund der häufigen Nutzung und der damit einhergehenden stetig aktualisierenden „Flut“ an neuen Beiträgen keinen „safe space“ darstellen. Dennoch stellt die Verwendung des Hashtags eine Lesbarkeit der Bildinszenierung her. Dies kann Sicherheit und ein Gefühl der Zugehörigkeit

geben, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu zeigen. Die Empowerment-Stories wirken innerhalb des Posts performativ, indem die Bildbeschreibung nachträglich das benennt, was es erzeugt hat – eine Katharsis (vgl. Butler 2006: 86).

Auf dem Account von Tess Holliday findet der Umgang mit Hass- bzw. Negativkommentaren diametral zum Instagram-Account von Effyourbeautystandards statt. Mit zunehmender Popularität, die insbesondere nach der Gründung der Hashtag-Bewegung begann, nahmen die Hasskommentare auf Hollidays Instagram-Account zu, wobei hier zwischen Hass- und negativen Kommentaren unterschieden werden muss. Hasskommentare sind alleine darauf ausgelegt, Menschen zu degradieren und sie anzugreifen. Sie sind daher ausschließlich destruktiv. Die negativen Kommentare greifen zwar ebenfalls an, tun dies jedoch häufig unter dem Argument der Fürsorglichkeit und der Besorgnis. Hass- und Negativkommentare richten sich nicht spezifisch auf bestimmte Inszenierungspraxen, sondern generell gegen Tess Hollidays Person in der Öffentlichkeit. Es ließ sich im Account von Tess Holliday erkennen, dass eine Vermehrung an Negativ- und Hasskommentaren entsteht, wenn die Fotos sehr freizügig sind, aber amateurhaft ausfallen. Die Fotos wirken dadurch häufig „unvorteilhafter“. Die Negativ- und Hasskommentare richten sich insbesondere darauf, dass Holliday ihren Körper in den gleichen Inszenierungsgrad wie die genormten Körper setzt und damit ebenso visuell impliziert, dass sie ihren Körper als normal und gleichwertig einstuft, was gerade der Grund für die vielen Hass- und Negativkommentare ist. Durch einige Kommentare der User wird jedoch deutlich, dass Holliday Kommentare gelöscht und User geblockt hat. Insofern ist nicht ersichtlich, wie drastisch die Kommentare ohne ein Eingreifen wären.

Die negativen Kommentare richten sich zusammenfassend insbesondere auf Hollidays Gesundheitszustand, die Glorifizierung von Fettleibigkeit, die schlechte Vorbildfunktion und die daraus resultierenden Sorgen, dass Kinder und Jugendliche den „Lifestyle“ Hollidays übernehmen und nachahmen könnten. Selten kommentiert Holliday Hass- und Negativkommentare direkt, reagiert aber ferner ironisch mit Posts, indem sie beispielsweise ein T-Shirt trägt, auf dem „I’m a bad influence, but shit I’m fun“ oder „your opinion doesn’t pay my bills“ steht. Zudem zeigt sie sich gerne beim Essen von Torten oder anderen Desserts oder posiert selbstironisch vor einem Plakat, auf dem ein Wal zu sehen ist und fügt in der Bildbeschreibung „reunited family“ hinzu. Auch in diesem Zusammenhang findet eine Interpellation des Selbst statt, womit das Gepostete sich in das foucaultsche Geständnis einreicht. Gerade durch den Erfolg von Effyourbeautystandards und einer damit geschaffenen aktiven Community hat Holliday ebenso auch eine aktive Base an Followern generieren können. Diese Aktivität zeichnet sich durch das Kommentieren ihrer Posts aus. Die meisten Kommentare machen Holliday Komplimente, sprechen ihr zu, bedanken sich für ihren Mut, ihre Motivation und Inspiration oder berichten von eigenen Erfahrungen. Eine aktive Fanbase zu haben, ist nicht nur wichtig für den Algorithmus auf Instagram, sondern schafft in Hollidays Fall eine Loyalität ihr gegenüber, sodass Hass- und Negativkommentare ohne Einwirken von Tess geschwächt werden können. Meistens kommt es durch das Einschreiten

der Community zu keinen weiteren Negativkommentaren der User, zumal einige versuchen, ihre Negativkommentare richtigzustellen und sich dafür zu rechtfertigen. Es wird ersichtlich, dass viele in Hollidays Community Holliday als Projektion ihrer eigenen Person sehen, sich somit ebenfalls persönlich angegriffen und beleidigt fühlen und sich daher äußerst emotional, teilweise sogar beleidigend gegenüber den kritisierenden Usern äußern. Das Zulassen von Hass- und Negativkommentaren kann als taktische Maßnahme Hollidays verstanden werden. Einerseits verschafft sie sich durch die vielen Kommentare eine verbesserte Sichtbarkeit auf Instagram. Andererseits wird durch die vielen Negativ- und Hasskommentare die Netzbewegung Effyourbeautystandards gerechtfertigt und erzeugt dadurch eine intensivere Bindung an die Community. Das Zulassen der Kommentare zeigt auch die Affektwirkung auf, die Kohout anhand der Bildstrategie des Empowerments beschrieben hat. Die negativen Kommentare zeigen trotz des ästhetischen Normalisierungsprozesses auf dem Account von Holliday auf, dass es sich um eine Störung des Blickregimes und somit stets um subversive Inszenierungstechniken handelt.

10.4.3 Einordnung der Bildtechniken

Die Untersuchung der Netzbewegung Effyourbeautystandards konnte aufzeigen, dass bestimmte Bildtechniken eingesetzt wurden, die für die Codierung der Bewegung stehen. Die Bildinszenierungen richteten sich dabei an die Inszenierungen Tess Hollidays und zeigten mehrheitlich übergewichtige Menschen in meist knappen, femininen Outfits. Es wurden größtenteils Selfies, später überwiegend Selbstporträts gepostet, die häufig den ganzen Körper der Protagonisten zeigten. Bei dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards wurde dabei vor allem auf Diversität gesetzt. So wurden übergewichtige Menschen gezeigt, die mit weiteren Einschränkungen, Diskriminierungen bzw. mit weiteren Stigmen ihres Körpers zu kämpfen haben, wie beispielsweise PoC oder Transgender. Seltener wurden Körpermakel innerhalb von Body Close-Ups gepostet. Die Hashtag-Bewegung zeigte sich deutlich weniger divers.

Generell ist die Bildsprache der Bewegung einfach und direkt und weicht damit von den konzeptuellen Selfies ab, die unter anderem auf dem Instagram-Account von Curated by Girls untersucht wurden. Netzfeministische Themen wie Menstruation oder Körperhaare spielen keine zentrale Rolle. Es lassen sich zudem selten tabuisierte Posen und Perspektiven finden. Die auf Curated by Girls häufig zu findenden Bildmotive der Enttabuisierung der Vulva finden sich nicht bei Effyourbeautystandards wieder. Der zentrale Unterschied in den Bildinszenierungen von Curated by Girls und Effyourbeautystandards zeigt sich innerhalb der Produktion von Authentizität und Natürlichkeit. Bei Curated by Girls geht es größtenteils darum, dass keine Selbstarbeit am Körper stattfindet und die Protagonistinnen dennoch Sichtbarkeit und Anerkennung bekommen haben. Es wird hierbei oftmals auf Retusche sowie auf aufwendiges Styling, Schminke und stereotypische Posen verzichtet. Die Bildinszenierungen auf Effyourbeautystandards zeigen die Protagonistinnen und

Protagonisten meist in stereotypischen Posen. Im Zusammenspiel mit der Kleidung und dem Styling soll mit dem Selbstporträt oder Selfie der Moment festgehalten werden, in dem man sich schön und begehrenswert fühlt. Die stereotypischen Inszenierungen sollen dabei eine bildnerische Gleichwertigkeit der Konnotation des Schönen erzielen. Dabei werden einige Bilder auch bearbeitet. Das Styling steht dabei symbolhaft dafür, dass man sich zeigen und gesehen werden will. Die Protagonistinnen und Protagonisten von Effyourbeautystandards verweisen innerhalb der Inszenierung dabei häufig auf Fashion Models. Demnach lässt sich auch seltener bildnerische Inszenierungen der Stille, Einsamkeit, der Selbstreflexion oder des Sich-Selbst-Entdeckens finden. Die Bildtechnik des Aufzeigens einer Täterschaft, so wie sie anhand der Bildstrategie der Provokation besprochen wurde, wird bei Effyourbeautystandards nicht aufgegriffen. Zudem lassen sich Inszenierungen, die auf Ambivalenzen oder auf Zitate verweisen, selten finden. Das Spiel mit Symbolen wie Blumen und Spiegel stellt ebenso keine zentrale Rolle dar.

In den Accounts von Effyourbeautystandards und Tess Holliday finden sich dabei durchaus Überspitzungen der femininen Konnotationen, die an das Bildmotiv der Maskerade in der Feministischen Avantgarde erinnern. In Hinblick dessen kann oftmals eine Art parodistische Hyperfeminisierung erkannt werden, wobei eine solche gerade bei Tess Holliday hervorsticht. Wie bei den Dragqueens wird mit der Überspitzung von Posen und dem Styling das Konstrukt der Weiblichkeit in Frage gestellt, da den Körpern in diesem Zusammenhang der Status der Weiblichkeit entzogen wurde oder der Körper gar als hypersexualisierter, anormaler Fetisch abgetan wird. Diese Überspitzungen finden seltener innerhalb des Hashtags-Feeds von Effyourbeautystandards statt. Die Überbetonung des femininen Stylings bringt das Geschlechtersystem ebenso wie den Male Gaze ins Wanken. Dadurch bekommen die Instagram-Accounts von Effyourbeautystandards und von Tess Holliday eine dekonstruktivistische Komponente. Demnach verweist der Account von Curated by Girls bildnerisch eher auf ein „elsewhere“, welches die Darstellung im Male Gaze verweigert (vgl. De Lauretis 1987, zitiert nach Schaffer 2008: 118), wobei Effyourbeautystandards und Tess Holliday den Male Gaze eher modifizieren wollen. Effyourbeautystandards sowie Curated by Girls verfolgen damit in gewisser Weise das gleiche feministische Ziel, verwenden diesbezüglich jedoch trotz der geteilten Bildstrategie des Empowerments unterschiedliche Techniken der thematischen Bezugnahme. Bei Effyourbeautystandards wird dabei das Kaschieren des Körpers und bei Curated by Girls die Selbstarbeit aufgegeben. Beide Accounts zeigen damit auf, dass Nonkonformität auch Handlungsfähigkeit, Anerkennung und Sichtbarkeit bedeuten kann.

In dem Gesamtkontext von Hollidays Account stellen Alltagsschnappschüsse eine Trivialität der Bildsprache her, die die Stigmatisierungen von „fat people“ aufbrechen sollen. Holliday inszeniert sich attraktiv, aktiv und erfolgreich. Gleichzeitig soll die „Opferrolle“ durch Empowerment-Stories gebrochen werden. Insofern „setzen sich die betroffenen Frauen [...] dem Status des Opfers aus, verwenden ihn jedoch [...] dazu, eine Aufstiegs Geschichte, eine Emanzipationsgeschichte effektiv zu erzählen“ (Kohout 2019). Durch die gewählten

Bildinszenierungen, die für die Protagonistinnen und Protagonisten als Tabuisierung gilt, stellt die Inszenierung jener Tabuisierungen eine unsichere Situation dar, die die Intelligibilität gefährden und das Subjekt demnach verletzbar machen kann. Bei Effyourbeautystandards sowie bei Curated by Gilrs stellt die Selbstbenennungen bzw. das Geständnis das zentrale Instrument dar, um sich einen sicheren Status zu verleihen. Durch die Nutzung von Hashtags kann der Effekt der Sicherheit verstärkt werden, da die Einbindung und Lesbarkeit der Bildinszenierung deutlicher hervortritt und zudem auch Zugehörigkeit ausdrückt. In diesem Sinne wird das Subjekt ermächtigt, da es einen erfolgreichen performativen Sprechakt tätigt, indem der Sprechakt schließlich erzeugt, was er benennt. Die Bildbeschreibung wirkt performativ, da sie den katharsischen Effekt der Bildinszenierung ins Leben ruft und somit als Befreiungsakt fungiert. Die Bildbeschreibungen in Form der Selbstbenennung sowie die Empowerment-Story fassen dabei häufig die Intentionen der Bewegung zusammen. Bei Effyourbeautystandards sowie bei Tess Holliday spielen zudem „inspirational“ und „motivations quotes“ eine zentrale Rolle, um die Botschaft des Empowerments zu verstärken, aber ebenso, um weitere feministische Themen anzuteasern. Dabei wird in den Bildbeschreibungen vertiefend auf die feministischen Thematiken eingegangen oder auf weiterführende Links bzw. Bewegungen verwiesen. Oftmals wirken die Empowerment-Stories auch wie Lifestyle-Tipps. Insofern stellt sich der Ausgangspunkt innerhalb der Überwindung des Male Gaze nicht nur rein bildnerisch dar, sondern ebenfalls durch eine veränderte Denkweise. Curated by Girls sowie der Account von Effyourbeautystandards stellen einen gesicherten Raum her, indem keine negativen und Hasskommentare auftauchen. Dies verstärkt den Effekt des Empowerments. Tess Holliday lässt im Gegenteil dazu Hasskommentare auf ihrem Account zu, wobei ersichtlich wurde, dass Holliday ebenso einige Kommentare gelöscht sowie User blockiert hat. Die Hasskommentare werden dabei oftmals von Tess Hollidays Community entkräftet und zeigen auf, dass die User sehr emotional und betroffen reagieren. Hollidays Strategien werden dabei vielfältig effektiv, denn sie verstärkt durch das Zulassen von Hasskommentaren die Loyalität ihrer Community. Zudem verbessert sie durch die vielen Kommentare algorithmisch die Sichtbarkeit ihrer Beiträge und zeigt durch die Hasskommentare die Wichtigkeit und Aktualität ihrer Netzbewegung auf. Durch die Hasskommentare wird auch das subversive Potenzial der Bildtechnik ersichtlich. Die Bildinszenierungen lösen Effekte aus und polarisieren. Dies tun sie bei Tess Holliday selbst in dem normalisierenden Rahmen ihres eigenen Accounts, wodurch die Sprengkraft der Bildinszenierung deutlich sichtbar wird. Curated by Girls und Effyourbeautystandards zeigen demnach alternative Schönheitskonzepte auf. Dabei geht es darum, deutlich zu machen: „Seht her, das ist schön“ (Kohout 2020). Es wird generell eine sanfte, fröhliche Bildsprache forciert.

Anhand von Tess Hollidays Account lassen sich im Vergleich zu Byströms und Sodas Account deutliche Unterschiede innerhalb der Bildästhetik finden. Die Kernunterschiede wurden dabei auch durch die Gegenüberstellung von Curated by Girls und Effyourbeautystandards aufgezeigt. So zeigen sich die Inszenierungen von Effyourbeautystandards und Tess Holliday

oftmals einfach und weniger komplex. Es wird bildnerisch selten mit Verweisen oder Bezügen gearbeitet. Ein zentraler Aspekt bei der Inszenierung von Byström und Soda ist dabei auch die Thematisierung der Identitätskonzeption als Digital Native. Es wird sich mit dem Medium Internet auseinandergesetzt bzw. wird das Medium oftmals zentrales Element in den Inszenierungen. Auch wird der Einsatz der Girly-Konnotation unterschiedlich genutzt. So verweist der Einsatz bei Byström und Soda auf eine Identitäts- und Körperentwicklung, die den Übergang vom Teenie zum Erwachsenen thematisiert. Es wird sich demnach bildnerisch damit auseinandergesetzt, dass der Körper sich verändert, beginnt, „ekelig“ und anders zu werden, und sich zudem gesellschaftliche Erwartungen verändern, wie man sich verhalten und zeigen soll. Es geht somit oftmals um das, was in den Teenagerjahren bedeutsam wird, weil es als Tabuisierung gilt, wie beispielsweise die Sexualität und die Menstruation. Unter diesen Bedingungen wird auch die Selbstdarstellung thematisiert und hinterfragt. Es wird außerdem mit Gefühlen und Assoziationen bestimmter Gegenstände und Symbole gespielt. Bei Hollidays Inszenierung findet man diese Metaebenen nicht. Es geht nicht wie bei Molly Soda um ein Ausprobieren von Inszenierungen und Posen, sondern eher darum, sich selbst Anerkennung zu verschaffen. Tess Holliday und vermehrt auch Arvida Byström inszenieren sich professionell. Die Inszenierungen wirken bewusst eingenommen. Beide verweisen auf die Schönheits- und Darstellungsimperative und machen damit Angebote, wie Schönheit innerhalb einer Différance aussehen kann. Bei Tess Holliday geht es in erster Linie darum, ihren Körper zu entstigmatisieren. In diesem Sinne provoziert sie nicht „noch mehr“ mit weiteren Tabubrüchen abseits der Körperstigmatisierung. Dies lässt sich auch in der Netzbewegung Effyourbeautystandards erkennen. Dementsprechend kann auf die These geschlossen werden, dass „normierte“ Körper innerhalb der feministischen Enttabuisierung von Darstellungsmechanismen „weiter gehen“ können als „unnormierte“ Körper. Dies zeigt sich auch in den Fotos auf Curated by Girls, wo selten weitere Enttabuisierungen bei der Darstellung von „fat bodies“ vorkamen.

Ebenso stellen die Selfies, denen in diesem Kontext ein künstlerischer Hintergrund zugesprochen wurde, visuell und textuell oftmals Fragen an den Rezipienten, wobei vermehrt mit Symbolen und Verweisen gearbeitet wird. Gleichzeitig konnte dennoch aufgezeigt werden, dass die künstlerischen Arbeiten und die eher einfache und direkte Bildästhetik, wie man sie bei Effyourbeautystandards sehen konnte, sich vermischten. Obwohl der Account von Effyourbeautystandards im Laufe der Zeit thematisch erweitert wurde, ging es in erster Linie um die Sichtbarkeitsmachung von dickeren Körpern. Man kann demnach darauf schließen, dass Effyourbeautystandards gerade deswegen eine so erfolgreiche Netzbewegung darstellt, weil letztlich die Inszenierungen in einen Rahmen der Befreiung fallen, der oftmals noch immer nah an den konformen Inszenierungen stattfindet. Dies lässt die Netzbewegung gemäßiger erscheinen. Keiner der hier untersuchten Accounts hat versucht, spezifisch männlich konnotierte Bildinszenierungen zu übernehmen. Es galt dabei auch nicht, wie in der Riot Grrrl-Bewegung, einen männlich geprägten Raum zu erobern, sondern um eine Umgestaltung des schon Vorhandenen. Holliday verwies in ihren Bildbeschreibungen oftmals auf ihren Erfolg. Neben der Interpretation, dass es sich hierbei

um eine Entstigmatisierung von „fat people“ handelt, kann man jedoch auch bildnerisch das Zelebrieren der Konsumkultur erkennen, welches McRobbie im Postfeminismus beschrieben hat (vgl. McRobbie 20016: 6f.). Es wird somit ein Teil des Systems kritisiert, aber dies in keinen größeren hegemonialen Zusammenhang thematisiert. Bei Tess Holliday, Effyourbeautystandards sowie bei Byström wirkt es, als sei das System in Ordnung, solange man selbst eine aktive Rolle darin spielen kann. Dies zeigt sich ebenfalls darin, dass Holliday als auch Byström als Influencer arbeiten. Effyourbeautystandards ist dabei Kooperationspartner von Unternehmen und hat beispielsweise eine eigene Bekleidungsline.

10.5 Körpertechniken und Machttechnologien

Die Nutzung des Mediums Instagrams unterliegt immer auch den Machttechnologien, die auf der Plattform vorhanden sind. Dabei bietet Instagram die Kontrolle über das Image und der eigenen öffentlichen Darstellung (vgl. Kohout 2019: 28). Hierbei kann man durchaus auch Parallelen zu der Riot Grrrl-Bewegung ziehen, in der es darum ging, dass Frauen als Produzentinnen auftraten und neue Distributionsformen erprobten (vgl. Seidel 2016: 75). Gerade der Aspekt der Selbstbestimmung implizierte dabei schon bei der Riot Grrrl-Bewegung den Aspekt der Selbstvermarktung und eine darauf basierende Kritik. Instagram verstärkt durch die kapitalistische Rahmung der Plattform den Eindruck der Inszenierung als Selbstvermarktungsstrategie. Dabei fand sich die Kritik der Eigenwerbung schon in der Feministischen Avantgarde. So hieß es, dass einige Künstlerinnen wie Birgit Jürgenssen oder Hannah Wilke ihre Schönheit und ihre „wohlgeformten Körper“ zum Zentrum ihrer Werke machten, um Eigennutzen daraus zu erzielen (vgl. Schor 2015: 22). Die Selbstbestimmung von Frauen als Produzentinnen und als Gegenstand der eigenen Kunst löste schon immer Kritik aus, die sich auf genau die gleiche Weise im heutigen Netzfeminismus wiederfindet. Dabei geht Grammatikopoulou von einer Kritik von Männern aus, die sich von den Inszenierungen, die sich gegen den traditionellen Male Gaze richten, „ausgeschlossen“ und angegriffen fühlen. Gleichzeitig sieht sie das Vorurteil, dass, wann immer eine Frau sich öffentlich und vor allem nackt zeigt, dies mit der Intention einhergehen muss, sich selbst schön zu finden und für ihre Schönheit Bestätigung einfordern zu wollen (vgl. Grammatikopoulou 2018: 162). Der Vorwurf des Narzissmus innerhalb eines Mediums, welches auf Selbstdarstellung ausgelegt ist, ist somit in der Nutzung Instagrams immanent und trifft dabei dennoch oftmals Frauen. So stellt dazu Dobson fest, dass Frauen zwar als aktive Nutzerinnen und Produzentinnen gesehen werden, ihre Selbstinszenierungen jedoch häufig als „falsch“ eingestuft werden (vgl. Dobson 2015: 1f.). Dies zeigt sich auch zunehmend anhand der medialen Besprechung der Selbstinszenierungen von weiblichen Celebrities auf Instagram. Die weibliche Selbstinszenierung gehe dabei zwar mit dem Vorwurf des Narzissmus umher, dieser sei jedoch meist nur Ausdruck von Unsicherheiten und dem Wunsch nach Anerkennung (vgl. Dobson 2015: 1f.).

Dabei wird häufig gerade die netzfeministische Bildästhetik des Empowerments zum Ausgangspunkt der Kritik. Es werden demnach die Enttabuisierungen der weiblichen Sexualität, Menstruation, Körpermakel, die Vulva und Körperhaare in Hinblick auf die gleichzeitige Stilisierung der Protagonistinnen als schön und sexy kritisiert (vgl. Meier 2017b). Es entsteht somit der Eindruck, dass die bildnerischen feministischen Bezüge zum USP, zum Alleinstellungsmerkmal werden und hierbei in das kalkulierte Vorgehen des unternehmerischen Selbst fallen. Die Radikalität der Bildinszenierung sowie die Nacktheit können dabei als Schock- bzw. als „sex sells“-Marketingstrategie interpretieren werden (vgl. Meier 2017b). Das Austesten und Provozieren der Zensurpolitik könne man damit auch als Strategie deuten, um überhaupt Aufmerksamkeit zu bekommen (vgl. Meier 2016a). Auch die Nutzung des eigentlich kritisierten Mediums gehört jeher ebenfalls zu immer wiederkehrenden Kritikpunkt. Dabei fragt sich Grammatikopoulou: „Wo aber ziehen die feministischen Künstlerinnen des digitalen Zeitalters eine Grenze zwischen Feminismus und Konsumkultur, zwischen feministischem Aktivismus und Noise?“ (Grammatikopoulou 2018: 162).

Es scheint, als vermischten sich im Netzfeminismus die Elemente der Subversion mit den Elementen des Konsums. So lassen sich auf allen hier untersuchten Accounts Werbeelemente finden. Diese forcieren nicht ausschließlich die Eigenwerbung in Form des Impression-Marketings, sondern stellen auch konkrete Produktplatzierungen dar. Effyourbeautystandards ist dabei nicht nur als Netzbewegung, sondern ebenfalls als eine Art Werbeplattform von Tess Holliday zu verstehen, indem sie sich selbst als Galionsfigur der Bewegung vermarktet. Effyourbeautystandards ist dabei nicht nur zu einer Marke für Tess Holliday geworden, sondern ist mit der Kennzeichnung des Trademark-Logos ausgestattet und stellt in diesem Sinne auch eine „offizielle“ Marke dar. Diesbezüglich gibt es seit Sommer 2020 eine urbane Streetwear-Kollektion von Effyourbeautystandards in Kollaboration mit einer Bekleidungsmarke (vgl. Fashion to Figure 2020). Tess Hollidays digitale Präsenz sowie ihre Netzbewegung zeigen deutlich auf, dass es eine interessierte Käuferschaft von moderner Kleidung für „fat bodies“ gibt und offenbart dadurch eine rentable marktwirtschaftliche Nische. So ist es das Prinzip Instagrams, dass der Erfolg der Netzbewegung bzw. des Netzfeminismus einsehbar und in diesem Sinne auch messbar wird. Innerhalb der Auslegung von Effyourbeautystandards ging es von Anfang an darum, sich in sexy Kleidung zu zeigen. Damit ging die Intention mit dem Wunsch nach schöner, körperbetonten Kleidung für dickere Menschen einher, was wie eine Aufforderung an Unternehmen zu verstehen war, mehr Kleidung für große Größen zu produzieren. Instagram hat es dabei vereinfacht, Käuferschaften bzw. Zielgruppen zu finden und bewerben, aber vice versa diese gar aufzeigbar bzw. sichtbar zu machen. Der Erfolg der Effyourbeautystandards-Bewegung hat sicherlich auch damit zu tun, dass man mit dem Wunsch nach Sichtbarkeit und schöner Mode Kapital erwirtschaften kann. Auf der Webseite von Curated By Girls kann man diesbezüglich sogar einen eigenen Menüpunkt namentlich „Hire us“ finden. Unternehmen bekommen hier eine Art Portfolio über die vergangenen Kooperationen mit Unternehmen wie Adidas oder Skyy Vodka (vgl. Curated by Girls 2021).

Bei allen hier untersuchten Accounts wurden am häufigsten Kleidungsstücke und Accessoires verlinkt oder markiert, was jedoch nicht nur zu Werbezwecken geschehen, sondern auch vermehrt als Versuch gewertet werden kann, die Reichweite zu erhöhen. Die hier besprochenen Bildtechniken wurden somit eingebunden in Produkt- und Marketingkampagnen.

In dem nächsten Abschnitt sollen mithilfe des von Andi Zeisler beschriebenen Marktfeminismus die Effekte des Netzfeminismus beleuchtet werden. Diesbezüglich wird die Frage gestellt, inwiefern die Verbindung zwischen Netzfeminismus und Marktfeminismus die Lesbarkeit der feministischen Bildästhetik verändert. Es geht demnach um die Frage, ob die Kommerzialisierung der netzfeministischen Ästhetik den subversiven Gestus relativiert. Es wird im Folgenden der Selfie-Schwerpunkt verlassen. Stattdessen werden marktfeministische Werbekampagnen beleuchtet, die jedoch als Resultat des Erfolges des Netzfeminismus zu werten sind und hier als netzfeministische Bedeutungs- bzw. Diskursproduzenten verstanden werden.

In ihrem Buch „Wir waren doch mal Feministinnen: Vom Riot Grrrl zum Covergirl – der Ausverkauf einer politischen Bewegung“ (2017) schreibt Andi Zeisler über die Mainstreamisierung des Feminismus und bezeichnet diesen dahingehend als „Marktfeminismus“ (vgl. Zeisler 2017: 12). Im Marktfeminismus gehe es darum, den Feminismus zu dekontextualisieren und zu entpolitisieren (vgl. Zeisler 2017: 12). Insofern sind Zeislers Thesen als eine Spezifizierung und Weiterführung von McRobbies postfeministischer Maskerade zu verstehen. Der Feminismus wird dahingehend zu einer Marke, zu einem Konsumgut gemacht, wobei das Produkt der Identitätsbeschreibung bzw. einem Kollektivgefühl dienen soll. Somit wird der Feminismus heruntergebrochen auf die Aspekte, die sich gut vermarkten und konsumieren lassen (vgl. Zeisler 2017: 97f.), ähnlich wie es bei dem in Abschnitt „5.3.2 Girl Power“ beschriebenen Wandel von der Grrrl Power zur Girl Power der Fall war. Der Marktfeminismus hat damit neue Themen und Körperbilder in den Mainstream gebracht. Gleichzeitig zeigt sich der Netzfeminismus damit auch zunehmend marktwirtschaftlicher. Zeisler geht davon aus, dass der Marktfeminismus den Feminismus inhaltlich abflacht. Die Benennung des Marktfeminismus während des späten Höhepunktes des Netzfeminismus von Zeisler macht damit die Normalisierung von bestimmten netzfeministischen Elementen deutlich, so wie es in Abschnitt „3.2 Subversionstheorien“ und spezifischer in Abschnitt „5.3.2 Girl Power“ beschrieben worden ist. Die Normen verschieben sich laut Ernst stets dahingehend, dass die „provokanten Gesten [...] ins Leere zielen und ihrer distinktiven Funktion beraubt“ werden (Ernst 2008). Die These Baßlers ist in diesem Zusammenhang, dass sich die Verschiebung von spezifischen Normen hin zur Normalität retropektiv aufzeigt. Das heißt, dass man letztlich durch die Mainstreamisierung zeigt, dass es sich anfangs um eine „wirkliche“ Subversion gehandelt hat (vgl. Baßler 2018).

Dabei fasst auch Zeisler den Marktfeminismus weniger als Impression-Management auf, sondern fasst diesen eher als ein Top-down-Prinzip, welches von Unternehmen ausgeht. Die Verknüpfung zwischen Kooperationen zu marktfeministischen Produkten und Netzfeministinnen, die als Testimonials eingesetzt werden, ist dabei jedoch fließend. Zeisler wählt hierbei eine Perspektive, in der sie insbesondere den Begriff des Feminismus und die Kommodifizierung dessen beschreibt. Sie geht dabei weniger auf die Social Media noch auf die netzfeministische Bildästhetik ein. So wird im Folgenden davon ausgegangen, dass der Marktfeminismus als Resultat des Erfolges der Netzfeministinnen in der Social Media gesehen werden kann. Dabei entstand der Erfolg vor allem durch den Einsatz der Bildstrategie des Empowerments und somit auch durch die Machttechniken auf Instagram, die der Bildstrategie sowie der Bewegung im Allgemeinen erst eine Öffentlichkeit stellten und deren Relevanz sichtbar machte. Dadurch, dass sich durch das System Instagrams bestimmte netzfeministische Bildmotive durchsetzten, welche in der Analyse aufgezeigt wurden, konnten Verknüpfungen der bildnerischen Codierung und der thematischen inhaltlichen Ebene entstehen und sich festsetzen. Dabei kann man davon ausgehen, dass gerade, weil Instagram eine Homogenisierung der (Körper-) Inszenierungen förderte, dadurch ein Raum geschaffen wurde, in dem subversive Inszenierungen stärker erkenntlich wurden und auffielen, was paradoxerweise wiederum den Algorithmus verbesserte.

Als Meilenstein beschreibt Zeisler dabei einen Paradigmenwechsel, der sich Anfang der 2000er-Jahre hervortat. So wird dabei stets auf die Dove-Werbekampagne von 2004 Bezug genommen. Die Kampagne war eine der ersten Diversity-Kampagnen, in der keine Models, sondern „normale“ Frauen gezeigt wurden. Mit dem Slogan „Keine Models, aber straffe Kurven“ ging es um die Intention, unterschiedliche Körperformen von Frauen zu zeigen. Die Frauen sollten zeigen, dass auch „normale“ Frauen schön sein können. Dove brüstet sich dabei als Vorreiter der Body Positivity-Bewegung (vgl. Unilever 2020). Der Erfolg der Kampagne zeigte auf, dass Produkte, die stets die Problemlösung für das unperfekte Selbst versprachen, auch funktionieren, wenn diese kein Minderwertigkeitsgefühl bei den Konsumenten erzeugten. In diesem Sinne setzte Anfang 2000 schon der Marketingtrend des Diversity-Marketings noch vor dem Erfolg des „Femvertising“ ein. Dabei stellen heutzutage das Diversity Marketing, das Femvertising, das Empowertising und die Bezugnahmen zu Netzbewegungen untrennbare Verknüpfungen innerhalb der Marketingstrategien dar. Eine zentrale Rolle spielte dabei jedoch schon von Anfang an das Empowerment und die Herstellung positiver Gefühle beim Konsumieren. So wie im Postfeminismus beschrieben, geht es nicht darum, schön für Männer zu sein, sondern für sich selbst. Die Selbstarbeit soll Spaß machen. Dabei geht es ebenso nicht mehr darum, ein Ideal zu erfüllen, sondern um den Ansporn, dass man sich mit dem Produkt etwas Gutes tut. Dies versprach die Verbindung zum Feminismus. Dieser stand dabei für die Selbstbestimmung und für das Selbstbewusstsein moderner Frauen, was auf die Produkte projiziert werden sollte. Diese Marketing-Strategie eignet sich besonders gut in der Social Media. Die Käuferschaft kann demnach besser angesprochen werden, gleichzeitig werden Hashtag-Kampagnen erstellt, die

sich mit den Netzbewegungen vermischen. Jede Kampagne wurde damit als eine neue (Netz-)Bewegung vermarktet.

Seit 2015 wurde die Body Positivity-Bewegung immer relevanter, was sich auch in den Marketingkampagnen zeigte. Esprit startete mit der Herbstkollektion 2015 die Kampagne „#ImPerfect“ und zelebrierte hierbei mit gleichzeitiger Digitalstrategie Individualität und Vielfalt. Weitere große Unternehmen zogen schnell nach. H&M zeigte beispielsweise in der Kampagne „She’s a lady“ (2016) neben der Netzkünstlerin Arvida Byström unterschiedliche Frauen, die nicht per se dem Spektrum des Modells zugeordnet werden konnten. Es lassen sich derzeit unzählige Werbekampagnen nennen, die eine Verknüpfung zu dem Netzfeminismus schaffen und hierbei insbesondere auch die Bildästhetik übernahmen. Eine besonders beliebte Marketingstrategie ist dabei der Einsatz von „selbst ernannten“ Feministinnen, die das feministische Potenzial des Produktes bestätigen. Dies nennt Zeisler dann „Empowertising“, was auf der Idee beruht, „dass jede Konsumentenentscheidung eine feministische Entscheidung ist, sobald sie das Etikett von einer selbst ernannten Feministin verpasst bekommt“ (Zeisler 2017: 38f.). Dabei braucht es in dieser Form nur das Marketing, welches dem Produkt seinen feministischen Aspekt zuspricht. Dementsprechend „braucht es weder Ideologie noch Arbeit noch Politik und auch keine speziellen Handlungen oder Verfahren. Man muss nur verkünden: »das ist feministisch, weil wir sagen, dass es feministisch ist«“ (Zeisler 2017: 83).

Meistens sind die Werbekampagnen dabei auf „branded content“ ausgelegt. Das bedeutet, dass das eigentlich zu bewerbende Produkt zur Nebensache wird und es vermehrt darum geht, Emotionen zu erzeugen. Oftmals steht es im Zentrum, die Protagonistinnen zu Wort kommen zu lassen. Es geht um die Selbstfindung, sich wohl in der eigenen Haut zu fühlen und die vermeintlichen Makel als etwas zu betrachten, was einen als Persönlichkeit auszeichnet und zu etwas Besonderem macht. Damit werden die hier analysierten Bildbeschreibungen im Netzfeminismus von der Werbung aufgegriffen. Die Verknüpfung des Geständnisses mit dem Empowerment ist demnach zentrales Werbeelement. Das Prinzip des Empowerments ist dabei ein individuelles, bei dem es darum geht, sich zu motivieren und selbst aktiv zu werden. Wie anhand des Postfeminismus beschrieben, geht es nicht mehr darum, das Patriarchat anzuklagen. Es geht weitersponnen auch nicht mehr um eine Anklage an die Schönheitsindustrie, denn es wird nun mehr oder weniger aufgezeigt, dass alle Körper sichtbar werden können. Der Körper wird nun nicht mehr zur Ursache des Versagens, sondern ebenso zur Möglichkeit, seine Makel verkaufen zu können. Alle können aus dem eigenen Körper Profit schlagen, wenn sie nur wollen, und sie können es nun sogar selbstbestimmt tun. Die Schönheits- und Bekleidungsindustrie zeigen durch die Marketingkampagnen auf, dass sie nun Freund bzw. Freundin geworden sind. Es ist somit kein „Feind“ mehr ersichtlich – das Versagen sich in der Gesellschaft ausgeschlossen zu fühlen, liegt nun bei einem selbst. Diskriminierungen werden zum Empowerment.

Zeisler spricht dabei davon, dass das Empowertising eng an den Choice-Feminismus gekoppelt ist. Dabei wird versucht, den Feminismus sexy zu präsentieren und ihm damit ein Rebranding zu geben. Dieses Rebranding des Feminismus sieht vor, ihn von seiner eigentlichen Kontextualisierung zu lösen und ihm im Sinne des Choice-Feminismus jegliche Bedeutung und Geschichte zu nehmen (vgl. Zeisler 2017: 36). Auch Kohout sprach in diesem Zusammenhang vom Rebranding, jedoch sollte sich dabei der Fokus vom humorlosen, akademisierten und elitären Feminismus lösen und sich der Lebenswirklichkeit von vor allem jungen Frauen anpassen (vgl. Kohout 2019: 60). Dabei ließ der Postfeminismus sowie der Choice-Feminismus keine Konflikte und Diskussionen zu, denn das Kriterium, eine gute Feministin zu sein, besteht einzig darin, dass man sich bewusst und selbstbestimmt innerhalb eines vorgegebenen Rahmens entscheiden kann (vgl. Zeisler 2017: 216). Hier spielt somit das Empowerment nach Bröckling eine wichtige Rolle, denn was auch immer das Problem ist, so liegt es meist an einem „Mangel der Macht“ (Bröckling 2003: 328). Das Problem liegt bei dem Subjekt selbst und fußt auf der fehlenden Aktivierung des Empowerments (vgl. Bröckling 2003: 330). Der Marktfeinismus lässt demnach ebenso keine Systemkritik zu und reduziert Feminismus auf die freie Konsumententscheidung, wie es auch schon McRobbie im Postfeminismus festgestellt hat. Dabei werden ebenfalls „alltägliche Verhaltensweisen“ zu „mutigen feministischen Statements“ heruntergebrochen (vgl. Zeisler 2017: 287). Die „feministische Überzeugung“ trägt man folglich auf der Kleidung, auf Tassen oder auf „Oma-Schlüpfern“ (Kohout 2019: 55; vgl. Zeisler 2017: 7).

Im Netzfeminismus entsteht eine Vermischung aus der zweiten und dritten Welle des Feminismus sowie eine Vermischung der Öffentlichkeitsmachung feministischer Themen und deren Kommodifizierung. Somit sind auch die Werbekampagnen Paradebeispiel für das von Bröckling beschriebene Empowerment. „In dieser Hinsicht ist die Ökonomie nicht auf die materielle Reproduktion von Waren zu beschränken, sondern beruht ihrerseits auf der sozialen Reproduktion von Subjekten“ (Lemke 2003: 273). Es wird im Marktfeinismus damit ein Bild geschaffen, wie sich Frauen zu sehen haben. Dieses Bild knüpft dabei jedoch nicht ganz an das der dritten Welle des Feminismus an. Der Marktfeinismus stellt klar, dass es gerade nicht zu einer vollständigen Gleichberechtigung und zu einer Lösung aus der gesellschaftlichen Rollenzuweisung und Erwartungshaltung gekommen ist. Gleichzeitig wird die Befreiung davon greifbar gemacht. Denn durch Diversity Marketing können Frauen endlich ganz sie selbst sein. Sie befreien sich nicht nur vom Patriarchat, sondern auch von den (Schönheits-)Normvorgaben der Industrie und können somit zu sich selbst finden.

10.5.1 Marktfeinismus

Wie man deutlich an den netzfeministischen Instagram-Accounts erkennen kann, entsteht eine Verbindung von Werbe-Elementen und dem feministischen Aktionismus. Beispielsweise wird die Kollektion von Effyourbeautystandards eingebunden in ein Projekt einer NGO, welches sich für jugendliche LGBTQIA einsetzt (vgl. Fashion to Figure 2020). Kooperationen

mit großen Unternehmen wirken dabei auch als Mittel zum Zweck. So nutzen Curated by Girls große Sponsoren wie Porsche oder Skyy Vodka zur Finanzierung ihrer Ausstellungen, wobei diese somit maßgeblich zu der Öffentlichkeitsarbeit und zur Realisierung von Projekten beitragen (vgl. Curated by Girls 2021). Es entsteht damit eine Win-win-Situation, in der auf der einen Seite die großen Unternehmen ihr Image verbessern können und auf der anderen Seite netzfeministische Themen eine bessere Sichtbarkeit bekommen können. Demnach kann der Marktfeinismus ebenfalls als ein taktisches Vorgehen im Sinne von De Certeau verstanden werden, indem es darum geht, das gegebene System für sich bzw. zu seinem Vorteil zu nutzen. Ein weiteres Beispiel, wie marktwirtschaftliche Gegebenheiten für feministischen Aktionismus genutzt werden können, zeigt der feministische Blog „Mädchenmannschaft“. Es werden hier Hasskommentare zu den geposteten Beiträgen des Blogs veröffentlicht und diese mit Werbeanzeigen versehen. Damit macht Mädchenmannschaft Hasskommentare wortwörtlich zu Geld (vgl. Seidel 2016: 78). Auch Tess Holliday nutzte die Öffentlichkeitsmachung der Negativ- und Hasskommentare, um ihre algorithmische Sichtbarkeit zu erhöhen sowie um ihre Community stärker an sich zu binden. Die Einbindungen der Werbekampagnen in zusätzliche Kooperationen mit Initiativen sind dabei exemplarisch für den Marktfeinismus. Die Kooperationen sollen damit die Kampagnen authentischer machen, dennoch zeigt sich diese Verbindung ebenso ambivalent. Der Marktfeinismus ist geprägt von einem immanenten Zusammenspiel der Glaubwürdigkeit und der Unglaubwürdigkeit sowie dem Kontext, etwas „Gutes“ zu tun, aber dennoch gleichzeitig auch etwas „Schlechtes“ zu unterstützen. So gab es beispielsweise noch das „Selfesteem Projekt“ von Dove, in dem Mädchen unterstützt werden sollten. Marken wie The Body Shop oder Mary Kay setzen sich für Aufklärung und Prävention von häuslicher Gewalt ein. Estée Lauder und Revlon fördern die Forschung an Brustkrebs. Dabei bleibt neben den Werbeversprechen, Produkte für eine diversere und offene Gesellschaft anzubieten, gleichbleibend auch stets der Eindruck der Scheinheiligkeit. So verkauft Dove beispielsweise noch immer Anti-Cellulite Produkte, wobei das Mutterunternehmen „Unilever“ als eines der erfolgreichsten Unternehmen Hautbleichcreme verkauft. Weitere Unternehmen produzieren in Niedriglohnländern, nutzen gerade Stoffe, die (Brust-)Krebs auslösend sind usw. (vgl. Zeisler 2017: 266, 274). Die Einbettung der Unterstützung von Initiativen in den Werbekampagnen bekommen somit eher die Funktion eines Alibis und erhöhen damit die Inhaltsleere der eigentlichen partizipierten Forderungen. Und dennoch erhöhen sie beim Konsumenten nicht nur etwas Gutes für sich, sondern ebenso das Gefühl, etwa Gutes für andere zu tun. Der Druck auf die Werbeindustrie ist zunehmend gestiegen, „realere“ und vor allem unterschiedliche Körper zu zeigen. Unternehmen, die auf ein idealisiertes Körperbild setzen – wie beispielsweise Victoria’s Secret – verzeichneten in den letzten Jahren starke Einbußen (vgl. Breustedt 2018). Erst 2020 zog das Unternehmen nach und setzt vereinzelt Curvy Models ein, die dennoch stark stereotypisiert auftreten. Gleichzeitig gibt es bei der Victorias Secret Modelinie „PINK“ nun Perioden-Slips und geschlechtsneutrale Streetwear zu kaufen. PINK definiert sich dabei nicht als Marke, sondern als „Lifestyle“ (vgl. PINK 2021). Die Ausrichtung von Marken und Kampagnen orientieren sich dabei an der Strategie, die beim Influencer-Marketing angewandt wird, bei der sich gezielt in

spezifische Themengebiete einordnet wird, um damit die Reichweite zu erhöhen. Dabei erscheint es derzeit moderner und innovativer, sich den netzfeministischen Themen zuzuwenden (vgl. Grammatikopoulou 2018: 141).

Die knapp gehaltenen verwendeten Beispiele des Marktfeminismus zeigen in aller Kürze schon abstruse Verbindungen zwischen dem Feminismus und dem Empowerment der Marken und Produkten auf. Besonders sind dabei die häufigen „Kehrtwenden“ der Unternehmen, die vormals symptomatisch für den Druck auf Frauen standen und auf die Idealisierung der visuellen Repräsentanz setzten. Es scheint so, als müssten die Unternehmen wohl oder übel den neuen Marketingtrends folgen. Dabei werden Lippenstifte zu Empowerment-Storys (vgl. Maybelline 2021) und Socken zu Empower-Socken (vgl. Eyd-Clothing 2021). Zentral dabei ist, dass Unternehmen weitestgehend neutral sind. Es ist ihnen letztlich egal, was sie verkaufen. Die Hauptsache ist, dass es sich verkauft (vgl. Heath, Potter 2005: 186f.). Das Diversity Marketing bringt ökonomische Vorteile und zeigt sich nicht nur als scheinbar gut zu verkaufendes Befreiungsinstrument von Frauen, sondern eher als eine „friss oder stirb“-Mentalität in der aktuellen Wirtschaft.

10.5.2 Beispiele

Es sollen nun im Folgenden Werbekampagnen bzw. Marken und Produkte insbesondere anhand ihrer Bildästhetik sowie ihrer Social Media-Präsenz umfassender beleuchtet werden. Auffallend ist, dass das „Femvertising“ gerade bei den Produkten ausgereizt wird, die sowieso aus dem Gendermarketing kommen. Es wurden hierzu die Kampagnen von den Rasierer-Marken Gillette Venus und Billie sowie die Kampagnen des Bekleidungsunternehmens Monki gewählt, da die Kampagnen auf den ersten Blick stark der netzfeministischen Ästhetik entsprechen und dabei auch von Netzfeministinnen beworben wurden. Die Analyse zielt hierbei auf die Frage, wie genau die Bildästhetik übernommen und eingebettet wird, und inwiefern die subversiven Elemente übernommen werden. Dabei stellt die Kampagne von Gillette Venus einen besonderen Fall dar, da die Marke zuvor für stark stereotypische Werbekampagnen stand. Gillette Venus ist somit besonders repräsentativ für marktfeministische Werbekampagnen, die Zeisler beschrieben hat. Es wird für die Analyse der Instagram-Auftritt, bei dem ebenfalls Werbevideos inkludiert sind, beleuchtet. Es wird bei Gillette Venus sowohl auf das deutsche als auch auf das amerikanische Instagram-Profil Bezug genommen. Die weiteren hier besprochenen Marken sind aus vermeintlich feministischen Intentionen heraus entstanden und stellen demnach interessante Verknüpfungen her, da es hier nicht darum geht, ein Produkt mit feministischen Aspekten umzucodieren, sondern ein Produkt aus feministischen Aspekten heraus entstehen zu lassen. Es geht in der folgenden Analyse darum, einen Überblick aufzuzeigen, inwiefern die vorgestellten netzfeministischen Themen sowohl inhaltlich als auch bildnerisch im Zusammenhang mit dem Produkt genutzt werden. Die Analyse soll einen Gesamteindruck

über die jeweiligen marktfeministischen Kampagnen geben, ohne dabei detailliert auf einzelne Kampagnen-Elemente sowie auf einzelne Beiträge auf Instagram einzugehen.

10.5.2.1 Gillette Venus

Seit 2001 verkauft Gillette den Damenrasierer Gillette Venus und damit zunächst auch das Werbeversprechen, schön zu sein, indem man an den richtigen Stellen haarlos ist. Definiert wurde der gesamte Körper. Gezeigt wurde jedoch nur das Rasieren von bereits rasierten Unterschenkeln. Dabei setzte Gillette Venus wie viele Firmen auf Models, die ein photogeshoptes Ideal darstellen und damit Körperimperative setzen sollten. Gillette Venus definierte den weiblichen rasierten Körper als Begierde des Mannes; so hieß es im Jingle: „I'm your Venus. I'm your fire. At your desire“. Gillette Venus ist zwar per se schon ein aus dem Gendermarketing entstandenes Produkt, hat es aber geschafft, die Differenzierung zu männlichen Rasierprodukten auszureizen. Gillette Venus wurde als weibliches Lifestyle-Produkt vermarktet, für das es wert war, mehr Geld als für die Konkurrenzprodukte auszugeben. Es wurde auch innerhalb der Digitalstrategie ein stereotypisches Marketing betrieben, indem man Infos über neue Haarstyles, gesunde Smoothie-Rezepte, Bekleidungstipps und die neuesten Nagellacktrends erhielt. Gillette Venus war aktiver Bestandteil für eine Reproduktion von idealisierten Körperbildern und die Setzung von Körper- und Verhaltensimperativen und spielte damit eine zentrale Rolle innerhalb der medialen Definition, wie und wodurch Frauen schön und begehrenswert werden. Dies änderte sich radikal 2018, indem nun auch Gillette Venus das Diversity Marketing nutzte und auf die Body Positivity-Bewegung Bezug nahm. Auch hier wurden die Makel als Leidensgeschichte und das Empowerment als Erfolgsstory thematisiert und zentral als Marketingstrategie instrumentalisiert. Neben ausschließlich weiblicher Art Directors und Regisseurinnen wurde die Kampagne von einer von Gillette initiierten wissenschaftlichen Studie unterstützt, welche als Aufhänger der gesamten Kampagne diente. Die Studie fand heraus, dass Frauen gesellschaftlichen Druck verspüren, sich selbst optimieren zu müssen. So heißt es im Presstext:

„[...] 65 % der Frauen benennen insbesondere Soziale Medien und Influencer als Auslöser dafür, den Zwang zu verspüren, immer ein bestimmtes Schönheitsideal erfüllen zu müssen. Das beeinflusst sie besonders stark in ihrer Sicht auf ihre Schönheit, ihre Haut und ihre Körperbehaarung. Mehr als die Hälfte aller Frauen rasiert sich, um nicht negativ beurteilt zu werden, und jede dritte Frau* gibt an, schon einmal aufgrund von Körperbehaarung negativ über eine andere Frau geurteilt zu haben.“ (Presseportal 2019)*

Die Studie zeigte somit auch auf, dass Gillette Venus' Marketing jahrzehntelang äußerst erfolgreich Körperdiskurse (mit)geprägt hat, stellt jedoch die Social Media als zentralen Auslöser für den Optimierungsdruck bei Frauen dar. Die Studienergebnisse werden bei Gillette Venus zu einer Kampfansage gegen die medial bestimmten Schönheitsideale.

Hinweise zu einer klar gewollten feministischen Assoziation liefert der Name der Kampagne: „My Skin. My Way“ ist als eine Analogie zur feministischen Parole „My Body. My Choice“ zu verstehen, die in den 70er-Jahren als Ausruf einer eingeforderten Selbstbestimmung über den Körper entstanden ist und auch noch heute als zentrales Statement feministischer Forderungen benutzt wird (vgl. Eismann 2017: 134ff.). Gillette Venus propagiert von nun an Body Positivity, Selbstbestimmung und „Sisterhood“. „I’m my Venus“ – so hieß es schließlich nun auch im Jingle. Der Clou der gesamten Kampagne ist hierbei, dass das Rasieren nicht mehr als Zwang, sondern als selbstbestimmter Akt dargestellt wird. Man soll nun selbst entscheiden, ob und was man rasieren möchte. So sieht man auch Frauen in der Werbung, die sich die Unterarme und den Bauch rasieren. Man sieht Stoppeln, die nun wegrasiert werden. Gillette Venus inszeniert damit eine Enttabuisierung spezifischer Inszenierungsmechanismen, die zuvor stets reproduziert und damit gefestigt wurden. Damit provozierte Gillette Venus einen Shitstorm, bei dem es um die gezeigten „unästhetischen“ (Mikro-)Stoppeln sowie die präsentierte Rasur der Arme, des Bauches und des Kopfes auch eine scheinbare Glorifizierung von Fettleibigkeit ging (vgl. Saal 2019; vgl. Heute.at 2019). Gillette Venus hat hierzu offensiv die öffentliche Kontroverse einkalkuliert, indem das Fat Model Anna O’Brien als Testimonial engagiert wurde (Abb. 31, links). Auch das Nicht-Löschen von Hasskommentaren ist dabei – ähnlich wie auf dem Account von Tess Holliday – als eine Bestätigung der Kampagne zu verstehen, für jede Körperform „zu kämpfen“. Außerdem konnte sich Gillette Venus damit als konsequenter Vertreter der Body Positivity-Bewegung positionieren, sich damit zudem klar gegen die Hasskommentare aussprechen und somit zielgruppenspezifisch mit Sympathien punkten.

Die Reaktionen auf das Zeigen der Rasur von Armen und des Bauchs zeigt den großen Interpretationsspielraum innerhalb der Intention der Kampagne, aber auch die generelle Problematik innerhalb der Netzbewegungen auf. Zwar setzt Gillette Venus den Schwerpunkt der Kampagne auf ein Aufbrechen von Darstellungspraxen unter dem Slogan der Selbstbestimmung. Dies wird jedoch anscheinend ebenso als Imperativ verstanden, indem man es als eine Erweiterung der zu rasierenden Körperteile verstehen kann und somit das Rasieren vielseitiger werden soll. Das Paradoxe hierbei ist, dass die glatte Körperhaut immer schon Voraussetzung der Körperidealisierung war, dies allerdings in der Werbung auf Beine und Achseln beschränkt wurde. Es wird nun von Gillette Venus direkt thematisiert, dass Frauen auch überall Körperhaare haben können. Dies wird jedoch bildnerisch nur teilweise und eingeschränkt gezeigt. Obwohl Gillette Venus mit „My Skin. My Way“ eine Selbstbestimmung propagiert, sich zu rasieren oder sich nicht zu rasieren, wurden in den Werbespots nur rasierte Körper oder Körper beim Rasieren gezeigt, die sich zelebrierten. Dabei konnte man zunächst annehmen, dass es sich bei der Verknüpfung zwischen Selbstbestimmung und Rasur in Bezug auf Michel Foucaults Selbsttechnologie um eine Art „Selbsttechnologie der Rasur“ handelt. Unterstützt wurde dies visuell durch die gezeigten glattrasierten Frauen, die sich als selbstbewusst und stark inszenieren. Man könne damit annehmen, dass Gillette Venus den Feminismus als Aufhänger nutzt, als Unternehmen nun Frauen erlauben zu dürfen, die Wahl zu haben, ob sie sich rasieren oder nicht.



Abbildung 31: Auswahl aus dem Instagram-Account von Gillette Venus

Auf dem Instagram-Account von Gillette Venus zeigt sich jedoch sowohl eine Auseinandersetzung mit dem Einfluss auf die damaligen Schönheitsideale als auch eine radikalere Bildästhetik ab Mitte 2019 (Abb. 31). So wurden immer häufiger Frauen mit Körperbehaarung – allen voran mit Achselhaaren – gezeigt, die diese nicht wegrasierten (Abb. 31 Mitte, unten). Mitte 2020 wurde sogar eine Frau gezeigt, die ihren Damenbart wegrasierte sowie leicht stoppelige Bikinizonen. Es werden dennoch keine langen Körperhaare gezeigt. Bildnerisch werden neben Körperhaaren insbesondere Hautmakel thematisiert. Ebenso geht es um Tattoos und die Mutterschaft. Meist richtet sich die Inszenierung an die Norm, so wie es bei Effyourbeautystandards der Fall war. Es geht darum, aufzuzeigen, dass alle Frauen schön sind bzw. sich schön fühlen. Seltener sieht man hierbei Body Close-Ups. Die bildnerische Enttabuisierung bezieht sich dabei wie erwähnt auf das Aufzeigen von Haarstoppeln und Hautmakeln, zeigt sich dabei jedoch nicht in Form spezifischer Körperposen oder Fotoperspektiven. Gillette Venus verzichtet auf die rosafarbene und verträumte Bildästhetik und bleibt weiterhin bei einer cleanen Farbgebung und einheitlichem türkisenem Grundton, der zur Corporate Identity von Gillette Venus gehört. Dabei zeigen die Fotos aus dem Instagram-Account zwar durchaus private Situationen, dennoch stellt sich hierbei weniger ein intimes Gefühl her, da die Fotos professionell und kühl wirken. So werden eher Schulter- und Hüftporträts genutzt und seltener das Selfieformat sowie die fotografische Selbstperspektivierung. Auch lassen sich sehr selten netzfeministische Accessoires wie der Einsatz von Blumen, Spiegeln oder Girly-Elementen finden.

Gillette Venus ist dabei exemplarisch für die oftmals zu findende marktfeministische Vermischung der Rekuperation und der Dekonstruktion. So wird zwar ein Wir-Gefühl erzeugt, welches an die „Sisterhood“ gelehnt ist und dabei textuell die (besten) Freundinnen, Powerfrauen und Mädels anspricht. Gleichzeitig wurde 2021 mit einem Transgender-Model die „Verabschiedung“ der binären Geschlechterzuschreibungen gefeiert. Dennoch bleibt ebenfalls auf der Webseite von Gillette Venus dieses Produkt explizit als Frauenrasierer

gelistet und behält auch in weiteren Posts Elemente der Rekuperation (vgl. Gillette Venus 2021). Dies lässt die Vermutung zu, dass es hierbei um eine Beliebtheit der Genderbenennung geht, indem man das Geschlechtersystem willkürlich an- und ausschalten kann. Hirschauer spricht hierbei auch vom „Gender Zapping“ bzw. vom „Gender Swapping“. Dabei verweist er auf die neu entstandene Situation, in der es zu einem unberechenbaren „Nebeneinander von Aktualisierung und Neutralisierung der Geschlechterdifferenz“ gekommen ist (Hirschauer 2012, zitiert in Brand 2013: 177). Die Offenheit der Geschlechterwahl wird in der Marketingkampagne von Gillette Venus dabei suggeriert, basiert jedoch auf einer Spezifizierung des Produktes für Frauen, die dabei aber innerhalb ihrer Weltanschauung offen und tolerant gegenüber nicht-binären Personen sein sollen.

10.5.2.2 Billie

Den Zusammenhang zwischen Rasieren und dem kommerzialisierten feministischen Empowerment zeigte vorab schon das 2017 gegründete amerikanische Start-up „Billie“ auf, welches wahrscheinlich als „Inspiration“ der Gillette Venus-Kampagne gedient hat. Billie ist „a female-first shaving company in a male dominated industry [...]“ (Billie 2019). Dabei ging es insbesondere darum, die „Pink Tax“ und somit die erhöhte Steuer auf spezifische Frauenprodukte durch (Marketing-)Strategien zu umgehen (vgl. Yazicioğlu 2018: 1f.). Bei einem kurzen Werbefilm zur Vorstellung der Marke 2017, welcher mittlerweile auf allen Plattformen gelöscht wurde, wurden dabei noch rasierte Frauen mit normierten Körpern gezeigt. Die Bildästhetik war dabei minimalistisch abstrakt. Das änderte sich mit dem ersten Werbefilm Mitte 2018, welcher klar der Bildästhetik des Netzfeminismus und insbesondere der Bildästhetik Byströms zugesprochen werden kann.



Abbildung 32: Stills aus der Werbekampagne von Billie (2018)

Der Film ist dabei in der ersten Hälfte in Pink- und Pastelltönen gehalten. Der Gesamteindruck ist weich, sanft und verträumt. Frauen werden einzeln im Badezimmer und in der Wohnung gezeigt. Das Badezimmer wird dabei als Wohlfühloase inszeniert: Man sieht Seifenblasen, Kerzen und mädchenhaft-konnotierte Nippes, einen unaufgeräumten Kleiderschrank etc. Es entsteht der Eindruck, als würde man den jungen Protagonistinnen beim Entspannen und „Fertigmachen“ zuschauen (Abb. 32). Es tauchen dabei die netzfeministischen Elemente der Früchte und Blumen auf. Außerdem werden Spiegelsituationen geschaffen, welche als Auseinandersetzung mit sich selbst oder auch als Analogie der Privatsphäre innerhalb einer Selbstperspektivierung zu interpretieren ist.

Die weiteren Beiträge auf dem Instagram-Account folgen dabei dem Mash-up-Gedanken und der Girly-Ästhetik, die auf dem Account von Curated by Girls und bei Arvida Byström zu finden waren. Der Account ist dabei weitestgehend in Pink und Pastelltönen gehalten. Neben den Fotobeiträgen werden Stills von Zeichentrickserien aus den 90er-Jahren gepostet, Memes und Fotos mit niedlichen Tieren, Bilder von 90er-Jahre-Ikonen etc. Es wird ähnlich wie innerhalb der Bildsprache Byströms eine Retroperspektive auf die 90er-Jahre erzeugt, die auf die Relikte der Kindheit bzw. Adoleszenz verweist. Es finden sich somit Medienzitate, die dabei teilweise überspitzt und humorvoll wirken. Zwar spricht Billie die Kunden direkt an, bleibt hier jedoch in der Ansprache individuell. Dies zeigt sich auch bildnerisch, indem fast ausschließlich Selbstporträts gezeigt werden – hierbei oftmals im Selfieformat. Billie setzt auf die Gesamtästhetik und nutzt dabei kein Storytelling in Form von Empowerment-Geschichten. Neben den Posts, die mädchenhafte Assoziationen erwecken sollen, zeigen sich die Fotos auf dem Instagram-Account von Billie deutlich provokanter als bei Gillette Venus.

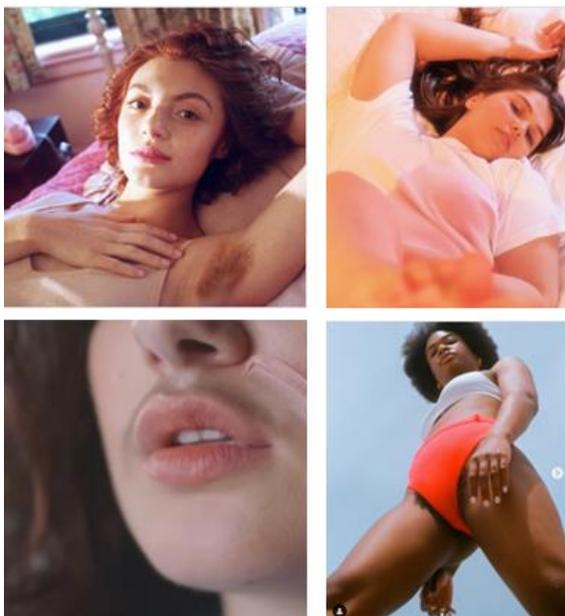


Abbildung 33: Auswahl an Posts aus dem Instagram-Account von Billie

Es werden lange Körperhaare beim Rasieren gezeigt. So wird beispielsweise präsentiert, wie die große Zehe rasiert wird. Man sieht volle Schambehaarung, die aus der Bikinihose ragt, Perspektiven, die den Schritt fokussieren und Frauen mit Damenbart, die diesen nicht abrasieren, sondern ihn sogar stolz kämmen (Abb. 33). Es geht dabei bildnerisch nicht um Körpermakel oder das Zeigen von „fat rolls“, sondern primär um Körperhaare. Die Fotos sind oftmals eingebunden in die Kampagnen. Beispielsweise ging es 2018 beim „Project Body Hair“ darum, zu zeigen, dass Frauen auch Körperhaare haben. Es ging um die Enttabuisierung der Körperhaare und ein Zelebrieren im Sinne des Empowerments „wherever it is or isn't“ (Billie 2018). Die Kampagne wurde dabei ebenso in eine Hashtag-Aktion eingebunden mit der Aufforderung, dass durch das Posten von Fotos, auf denen man

Körperhaare sieht, diese im Digitalen normalisiert werden. Des Weiteren startete Billie 2019 den „Movember“ und versuchte damit, den Damenbart zu enttabuisieren. Die Kampagne zum Weltfrauentag 2021 heißt „Think of a woman“ und fragt den Betrachtenden, an was man denkt, wenn man die perfekte Frau beschreiben sollte. Während die Antworten im Voiceover zu hören sind, werden Frauen gezeigt, die nicht in das stereotypische Bild der perfekten Frau passen. In bunter und verträumter Ästhetik zeigt der Clip die in der Arbeit angesprochene Problematik der Macht der Diskurse auf. Es entsteht ein exklusives System, in das viele Menschen nicht passen und das somit auch keinen Platz in den Denkvorstellungen hat. Billie fordert diesbezüglich: „Let’s rethink what we think about“. Zum Clip gibt es einen sogenannten „THE BILLIE BRAIN SCAN“. Dieser fungiert als eine Art Selbsttest, indem Aussagen aufgezeigt werden und man dabei aufgefordert wird, darüber nachzudenken, ob man an eine Frau oder an einen Mann denkt. Schließlich zeigt der Test auf, wie stark die heterosexuelle Matrix internalisiert worden ist. Als Lösungsweg heißt es: „By making ourselves aware of our biases, expanding our circles, and skipping the mental shortcuts, we can re-train our brains little by little to broaden the definition of womankind and make room for more expressions“ (Billie 2021).

Bei der Vermarktung der Produkte von Billie geht es somit weniger um ein Avancieren der Vorteile der Produkte. Es geht nicht darum, zu zeigen, dass man von den Produkten besonders schön und begehrenswert wird. Die Produkte sind eingebettet in eine „Mission“, die in diesem Zusammenhang als Female Gaze beschrieben werden kann. Somit soll nicht nur bildnerisch enttabuisiert werden, sondern auch die Vorstellung und Denkweise von dem, was man als feminin und als weiblich bezeichnet. Bei Billie entsteht die bei Gillette Venus aufkommende Vermischung von Rekuperation und Dekonstruktion erst gar nicht. Es geht in diesem Sinne nicht um ein Umbesetzen, sondern ein Neudenken. Dabei ist es sicherlich kein Zufall, dass auch der Instagram-Account von Curated by Girls für Billie geworben hat und deren Beiträge teilte.

10.5.2.3 Monki

Das schwedische Unternehmen Monki verkauft Kleidung und Accessoires für Frauen. Dies lässt sich direkt auf der Webseite und auf dem Instagram-Account erkennen, die in pinken und rosa Farbtöne gehalten sind. Laut Website wurde 2006 das Unternehmen Monki mit der Mission gegründet, junge Frauen zu empowern (vgl. Monki 2020). Monki zeichnet sich durch preisgünstige, moderne und bunte Mode aus. Auf Instagram ist Monki seit 2011 vertreten und zeigt hierbei vor allem Ganzkörperporträts mit dem Fokus auf die Kleidung. 2015 startete die erste Kooperation mit Arvida Byström, die Posts auf dem Instagram-Account von Monki übernahm und bei weiteren Kampagnen von Monki als Creative Director tätig wurde. Dies prägte die thematische und stilistische Ausrichtung Monkis. 2016 bekam Monki seine erste netzfeministische Kampagne. Mit dem „Monkifesto“ (2016) wollte sich das Unternehmen direkt mit netzfeministischen Themen in Verbindung bringen. Dabei stellt das

Monkifesto in Anlehnung an die Definition des Manifests eine Veröffentlichung bzw. eine Erklärung von Zielen dar, wie sie eingangs anhand des „Riot Grrrl Manifesto“, dem „A Cyborg Manifesto“ sowie anhand des „Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century“ vorgestellt wurden. Bei den feministischen Manifesten geht es meist um Grundsätze, politische Ansichten, Intentionen und Forderungen. Mit dem Monkifesto verlieh sich das Bekleidungsunternehmen somit den Status einer Bewegung. Auf textueller Ebene fällt das Monkifesto dabei äußerst knapp aus. So hieß es:

„With the Monkifesto, we wanted to bring issues that are central to young women (and everyone else) today into the limelight. So we partnered up with people from Monki's past and present to add our voice to the debate around periods, body hair, cyber bullying, masturbation, love and sisterhood.“ (Monki 2016a)

In den dazugehörigen ein- bis zweiminütigen Clips werden erfolgreiche Frauen vorgestellt, die über ihre Erfahrungen mit den genannten Stigmen sprechen. Die Protagonistinnen werden im pinken Setting gezeigt, wobei man sie ebenso in einer Shooting-Situation filmt. Dabei werden Banner und Plakate mit zusammenfassenden Statements eingeblendet. Demnach erhält jeder Kurzfilm eine kurze Botschaft wie „please yo'self“, „be a drama queen“ oder „salute sisterhood“. Für Diskussionen wird auf die Webseite verwiesen, die zwar passende Produkte zu der Kampagne zeigt, jedoch keine Plattform für einen Austausch darstellt. Austauschmöglichkeiten sind weder auf der Webseite noch auf den Social Media-Kanälen zu finden. Dabei lassen sich auf der Webseite Erfahrungen und Tipps finden, wie sich Monki empowert hat und sich die User empowern können (vgl. Monki 2016b). Kurz nach dem Monkifesto wurde eine Kooperation mit dem finnischen und frauengeführten Menstruationstassenhersteller „Lunette“ und der Non-Profit-Organisation „The Cup Foundation“ gelauncht. Bei der Kampagne handelt es sich um den Versuch, das Thema Periode neu zu besetzen. So heißt es auf der Internetseite der Kampagne: „Periods are cool. We think it's time to end shame and stigma around such a normal bodily function and to start acting like people who understand that periods are a part of life. Period“ (Monki 2017). Begleitet wurde die Kampagne von einem Set, in dem eine „limitierte supersüße pinke Lunette Menstruationskappe“, ein pinker „Periods are cool“ Satin-Tragebeutel sowie dazu passende Pins enthalten waren, die online sowie in den Monki Filialen erworben werden konnten (vgl. Lunette 2017). Zudem wurde die Kampagne von drei Kurzfilmen begleitet, bei denen Arvida Byström Regie führte. Zu sehen waren die für Byström typischen girly-konnotierten Objekte und Farben. Die drei Kurzfilme zeigten drei Frauen, die als Aktivistin, Model und Bloggerin beschrieben wurden und die Menstruationstasse verwendeten. Zu sehen sind die Frauen separat im Schlafzimmer und im Badezimmer. Die dominanten Pink- und Rottöne sowie die zart anmutenden Vagina- und Menstruationsanalogien, wie beispielsweise die Blume, der Faltenwurf der Satin-Decke oder der verschmierte rote Nagellack vermitteln einen feminisierten, mädchenhaften Gesamteindruck (Abb. 34).



Abbildung 34: Stills aus dem Werbeclip von Lunette x Monki x The Cup

Diese Konnotationen werden von den offenen und selbstbewussten gezeigten Frauen gebrochen und sollen das Feminine neu konnotieren. Auch werden explizite Kameraeinstellungen und Perspektiven beispielsweise auf der Toilette oder beim Waschen einer blutbefleckten Unterhose komplementär zu den Girly-Konnotationen eingesetzt. Trotz der gezeigten Darstellungen, die Frauen im privaten Bereich kennen, die jedoch gesellschaftlich tabuisiert werden, bekommen die Szenen keinen provozierenden Charakter, sondern erzeugen das Gefühl von unmittelbarer Nähe, Vertrautheit und Authentizität ebenso angesichts der erzählten Erfahrungsberichte. Abgerundet wird die Kampagne durch die Einbettung des Kooperationspartners „The Cup“. Mit dem Kauf der Menstruationstassen, werden Menstruationstassen an das Projekt „The Cup“ sowie für Aufklärungsarbeit in Kenia eingesetzt (vgl. Monki 2017). Die Menstruationstasse wird hierbei als feministische Innovation für mehr Selbstbestimmung und Unabhängigkeit vermarktet. Dabei ist die Menstruationstasse kein neues Produkt. Lediglich die Vermarktung als Lifestyle-Produkt für junge Mädchen in einem Bekleidungsladen macht die Menstruationstasse in diesem Sinne innovativ.

Die Bildästhetik auf dem offiziellen Instagram-Account von Monki passt sich dabei teilweise den netzfeministischen Bildmotiven an. So lassen sich einige Selfieformate finden, wobei oftmals auch Body Close-Ups genutzt werden, die Körpermakel fokussieren (Abb. 35). Die Bildmotive sind somit durchaus radikaler als bei Gillette Venus. Zudem lassen sich ebenso Fotos finden, auf denen Achselhaare, Schamhaare und das Tragen von Binden sichtbar werden. Die Inszenierungen sind dabei weitestgehend stereotypisch. Seltener tauchen die netzfeministischen Accessoires wie Blumen, Früchte oder die Girly-Elemente auf.

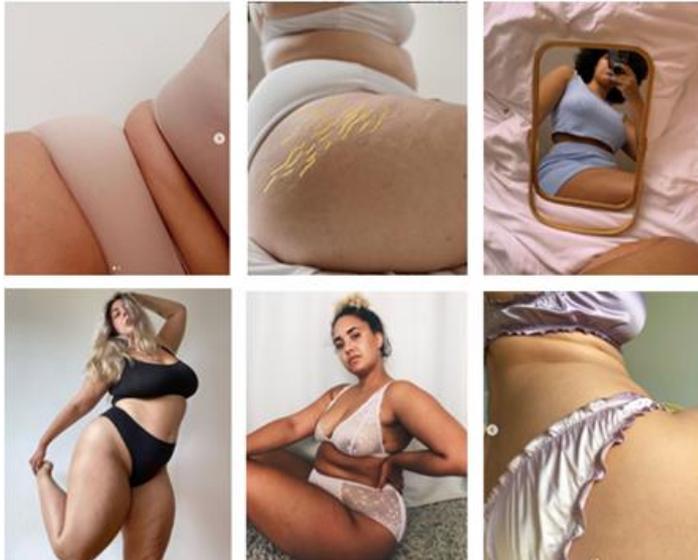


Abbildung 35: Auswahl an Posts aus dem Instagram-Account von Monki

Die im Monkifesto angewandte Marketingstrategie, feministische Inhalte mit einer „feministischen“ Kollektion zu verknüpfen, zeigt sich auch in der Kampagne zum Weltfrauentag 2021. Es geht dabei um den Slogan „Just as equal“ und zeigt in einem kurzen Werbefilm schnell aneinander gereihete Video- und Bildsequenzen, in denen man die Kollektion, eine Zeichentrick-Menstruationstassen-Figur, eine Schwangere auf einem Laufband etc. sieht. Hierzu heißt es auf der Webseite:

„This International Women’s Day we are taking a stand for gender equality. Because, when the UN says »...the global gender gap will not close for another 100 years.« We say, »Won’t wait!« Our special sisterhood collection will inspire you to raise your voice, take up space and salute your sisters!“ (Monki 2021)

Die pinken Kleiderstücke mit dem Aufdruck „salute sisterhood!“ werden durch zwei Statement-Pullover komplementiert. Diese tragen die Aufschrift „Future Leader“, wobei das „Future“ durchgestrichen ist sowie die Aufschrift „NEW WORLD, NEW RULES“. Die beiden Pullover sind dabei Teil einer Kooperation mit der NGO „Plan international“ und sollen damit die Authentizität des Vorhabens der Gendergleichheit der Kampagne bestärken, indem 20 % des Erlöses gespendet werden (vgl. Monki 2021).

10.5.3 Zusammenfassung

Große Unternehmen insbesondere innerhalb der Bekleidungs- und Schönheitsindustrie sind zentrale Diskursproduzenten und spielten demnach eine wichtige Rolle bei der Festigung des Male Gaze, wie in Abschnitt „2.7.6 Male Gaze“ beleuchtet wurde. Demnach ist auch der Marktfeinismus an Bedeutungsproduktionen beteiligt. Dabei wurde in Anlehnung an die Cultural Studies davon ausgegangen, dass Bedeutungen niemals fix sind, sondern sich durch

mehrere Faktoren wie Zeit und Medium ergeben. Die kurze Beleuchtung der Unternehmen, Marken und Kampagnen steht dabei nicht einheitlich für den Marktfeminismus. So wurden gerade Beispiele gewählt, die augenscheinlich starke bildnerische und textuelle Bezüge zum Netzfeminismus aufweisen und demnach versuchten, die Marken als feministische Marken zu initiieren oder umzucodieren. Es lässt sich davon ausgehen, dass der Netzfeminismus aus dem taktischen Vorgehen im Sinne De Certeaus entstanden ist, sich aber schon früh mit marktfeministischen Komponenten verbunden hat und somit strategisch zu verstehen ist. Durch die Integration von Netzkünstlerinnen und Netzfeministinnen in Werbekampagnen, in denen diese als Influencer oder Testimonials eingesetzt wurden, wurden die Elemente der Taktik und der Strategie vermischt. Hier entstanden nachvollziehbare, teils aber auch sehr abstruse und willkürliche Verknüpfungen. Gerade auf diese „abstrusen“ Verbindungen zielt Zeislers Kritik, die jedoch keine bildästhetische Betrachtung des Marktfeminismus fokussierte, sondern eher eine inhaltliche Ebene betrachtete. Mit dem hier gewählten Blickwinkel wurde demnach Zeislers These unter einer veränderten Perspektive überprüft.

Zeisler definierte den Marktfeminismus als eine Art weiterentwickelten Postfeminismus, indem der Feminismus zwar keine „wirkliche“ Bedeutung mehr besitzt, aber dennoch stetig eine Bedeutung durch das Produktmarketing generiert wurde. Der Feminismus wurde somit nicht wie im Postfeminismus obsolet, sondern marketingtechnisch instrumentalisiert. Demnach wurden Produkte, Marken und Unternehmen feministisch, weil ihnen feministische Eigenschaften zugesprochen wurden. Behr argumentierte mit Zeisler und sah dementsprechend selbst eine Fertig-Pizza als feministische Errungenschaft an, weil Frauen mit der Fertig-Pizza nicht mehr kochen müssten (vgl. Behr 2017). Dabei wird jedes Produkt bzw. jede Produktwahl eine feministische, wenn diese selbstbestimmt getroffen wurde oder die eigene Selbstbestimmung auf eine bestimmte Art und Weise unterstützt. Die Nutzung des Begriffes Feminismus wird demnach ad absurdum geführt und zunehmend individualisiert. Es wurden folglich anders als im Postfeminismus keine strukturellen Diskriminierungen und Ungleichheiten negiert, sondern diese in Form des Empowerments hervorgehoben. Die Diskriminierungen wurden dadurch nicht als Grund für einen systemischen Wandel thematisiert; sie wurden zum Grund, warum sich das Subjekt empowern sollte. Der Marktfeminismus ist in diesem Zusammenhang als eine Konsequenz zu sehen, da man noch nicht vollständig zum unternehmerischen Selbst geworden ist.

Gerade der Erfolg von Netzfeministinnen und die daraus entstandenen Aufträge bzw. Kooperationen mit großen Unternehmen wie beispielsweise Adidas mit Arvida Byström oder Gucci mit Petra Collins haben die herausgestellte Bildästhetik der Netzfeministinnen in einen kapitalistischen Bezug gesetzt, der den Marken bei der Außendarstellung helfen sollte, sich in einen trendigen, individualistischen und gar queeren Kontext zu setzen. Viele Kooperationen mit großen Unternehmen, darunter auch die High-Fashion Industrie, sind dabei 2015 oder 2016 entstanden, wobei die Netzkünstlerinnen zudem ebenso an Musikvideoproduktionen für bekannte Popinterpreten tätig wurden (vgl. Dunn 2017; vgl. Byström 2015). Es setzte sich demnach die netzfeministische Bildästhetik durch, die durch

große internationale Werbekampagnen als Ausgangspunkt für das Marketing kleinerer Unternehmen wurde. Bei der Masse an Werbekampagnen, die derzeit mit dem Feminismus bzw. netzfeministischen Themen werben, kann man dabei von einem Normalisierungseffekt ausgehen. Die Frage nach der Kontextualisierung und der Einbettung des subversiven Potenzials der Körpertechniken im Netzfeminismus wurde anhand ausgewählter Kampagnen sowie der Social Media-Präsenz der Marken Gillette Venus, Billie und Monki beleuchtet. Hierbei wurde untersucht, wie die netzfeministischen Themen textuell und visuell umgesetzt und eingebettet wurden. Dies soll nun zusammengefasst werden.

Gillette Venus nutzte so gut wie jede Gelegenheit aus, um die feministische Neuausrichtung des Produktes zu erklären. Diese entstand erst 2018 und ist demnach eher als eine Anpassung an die Industrie zu verstehen, Diversität zu promoten. Die unterschiedlichen Ebenen, bei denen feministische Elemente zum Einsatz kamen, sollten dabei die Authentizität des feministischen Anliegens unterstreichen. Dies zeigten der Kampagnen-Slogan und die kritische Auseinandersetzung mit der Vergangenheit bei der gleichzeitigen Betonung, dass die Social Media Schuld für verstärkte negative Gefühle bei Frauen sei. Gillette Venus wurde dabei mit der Botschaft verbunden, dass man sich nun rasieren dürfe, wenn man das wolle, und erzeugte damit eine Art der „Selbsttechnologie des Rasierens“, indem das Rasieren mit starken und emanzipierten Frauen besetzt wurde. Zudem setzte Gillette Venus auf weibliche Creative Directors und auf Empowerment-Stories von reichweitenstarken Influencern. Bildnerisch ließ sich Gillette Venus eher der Bildästhetik zuordnen, die anhand der Netzbewegung „Effyourbeautystandards“ besprochen wurde. So lag der Fokus darauf, diverse Körper mit unterschiedlichen Körpermakeln zu zeigen. Dabei ließen sich jedoch keine Überspitzungen des Femininen oder eine Betonung auf das Styling erkennen. Es wurden Frauen in eher schlichter Unterwäsche oder Bikinis gezeigt, die keine tabuisierten Posen oder Perspektiven einnahmen, wobei ebenso kein Schwerpunkt auf netzfeministische Accessoires gelegt wurde. Der subversive Gestus lag demnach eher darin, Körpermakel zu zeigen anstatt Körperhaare. Diesbezüglich ließen sich jedoch vereinzelt gezeigte lange Körperhaare in aktuelleren Posts auf Instagram finden. Die Protagonistinnen stellten sich innerhalb ihrer Körperinszenierungen in einen Bezug zum Ideal, zeigten sich lächelnd und sollten Freude und Spaß verdeutlichen.

Beim Start-Up Billie fand man in der Regel keine Empowerment-Stories. Es wurden dennoch Influencer in die Kampagnen eingebunden. Billie nutzte eine radikale Bildsprache, in der man neben dem Aufzeigen von Körperhaaren auch tabuisierte Posen und Perspektiven sah. Das Wir-Gefühl entstand dabei nicht in Form eines Kollektivs als „Sisterhood“, sondern individuell. Das gemeinschaftliche Gefühl sollte insbesondere durch die Bildästhetik entstehen. Diese wirkte privat und intim und wurde geprägt von Girly-Konnotationen. Nicht nur die Fotos, sondern auch die weiteren Posts setzten auf die Girly-Optik und zielten auf die 90er-Jahre. Die Bildästhetik erinnerte dabei an die Arbeiten von Arvida Byström. Es wurden diesbezüglich auch Memes eingesetzt, die auf die Mediengeschichte als auch auf typische Relikte der Kindheit und der Adoleszenz zielten. Die Memes fielen durch ihre Niedlichkeit

und Humor auf. Billie besitzt deutlich mehr Follower auf Instagram als der Account des Marktführers Gillette Venus. Dies liegt wahrscheinlich auch gerade an den Memes und der besonderen Bildsprache, die die User lockt, den Account zu abonnieren. Es ging bei Billie weniger darum, das Produkt anzupreisen. Dies ließ sich besonders gut anhand der Kampagne „Project Body Hair“ erkennen, in der Körperhaare aufgezeigt und diese Information durch die Setzung eines Hashtags im Internet verbreitet werden sollten, um das Internet mit neuen Körperbildern zu besetzen. Hier kann somit auch eine Verbindungslinie zu der Riot Grrrl-Bewegung und dem Cyberfeminismus gezogen werden, in der aktiv versucht wurde, Räume feministisch zu besetzen. Die Kampagne von Billie zum Weltfrauentag wollte dabei das Geschlechterdispositiv aufbrechen und hinterfragen. Anstatt aufzuzeigen, auf welche Art und Weise Frauen aussehen und wie sie sich empowern konnten, ging es darum, die User aufzufordern, die Signifikation von Frauen zu reflektieren. Der Erfolg des Instagram-Accounts von Billie zeigte folglich auch auf, dass es Instagram ermöglichen kann, ebenfalls Start-ups, kleine Unternehmen und alternative Produkte zu vermarkten. Es können Käuferschaften generiert werden, auch wenn kein großes Kapital für Werbung zur Verfügung steht. Ebenfalls können Käuferschaften gezielter angesprochen werden, die durch teurere TV- oder Printkampagnen nicht erreicht werden könnten.

Monki ist ein Tochterunternehmen von H&M und ist somit weder ein alternatives noch ein kleines Unternehmen. Die Tochterunternehmen sind jeweils nischigeren Zielgruppen als H&M zuzuordnen. Monkis Zielgruppe wurde demnach als jung und feministisch bestimmt. Dabei setzt Monki auf die netzfeministische Ästhetik und zeigt diverse Körper, Körpermakel als auch tabuierte Posen und Perspektiven. Auch bei Monki wurde die Ästhetik von Byström inspiriert, die in Kampagnen mitwirkte. Monki nutzte dementsprechend ebenso 90er-Jahre-Elemente, die sich jedoch besonders anhand der Kleidung und des Stylings zeigten. Dabei fand man innerhalb der Social Media-Präsenz selten Empowerment-Stories. Ebenso bei Monki wurde ein Wir-Gefühl durch die Bildästhetik geschaffen. Selfies zeigten dabei teilweise auch Influencer bzw. User mit geringer Reichweite und erzeugten damit den Eindruck, dass jeder zur Monki-Community dazugehören kann, vorausgesetzt, er trägt die Kleidung des Unternehmens. Zudem verstärkten die genutzten Selfieformate den Anschein der Intimität und Selbstbestimmung. Das Monkifesto sollte die feministischen Forderungen und Ziele des Unternehmens zusammenfassen. Diese waren individuell ausgerichtet, standen synonym zum Empowerment und wurden in kurze Slogans von Feministinnen zusammengefasst. Es ging demnach nicht um politische Forderungen. Die Enttabuisierungen sowie das damit zusammengehörende Empowerment zielten auf das Selbst. Trotz der Aufforderung im Clip, der Diskussion auf der Webseite zu folgen, wurde dabei kein Raum für Diskussionen geschaffen, sondern die dazu passende Kollektion gezeigt. Dabei verknüpft Monki seine Image-Kampagnen stets mit den passenden Kollektionen: Die Menstruationstasse wurde zum trendigen feministischen Statement sowie zum feministischen Accessoire stilisiert, welche durch den Einsatz von Byström und den gezeigten Feministinnen Authentizität, Nähe und „Sisterhood“ generieren sollte.

Zusammenfassend zeigte sich, dass bei den hier vorgestellten Unternehmen, Marken und Kampagnen feministische Ziele zu Slogans heruntergebrochen wurden. Die Produkte wurden, genauso wie es Zeisler beschrieben hat, an netzfeministische Inhalte gebunden, die eigentlich keinen feministischen Bezug haben. Dabei stand weder das Produkt noch die spezifische Bewerbung des Produktes im Mittelpunkt. Es wurde ein Gefühl sowie ein Versprechen erzeugt, dass man mit dem Produkt etwas Gutes für sich oder auch für die Gesellschaft tun könne. Gleichzeitig würde man mit dem Kauf des Produktes oder bei der Teilnahme an der Hashtag-Action Teil einer Community, die sich selbst als selbstbestimmt, selbstbewusst und modern sieht. Der Einsatz der 90er-Jahre-Elemente erzeugte dabei das Gefühl des Besonderen, des Trendsetters, wobei gerade durch die Dominanz der Ästhetik Imperative geschaffen wurden. Die Vermarktung der Menstruationstasse hat dabei gezeigt, wie gezielt versucht wurde, junge Mädchen anzusprechen. Es wurden Produkte aus dem Gendermarketing genutzt, um diese weiterhin gezielt an junge Frauen zu vermarkten. Diese wurden gleichzeitig mit der Botschaft versehen, dass die Marke dabei für eine Dekonstruktion von Gender, eine Befreiung des Selbst steht. Gerade bei Gillette Venus werden dabei die Elemente der Rekuperation und der Dekonstruktion beliebig genutzt. Durch die Empowerment-Stories und die Einbindung des Influencer-Marketings entstanden zudem Vorbildfunktionen, die somit ebenso Imperative erzeugten.

Die Hashtag-Aktionen sollten dabei das Produkt als Netzbewegung transformieren und feministischen Aktionismus suggerieren. Die Aufforderung, die Hashtags zu nutzen, wurde an Bildästhetiken gebunden, die die Werbekampagnen aufzeigten. Die Hashtag-Aktionen sind performativ und versprechen den Usern das Gefühl, sich feministisch einzusetzen und dadurch aber ebenso die eigene Reichweite und Lesbarkeit im Netz zu erhöhen. Es entsteht eine Win-win-Situation, indem die User somit für das Unternehmen Werbung machen und diese dabei an Relevanz und Sichtbarkeit gewinnt, dies jedoch auch vice versa für den User gelten kann. Dennoch konnte man insbesondere durch die Kampagne „Protect Body Hair“ von Billie erkennen, dass der Versuch, vermehrt Körperhaare in der Social Media zu zeigen, erst einmal unabhängig vom Kontext als ein Normalisierungsversuch von tabuisierten feministischen Bildtechniken zu werten ist.

Bei den hier besprochenen Kampagnen ging es neben dem Empowerment sowie der Enttabuisierung von Körperhaaren und Hautmakeln auch um die Offenlegung der Vorstellung von Selbstarbeit, die nicht immer Spaß machen muss und ebenfalls verweigert werden darf. Bildnerisch als auch textuell wurde dabei das Private öffentlich gemacht. Es wurden diesbezüglich weniger die Rollenerwartungen und Zuweisungen thematisiert, sondern das individuelle Erleben als Frau. Dazu zählen die Tabuisierungen, die „zum Leben“ dazu gehören wie beispielsweise die Menstruation sowie die Körperhygiene. Demnach kann die bildnerische Auseinandersetzung mit dem Aufzeigen des alltäglichen Lebens und eine dahingehende Enttabuisierung von intimen Momenten als eine Erweiterung der Perspektive interpretiert werden, die die Feministische Avantgarde etablierte. Diese fokussierte die Rolle der Frau, wobei der Netzfeminismus individuelle und private Situationen darstellt und diese

mit der Bildstrategie des Empowerments radikal, aber gleichzeitig auch positiv und motivierend zeigt. Weder das Patriarchat noch die Schönheitsindustrie wurden in den Kampagnen als „Täter“ thematisiert. Die Botschaft ist bei allen Kampagnen gleich und betont dabei, dass alle Frauen schön sind, diese sich jedoch empowern müssen. Bei allen Unternehmen konnte man jedoch auch die Bestrebung an Erweiterungen der Thematiken erkennen. Dies zeigte sich vor allem anhand der Unterstützung und anhand von Kooperationen mit Projekten, Initiativen und NGOs. Die Kooperationen verwiesen aufeinander und sollten demnach feministische Allianzen darstellen. Ebenso wurde auf netzfeministische Accounts oder auf Netzbewegungen verwiesen. Die Mode- und Schönheitsindustrie ist somit zum Verbündeten von meist etablierten und seriösen feministischen Initiativen geworden. Die Kampagnen forcierten dabei keinen Austausch, sondern eine Umcodierung der Vorstellungen von spezifischen weiblichen Imperativen. Am authentischsten zeigten sich die Billie-Kampagnen, da sie Reflexionen und Denkanstöße auslösen sollten, ohne diese vorzugeben.

Die Nutzung der subversiven netzfeministischen Elemente hat aufgezeigt, dass es nicht wie bei der Girl Power zu einer Abflachung der radikalen Ästhetik gekommen ist. Die bildnerischen Elemente wurden übernommen und gleichermaßen in einen durchaus radikalen Zusammenhang der Enttabuisierung geknüpft. Zwar wurde thematisch insbesondere das Empowerment und somit die Individualität betont. Durch die Kooperationen mit weiteren Projekten wurden jedoch auch inhaltliche Forderungen und thematisch-feministische Erweiterungen erkennbar. Die Kampagnen haben diesbezüglich eine erweiterte Öffentlichkeit geschaffen und demnach diversere Körpertechniken aufgezeigt. Es konnte folglich ersichtlich werden, dass Sichtbarkeit außerhalb des Male Gaze möglich ist und diese mit Handlungsmacht, Anerkennung und Erfolg verbunden sein kann, die in diesem Zusammenhang auch „von oben“, von einflussreichen Unternehmen bestätigt wird. Der Marktfeminismus ist ambivalent und changiert zwischen echtem Engagement und Alibi-Funktion. Die Beispiele konnten dabei aufzeigen, wie unterschiedlich hierbei feministische Forderungen gestellt werden. Billie schuf hierbei den größten Raum für Reflexionen, und dennoch zeigen alle hier beleuchteten Werbekampagnen durch das Zeigen von tabuisierten Darstellungen von Frauen außerhalb des Male Gaze einen Bruch innerhalb der heterosexuellen Matrix auf. In diesem Zusammenhang ist beispielsweise das Rasieren sowie das Nicht-Rasieren nach wie vor ein feministisches Statement, das die Geschlechterzuschreibungen durcheinanderbringen kann, wodurch die Inszenierung von Frauen trotz Marktfeminismus dekonstruktivistische und subversive Elemente vorweist. Die Befreiung von Körperdiskursen innerhalb eines Rasierer-Unternehmens zu suchen, scheint dabei fragwürdig und trotzdem logisch. Gerade die Institutionen, die Körnernormen (mit) erschaffen haben, sollten diese auch versuchen, aufzulösen.

10.5.4 Instagram und der Netzfeminismus

In Kapitel „8. Analyse Instagram: Zwischen Selbstermächtigung und Unterwerfung“ wurde das UI beleuchtet, um Wissenstechniken und die daraus entstehenden digitalen Subjektivierungsprozesse zu untersuchen. Anschließend wurden die Subjektivierungsprozesse in einen Zusammenhang mit der Körperinszenierung gesetzt. Es wurde aufgezeigt, dass die Eigenschaften des unternehmerischen Selbst stark mit dem stereotypischen Ideal der Geschlechterinszenierung verknüpft wurden. Zudem wurde festgestellt, dass sich durch den Einsatz des auf Instagram eingesetzten Sicherheitsdispositives der Druck auf das Subjekt verstärkt, sich konform zu verhalten. Neben erzieherischen Elementen, die nach neoliberalen Vorbild die User steuern sollen, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten und darzustellen, wird die Zensurpolitik als Regressionstechnik eingesetzt. Die Zensur zeigte sich restriktiv und intransparent, wodurch unter anderem die Gegenbewegung des Netzfeminismus Aufmerksamkeit generieren konnte. Die Mechanismen, die eigentlich das Subjekt zur Konformität leiten sollten und somit als Unterdrückungsmechanismen zu verstehen sind, konnten im Netzfeminismus gar als Befreiungsinstrumente fungieren. Durch die Zirkulation und den Algorithmus konnte sich der Netzfeminismus verbreiten und schließlich innerhalb des Marktfeminismus den Weg in den Mainstream bzw. in das Marketing von Unternehmen finden. Zur Analyse der Subjektivierungsprozesse auf Instagram wurde ein Analyseraster erstellt. Dies soll nun nochmals genutzt werden, indem die Ergebnisse aus der vorangestellten Analyse Instagrams nun spezifischer im Zusammenhang mit dem Netz- und Marktfeminismus untersucht werden sollen. Der Netz- und der Marktfeminismus werden dabei differenziert, obwohl diese eigentlich als ineinander übergehend und untrennbar voneinander beschrieben werden. Die Differenzierung wird hierbei genutzt, um mit dem Netzfeminismus auf die Accounts von Netzfeministinnen und mit dem Marktfeminismus auf die Accounts von Unternehmen zu verweisen.

Es soll demnach analysiert werden, inwiefern und auf welche Weise Instagram den Netzfeminismus mitgestaltet, geprägt bzw. hervorgebracht hat. Zudem geht es um die Frage, inwiefern sich die Machttechnologien Instagrams ebenso im Netzfeminismus zeigen. Dabei sind die unterteilten Funktionen Instagrams keineswegs getrennt, sondern verknüpft und aufeinander aufbauend zu verstehen und werden teilweise auch zusammengefasst betrachtet. Die Untersuchung ist dabei als eine Zusammenfassung der bestehenden Ergebnisse zu interpretieren, die noch einmal unter dem veränderten Blickwinkel des Netz- und Marktfeminismus resümiert werden.

10.5.4.1 Vernetzen

Die Aufforderung, sich zu vernetzen, geht einher mit der Forderung, sich lesbar und vor allem interessant zu machen. Weisen die Posts eine bestimmte etablierte Codierung auf, wird man damit verbessert für andere User sichtbar. Die Wahrscheinlichkeit erhöht sich,

dass man unter „ähnliche Accounts“ angezeigt wird. Ebenso erhöht sich durch eine Inszenierung innerhalb etablierter Bildtechniken die Wahrscheinlichkeit, dass der Beitrag in der Explore-Funktion dargestellt wird. Abonnierte Accounts, Hashtags und Markierungen helfen zusätzlich dabei, dass der User lesbar und zuordenbar werden kann. Durch die Nutzung von bestimmten Bildästhetiken, besetzten Hashtags etc. versucht demnach der User, das Image bzw. die Konnotation der Verweise auf sich zu übertragen, wie es vice versa im Influencer-Marketing der Fall ist. Es wird demnach eine Festlegung und Festsetzung bestimmter Bildästhetiken, Hashtags und thematischer Accounts forciert. So konnte sich die netzfeministische Bildästhetik innerhalb der Bildstrategie des Empowerments etablieren. Die Bildästhetik wurde dahingehend auf einfach nachzuahmende Bildmotive reduziert. Konzeptuelle Kunst, die komplex inszeniert ist, wie beispielsweise die von Molly Soda, konnte sich demnach im Laufe der Zeit nicht durchsetzen. Durch die Festlegung bestimmter Bildästhetiken fördert man die Mimesis bzw. im weiten Zusammenhang die Normalisierung spezifischer Körpertechniken.

Die Relevanz Instagrams zeigt sich daran, dass derzeit fast alle Werbekampagnen mit einer passenden Social Media-Kampagne konzipiert werden. Kampagnen, die dabei zum Mitmachen auffordern und hierzu auf eine Hashtagsetzung weisen, locken Menschen an, sich auf Instagram zu registrieren. Es steht somit eine Win-win-Situation, bei der Instagram, die Unternehmen und die User profitieren können. Instagram kann durch die Social Media-Kampagnen mehr registrierte User generieren, die sich länger auf der Plattform aufhalten, durch das Liken, Kommentieren etc. lesbarer machen und somit mehr Daten über sich preisgeben. Die Unternehmen sind dabei nah am Kunden, binden diese an sich und nutzen die Kunden als „unbezahlten“ Werbeträger. Bei den Hashtag-Aktionen werden oftmals die Bildrechte an die Unternehmen übertragen, womit die Unternehmen intern und extern mit den Posts Werbung machen können. Der User ist sich jedoch meist seiner Funktion als Werbeträger bewusst und sieht seine erweiterte Sichtbarkeit eher als Anerkennung der eigenen Inszenierung. Die Aussicht auf Sichtbarkeit fungiert somit als Ansporn, bei Hashtag-Aktionen mitzuwirken. Der Marketingansatz kann in einer gewissen Weise als eine Art „Open Innovation-Ansatz“ verstanden werden, bei dem sich der User eingebunden in das Unternehmen fühlt und in diesem Sinne Teil des Unternehmens wird (vgl. Rapp 2011). Es ist dabei zentral, dass für die User ein Mehrwert sichtbar werden muss. Die Marke muss demnach stark assoziativ aufgebaut sein, sie muss für etwas stehen. Dies gilt dabei nicht nur für Unternehmen, denn auf Instagram werden auch die User bzw. Influencer zu Unternehmen und somit selbst zur Ware. Der Netzfeminismus schafft dabei beste Voraussetzungen, da die Bewegung visuell verortet ist und Selbstakzeptanz und Selbstliebe promotet, die bei den meisten Usern keine negativen Assoziationen hervorrufen. Somit funktionieren die Hashtag-Aktionen zwangsläufig nur, indem durch Posts eine gewisse Lesbarkeit, die sich an die Sichtbarkeit koppelt, verliehen wird und man die Hashtag-Aktionen als Netzbewegungen innerhalb einer Solidarisierung, einer Besetzung des Internets etc. aufzieht oder diese als Normalisierungsbestrebungen gekennzeichnet werden. Das Gefühl, etwas Gutes zu tun, setzt sich auch innerhalb der Nutzung Instagrams fest. So wird

die Zeit, die man auf dem Medium verbringt, nicht als „verschwendet“ interpretiert, sondern als Aktionismus verstanden.

User können sich durch die Vernetzungsmechanismen auf Instagram unverbindlich mit anderen Accounts vernetzen. Es entstehen meist lose und willkürliche Verbindungen, die kein wechselseitiges Verhältnis darstellen müssen. Ebenso können die Verbindungen auch jederzeit beendet werden. Es geht bei den meisten verifizierten Accounts nicht darum, ein wechselseitiges Verhältnis zu den Usern aufzubauen. In diesem Sinne wollen die Accounts interessant für die User sein, ohne dass sie sich für die anderen User interessieren. Dies baut Hierarchien auf, die durch den Einsatz von Empowerment-Stories von oftmals reichweitenstarken Influencern verstärkt werden und eine Vorbildfunktion und demnach auch Imperative legen können. Die Hashtag-Nutzung wirkt der Hierarchisierung entgegen, indem in diesem Zusammenhang alle User Teil der Bewegung sein können, die sich solidarisieren wollen. Ebenso geht es in den Empowerment-Stories oftmals gerade nicht um direkte Handlungsempfehlungen, die zur Selbstoptimierung leiten sollen, sondern darum, zu sich selbst zu stehen, ohne sich optimieren oder gesellschaftlichen Maximen anpassen zu müssen. Trotz der eigentlichen Bestrebung, die Reichweite mit Hilfe von weiteren reichweitenstarken Accounts zu erhöhen, setzen Monki oder Curated by Girls ebenfalls auf Reposts und Kooperationen mit weniger reichweitenstarken Accounts. Dies kann Authentizität generieren. Dennoch stellt sich der Erfolg in Form der Relevanz und der Sichtbarkeit vom Netzfeminismus nach wie vor über die Follower-, Like- und Kommentaranzahl dar. Die Vernetzung besteht dabei diesbezüglich häufig anhand einer bildnerischen und textuellen Angleichung. Ein Austausch, wie er im Cyberfeminismus oder auch in der Riot Grrrl-Bewegung im Fokus stand, wird nicht forciert. So geht es nicht um ein Aushandeln von Zielen und Forderungen, sondern um deren Festlegung. Es sollen „safe spaces“ ermöglicht werden, die jedoch auch zur Folge haben, dass es schließlich nur darum geht, Bestätigung einzuholen und positives Feedback zu generieren. Demnach gilt hier das Motto: „Be nice or leave“.

Allerdings fördert Instagram durch seinen einfachen Zugang und Aufbau die Möglichkeit, Teilöffentlichkeiten in Form von spezifischen Communities entstehen zu lassen, die die Plattform zur Öffentlichkeitsarbeit nutzen können. Intensiver Austausch findet dabei häufig exklusiv und extern statt. Ebenso verweisen die Netzfeministinnen sowie auch die netzfeministischen Kampagnen auf weitere Initiativen, Accounts, aber auch auf Websites, womit der inhaltliche und thematische Rahmen erweitert wird und netzfeministische Allianzen entstehen können. Zudem fällt im Gegensatz zu der Feministischen Avantgarde auf, dass die Bewegung diverser und internationaler ist. Gerade innerhalb der Hashtag-Bewegungen sind weder Vorwissen noch ein künstlerischer Hintergrund Voraussetzung. Das zeigt auch das Selfie, welches zur Alltagskultur gehört und im Netzfeminismus zum Zeichen der Selbstbestimmung und Selbstkontrolle avanciert. Die netzfeministische Bewegung erreicht damit mehr Menschen, wird offener und auch thematisch und intentional diverser. So geht auch Sollfrank davon aus, dass die Social Media zu einem zentralen Ort geworden

ist, „an dem Gemeinschaften entstehen und feministische Kampagnen stattfinden“ (Sollfrank 2018, zitiert nach Meier 2019b).

10.5.4.2 Algorithmus

Der Erfolg von Netzbewegungen oder die zuvor besprochenen marktfeministischen Kampagnen sind auf Nachahmungsmechanismen ausgelegt. Der Netzfeminismus bietet damit die Möglichkeit, auf Instagram erfolgreich zu sein, ohne sich den stereotypischen Inszenierungen unterwerfen zu müssen. Dies ist insbesondere relevant für die User, die trotz Bemühungen und Fotobearbeitungen nicht in die stereotypischen Inszenierungen passen oder passen wollen. Das Trending des Netzfeminismus schafft es demnach, dass mehr User sich ermutigt fühlen, sich auf Instagram zu zeigen und somit die Plattform aktiv zu nutzen. Dabei bleibt dennoch die Verbindung zwischen Erfolg und einer hohen Reichweite bzw. einer hohen Followeranzahl bestehen.

Der Algorithmus Instagrams fördert dabei die Herstellung der Bildstrategie des Empowerments. Da der Algorithmus Interaktionen belohnt, egal ob diese positiv oder negativ ausfallen, konnte sich die Reichweite der Bildästhetik erhöhen. Es existiert durch den Algorithmus ein hoher Druck auf das Subjekt, Sichtbarkeit „um jeden Preis“ zu erlangen (vgl. Raunig 2011: 156). Die netzfeministische Bildästhetik kann in nicht-feministischen Kontexten durch ihre teilweise radikale Bildsprache für Aufsehen bzw. Aufmerksamkeit sorgen. Dies stellte sich beispielsweise anhand des Kampagnen-Lauches von Gillette Venus dar, indem ein Fat Model gezeigt wurde, oder anhand der Adidas-Kampagne, in der Arvida Byström ihre sichtbare Beinbehaarung zeigte. Ebenso trägt die Bildstrategie des Empowerments zur Herstellung von Narrativen und somit zur Verbesserung des Algorithmus bei, indem die Empowerments-Stories Nähe, Verständnis, Mitgefühl und damit Interaktionen in der netzfeministischen Community avancieren. Die Erzählungen basieren häufig auf der persönlichen Erfahrung mit dem Unwohlsein bezüglich des eigenen Körpers sowie die letztlich erreichte Selbstliebe. Die Empowerment-Stories setzen damit auf Erzählungen, die User nachempfinden können, da sie im eigentlichen Sinne auch zu „normalen“ Gefühlen zählen. Dennoch werden diese Gefühle zum Besonderen deklariert, welches die empowernte Person und den mitfühlenden User verbindet und diese Verbindung damit exklusiv erscheinen lässt. Es geht demnach nicht ausnahmslos um die Bewunderung einer Person und die Bestrebung, sich diesem Ideal anzunähern, sondern um die Identifikation mit der Person. Die Durchsetzung der Bildstrategie des Empowerments wird durch den Algorithmus gefördert. So konnte sich die Bildstrategie verbreiten, da diese gerade Zuspruch bei der Community und außerhalb der Community Provokation und Kontroversen, meist aufgrund der radikalen Bildästhetik auflösen konnte. Dies lässt die Interaktionsrate steigen und somit auch die Verbreitung. Der Algorithmus lässt zudem beim User das Gefühl entstehen, dass das eigene Verhalten auf Instagram in Bezug auf den Konsum von bestimmten Posts, Accounts etc. zur Normalität auf Instagram gehört. Insofern passt auch hierbei De Tardes

Feststellung, dass „das bloße Wissen, dass eine große Zahl unserer Mitmenschen einer Meinung anhängt, uns geneigt macht, genauso zu urteilen wie sie“ (De Tarde 1904, zitiert in Ellrich 2007: 36). Die Teilnahme bzw. die Solidaritätsbekundungen mit dem Netzfeminismus und Netzbewegungen erzeugen damit einen normalisierenden Effekt innerhalb des eigenen Algorithmus. Es werden mehr Accounts, mehr entsprechende Bildmotive angezeigt, welches ein beruhigendes und zufriedenes Gefühl fördert, dass das eigene Verhalten und der eigene Aktionismus zu einer Normalisierung beigetragen haben.

10.5.4.3 Aktualisierungszwang

Der Aufmerksamkeitszwang geht mit dem Aktualisierungszwang einher und verlangt vom User stetig neue Posts und Reaktionen. Trends von spezifischen Bildmotiven, die sich meist auf den Körper beziehen, spielen dabei eine zentrale Rolle und markieren die schnellen Nachahmungsmechanismen, die durch den Aufbau Instagrams entstehen. Die User sind demnach gewillt, neue Körpertechniken auszuprobieren, jedoch müssen die Inszenierungen einen positiven Mehrwert für den User haben. Gerade die Inszenierungen in tabuisierten Darstellungen sind riskanter, als sich innerhalb stereotypisch schönheitsfokussierter Trendinszenierungen zu zeigen. Das Sicherheitsdispositiv fördert hierbei eine verstärkte Vernetzung in Form eines häufigen Einsatzes der Verweise, um diese als netzfeministisch lesbar zu machen. Zentral sind somit die Accounts von Netzfeministinnen, von feministischen Netzbewegungen, feministischen Hashtags, die Bildstrategie des Empowerments und das Geständnis bzw. die Empowerment-Storys. Dabei ist die durch die Bildstrategie des Empowerments entstandene Verknüpfung der Eigenschaften der selbstbewussten, starken, modernen Frau mit dem Netzfeminismus von zentraler Bedeutung. Das Trending von spezifischen bildnerischen Codes, die meist das Zeigen von dünnen Körpern umfassten, weitete sich zumindest auch für andere Körper aus. So wurde beispielsweise aus der Bikini Bridge die Mermaid Thighs oder die Thigh Brow (vgl. Müller 2016, vgl. Brunke 2015), was somit ebenso dazu führte, dass mehr User bei den Instagram-Trends mitmachen konnten.

Der Aktualisierungszwang zog nach sich, dass dabei auch die thematische Ausrichtung des Netzfeminismus weit gefasst ist und selten nur einen netzfeministischen Themenaspekt aufgreift. Dabei bleibt die bildnerische Ästhetik oftmals gleich. Es ändern sich die thematischen Bezugspunkte, mit denen man versucht, mehr User anzusprechen. Die thematischen Erweiterungen zeigen jedoch ebenso den Netzfeminismus als Querschnittsthematik auf. Zwar werden dabei die Themen oftmals äußerst oberflächlich angerissen, dennoch werden Verknüpfungen aufgezeigt, welche auf die erweiterten Wirkungseffekte und eine intersektionale Perspektive des Netzfeminismus verweisen.

10.5.4.4 Selbstreflexion

Das Empowerment fördert zwar höchst neoliberale Eigenschaften des unternehmerischen Selbst, wird jedoch im Netzfeminismus nicht als Selbstoptimierungsinstrument genutzt. Das Empowerment wird in diesem Zusammenhang wie in der Riot Grrrl-Bewegung zu einem feministischen Empowerment. Es geht zwar im Kern darum, Kontrolle über das eigene Leben zu ergreifen, Handlungsmöglichkeiten wahrzunehmen und aktiv zu werden, aber dies bezieht sich eher auf eine Durchbrechung von Denkstrukturen und damit um ein Empowerment, welches sich auf eine Reflexion hegemonialer Strukturen bezieht. Der Aktionismus richtet sich dabei auf die Normalisierung von tabuisierten Körperinszenierungen und somit auf das Aufbrechen des Male Gaze auf inhaltlicher sowie auf bildnerischer Ebene. Durch die Netzbewegungen und die feministischen Hashtag-Aktionen wird ebenso versucht, eine Mimesis und damit eine Normalisierung der Körpertechniken zu erzielen. Es entsteht auch hier eine Win-win-Situation, da durch die Aufforderung der Normalisierung von Bildtechniken User bewegt werden, Beiträge zu posten durch die alle Beteiligten Sichtbarkeit und Reichweite generieren können. Das Feedback-System macht dabei den Erfolg, aber auch den Nicht-Erfolg sichtbar. Das Empowerment richtet sich klar an die anderen User, weshalb hier das „Publikum“ essentiell ist. Der User muss hierbei umso genauer kalkulieren, was mit dem Post verbunden werden soll und für wen und wo der Beitrag sichtbar werden soll. Dabei scheint es, als sei das Zeigen von dicken Körpern mit größeren Gefahren für das digitale Subjekt verbunden. So zeigten sich „dicke“ Körper seltener innerhalb weiterer tabuisierter Positionen bzw. nutzten seltener die Bildmotive, die auf weitere netzfeministische Themen wie Körperhaare oder Menstruation verweisen. Das subversive Potenzial entsteht hierbei allein schon, indem sich dicke Personen zeigen und Sichtbarkeit einfordern.

Der Netzfeminismus setzt dabei besonders auf eine Community-Bildung. Dadurch werden die User, aber auch die werbenden Unternehmen, Produkte, die Ästhetik etc. in netzfeministisch und nicht-netzfeministisch aufgeteilt. Gerade diese Aufteilung schafft eine stärkere Bindung, bei der es nicht per se um ein Gefühl von Wir-und-die-Anderen geht, man sich jedoch von dem „Anderen“ differenziert und ideologisch überlegen fühlt. Dies wird unterstützt durch die marktfeministischen Kampagnen, bei denen nicht nur der Male Gaze aufgebrochen werden soll, sondern versucht wird, durch Kooperationen mit Initiativen und Projekten etwas gesellschaftlich Gutes zu tun. Instagram stellt eine Möglichkeit her, wie man Geld aus dem „Anderssein“ machen kann. Die erfolgreichen Netzfeministinnen bieten dazu die Vorlage und verknüpfen dies mit Produkten bzw. machen dabei auch den Körper selbst zum Produkt. Der Netzfeminismus fordert im Rahmen der Machttechnologien Instagrams den User in gewisser Weise auf, zur Ware zu werden und macht ihn somit rentabel. Damit wird ebenfalls der Lifestyle der Netzfeministinnen in gute und schlechte Produkte und Eigenschaften etc. eingeteilt. Durch das Gefühl, Teil einer Community zu sein, steigert sich das Sicherheitsgefühl und damit auch die Risikobereitschaft der Posts. Dies wird durch den Algorithmus und den damit einhergehenden Eindruck einer individuellen Normalität

verstärkt. Gleichzeitig stellt sich durch die Betonung der Individualität im Netzfeminismus ein Gefühl der Individualität und des Besonderen ein, indem es gerade darum geht, dass man zu sich selbst steht und zu sich selbst findet. Es wird demnach eine feministische Zugehörigkeit, aber dennoch auch eine feministische Individualisierung gefördert.

Durch die Aufforderung zum Empowerment werden Imperative gelegt, die einen katharsischen Effekt durch die Veröffentlichung von Fotos in der netzfeministischen Ästhetik versprechen. Hierbei wird die textuelle Ebene mit der visuellen Ebene verbunden. Die textuellen Geständnisse fordern die visuellen Geständnisse vice versa. Der Aktualisierungszwang verlangt dabei, ständig neue Geständnisse über sich produzieren zu müssen. Gleichzeitig werden Selbstliebe und Selbstakzeptanz als Anspruch an sich selbst festgelegt, dem jede bzw. jeder nachgehen sollte. Es wird dabei die Verbindungslinie gezogen, dass man nur zufrieden mit sich selbst sein kann, wenn man zufrieden mit seinem Körper ist und zu seinem Körper steht. Die Geständniskultur ist dabei performativ, indem sie Begehren, Lust am öffentlichen Geständnis und legitimen Voyeurismus erzeugt. Dabei wird das Geständnis als integrativer Bestandteil der Wissenstechnik auf Instagram bereitwillig akzeptiert und verschafft Instagram einen verbesserten Zugang zu Daten und Informationen über die User. Gleichzeitig fördert die Aufforderung zur Selbstdarstellung eine Reproduktion und Festigung der Machttechnik der Selbsttechnologien in Form der „gelenkten Selbstführung“ (Reichert 2008: 19, 136). Denn auch im Netzfeminismus gilt das Prinzip Instagrams, sich selbst zu verwalten, zu managen und zu promoten. Dennoch weisen unzählige Kommentare darauf hin, dass die Befreiung, welche durch das Geständnis bzw. das Empowerment ausgelöst werden soll, ebenso ins Leben gerufen wird. So fühlen sich viele User durch die Inszenierung innerhalb der netzfeministischen Ästhetik befreit und empowert. Dabei zeigen Studienergebnisse von Horan (2016), dass die Motivation der Selbstinszenierung in den Social Media eher darin besteht, mehr Follower und mehr Aufmerksamkeit zu generieren als feministischen Intentionen nachzugehen (vgl. Horan 2016). Die Anpassung wird in gleichem Maße wie die Herausstellung des Besonderen forciert. Insofern bleibt die Vermischung des Geständnisses mit dem Empowerment im Netzfeminismus ein Effekt der Lust nach Aufmerksamkeit (vgl. Raunig 2011: 158). Das Befreiungsgefühl wird dabei zur selbsterfüllenden Prophezeiung und fügt sich in die Herstellung zum unternehmerischen Selbst, indem belohnt wird, Eigeninitiative und Eigenverantwortung zu übernehmen.

Gerade weil die Netzfeministinnen ihren Körper in den Mittelpunkt der feministischen Auseinandersetzung rücken, steht dieses Vorgehen oftmals in der Kritik. Anstatt dass Frauen die Möglichkeit des Internets als IT-Expertinnen beispielsweise zu einer Umcodierung der Wissenssysteme von Social Media-Plattformen nutzen, verwenden sie diese vornehmlich, um ihren Körper dort zu thematisieren. Folglich reduzieren sich die Aktivistinnen auf den Körper, indem sie ihn (über-)betonen. Auch werden demnach Imperative an die User gestellt. Beispielsweise wird die forcierte „radical selflove“ als Druck auf die Subjekte verstanden, den Körper lieben zu müssen, um Teil der Bewegung sein zu können (vgl. Oltuski

nach Cohen et al. 2020: 3). Die Selbstliebe wird damit zu einem Imperativ, der mit der Verknüpfung eines Darstellungszwangs einhergeht. Gerade die Visualität der Bewegung, öffentlich seine „Makel“ zu zeigen, sich öffentlich ausziehen zu müssen, um einen Standpunkt zu setzen, wird dabei in Frage gestellt. Die Body Neutrality-Bewegung zielt darauf ab, die generelle Wichtigkeit von Schönheit und den diesbezüglichen Stellenwert von Körpern in der Gesellschaft zu hinterfragen und versucht dabei, zu ermutigen, dem Erscheinungsbild weniger Relevanz beizumessen (vgl. Rees nach Cohen et al. 2020: 5). Es geht zusammengefasst darum, zu zeigen, dass das Subjekt mehr als nur Körper ist, dass man nicht nur dazu da ist, um anderen zu gefallen, oder um für die Akzeptanz seines Aussehens zu kämpfen (vgl. Cohen et al. 2020: 5). Gerade der Versuch, den Körper innerhalb eines visuellen Mediums wie Instagram nicht zu betonen, macht es der Bewegung schwer, der Aufmerksamkeitslogik zu folgen. So sieht man auch am Hashtag-Feed, dass die meisten Beiträge die Inszenierungsmodi aus der Body Positivity-Bewegung übernehmen. Der Body Neutrality-Ansatz wird dabei häufig als Bildunterschrift thematisiert und/oder dient als Zusatz-Tag zu den üblichen Body Positivity-Hashtags. Lechner spricht sich dabei dafür aus, dass beide Bewegungen wichtig seien und sich intentional ergänzen würden. So müssten einerseits „exklusive Schönheitsstandards kritisiert werden, andererseits aber auch darauf gepocht werden, dass gerade Frauen mehr sind als ihre Körper und ihr Aussehen“ (Lechner, zitiert in Staud 2019). Bei der Body Positivity-Bewegung geht es schließlich auch darum, dass Schönheitsnormen hinterfragt werden, woraufhin gerade auch die Bedeutung der Schönheit in der Gesellschaft und die Relevanz innerhalb von Machtgefügen hinterfragt werden kann. Infolgedessen umschließt der Gedanke der Body Positivity in gewisser Weise auch den Gedanken der Body Neutrality (vgl. Lechner, zitiert in Staud 2019). Zentral ist, dass es bei dem Netzfeminismus nicht ausschließlich um den Körper geht. Es wird ebenso versucht, eine Vielfältigkeit an Persönlichkeitseigenschaften und Emotionen zu thematisieren. Netzfeministinnen zeigen sich beim Weinen, berichten über Depressionen, thematisieren Schmerzen und Unwohlsein während der Periode etc. Es wird bei weitem nicht nur das Aufbrechen der eindimensionalen, stereotypischen Darstellung forciert, in der es darum geht, gut auszusehen und Spaß zu haben. Es wird versucht, Schwächen, Misserfolge und Unsicherheiten zu normalisieren und somit das unternehmerische Selbst zu modifizieren. Man muss demnach nicht der stereotypischen Vorstellung entsprechen und kann trotzdem erfolgreich sein und Anerkennung und Sichtbarkeit bekommen. Besonders die Verknüpfung zwischen dem Körper und der Verkörperung von neoliberalen Eigenschaften wird damit verändert. Dabei werden die eigenen Gefühle, die Selbstreflexion und das Erleben betont. Diesbezüglich zeigt sich auch eine Verbindung zu der von Foucault beschriebenen „ars erotica“, in der die Sexualität auf eine individuelle Ebene verschoben wird. Das Aufbrechen der Körperimperative lässt dabei auch die Vorstellung einer „Natürlichkeit“ der Sexualität ins Wanken geraten.

Die Forderung der Selbstreflexion ist dennoch auch kritisch zu bewerten, da diese eben auch in den Werbekampagnen eingesetzt wird. Beispielhaft dafür ist die kritische Hinterfragung der früheren Marketingkampagnen in der neuen Kampagne von Gillette Venus. Das Produkt

bestärkt dabei das Gefühl der Befreiung von den Schönheitsnormen und somit vom Diktat des Male Gaze und der Industrie. Das Gefühl der Selbstbestimmung lässt den User dabei blind für manipulative Werbung werden. Gleichzeitig wird die diskursive Verbindung gelegt, dass Veränderungen, der feministische Aktionismus und das Empowerment mit Konsumententscheidungen zusammenhängen. Durch die auf Instagram immanente Wissenstechnik, in der Popularität zum Verhaltensideal wird, welches nach mathematisch-statistischen Quantitäten ermittelt wird, zeigte der Erfolg der Netzfeministinnen auf, dass es sich für den User lohnen kann, sich auf diese Art und Weise zu zeigen. Damit macht der Netzfeminismus Angebote alternativer Schönheitsvorstellungen bzw. fördert eine Hinterfragung von Schönheits- und Sichtbarkeitsimperativen. Der Marktfeminismus bestätigt zusätzlich das Aufbrechen der Sichtbarkeitsimperative „von oben“ und erkennt damit die Sichtbarkeit diverser Körper an. Die Eigenschaften des unternehmerischen Selbst und seine Verkörperung öffnen sich, werden dadurch durchlässiger und entkoppeln sich vom Male Gaze. Das unternehmerische Selbst unterliegt somit der Strategie, die Jürgen Link als „flexiblen Normalismus“ bezeichnet. Dieser beruht, wie der Begriff darlegt, auf flexiblen Normalitätsgrenzen (vgl. Link 1997: 78). Der Spielraum der Verhaltensmöglichkeiten ist demzufolge für das Subjekt größer. Letztlich wird das akzeptiert, was sich als ertragreich erweist. Es bleibt demnach das Ziel, die Kontrolle über die eigene Darstellung zu besitzen, um Selbsterhöhung und Anerkennung zu erlangen. Die Angst des Kontrollverlustes führt gerade bei der riskanteren Inszenierung zu einer erhöhten Rückversicherung der Selbstdarstellung und der kalkulierten Einbettung sowie zu dem erhöhten Gefühl der Identifikation mit der feministischen Netzbewegung, die einen schützt, aber letztlich zu dem führt, was Instagram will: eine permanente Nutzung der App.

10.5.4.5 Verifizierung

Mit der Spaltung von verifizierten und nicht-verifizierten Accounts wird ein System der Gewinner und Verlierer erzeugt, welches auch im Netzfeminismus reproduziert wird. Die verifizierten Accounts, die oftmals Influencern gehören, geben dabei den Anforderungskatalog vor, auf welche Art und Weise man sich auf Instagram darzustellen hat. Die Influencer geben die Idealnormierungen vor, wie ein User ein erfolgreiches und anerkanntes Subjekt sein kann und verbinden diese Eigenschaften des Erfolgs mit visuellen Körpereigenschaften. Die untersuchten Accounts zeigten dabei eine Berechenbarkeit, Instagram unternehmerisch zu verwenden, indem Aufmerksamkeit für Werbung genutzt und somit die Gelegenheit wahrgenommen wird, mit Hilfe Instagrams Kapital erwirtschaften zu können. Auch bei der Analyse der hier ausgewählten Accounts wurde die Followerzahl als Indiz für die Relevanz der Accounts bzw. der Netzbewegung betrachtet. Die diskursive Verknüpfung von vielen Abonnenten und Erfolg blieb bestehen. Egal, ob als normierter Influencer oder als Fat Model – der Erfolg auf Instagram zeigt unternehmerisches Geschick. Auch im Netzfeminismus gelten dabei die Regeln Instagrams, sich interessant darstellen zu

müssen, sodass andere User einen beim Interessant-Sein beobachten wollen. Das digitale Subjekt bleibt dabei stets gebunden an das Bewertungssystem der Marktlogik.

Durch den Marktfeminismus sind Imperative entstanden, die letztlich nicht in die netzfeministische Bestrebung der Offenheit und Inklusion passen. Dabei bleiben insbesondere ältere Menschen unterrepräsentiert und werden dabei häufig weder bildnerisch noch inhaltlich angesprochen. Damit schafft auch der Netzfeminismus Unsichtbarkeiten, die ebenfalls mit den Machttechnologien zusammenhängen, gerade die Zielgruppen ansprechen zu müssen, die größtenteils die Social Media nutzen. Die Nutzung von Girly-Elementen kann somit gleichwohl als ein neoliberales Kalkül zur Profitmaximierung interpretiert werden. Plakativ zeigt sich die Imperativsetzung insbesondere durch das Curvy Model. Die Möglichkeiten, eine Relevanz von entnormierten Körperformen aufzuzeigen, setzte sich vor allem durch den Erfolg der Body Positivity-Bewegung durch. Dies führte dazu, dass Curvy Models an Beliebtheit zugenommen haben und auch ihren Weg in die internationalen Modelagenturen fanden. Voraussetzung ist eine Körpergröße von mindestens 1,74 m, ein „schönes Gesicht“, glatte und straffe Haut und eine Sanduhrenfigur, also „Kurven an den richtigen Stellen“ (Gerstmeyer 2018) – so hieß es ferner. Die Curvy Models, die wie ein Befreiungsschlag und eine langersehnte Normalisierung von Frauenkörpern innerhalb der industriellen und medialen Darstellung als „Durchschnittsfrauen“ proklamiert werden, stecken jedoch voller neuer Körpernormierungen und Imperativen. Das Image der Curvy Models als „echte Frauen“ lässt die Curvy Models vorzugsweise hyperfeminisiert und sexualisiert in Bademode oder Dessous in Werbungen auftreten. Ansonsten geht es darum, den Körper durch Kleidung zu kaschieren. Die Bewegung förderte zwar neue und „kurvigere“ Körperbilder, erzeugte jedoch neben der neuen Sichtbarkeit auch wiederum neue Unsichtbarkeiten. Der Schein wurde dabei erweckt, dass Unternehmen die Schönheit aller Körper proklamieren. Dabei verstärken diese erneut die Tabuisierung jener, die nicht in den Anforderungskatalog passen. Die Sichtbarkeit „anderer Körper“ wird dabei oftmals nur möglich, indem diese trotz „Makel“ noch immer sexualisiert und kommerzialisiert werden können. Durch die Normalisierung des Netzfeminismus ist es zu zahlreichen netzfeministischen Accounts, Werbekampagnen etc. gekommen, die den Netzfeminismus auf eine Weise auslegt, die nichts mit den eigentlichen Forderungen und Intentionen zu tun haben. Die Mainstreamisierung schwächt damit den Netzfeminismus, macht ihn ambivalenter, willkürlicher und relativiert ihn damit. Dabei geht es im Netzfeminismus nicht wie im Girlfriend Gaze darum, andere User zu überprüfen, sondern diese zu empoweren und zu bestärken. Dennoch bleibt der Körper hierbei stets im Zentrum der Konnektivität. Diversität wird mit positiven Konnotationen der Sichtbarkeit und Anerkennung in der Community unter den Bedingungen Instagrams besetzt.

10.5.4.6 Daten und Werbung

Durch die Popularität nutzt Instagram den Netzfeminismus als Alibi-Funktion, um weiterhin als möglichst offene und freie Plattform zu gelten und dennoch dabei die Sichtbarkeit von spezifischen stereotypischen Darstellungsimperativen algorithmisch zu fördern – aber auch, weil gerade die Subversion in Form von Hashtag-Bewegungen stets Potenziale für neue Produkte und neue Käufer schafft bzw. diese dadurch ersichtlich werden. Instagram vereinfacht es, Trendanalysen und Reportings zu erstellen, um damit das Risiko der Investitionen zu verringern, indem die Marketingstrategien zielgruppengenau konzipiert werden können. Die Verfolgung der Trends und Reportings können dabei marktwirtschaftlich relevant sein, aber ebenso politisch. Wenn somit Foucault feststellt, „was bleibt, ist zu untersuchen, welchen Körper die derzeitige Gesellschaft braucht...“ (Foucault 2002/1975: 936), dann bietet Instagram hierfür die Lösungsoption. So sieht auch Kohout die Social Media als Spiegel für gesellschaftliche Bewegungen und Wandel: „Aus der Summe der Themen und Debatten kann man herauslesen, wofür die Gesellschaft sensibilisiert ist und worauf Nutzer*innen achten, wenn sie Bilder und andere Inhalte im Netz rezipieren“ (Kohout 2019: 70). Folglich hat der Netzfeminismus gezeigt, dass es eine große Community gibt, bei der sich diversere Körperbilder gut verkaufen lassen, wenn diese in die richtige Marketingstrategie eingebettet sind. Damit hat Instagram aufgezeigt, was für Körper die Gesellschaft gerade braucht und unter welchen Bedingungen sich diese herstellen lassen. Bewegungen auf Instagram gewähren die Kontrolle bzw. Überwachung darüber und bieten damit auch eine Einschätzung der Radikalität. Indem eine Radikalität bzw. eine zu starke Bedeutungskraft von einer Bewegung ausgeht, ist nach Hoffmann der einfachste Weg, diese zu entschärfen oder gar zu zerstören, wenn sie zur Mode erklärt wird (vgl. Hoffmann, zitiert in Klein 2004: 181). Der Marktfeminismus ist somit auch als Effekt zu verstehen, subversive Kräfte der Bewegung zu relativieren. Zudem stellen gerade die subversiven Bewegungen Dynamiken her, die der Mainstream braucht, damit neue Produkte, Images und Käuferschaften generiert werden können.

Dahingehend ist Instagram als ein Katalysator zu verstehen, der Diskurse entfachen oder verstärken kann. Der Netzfeminismus thematisiert dabei die Körpertechniken innerhalb des Male Gaze, unterwirft sich dabei jedoch der Aufmerksamkeits- und Sichtbarkeitslogik der Plattform selbst. Instagram ist Ausgangspunkt, aber auch Symptom des Netzfeminismus und ist somit ebenfalls von den auf Instagram immanenten Machtstrukturen durchzogen. Die Bildstrategie der Netzbewegung bewegt den User dazu, Selbstauskünfte zu geben. Diese sind demnach sogar „authentischer“ zu bewerten, weil der Netzfeminismus das Aufzeigen vielfältiger Persönlichkeitseigenschaften fördert. Die Kontrolle über die User verbessert sich somit und kann gezielter für Marketingzwecke eingesetzt werden. Die Selbstauskunft verstärkt sich dabei im Kontext, etwas Gutes für sich oder etwas Gutes für die Community innerhalb des feministischen Aktionismus zu tun. Der User wird durch den Netzfeminismus aktiver Teil von Instagram, zum Teil der netzfeministischen Unternehmen und schließlich auch zum modifizierten unternehmerischen Selbst. Je mehr das Subjekt sich als Teil der

Plattform fühlt, umso mehr nutzt es die Plattform, und umso mehr stimmt es folglich den Bedingungen der Plattform zu.

10.6 Kritische Reflexion

Im Folgenden soll das Analyseverfahren zusammengefasst und kritisch hinterfragt werden. So zeigte der Abschnitt „10.1 Exkurs: Forschungsschwierigkeiten“ auf, dass Forschungen über Inszenierungen in der Social Media stets mit Problemen einhergehen, die durch den komplexen Analysegegenstand entstehen. Anhand der Forschungsergebnisse der MaLisa Stiftung konnten stereotypische Körpertechniken ermittelt werden, die somit das Ideal darstellen. Mit Hilfe der theoretischen Einbindung wurde dementsprechend davon ausgegangen, dass Subversion in der hier genutzten Definition eine Reibung zum Original herstellt. Diesbezüglich stellte sich die Frage, wie genau die subversiven Körpertechniken als Reibung zum Original aussehen. Es ging dementsprechend nicht darum, herauszufinden, inwiefern man durch eine Analyse von Stichproben spezifische subversive Störungspotenziale finden kann, sondern darum, eine Vielfalt an subversiven Körpertechniken aufzuzeigen, die man auf Instagram finden kann. Hierbei stellte sich jedoch die Schwierigkeit, auszuwählen, welche Posts als Analysegegenstand genutzt werden können. So würde eine gezielte Suche nach Störungspotenzialen in Posts nur die eigene vorangestellte Vorstellung von subversiven Körpertechniken widerspiegeln. Diesbezüglich stellten jedoch die Beiträge des Buchs „Pics Or It Didn't Happen“ Einblicke in Körpertechniken dar, die einen Kontrast zu den stereotypischen Inszenierungen bildeten. Somit entstanden Anhaltspunkte darüber, wie subversive Körpertechniken aussehen und welche Bildmotive dabei häufig vorkommen könnten.

Eine Analyse anhand von Hashtags zeigte sich dabei als nicht zielführend. So wurde davon ausgegangen, dass man eine subversive Körpertechnik entsprechend der Machttechnologie Instagrams auch als eine solche lesbar machen will. Es wurde demnach zunächst nach Hashtags gesucht, die auf den Netzfeminismus verweisen. Hashtags wie #netfeminism, #cyberfeminism oder #networkfeminism stellen sich als irrelevant heraus. Im Gegensatz dazu zeigten die Hashtags #feminist oder #feminism eine Nutzung in mehrfacher Millionenhöhe auf. Folglich kann davon ausgegangen werden, dass der Begriff des Netzfeminismus nur außerhalb des Mediums relevant ist, da der zentrale Begriff des Feminismus hierbei als Synonym für den Feminismus im Netz steht und keiner Differenzierung diesbezüglich bedarf, wie auch die Bezeichnung der Netzfeministin. Eine Suche nach Schlüsselbegriffen, die im Netzfeminismus eine zentrale Rolle spielen, wie beispielsweise #bodypositivity oder #selflove wurden dabei ebenso mehrere Millionen Male genutzt. Durch die sehr häufige Nutzung der Hashtags entstand eine sich ständig aktualisierende Bilderflut, womit es nicht möglich wurde, einen Gesamteindruck bzw. einen chronologisch differenzierten Eindruck der Hashtag-Posts zu bekommen. Auf welche Art und Weise sich User inszenieren, wenn sie spezifische netzfeministische Hashtags nutzen, konnte

demnach nur vereinzelt stichprobenartig untersucht werden und beschränkte sich auf die wenigen Hashtags, die in der Analyse beschrieben wurden.

Es wurde sich somit auf eine Analyse von Accounts beschränkt. Durch die Analyse von den Instagram-Accounts von Molly Soda und Arvida Byström wurden zentrale subversive Bildmotive ermittelt, die anschließend mit weiteren Selfies von Netzkünstlerinnen verglichen und erweitert werden sollten. Die Selfies von Arvida Byström und Molly Soda wurden dabei als eine Art Ausgangspunkt bzw. als Vorreiter-Ästhetik gewertet, da die Künstlerinnen die spezifische Art ihrer Bildsprache schon in den Anfängen der 2010er-Jahre nutzten. Auf den Instagram-Accounts von Soda und Byström wurde mehrfach auf den Instagram-Account von Curated by Girls verwiesen. Dieses stellte sich als eine Art Künstlerkollektiv bzw. als Plattform dar, um Werken, die sich mit netzfeministischen Themen beschäftigen, Sichtbarkeit zu verleihen und eine Vernetzung von Künstlerinnen bzw. Interessierten zu ermöglichen. Der Instagram-Account versprach somit Einsichten in unterschiedliche Bildmotive von unterschiedlichen Netzkünstlerinnen und eine Untersuchung der Frage, inwiefern sich im zeitlichen Verlauf Körpertechniken verändern bzw. angeglichen haben. Innerhalb der Analyse wurden Verweise zur Netzbewegung Effyourbeautystandards und zu Tess Holliday sichtbar. Es fiel dabei auf, dass sich die Bildmotive, die mit Effyourbeautystandards oder Tess Holliday getaggt oder markiert wurden, ähneln. Um zu untersuchen, auf welche Art und Weise sich die Bildmotive bei Netzbewegungen verändern, wurde dahingehend eine Analyse des Accounts von Effyourbeautystandards vorgenommen. Ebenso wurde der Account von Tess Holliday analysiert, da beide Accounts miteinander verknüpft sind und im Netzfeminismus nicht immer genau differenziert werden kann, ob eine Netzbewegung als diese tituliert wird oder gar persönliche Accounts, meist von netzfeministischen Influencern, als eine Netzbewegung zu verstehen sind.

Da die Analyse der Accounts aufgrund von Verweisen untereinander vorgenommen wurde, kann kritisch hinterfragt werden, ob damit nicht auch stets auf die gleichen Bildtechniken verwiesen wird. Eine Angleichung der Bildmotive scheint bei einer Vernetzung der Accounts zu erwarten, jedoch ließen sich durchaus Unterschiede erkennen. Durch das Vorgehen wurden zudem die Machttechniken Instagrams auf die Analyse übertragen. Dies ist jedoch in diesem Fall nicht als problematisch zu bewerten, da es in der Analyse gerade darum ging, subversive Bildtechniken aufzuzeigen und Normalisierungsprozesse zu hinterfragen, womit die Bildtechnik damit zwangsläufig der Aufmerksamkeitslogik der Plattform folgen muss. Demnach wurden ausschließlich reichweitenstarke Accounts untersucht. Die analysierten Körpertechniken, die auf den Accounts zu finden waren, konnten dabei ebenso auf weiteren netzfeministischen Accounts mit hoher Reichweite wie bei „bodiposipanda“, „beafeministgirl“, „womenirl“ sowie „kenziebrenna“ und „jaykrakower“ gefunden werden. Bei der Analyse der Accounts zeigte sich außerdem der Fokus auf das Selfie als herausfordernd. Der Selfie-Schwerpunkt wurde bewusst gewählt, da davon ausgegangen wurde, dass das Selbstportät, so auch das Selfie, selbstreflexive Prozesse auslösen kann und somit elementar für die visuelle Subversion ist, wobei sich diese These auch in der

Feministischen Avantgarde bestätigen konnte. Gleichzeitig konnten durch die Spezifizierung auf das Selfie große Datenmengen reduziert werden. Es zeigte sich allerdings die Schwierigkeit, Selfies adäquat verifizieren zu können und diese somit von dem Selbstporträt zu unterscheiden. Zudem hat sich herausgestellt, dass die Selbstporträts eine zentralere Bedeutung in den reichweitenstarken Accounts besitzen als die Selfies. Eine besondere Relevanz zeigten feministische Fotografinnen. Hierbei ließen sich auch stärkere bildnerische Verknüpfungen und Verweise auf die Kunstgeschichte und die Feministische Avantgarde finden. Daraus kann die These aufgestellt werden, dass durch die Social Media vermehrt Frauen Interesse an dem Medium Fotografie entwickelten und eine bedeutendere Rolle in dem männlich dominieren Berufszweig einnehmen. Die Analyseergebnisse beziehen sich folglich nicht auf einen Gesamteindruck der netzfeministischen Ästhetik, sondern größtenteils auf eine Spezifizierung der Bildästhetik hinsichtlich der Selfies.

In den hier untersuchten Accounts waren stets Werbe-Elemente zu finden. Die Verstrickung des Netz- und Markt-feminismus sollte dabei anhand von Werbe-Kampagnen bzw. von spezifischen Unternehmens- oder Produkt-Accounts untersucht werden. Es sollte hierbei analysiert werden, inwiefern die ermittelten subversiven Bildtechniken in der Werbung eingebettet werden. Es lassen sich derzeit unzählige netzfeministische Werbekampagnen finden. Die plakativen einzelnen Kampagnen wurden dabei im Zusammenhang mit der Definition des Markt-feminismus vorgestellt. Im Gegensatz dazu sollten Accounts analysiert werden, auf denen das Image des Produktes oder des Unternehmens auf den Netzfeminismus aufbaut, um somit auch im zeitlichen Verlauf den Einsatz der Bildästhetiken analysieren zu können. Es wurde sich dementsprechend für Gillette Venus entschieden, welches sein Produktimage komplett umgestalten musste, sowie die Unternehmen Billie und Monki, die aus dem Ansatz des Netzfeminismus heraus entstanden sind. Diesbezüglich ließen sich auch Vernetzungen in Form von Taggings und Markierungen auf den Accounts von Billie und Monki erkennen, die ebenso auf die hier analysierten Accounts verwiesen. Die Verstrickungen deuten somit auf netzfeministische Allianzen hin. Die Analyse soll dabei nicht als repräsentativ für den Markt-feminismus zu verstehen sein, sondern aufzeigen, wie der Netzfeminismus bildnerisch sowie textuell im Marketing integriert werden kann und welche Chancen und Probleme dadurch entstehen können.

Die Analyse zeigt sich aufgrund des Schwerpunktes der Subversion als subjektiv. Die Einschätzung über die Wirkung von Text und Bild unterliegt immer auch der Interpretation des Forschers. Die Beschäftigung mit der visuellen Subversion erzeugt dabei unweigerlich einen individuellen Normalisierungsprozess, wodurch der Affekt der Subversion nachlässt. Durch das Feedbacksystem Instagrams konnte diesem Affekt jedoch entgegengewirkt werden. Zentral bei der vorgenommenen Analyse ist, dass hierbei der Netzfeminismus nicht als Ganzes zusammengefasst werden konnte und die Ergebnisse nicht als repräsentativ für den gesamten Netzfeminismus gewertet werden können. Die Ergebnisse stellen lediglich Einblicke in die unterschiedlichen Körpertechniken des Netzfeminismus und eine Momentaufnahme sowie einen Ausschnitt eines komplexen und dynamischen Systems dar.

11. Fazit – Under Deconstruction

Im Folgenden werden die einzelnen Kapitel in ihren zentralen Punkten zusammengefasst. Es sollen somit die Zusammenhänge und Verknüpfungen von Theorie und Analyse nachvollziehbar werden. In der Arbeit wurden in einem ersten Schritt die theoretischen Vorbedingungen für subversive Körpertechniken dargelegt, wobei in einem zweiten Schritt aufgezeigt wurde, wie diese aussehen können. Hierzu wurden historische subversive Körpertechniken analysiert, um diskursive Veränderungen, aber auch Angleichungen ersichtlich zu machen. Schließlich wurde die Photosharing-Plattform Instagram als Heterotopie beleuchtet, um somit die Bedingungen und die Möglichkeiten von subversiven Körpertechniken im Netzfeminismus zu untersuchen. Die Analyseergebnisse werden diesbezüglich resümiert und in Form eines kritischen Ausblicks abschließend eingeordnet.

Foucault beschreibt die Macht und die daraus abgeleiteten Subjektivierungsprozesse. Er zeigt auf, dass Diskurse historische Resultate sind und folglich willkürlich dem Prinzip der Taxonomie folgen. Damit entstehen das Wissen und die Wahrheit und demnach auch der Eindruck von der Realität der Subjekte. Der Anspruch der Natürlichkeit und der Wahrheit der Dinge ist somit ein Effekt der Gewohnheit und der Wiederholungen. In der Geschichte liegt folglich das Apriori. Damit differenziert Foucault den Einfluss der Macht auf das Subjekt. Die historischen Machttechnologien bestimmen folglich die Denkvorstellungen, die Handlungs- und Verhaltensmöglichkeiten des Subjekts und durchdringen damit auch den Körper, was Foucault anhand der „Mikrophysik der Macht“ verdeutlichte. In diesem Zusammenhang wurden die Disziplinarmacht sowie die Bio-Macht und die damit zusammenhängende Gouvernamentalität beleuchtet. Es wurde aufgezeigt, wie die Macht Subjekte steuert und zur Konformität lenkt. In der Disziplinarmacht wird das Subjekt beobachtet, erfasst, geprüft und bewertet. Ebenso wird das Subjekt datiert, interpretiert und archiviert. Aus den Ergebnissen wird dabei die Position des Subjekts ermittelt, welches ein statistisch ermitteltes Ideal vorgibt. Die Norm bestimmt damit das Normale und erzieht das Subjekt mit Lob und Tadel. Das Subjekt wird statistisch klassifiziert und hierarchisiert, wodurch eine paradoxe Situation entsteht, indem es zu einer Homogenisierung, aber gleichzeitig auch zu einer Individualisierung kommt. Es werden Besonderheiten fixiert und unterschieden. Das Subjekt unterliegt dabei dem Machtritual der Prüfung, wobei die Überwachung zum zentralen ökonomischen Faktor wird. Die Gouvernamentalität verändert den Druck auf das Subjekt, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten und verlagert den Druck von außen auf das Innere des Subjekts. Die Gouvernamentalität steuert dadurch Anreize und betont dabei die Eigenverantwortung und die Eigeninitiative des Subjekts. Somit wird das Subjekt und insbesondere auch der Körper nicht mehr diszipliniert, sondern dazu verleitet, sich selbst zu regulieren und zu reglementieren. Das Machtritual der Prüfung wird zum Machtritual der Selbstkontrolle, in der die Machttechnologie als Selbsttechnologie wirkt. Die Machttechnologie hat somit auch erheblichen Einfluss auf die Selbstwahrnehmung des Subjekts. So bewirken beide Machttechnologien, dass das Subjekt zur Konformität verleitet werden soll. Dabei denkt das gouvernementale Subjekt, dass es frei ist, das zu tun, was es

tun möchte – obwohl es eigentlich frei ist, das zu tun, was ihm auferlegt wurde. Die Gouvernamentalität funktioniert über Druck sowie die Angst des Subjekts vor dem Scheitern und der gesellschaftlichen Ausschließung. Dies wird verstärkt anhand des Sicherheitsdispositivs, indem sich das Normale anders als in der Disziplinargesellschaft durch die Norm ergibt und dies zu ständigen Unsicherheiten, Rückversicherungen und Normanpassungen führt.

In der Bio-Macht wird der Körper zur Schnittstelle der Ökonomie. Durch die Theorieeinbindung von Deleuzes Kontrollgesellschaft und Bröcklings unternehmerischem Selbst wurde das Zusammenspiel der Gouvernamentalität und der Ökonomie erweitert beleuchtet. Dabei betont Deleuze die soziale Kontrolle durch das Marketing und veranschaulicht damit einen Übergang ins Virtuelle. Das Subjekt wird zu einem Dividuum, zu einer Chiffre eines Kontrollmaterials, womit sich die Handlungsmacht auf technische Systeme überträgt, die den Rhythmus des Lebens und damit auch die Handlungsmacht bestimmen. Das Wissen wird damit ebenfalls vom Dividuum entkoppelt. Vermeintliche Freiheiten werden zu Kontroll- und Überwachungsmechanismen. Die willkürliche Festlegung, die Foucault anhand von Diskursen bzw. Signifikationen beschrieb, überträgt sich somit auf digitale Zeichencodierungen. Die Ökonomisierung des Selbst spezifiziert dabei Bröckling, der die Selbsttechnologie hinsichtlich der Subjektivierung zu einem unternehmerischen Selbst darstellt. Bröckling geht wie Deleuze davon aus, dass die Freiheit ebenso ökonomisiert wird wie das Soziale. Die Kontrolle des Subjekts ergibt sich, indem das Subjekt sich selbst als Unternehmen verstehen soll. Auf diese Weise wird auch bei Bröckling das Subjekt entsubjektifiziert. Die Handlungsoptionen des Subjekts gründen damit auf die Formung des Selbst im Sinne der Ökonomie. Somit verknüpfen sich ökonomische Eigenschaften mit dem unternehmerischen Selbst. Gleichzeitig wird eine Abgrenzung zu anderen konstituiert, denn das unternehmerische Selbst muss auch seine Besonderheiten hervorheben, die es von der Konkurrenz abheben soll. Es wird ein System der Gewinner und Verlierer erzeugt, in dem folglich Ungleichheiten aktiv geschaffen und gefördert werden. Denn damit wird Druck auf das Subjekt erzeugt, sich aus Angst vor der Exklusion anpassen zu müssen. Foucault sah in den Machttechnologien den Einfluss des christlichen Pastorats als prägend an, indem das Subjekt verleitet wird, Geständnisse von sich zu produzieren, Beichte abzulegen, um damit einen katharsischen Effekt zu bewirken. Bei Bröckling ist dieses Machtritual in Form des Empowerments zu erkennen, welches die gouvernementalen Eigenschaften der Eigeninitiative und Eigenverantwortung produzieren soll. Mit dem Empowerment wird erreicht, dass das Subjekt sich ermächtigen soll und somit strukturelle Probleme in den Hintergrund geraten. Anerkennung richtet sich nach Erfolg auf dem Markt. Da dieser Erfolg sich erst im Nachhinein zeigt, ist das Subjekt, wie es Foucault beschrieben hat, verunsichert und muss sich ständig den Bedingungen des Marktes anpassen. Demnach handelt es sich um ein kybernetisches Subjekt, welches stetig „under construction“ ist. Probleme resultieren folglich aus zu wenig empowernten Subjekten. Das Empowerment kann damit ad absurdum gelten, weil man nie genug empowernt sein kann. Bei Deleuze wird das Empowerment umgekehrt und bezieht sich auf eine Ermächtigung der Technik. Der Konsum stellt sich dabei

als stimulierende Kontrolle dar, welche das eigene und das Begehren anderer auf einen selbst stimulieren soll.

Dabei rückt die Sexualität ins Zentrum der Kontrolle und wird zum Prinzip der Sichtbarkeit. Hier setzt die Theorie Butlers ein, indem sie davon ausgeht, dass das Subjekt ohne die Geschlechterbenennung gar nicht intelligibel werden kann. Folglich macht die Geschlechterbenennung erst das Individuum zu einem Subjekt. Hierzu dienen performative Sprechakte, die das, was sie benennen, auch erzeugen und somit uneingeschränkte Macht besitzen. Diese Macht setzt sich jedoch nur durch die Wiederholung fest, welche den Sprechakt zur Norm und zur Konvention werden lässt. Erst die Anrufung und Benennung innerhalb eines Geschlechts macht das Subjekt intelligibel und spezifiziert die Denk-, Handlungs- und Verhaltensmöglichkeiten der heterosexuellen Matrix. Die heterosexuelle Matrix stellt sich als ein Zwangssystem dar, welches Grenzen, Verbote, Gebote im Subjekt und am Körper des Subjekts markiert. Die Materialität des Subjekts stellt sich somit durch seine kulturelle Begrenzung her, welche das Subjekt innerhalb seiner sozialen Position einordnet und ihm Wertigkeit verleiht. Die Sexualität wird damit an Imperativen und folglich an Eigenschaften, an das Aussehen, das Begehren etc. geknüpft. Die Machttechnologien wirken demnach auch geschlechterspezifisch.

Es wurde durch die Beleuchtung der Theorien von Butler und Foucault aufgezeigt, dass der Körper den Ausgangspunkt darstellt, auf den die Machttechnologien zielen und der somit ebenso zum Ausgangspunkt wird, um die Realität zu bilden. Der Körper – spezifischer: die Geschlechterteilung – bildet die Voraussetzung, um ein Subjekt zu werden, woraus geschlechterspezifische Handlungs-, Verhaltens- und Denkmöglichkeiten entstehen. Foucault beschreibt die umfassende Bedeutung der Sexualität anhand des Sexualitätsdispositivs, welches Butler anhand der heterosexuellen Matrix innerhalb ihrer Theorie konkretisiert. Der Körper bildet den Ausgangspunkt für die Erfassung des Wissens und der Wahrheit und produziert dahingehend die Realität. Deleuze und Bröckling stellten dabei Erweiterungen der Machttechnologie auf, wobei bei Deleuze besonders die Ermächtigung der Technik des Digitalen herausgestellt wurde und bei Bröckling die Subjektivierungsprozesse, die sich an die Ökonomie richten. Der Subjektbegriff sowie die Subjektivierungsprozesse, die an die Machttechnologie gebunden sind, stellen dabei die Grundlage her, auf die sich der Subversionsbegriff und somit ebenso die Analysekriterien richten. Bricht man nach Foucault mit den Praktiken der Wahrheit, so bricht man innerhalb Butlers Theorie mit dem binären Geschlechtssystem und kann dahingehend die heterosexuelle Matrix, aber auch die Machttechnologie bzw. die daraus resultierenden Subjektivierungsprozesse verändern. Es wurde aufgezeigt, dass die Macht den Körper durchdringt, das Subjekt materiell hervorbringt und mit Handlungsmacht ausstattet bzw. das Subjekt steuert und lenkt, sich auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten. Butler spricht von einem Zwangssystem, welches als Ausschlussinstrument fungiert. Bröckling spricht in diesem Zusammenhang von einem System der Gewinner und Verlierer. Butler betont, dass der Ausschlussmechanismus dabei

nicht nur zu Diskriminierungen, sondern ebenfalls zur Bedrohung des Lebens werden kann für diejenigen, die nicht in den vorgefertigten Rahmen der Geschlechterimperative passen.

Der Effekt der heterosexuellen Matrix konnte anhand des Male Gaze aufgezeigt werden. Der Male Gaze stellt Sichtbarkeitsimperative auf und schafft damit ebenso Unsichtbarkeit. Der Blick auf die Frau wird vom Mann bestimmt, zeigt sich in Form von spezifischen Körpertechniken der Erotisierung, Unterwürfigkeit und Schwäche und wird mit jungen, schlanken Körpern verbunden. Der Male Gaze wurde von Frauen internalisiert und prägt somit das Bild und den Selbstwert von sich selbst und gegenüber anderen Frauen. Der Frauenkörper wird damit mit einer sozialen Positionierung und mit einer Wertigkeit verbunden, die Resultate der Hegemonie sind. Der Male Gaze ist nicht nur ein Bewertungssystem, sondern auch ein System des Ausschlusses. In der Analyse konnte der weitreichende Effekt des Male Gaze bestätigt werden, indem viele Userinnen davon sprachen, dass sie sich aktiv isolieren und als Versagerinnen fühlen würden, weil sie nicht in das imaginierte Ideal von Weiblichkeit passen. Die Gouvernamentalität, die Foucault mit dem Neoliberalismus verknüpft, macht das Subjekt zu einem ermächtigten Subjekt. Es ist die eigene Schuld, wenn man nicht zu den Gewinnern im System zählt, denn es liegt am Subjekt selbst, sich und seinen Körper gemäß den Vorgaben des Neoliberalismus anzupassen. Aufgrund der fundamentalen Bedeutung des Male Gaze wurde der Schwerpunkt der Arbeit auf die Subversion gegen den Male Gaze gelegt und umfasst dabei die Untersuchung von subversiven Körpertechniken.

Butler spezifiziert ihre Subversionstheorie, beschreibt die Subversionsmöglichkeiten dekonstruktivistisch und zeigt auf, dass Subversion sprachlich als auch innerhalb der Geschlechterperformance funktionieren kann. Spezifischer spricht sie von der Möglichkeit der Resignifikation, der Neukonnotation von Wörtern sowie von der Fehlaneignung der Geschlechterperformance, die sie anhand des Beispiels der Dragqueens und der parodistischen Mimesis verdeutlicht. Butler betont das Moment der Störung und Verwirrung, das die Fehlaneignung auslösen kann, das damit schockiert, aber insbesondere Reflexionen auslösen und demnach feste Diskurse hinterfragen kann. Die Selbstreflexion ist somit ebenso Voraussetzung einer Subversion als auch Resultat. Die Subversion zielt auf einen veränderten und verbesserten Zustand. Damit ist sie immer auch mit einem Befreiungsgedanken verknüpft. Butler macht infolgedessen deutlich, dass es sich nicht um ein Top-down-Modell handelt. Die Subversion entsteht aus der Gesellschaft und aus dem Inneren des Subjekts heraus und verweist nicht auf eine Veränderung hinsichtlich neuer Normen, sondern auf die Implementierung eines offenen, zirkulierenden Systems von Identität. Essentiell ist dabei die Erkenntnis, dass das Subjekt stets auch aktiver Teil der Reproduktion des Status quo ist. Demnach ist die Gouvernamentalität in diesem Sinne Voraussetzung der Subversion, indem das Subjekt sich selbst hinterfragt und ermächtigt fühlt, mit Normen zu brechen. Die Wiederholung festigt die Normen. Demnach zielt eine Subversion immer auch darauf, Gewohnheiten aufzubrechen und durch die Art des Wiederholens durch die Mimesis Normen umzucodieren.

Überträgt man Butlers Subversionsdefinition mit den vorgestellten Theorien von Deleuze und Bröckling, werden Schwierigkeiten innerhalb der Definitionsbestimmung deutlich. Bei Deleuze ist Subversion nicht möglich, da das Subjekt keine Handlungsmacht mehr besitzt, und auch bei Bröckling lässt das System, indem es kein Außerhalb der Ökonomie gibt, keine Subversion zu. Hier wird nämlich das Anderssein und eine gewisse Edginess zu einem Alleinstellungsmerkmal, welches vom Subjekt gefordert wird, um im Konkurrenzkampf auf seine Besonderheiten zu verweisen. Die Förderung und Betonung des Anderen gründen dabei auf der ökonomischen Prämisse, durch neue Produkte mehr Kapital akkumulieren zu können. Dies spiegelt sich auch in Form der Subjektivierung zum unternehmerischen Selbst wider. Das Anderssein bezieht sich dabei jedoch auf einen legitimen Rahmen, der der Marktlogik folgt. Auch in der Gouvernementalität wird das Subjekt gleichermaßen homogenisiert, wie es individualisiert wird. Die Subversion wird an Personeneigenschaften geknüpft. Es wird damit zu einem Imperativ zur Herstellung des unternehmerischen Selbst und damit zur Ware. Die vermeintliche Subversion wird zu einer höchst konformen Praxis und festigt damit die hegemonialen Strukturen, anstatt sie ins Wanken geraten zu lassen. Die dystopische Subversionsbetrachtung wurde jedoch mit der Perspektive des „decoding/encoding-Modells“ von Hall aufgebrochen. Hier wird davon ausgegangen, dass Subversion durchaus auch im Mainstream und somit innerhalb marktwirtschaftlicher Dynamiken funktionieren kann. Bedeutungen sind nicht fest, sondern werden im Kontext gebildet. Der Kontext entscheidet über die Decodierung. Instagrams Aufbau kann somit als plakatives Beispiel gesehen werden, in dem Bedeutungen durch die Zirkulation der Beiträge nie fix sind. Gleichsam wird die Rezeption durch das Feedbacksystem sichtbar. Bei der Subversion handelt es sich demnach um eine Affektproduktion, die Tabus bricht, Grenzen überschreitet, provoziert und somit das Gefühl der Störung und Verwirrung auslösen kann. Subversion besitzt folglich einen aufzeigenden Charakter, der sich innerhalb des Kontextes ergibt. Butler und Foucault weisen dabei auch auf die Architektur und Raumkonstellationen. Dabei wird nicht ausschließlich eine Metaebene angesprochen, sondern es geht ebenfalls um reale Räume, die sowohl Einfluss auf die Imperative der heterosexuellen Matrix sowie auf die Subversion haben. Foucault beschreibt dabei Heterotopien als real gewordene Utopien und als Möglichkeitsraum zur Subversion. Bei dem gewählten Analysegegenstand Instagram ist es somit ebenso zentral, den „Raum“ Instagram, das UI, als heterotopischen Raum zu untersuchen. Von zentraler Bedeutung ist dabei die Machtverteilung bzw. die Kommodifizierung der vermeintlichen Subversion, die durch Wiederholungen dazu führen kann, dass hegemoniale Strukturen nicht hinterfragt, sondern gefestigt werden. Subversion kann aufzeigend wirken und damit Denkanstöße bewirken. Gleichzeitig kann sie sich ebenso effizient als prozesshafte Normalisierung, als performative Subversion zeigen.

Der Analyseschwerpunkt der Arbeit bildet eine Fokussierung des Subversionsbegriffs, welcher sich auf geschlechterspezifische Körpertechniken bezieht. Wie durch den Male Gaze aufgezeigt wurde, stellt sich gerade die weibliche visuelle Repräsentation als besonders reglementiert dar, indem Sichtbarkeiten und Unsichtbarkeiten, Inklusion und Exklusion von

bestimmten Körpern geschaffen wurden. Die zweite Welle des Feminismus widmete sich insbesondere der Kritik dieser Normkonzepte, die Frauen in Rollenzuweisungen drängt und sie sowohl innerlich als auch äußerlich unterdrückt. Die weibliche Sexualität bildet dabei das Regularium. Die zweite Welle des Feminismus forderte diesbezüglich dazu auf, das Private sichtbar zu machen und somit Unterdrückungsmechanismen aufzuzeigen. Auch Künstlerinnen beschäftigten sich mit dem weiblichen Körper und der Rollenzuweisung der Frau. Die Fotografie stellte sich hierbei als besonders geeignetes Mittel dar. Wurde die Fotografie noch innerhalb des Male Gaze als Unterdrückungs- und Kontrollinstrument besprochen, so stellte es gleichzeitig auch ein Medium dar, mit welchem das Subjekt selbst sein Abbild bestimmen kann. Zentral waren hierbei die Innovation des Selbstauslösers und die Polaroid-Kameras, mit denen sich die Künstlerinnen vollständig emanzipieren konnten. Mit Hilfe der Fotografie machten sich die Künstlerinnen selbst zum Mittelpunkt ihrer Kunst. Das Selbstporträt schien hierbei das geeignete Mittel zu sein, um allein auf formaler Ebene den Male Gaze aufzubrechen und mit bildnerischen Kompositionen zu experimentieren. Die Kunstwissenschaftlerin Gabriele Schor fasste die Werke der feministischen Künstlerinnen unter dem Begriff der Feministischen Avantgarde zusammen und verwies durch die Bezeichnung der Avantgarde auf den progressiven, modernen, radikalen Charakter der Werke. Dabei ließen sich die Werke vor allem dem Dekonstruktivismus zuordnen, der sich von dem feministischen Aktionismus der zweiten Welle des Feminismus unterscheidet. In der zweiten Welle des Feminismus ging es insbesondere darum, Frauen vom Patriarchat zu befreien. Die sogenannte Rekuperation verstärkt den Dualismus zwischen Frau und Mann und reproduziert damit die Ontologie der Geschlechter. Die Werke der Feministischen Avantgarde zielen jedoch dabei darauf, den Begriff der Frau zu hinterfragen und ihn zu dekonstruieren. Das feministische Selbstporträt wurde dabei nicht wie in der traditionellen Kunst zu einem Medium, mit dem man seine Identität zeigt, sondern ganz im Gegenteil zum Medium, um die Identität zu hinterfragen. Auch theoretisch eignet sich das Selbstporträt als Spiegelanalogie zur Selbsthinterfragung und Selbstreflexion, wie Foucault anhand des utopischen Körpers beschrieben hat.

Um die Bildmotive der Feministischen Avantgarde näher zu beleuchten, wurde die Auswahl von Gabriele Schor genutzt. Es wurde versucht, wiederholende Bildmotive zu kategorisieren, wobei die Kategorisierungen ineinander übergehend zu verstehen sind und keinen Anspruch auf Vollständigkeit besitzen. Dennoch konnten die Bildmotive der Körperfragmentierung, Schrift auf Körper, Enttabuisierung der Vulva, Parodie und Ironie sowie die Maskerade gefunden werden.

Es wurde aufgezeigt, dass die Körperfragmentierung insbesondere durch Körper Close-Ups sowie durch die Zuhilfenahme des Spiegels die Natürlichkeit des Körpers hinterfragen soll. Der Spiegel dient neben der Fragmentierung des Körpers ebenso zur Distanzierung des Körpers wie zur Körpererkundung. Es soll damit die Wahrnehmung auf den Körper verändert werden. Zudem wurden Körperdeformationen aufgezeigt, bei denen sich die Künstlerinnen Körperteile abbinden oder sich gegen Scheiben pressen. Der Körper bekommt damit eine

neue Form, wenn auch unter Schmerzen. Es wird somit auf den Zwang verwiesen, auf eine bestimmte Art und Weise aussehen zu müssen. Es wird hinterfragt, was eigentlich schön und was eigentlich hässlich sei. Das Bildmotiv der Schrift auf Körper lässt den Körper mit direkten Botschaften verknüpfen, wobei eine Verschmelzung des Signifikats und des Signifikanten entsteht. Die Enttabuisierung der Vulva ist ein zentrales Bildmotiv, welches man oftmals in den Kompositionen entdecken konnte. Die Künstlerinnen fotografierten ihren Schritt und drapierten ihn mit Blumen, Früchten oder Muscheln. Ebenso gehören männlich konnotiertes Posen des breitbeinigen Sitzens oder In-den-Schritt-Fassens als ein oft zu findendes Inszenierungsmittel. Die Vulva soll als Teil der Frau und als Teil der eigenen Sexualität aufgezeigt und entmystifiziert werden. Die Parodie und die Ironie sind weniger als Bildmotiv, sondern mehr als bildnerisches Ausdrucksmittel zu verstehen. Durch Überspitzungen wird dabei, wie es Butler anhand der Performance der Dragqueens beschrieben hat, das Original in Frage gestellt und auf humorvolle Weise eine Differenz zur Norm aufgezeigt. Zudem ließ sich die Maskerade als Bildmotiv finden, die auf den Zwang verweist, eine bestimmte Rolle und Identitäten annehmen zu müssen und seine „wahre“ Identität damit zu verbergen. In diesem Zusammenhang wurden das „Genderswapping“ sowie die Inszenierung der Butch und der Femme thematisiert. Die Beispiele zeigten dabei die Wichtigkeit der Kontextualisierung der Subversion auf. Insgesamt ließ sich die Bildstrategie der Provokation erkennen, indem die Werke einen aufzeigenden Charakter besaßen, dabei jedoch insbesondere die Täterschaft, die Unterdrückung und den Zwang darstellten. Die meist stark inszenierten und radikalen Werke lösen Affekte aus, waren aber aufgrund der komplexen Inszenierung nicht auf eine Mimesis ausgelegt, sondern sollen Reflexionen und Denkanstöße geben. Es ging in der Feministischen Avantgarde nicht darum, aufzuzeigen, wie divers weibliche Körper aussehen können. Es sollten Imperative, die auf die Identität und die visuelle Repräsentation auf Frauen wirken, in Frage gestellt werden.

Die Feministische Avantgarde zeigte sich als revolutionär, jedoch zu der Zeit als wenig wirkungsvoll. Die Werke wurden in der Kunstszene besprochen, bekamen jedoch nur eingeschränkte Sichtbarkeit und Relevanz zugesprochen. Die Einordnung in die intellektualisierte Hochkultur spiegelte sich zum größten Teils auch in den Künstlerinnen wider, indem diese vornehmlich gebildet, westlich und weiß sowie die Körper meist normiert waren. Dies prägte ebenfalls die Codierung ihrer Werke. Nichtsdestotrotz nahmen die feministischen Künstlerinnen Raum ein und besetzten männerdominiertes Terrain im Sinne der Widerständigkeit. Damit legten sie einen Meilenstein der Selbstbestimmung und Selbstkontrolle über ihr Werk und ebenso über das eigene Abbild.

Die dritte Welle des Feminismus, die hier insbesondere anhand des Postfeminismus beleuchtet wurde, wurde ebenfalls vom „Butler-Boom“ begleitet. Die Betrachtung des Feminismus aus einer dekonstruktivistischen Sicht führte zu einer neuen Betrachtung von sex und gender sowie zu einer intersektionalen Perspektive im Feminismus. Dennoch akademisierte die dekonstruktivistische Betrachtungsweise dabei zunehmend den Feminismus. Die dekonstruktivistische Betrachtung fokussierte damit auch Menschen,

Lebensentwürfe, die zuvor im Feminismus nicht präsent waren. Dennoch stellte die radikale und komplexe Theorie Zugangsbarrieren auf. Feministisch-subkulturelle Bewegungen standen dem postfeministischen Mainstream gegenüber. Die Entstehung der dritten Welle des Feminismus hat aufgezeigt, dass eine neue Situation entstanden ist, die aus den Erfolgen der zweiten Welle des Feminismus resultierte. Der Postfeminismus resultierte dabei auf der Annahme, dass es zu einer Gleichheit der Geschlechter gekommen ist. Subversion wurde demnach unter postfeministischen Zeichen sinnlos. McRobbie sprach dabei von der „postfeministischen Maskerade“. Frauen werden dazu verleitet, sich innerhalb der traditionellen Konventionen zu definieren, da sie es nun unter den Voraussetzungen der Selbstbestimmung tun. Der Postfeminismus forciert dabei eine neue Strategie der Ontologie der Geschlechter. Dabei betont der Postfeminismus die individuelle Freiheit. Es wirken demnach die gouvernementalen Machttechnologien der Selbsttechnologie sowie das Empowerment auf das Subjekt, was zu einer Zurückweisung von strukturellen Problemen und Diskriminierungen führt. Es wird die weibliche Konsumkultur betont, wobei junge, weiße, kaufkräftige und heterosexuelle Frauen und Mädchen im Zentrum stehen. Die Inklusion innerhalb des Postfeminismus setzt damit, wie auch die Mainstreamisierung der Girl Power aufgezeigt hat, die finanzielle Teilhabe voraus. Frauen werden demnach verleitet, ihre Individualität und Selbstbestimmung anhand von Produkten auszudrücken, indem die Selbstarbeit, die Selbstoptimierung hin zum Ideal im Vordergrund steht. Sichtbarkeit wird im Postfeminismus mit ökonomischer Teilhabe verknüpft. Die Selbstarbeit resultiert dabei aus der Marketingstrategie der Abwertung des unbearbeiteten Körpers. Demnach fußt der Postfeminismus auf einem Top-down-Modell, welches die weibliche Selbstermächtigung schließlich mit konservativen Geschlechterimperativen verbindete.

Winch erweiterte dabei McRobbies postfeministische Maskerade, indem sie vom Girlfriend Gaze, der Überwachung und Steuerung unter Freundinnen ausging. In Bezug auf Foucaults „scientia sexualis“ ist das erfolgreiche Frau-Sein an Wissenskomplexe gebunden, die es zu entlocken gilt. Freundinnen sollten diesbezüglich Tipps geben und ihre Erfahrungen teilen. Im Schein der Freundschaft und Gemeinschaft entstanden Medien-Formate, in denen Frauen von anderen Frauen beurteilt werden sollten und dies dabei zu einer Selbst-Adjustierung im Sinne der Optimierung verleiten sollte. Das anzustrebende erotische Kapital steht im Kontrast zur steuernden Angst vor dem Fett-Sein. Gefühle wie Neid, Hass, Demütigung werden bewusst produziert, um eine permanente Körperarbeit aufrechtzuerhalten. Der Male Gaze wurde demnach modifiziert, indem nicht mehr Männer die Vorgaben der Sichtbarkeit stellten, sondern die Schönheitsindustrie. Der Girlfriend Gaze führt zu einer Normanpassung und Konformität, die aus der freundschaftlichen Perspektive entspringt.

Aus dem Postfeminismus resultierten zahlreiche feministische Bewegungen, von denen die Riot Grrrl-Bewegung und der Cyberfeminismus vorgestellt wurden, da diese den Netzfeminismus sowohl inhaltlich als auch visuell prägten. Die Riot Grrrl-Bewegung hat ihren Ausgangspunkt in der Musik. Es wurde dabei versucht, die männlich dominierte Punk-Musik

(neu) zu besetzen. Die Riot Grrrls traten als Musikerinnen auf, die ihre Texte selbst schrieben, ihre Instrumente spielten, als Produzentinnen auftraten etc. Die Selbstbestimmung und die musikalische Emanzipation gelangen vor allem durch die DIY-Technik. Die Stilisierung und Inszenierung der Riot Grrrls bestach dabei durch eine Vermischung von niedlichen und hässlich konnotierten Dingen. Ebenso wurde der typische Punk-Stil angeeignet. So wurde männlich konnotiertes Verhalten beispielsweise der Aggression sowie spezifische bestimmte Posen und Gesten, Gesangsstil etc. übernommen und durch Girly-Elemente gebrochen. Das Mädchen- und Frau-Sein sollte damit modifiziert und mehrdimensionaler werden. Visuell als auch textuell wurden die weibliche Stärke, Zusammenhalt, Selbstbewusstsein und die Aufforderung, so zu sein, wie man ist, betont. Es ging dabei insbesondere darum, dass Identitäten offenbleiben sollten, womit eine dekonstruktivistische Perspektive eingenommen wurde. Gleichsam wurde ebenso versucht, Beleidigungen wie „cunt“ oder „slut“ zu decodieren, indem die Begriffe oftmals während Konzerten auf den Körpern geschrieben, als Statement-Shirts getragen oder direkt in den Songtexten umcodiert wurden. Gerade durch die „rotzige“ Stilisierung lässt sich die Bildstrategie der Provokation zuordnen, welche ebenfalls in der Feministischen Avantgarde genutzt wurde. Dabei erzeugten die Songtexte und die Beiträge in den Fanzines von einem Austausch von Erfahrungen mit Diskriminierungen, Isolation und Sexismus und einer Aufforderung, sich dagegen zu Wehr zu setzen. Die Ermächtigung wurde dabei als feministisches Empowerment bezeichnet, welches nicht zur Herstellung des unternehmerischen Selbst diente. Das feministische Empowerment sollte das Subjekt zum feministischen Aktionismus und zur Subversion ermächtigen. Es wurde dabei ein klarer Bezug zum Patriarchat und zur hegemonialen Struktur gestellt. Es vermischten sich hierbei teilweise die Bildstrategien der Provokation und des Empowerments auf inhaltlicher und visueller Ebene und stellten somit eine Vorreiter-Position zu der im Netzfeminismus besprochenen Bildstrategie des Empowerments dar.

Die offene, inklusive und hierarchiefreie Bewegung wird jedoch gerade durch ihren Ausgangspunkt in der Punk-Musik exklusiv. Dennoch konnte die Bewegung Menschen fernab von akademisch-intellektuellen Hintergründen über die Wichtigkeit von feministischen Themen aufklären und sie dazu bewegen, sich für den Feminismus stark zu machen. Medial wurde die Bewegung dabei zunehmend oberflächlich besprochen und auf das Styling, insbesondere auf die Girly-Elemente, reduziert. Aus der feministischen Grrrls Power ist dabei die postfeministische Girl Power entstanden. Elemente der Riot Grrrl-Bewegung wurden benutzt, und diese wurden inhaltlich abgeflacht und massenkonform eingesetzt. Die Normalisierung spezifischer Elemente führte erneut zu den postfeministischen Eigenschaften, indem es ausreichte, als Frau zu konsumieren, Spaß zu haben und gut auszusehen. Selbstbestimmung avancierte dazu, sich konform zu verhalten. Das Top-down-Modell zerstörte somit den subversiven Gestus der Bewegung.

Etwa zur selben Zeit wie die Riot Grrrl-Bewegung entstand der Cyberfeminismus. Dieser setzt sich dem Technologiedeterminismus der Feministinnen entgegen. So gingen die

Cyberfeministinnen von einem gleichmachenden Medium aus, in dem es kein Original mehr gibt und demnach die Signifikation gebrochen wird. Das Geschlecht spielt im Cyberfeminismus keine Rolle mehr, da das Geschlecht auf nichts mehr verweist. Die cyberfeministischen Künstlerinnen stellten die Neukonfiguration des Geschlechts durch die Nutzung von Codes und Mash-ups dar, die eine Körperentmaterialisierung symbolisieren sollte. Es ging demnach um die Frage, wann der Körper zu einem Körper wird und in welcher Beziehung der Körper zur Identität steht. Der Dekonstruktivismus wird im Cyberfeminismus „wörtlich“ genommen, indem der Körper entmaterialisiert werden sollte. Ebenso forcierten die Cyberfeministinnen das Spiel, das Ausprobieren mit Identitäten sowie eine Neubesetzung weiblicher Schimpfwörter und Beleidigungen. Zentral im Cyberfeminismus waren jedoch insbesondere die feministische Besetzung des Cyberspace sowie die Nutzung von Foren und Chat zum Austausch und zur Vernetzung. Wie bei der Riot Grrrl-Bewegung wurde ein offener, inklusiver und hierarchiefreier Austausch forciert. Dennoch blieb die Bewegung aufgrund der Zugangsbarriere in Form der IT-Kompetenzen homogen und exklusiv. Die Mainstreamisierung des Internets führt dabei dazu, dass vor allem Social Media-Plattformen zur Vernetzung und zum Austausch genutzt wurden. Diese sind jedoch nicht hierarchiefrei, sondern inkludieren Wissenssysteme, die den User auf eine bestimmte Art und Weise steuern. Dadurch verstärkte sich die Bedeutung der Materialisierung durch die Geschlechterspezifizierung, indem der Körper im digitalen Raum zur Evidenz des Seins wurde. Die Riot Grrrl-Bewegung und der Cyberfeminismus standen gleichsam für einen Versuch, männlich dominierte Räume zu besetzen. Es ging darum, in einen Austausch zu treten und sich zu vernetzen. Gleichsam wurde versucht, alternative Marketing- und Verkaufssysteme zu erproben sowie Strukturen in der Musik-, Kunst- und IT-Branche zu hinterfragen. Beide Bewegungen setzten sich für ein neues Verständnis der Geschlechterontologie ein und versuchten damit, die heterosexuelle Matrix aufzubrechen. Dabei strebten sie keine Festlegungen von Identitäten, sondern offene Identitätskomplexe an. Die Bewegungen sind demnach als Erweiterung der Feministischen Avantgarde zu sehen, indem nicht nur visuell versucht wurde, den Male Gaze aufzubrechen, sondern die heterosexuelle Matrix auf vielfältige Art und Weise aufgebrochen werden sollte. Es ging folglich um mehr als den Körper, sondern um neue Herangehensweisen der feministischen Subversion in Form der Herstellung einer Solidarität, einer Community sowie neuer Identitätskonzepte.

Innerhalb der Mainstreamisierung des Mediums Internet setzen sich die Social Media-Plattformen als Alltagskultur durch. Die Social Media befähigt den User, zum Prosumer zu werden, der selbst seine Inhalte erstellen, veröffentlichen und damit auch kommerzialisieren kann. Die Social Media-Plattformen leiten den User an, wie man die Plattform optimal nutzen kann. Jedoch kann das einfache und spielerische „Zurechtfinden“ auf einer Plattform nicht mit einer Medienkompetenz verglichen werden – ganz im Gegenteil. So beinhaltet der Aufbau des UI eine Festlegung an Wissenstechniken und -repräsentationen, die anhand von Selbstpraktiken den User steuern und lenken. Die Festigung von Wissenssystemen bleibt oftmals unhinterfragt und hinterlässt durch den spielerischen und einfachen Aufbau des UI

einen transparenten und ungefährlichen Eindruck. Durch die Etablierung von Social Media-Plattformen in die Alltagskultur werden die Plattformen zu Bedeutungsproduzenten. Die Social Media hat somit erheblichen Einfluss auf die Wahrheits- und Identitätskonstruktion und stellt dabei nicht nur die Bedingungen dafür her, wie sich das Subjekt digital konstituiert, sondern besitzt durch den Immersionseffekt ebenso Auswirkungen auf „reale“ Subjektivierungsprozesse. Demnach fördern Plattformen spezifisches Verhalten und Eigenschaften. Entgegengesetzt der Hoffnungen der Cyberfeministinnen ist es somit nicht zu einer Befreiung des Subjekts gekommen, sondern zu einer Verstärkung der Selbstnormierung. Neue Freiheiten werden folglich ganz im Sinne von Deleuzes Kontrollgesellschaft zu neuen Kontrollinstrumenten.

Es fiel die Entscheidung für die Analyse der Social Media-Plattform Instagram, da es sich bei Instagram um eine Photosharing-Plattform handelt und dementsprechend die visuelle Kommunikation im Vordergrund steht. Das Selfie stellt sich als besonders zentrales Mittel der Selbstinszenierung dar, wobei Instagram zudem eine ständige Präsenz des visuellen Selbst fördert. Es wurde demnach eine Analogie zu der Bedeutung von Spiegel und Selbstporträts gezogen, die selbstreflexive Prozesse auslösen können. Gleichsam zeigte sich durch die Feministische Avantgarde die Selbstfotografie als zentrales emanzipatorisches Befreiungsinstrument auf. Instagram ist eine der erfolgreichsten Social Media-Plattformen, welche sich im Laufe der Zeit stark professionalisiert hat. Dabei ging es bei Instagram nie nur um spielerische Kommunikation. Instagram wurde dahingehend innerhalb seines Ausbaus und seines Wissenssystems beleuchtet und in einen Zusammenhang mit den modernen Subjektivierungsprozessen gebracht.

Instagram funktioniert nach Wissenssystemen, die Resultat der Gouvernementalität und der Herstellung des unternehmerischen Selbst sind. Dennoch lässt sich ebenso eine Vermischung von gouvernementalen als auch disziplinarischen Machttechniken erkennen. Durch das Feedbacksystem wird das Subjekt bewertet und danach öffentlich eingeordnet. Das numerische Feedbacksystem wird dabei mit dem Algorithmus verknüpft, welches die Sichtbarkeit und Positionierung des Posts bestimmt. Instagram funktioniert demnach disziplinarisch, regressiv, erzieherisch und nutzt somit ebenfalls die Elemente der Anreize. Instagram bietet allen Usern die Möglichkeit, sich zu vernetzen und verschafft den Usern dadurch das Gefühl von Handlungsmacht. Dieses Gefühl wird durch den Algorithmus verstärkt, der die Sichtbarkeit von Beiträgen vermeintlich anhand der persönlichen Vorlieben schafft und somit eine Normalität erzeugt, die den eigenen Handlungen und Präferenzen entspricht. Die User bekommen demnach den Eindruck, dass sie anhand ihrer Vorlieben Beiträge auf Instagram gezeigt bekommen. Instagram erscheint zudem als ein inkludierendes System, an dem jeder User partizipieren kann, wenn er will. Dabei fördert Instagram spezifische Darstellungsformen und setzt damit die User unter Druck. Das digitale Subjekt muss demnach nicht immer deckungsgleich mit der „realen“ Persönlichkeit sein und dockt dabei oftmals an die Persönlichkeitseigenschaften des unternehmerischen Selbst an, die von Instagram gefordert und gefördert werden. Zentral dabei ist, dass die Ökonomie des Geldes

auf Instagram im ersten Schritt zur Ökonomie der Aufmerksamkeit wird. Dies verstärkt den Konkurrenzkampf der User. Der Algorithmus fördert dabei den permanenten Aufruf, sich stetig aufzuführen und Geständnisse über sich zu produzieren. Der User wird verleitet, sich lesbar und zuordenbar zu machen. Der Aktualisierungszwang führt zur ständigen Rückversicherung und Kontrolle der Performance. Je mehr Follower der User besitzt, desto anerkannter und sichtbarer wird er. Spezifische Trends auf Instagram werden mit zunehmender Vernetzung des Users zum Grund, die Plattform möglichst intensiv zu nutzen. Innerhalb der Vernetzung geht es in erster Linie darum, eine Community, ein Publikum herzustellen, um positives und wohlwollendes Feedback zu erhalten. Instagram wird zu einem „demokratischen“ Panopticon, welches Lust erzeugt, sich beobachten und bewerten zu lassen. Sichtbarkeit bekommen insbesondere diejenigen Nutzer, die sich der Plattform komplett unterwerfen.

Es konnte anhand von Studienergebnissen aufgezeigt werden, dass es zu einer Verschiebung des Eindrucks von „Natürlichkeit“ und „Authentizität“ gekommen ist. So wurden Fotos, die augenscheinlich bearbeitet wurden, indem beispielsweise die Haut perfektioniert wurde, Zähne aufgehellte und die Figur schlanker gemacht wurde, als schöner, realer und natürlicher empfunden. Gleichzeitig lösten die bearbeiteten, idealisierten Körper eine Reduktion des Selbstwertgefühls bei den Probanden aus. Manipulierte Fotos werden demnach nicht als solche wahrgenommen. Es wird sich selbst mit einem nicht zu erreichenden, weil manipulierten Ideal verglichen. Durch den Aufbau Instagrams wird ebenso eine bestimmte Art und Weise der Körpertechnik gefördert, die sich nach dem Male Gaze richtet. Körper als auch Inszenierungen gleichen sich an und zeichnen ein eindimensionales Frauenbild. Stereotypische Inszenierungen werden mit Anerkennung und Sichtbarkeit belohnt. Instagram erschuf somit ein Blickregime, welches bestimmt, wann es sich um gute und um schlechte Fotos und Selbstinszenierungen handelt. Das Bearbeiten der Fotos gehört dabei zur Schlüsselkompetenz der User. Instagram fördert damit nicht nur ein bestimmtes Verhalten und Eigenschaften, sondern ebenso Körperbilder und spezifische Körpertechniken, die mit dem unternehmerischen Selbst mit Erfolg und Anerkennung verknüpft werden.

Der Algorithmus lässt sich jedoch nicht ausschließlich als ein Effekt der eigenen Instagram-Nutzung verstehen, sondern fördert stereotypische Körperinszenierungen. Dabei werden Körper und Körperinszenierungen, die nicht dem Male Gaze entsprechen, oftmals zensiert und somit als bedrohliche Körper von der Sichtbarkeit ausgeschlossen. Bei der Zensurpolitik handelt es sich um ein intransparentes, restriktives und regressives System, welches dabei insbesondere auf Frauenkörper zielt, die die Körperarbeit und Körperanpassung auf spezifische Weise verweigern. Somit erzeugen schon „kleine Überschreitungen“ wie leicht sichtbare Scham- oder Achselhaare Sprengkraft, da diese Inszenierungen gerade in einem homogenisierten Raum wie Instagram besonders auffallen. Die Störung entsteht durch die Abweichung zu der stereotypischen Körpertechnik, die hier als subversive Körpertechnik beschrieben wurde. Bei aller Reglementierung auf Instagram weist die Plattform ebenso heterotopes Potenzial auf. Das System Instagrams bietet durch die Zirkulation,

Vernetzungstechniken und Feedbacksysteme Möglichkeiten zur taktischen Subversion. Durch die Zirkulation können Kontextveränderungen entstehen sowie Dynamiken und Neuaushandlungen von Diskursen, die sich mit der Theorie Butlers verknüpfen lassen. Durch den Aufbau Instagrams können sich somit Normalisierungsprozesse im Sinne von Sehgewohnheiten schneller etablieren.

Der Netzfeminismus entwickelte sich auf der Grundlage der Arbeiten der Netzkünstlerinnen. Es wurden diesbezüglich die Instagram-Accounts der Netzkünstlerinnen Molly Soda und Arvida Byström besprochen. Beide zeigten unterschiedliche Ansätze auf, mit dem Male Gaze zu brechen. Dabei kreierten sie mit ihren Selfies Bildmotive, die die Ästhetik des Netzfeminismus beeinflusste. Es wurden hierbei unterschiedliche Gefühle, die Adoleszenz und ein dadurch entstehendes Zusammenspiel vom vermeintlich Schönen und Hässlichen aufgezeigt sowie die Identitätsfindung thematisiert. Ebenso wurde auf die Menstruation, Körperhaare und die Sexualität Bezug genommen, wodurch Einblicke in die Privatsphäre und in Alltagspraktiken visualisiert wurden. Als besonders zentral stellte sich die Bildsprache von Arvida Byström heraus, die durch die Bildstrategie des Empowerments den Netzfeminismus maßgebend prägte. Byström inszeniert sich als schön, begehrenswert, sexy und selbstbewusst und stellt durch das Zeigen von Körperhaaren oder Cellulite auch alternative Schönheitskonzeptionen dar. Die Bildsprache ist somit positiv und enthält keine anklagenden Verweise. Das Empowerment besitzt demnach auch Elemente der Provokation. Es wird sich diesbezüglich bewusst in einen Bezug zur Stereotypisierung gesetzt, jedoch die Stereotypisierung durch Tabuisierungen aufgebrochen. Auf der einen Seite empowert die Bildstrategie des Empowerments innerhalb der Community, auf der anderen Seite löst die Bildstrategie des Empowerments außerhalb der Community das Gefühl der Provokation aus. Gerade aus der Verbindung der zwei Bildstrategien und ihrer unterschiedlichen Wirkungskraft ergeben sich hohe Reichweiten und Sichtbarkeit auf Instagram. Die Bildstrategie des Empowerments nutzt dabei visuell Elemente der Feministischen Avantgarde und der Riot Grrrl-Bewegung. Gleichsam lassen sich Forderungen und Strukturen aus dem Cyberfeminismus finden. Dabei ist die Bildstrategie ebenfalls als Effekt Instagrams zu verstehen, welcher aus der Lust an dem Geständnis entstanden ist, am Voyeurismus sowie der Lust, sich beobachten zu lassen.

Durch die Analyse des Instagram-Accounts von Curated by Girls wurden weitere Selfies von Netzkünstlerinnen untersucht. Es ließen sich im chronologischen Verlauf weniger konzeptionelle und zunehmend unterkomplex inszenierte Selfies finden. Es verschob sich dabei auch der visuelle und textuelle Bezug von der Kunst zum Aktivismus. Die Selfies wurden einfacher, wodurch ihre Botschaft direkter wurde. Die einfachen Inszenierungen waren auf Mimesen ausgelegt. Eine Decodierung braucht diesbezüglich kein Vorwissen, und für eine Nachahmung reicht es aus, ein Smartphone, einen Instagram-Account und einen Körper zu haben. Dabei dienten die Selfies meist als Illustration der eingesetzten Empowerment-Stories. Text- und Bildebene vermischten sich dabei zunehmend und verwiesen auf das Bildmotiv der „Schrift auf Körper“ aus der Feministischen Avantgarde. Es

ließen sich insbesondere entspannte Körperhaltungen finden. Folglich wurde wenig posiert. Meist war die Mimik neutral, und es wurde kein Fokus auf das Styling gesetzt. Dabei wurde der Körper nackt oder in Unterwäsche gezeigt. Der Körper sollte unbearbeitet und „wie er ist“ dargestellt werden. Nacktheit gilt im Netzfeminismus demnach seltener als kritische Vorführung, wurde jedoch wie in der Feministischen Avantgarde zum Befreiungssymbol. Die Selfies auf dem Instagram-Account von Curated by Girls zeigten somit Unterschiede im Vergleich zu den Selfies von Soda und Byström auf. Demnach setzten sich die Netzkünstlerinnen nicht in einen Bezug zum Male Gaze, sondern versuchen, gar nicht auf den Male Gaze zu verweisen. Die Störung stellte sich durch das Zeigen von tabuisierten Körpern und Körpertechniken dar. Dennoch kann man hierbei auch von der Bildstrategie des Empowerment sprechen, da die gleichen Wirkungseffekte des Empowerns sowie der Provokation ausgelöst werden. Die konzeptuellen Selfies zitierten dabei häufig die Bildmotive der Feministischen Avantgarde und thematisierten diesbezüglich Einsamkeit, Selbstfindung oder hinterfragten die Materialisierung des Körpers oftmals durch das Bildmotiv der Körperfragmentierung. Die Körperfragmentierung, die insbesondere in den späteren unterkomplexen Selfies anhand von Close-Ups gezeigt wurde, sollte dabei jedoch den Körper als Körper sichtbar machen und die bildnerische Betonung auf die vermeintlichen Körpermakel legen. Innerhalb der sanften Bildsprache wurden keine männlich konnotierten Posen und Gesten übernommen. Als zentrales Bildmotiv stellte sich, wie in der Feministischen Avantgarde, die Enttabuisierung der Vulva heraus. Es wurden dabei ebenso Blumen und Früchte auf den Schritt drapiert. Zudem wurde durch die hier genannte Kameraeinstellung der Selbstperspektivierung oftmals der Blick auf den Schritt fokussiert und freigelegt. Die dabei entstehende voyeuristische Perspektive lässt sich als Machtdemonstration über die Selbstbestimmung und die eigene Sexualität interpretieren. Die dominante rosa Farbgebung steht für die Neukonnotation des Femininen, welches durch die tabuisierten Darstellungen aufgebrochen wurde und demnach ebenfalls ein Zusammenspiel des Schönen und des vermeintlich Hässlichen darstellen soll. Es ergibt sich daraus ein Paradoxon, indem ohne Instagram diese Art der Körperinszenierung keine Sichtbarkeit und Öffentlichkeit bekommen hätte, sie diese jedoch größtenteils nur bekommen hat, da sie durch die Zensurpolitik und den Algorithmus auf Instagram Reichweite und Kontroversen generieren konnte.

Die Empowerment-Stories sind dabei eingebunden in die Körperinszenierung und fußen auf dem Geständniszwang Instagrams. Die Empowerment-Stories beinhalteten dabei oftmals eine Selbstbenennung, wobei die Autorität des Sprechaktes bei den Netzkünstlerinnen lag und somit versucht wurde, Beschimpfungen, Makel etc. neu zu konnotieren. Es wurden zwar Diskriminierungen, Unsicherheiten oder Stigmatisierungen angesprochen, gleichzeitig wurde jedoch der Opferstatus abgelehnt. Zentral innerhalb der Empowerment-Stories wurden die „catchy phrases“ und die „inspirational und motivational quotes“, die ein eindringliches Wir-Gefühl schufen und empoweren sollten. In diesem Zusammenhang wurde die stereotypische Geste des „female touch“ zum Ausdruck der Selbstbestimmung und der eigenen Sexualität umcodiert. Der Netzfeminismus stützt sich folglich auf die von Foucault benannte „ars

erotica“, dem Erleben und Erfahren der eigenen Sexualität. Damit wird auch das Sexualitätsdispositiv aufgebrochen. Das visuelle und textuelle Empowerment grenzt sich jedoch von dem Empowerment von Bröckling ab und ist, wie in der Riot Grrrl-Bewegung, als feministisches Empowerment zu verstehen. Das feministische Empowerment ist somit nicht nur visuell, sondern zeigt sich auch in Form von Aufklärungsarbeit sowie als Motivator. Dabei geht es wie in der Riot Grrrl-Bewegung um die Erzeugung eines Kollektiv-Gefühls, welches durch strukturelle Offenheit und Inklusion geprägt ist. Das feministische Empowerment zeigt auf, dass es nicht nur um neue Körpertechniken geht, sondern ebenso um eine veränderte Denkweise. Das Aufbrechen der heterosexuellen Matrix löst nicht nur den Male Gaze auf, sondern fordert auch Sichtbarkeit für all diejenigen, die durch die heterosexuelle Matrix ausgeschlossen werden. Der Netzfeminismus ist folglich nicht ausschließlich auf Frauen ausgelegt, sondern inkludiert damit ebenso Menschen mit Behinderungen, Transgender etc.

Bezüglich des Marktfeminismus wurde in der Arbeit eine Differenzierung vom Netz- und vom Marktfeminismus vorgenommen, um den Fokus einerseits auf die netzfeministischen Accounts und andererseits auf Unternehmern und Werbekampagnen zu lenken. Jedoch sind im Netzfeminismus marktfeministische Elemente immanent, und eine Trennung, was Werbung ist und was keine Werbung ist, findet unter den Voraussetzungen Instagrams nicht statt. Dabei vermischen sich ebenso die Funktionen der Künstlerinnen, die ebenfalls als Aktivistinnen und Lifecoachs agieren. Folglich lässt sich auch die Unterteilung von De Certeaus Strategie und Taktik nicht mehr nachvollziehen. Die Analyse von Machtzuordnungen ist demnach schwierig, ebenso wie die Analyse des subversiven Potenzials. Insofern wird auch die Subversionsdefinition verschoben, in der es nicht mehr darum geht, „ob bestimmte Aktionen subversiv sind, sondern ob man selbst subversiv ist“ (Diederichsen 2017: 59). Eine Subversionsdefinition, die jedoch auf selbstreflexive Prozesse ausgerichtet ist, macht eine Analyse prekär, lässt sich aber dennoch mit den Subversionstheorien von Butler und Foucault in Einklang bringen, in denen es in erster Linie darum geht, Diskurse und somit Denkstrukturen aufzubrechen.

Bei der Netzbewegung von Effyourbeautystandards sowie auf dem Account von Tess Holliday wurde die Bildstrategie des Empowerments modifiziert eingesetzt und bezog sich dabei eher auf Byströms Bildsprache. So setzen sich hierzu dicke sowie weitere stigmatisierte Körper in einen Bezug zu den stereotypischen Inszenierungen. Die Konnotationen von femininer Schönheit durch Styling und Accessoires wurde dabei nicht hinterfragt, sondern weiterhin als Verweis auf Schönheitskonventionen genutzt. Demnach bekam bei Effyourbeautystandards das Styling sowie das bewusste, meist stereotypische Posing eine zentrale Bedeutung. Die Brechung bot dabei der „entnormierte“ Körper, wobei oftmals die Inszenierung „überinszeniert“ und „hyperfeminisiert“ und dementsprechend ebenfalls dekonstruktivistisch wirkte. Die Protagonistinnen zeigten sich sexy und selbstbewusst, wobei selten die Gefühlsvielfalt oder weitere netzfeministische Themen wie Körperhaare oder Menstruation dargestellt wurden.

Es konnten anhand der Analyse der unterschiedlichen Accounts verschiedene Bildmotive aufgezeigt werden, in denen es in erster Linie darum ging, Körper zu entstigmatisieren und ihnen Sichtbarkeit und Wertigkeit zu verleihen. Es wurde hierzu eine diskursive Verbindung zwischen dem visuellen und textuellen Geständnis und der Befreiung erzeugt. Die Mimesis kann demnach mit Derridas Différance verknüpft werden, wobei sich die Différance nicht nur auf Sprechakte, sondern auch auf Verkörperungen bezieht. Die Subversion zeigt sich somit anhand von Körpertechniken, die Störpotenziale und Reibungen zu den stereotypischen Darstellungen erzeugen und demnach die Konstruktion der Weiblichkeit unterminieren, indem sie sie nicht reproduzieren, sondern verändern. Hier zeigt sich auch noch einmal der Unterschied zu der Bildästhetik der Feministischen Avantgarde. Es geht nämlich nicht darum, Strukturen provokativ zu hinterfragen, sondern darum, ein Angebot zu machen, indem Identität- und Schönheitsalternativen aufgezeigt werden. Damit grenzt sich der Netzfeminismus vom Choice-Feminismus sowie vom Postfeminismus ab, in denen allein eine bewusste und selbstbestimmte Entscheidung, sich zu inszenieren, zu einer feministischen Inszenierung wird. Infolgedessen verändert sich die Bedeutung des Selbstporträts. So ist das Selbstporträt nicht mehr wie in der Feministischen Avantgarde ein Ort der Selbsthinterfragung, sondern ein Ort, sein Selbst zu zeigen.

Durch den Netzfeminismus ist eine Situation entstanden, in der der Feminismus im Mainstream an Bedeutung gewonnen hat. In Anlehnung an die Feministische Avantgarde sah Murray die Wirkungskraft der damaligen feministischen Künstlerinnen allenfalls in der Kunstszene, aber als gesamtgesellschaftlich gering an. Dafür spricht auch die Tatsache, dass erst vor wenigen Jahren Gabriele Schor die Pionierarbeit der feministischen Künstlerinnen aufarbeiten konnte. Zwar beeinflusste die Feministische Avantgarde vor allem die subversiven Gesten innerhalb der Darstellungsmechanismen. Dennoch blieben sie in ihren politischen Forderungen letztlich wenig relevant. Der Netzfeminismus besitzt nach Murray einen viel größeren gesamtgesellschaftlichen Einfluss.

„Nevertheless, the pioneering work of these individuals (with the exception of Cindy Sherman) remains marginal in many respects and are all too often lumped into the amorphous category of postmodern conceptualism – or dismissed as pretentiously liberal and academically stilted musings on oppression. While feminist representational politics are as important today as they ever were, there are visible changes in the aesthetic and conceptual strategies of artists working.“ (Murray 2015: 498)

Der Erfolg des Netzfeminismus ist maßgeblich von der Social Media als Austragungsort beeinflusst worden und zeigt sich dort äußerst „systemkompatibel“. Das Rebranding des Feminismus bezieht sich dabei nicht nur auf einen Imagewandel, sondern umfasst ebenso die Tatsache, dass die Intentionen keinen radikalen Systemsturz fordern, sondern die Veränderungen im Subjekt selbst. Dadurch ist die Subversion im Netzfeminismus näher an der Subversionstheorie von Butler und Foucault zu verorten. Der Ausgangspunkt des Netzfeminismus liegt dabei nicht wie im Cyberfeminismus auf einem neuen Medium,

welches Hoffnungen erweckte, mit der Ontologie der Geschlechter brechen zu können. Der Netzfeminismus bezieht sich auf eine Verstärkung der Stereotypisierung von Geschlechtern in den Medien – allen voran in der Social Media und dem damit einhergehenden Druck auf die Subjekte. Es geht somit im Netzfeminismus nicht um eine Auflösung der Materialität, sondern darum, dass jeder Körper ein „natürlicher Körper“ ist, der frei von Zuweisungen sein sollte. Die Trennlinie zwischen Rekuperation und Dekonstruktivismus ist dabei nicht immer ersichtlich und schwimmt gerade im Marktfeminismus zunehmend. Kohout geht davon aus, dass „die Sozialen Medien nicht nur ein geeigneter Ort für Demonstrationen und politische Diskurse“ seien, sondern heutzutage nicht mehr ohne sie auskommen würden (Kohout 2019: 24). Der Netzfeminismus hat somit ganz entscheidend zur heutigen „Popularisierung von Feminismus und »Body Positivity«“ beigetragen (Kohout 2019: 53). Dies zeigt der andauernde Trend des Diversity Marketings (vgl. Kohout 2019: 53f.). Das Paradoxe zeigt sich auch hier: So werden die Errungenschaften des Netzfeminismus gerade wegen seiner marktfeministischen Elemente negiert, die innerhalb einer anderen Perspektive jedoch für seinen Erfolg bezüglich der Normalisierungsprozesse sprechen würde. Der Netzfeminismus ist von Widersprüchen geprägt wie die Plattform selbst, die er nutzt.

Dabei schuf der Netzfeminismus einen fotografisch-feministischen Aktionismus, an dem alle User teilnehmen können, ohne viel Zeit und Mühe zu investieren. Oftmals spricht man dabei auch vom Engagement per Klick, das demnach willkürlich und ohne jegliche Verbindlichkeit stattfinden kann und somit ebenso als bedeutungslos empfunden wird. Dennoch bekommen die Netzbewegungen durch das numerische System, welches auf Instagram das zentrale Messinstrument für Relevanz darstellt, Bedeutung zugesprochen. Instagram gibt die Handlungsmaximen vor, in denen Wissen und Wahrheiten produziert werden. So stellt sich auch der feministische Aktionismus durch den (teilweise) individualisierten Algorithmus als wirkungsmächtig sowie das Subjekt als handlungsmächtig dar.

Im Netzfeminismus wird die Selbstreflexion des Users gefordert, welche ebenso zu einem Bestandteil der marktfeministischen Kampagnen geworden ist. Dies verstärkt die postfeministische Prämisse für das Treffen von freiheitlichen Entscheidungen. Der Marktfeminismus setzt dabei auf die Thematisierung der Befreiung vom Male Gaze und der Schönheitsindustrie. Damit wird der Eindruck von bewussten und freiheitlichen Kaufentscheidungen verstärkt. Das Gefühl der Befreiung wird hierzu an Produkte geknüpft und wird damit zur Ware. Gleichzeitig wird bildnerisch das Gefühl erzeugt, mit seiner Kaufentscheidung im ethischen, sozialen und feministischen Kontext richtig zu liegen. Die netzfeministische Bildästhetik fördert eine Exklusivität, ein Teil von einer modernen feministischen Community zu sein. Befreiung und Veränderungen werden damit zu Konsumententscheidungen, die durch eine Verknüpfung von Waren und Netzfeministinnen entsteht. Die Netzfeministinnen werden kommodifiziert und kommodifizieren sich selbst, indem sie sich als Authentizitätsgaranten der produzierten Befreiungsgefühle sowie des Gefühls, mit Konsum feministischen Aktionismus zu betreiben, einsetzen. Es wird nicht nur die Herstellung zum unternehmerischen Selbst gefördert, sondern das unternehmerische

Selbst wird zusätzlich an Unternehmen gebunden, mit denen es sich identifizieren soll. Die Subversion zeigt sich als Win-win-Situation für Unternehmen und für das unternehmerische Selbst und trägt demzufolge letztlich zur Aufrechterhaltung der Macht bei. Dies liegt auch daran, dass Instagram stereotypische Inszenierungen fördert und teilweise noch immer repressiv gegen Körperinszenierungen vorgeht, die nicht der Norm entsprechen. Dabei haben der Marktfeinismus und die Herausstellung der Marktförmigkeit des Netzfeminismus Instagram erst toleranter werden lassen. Denn letztlich ist ebenso eine relevante Netzbewegung profitabel für Instagram, auch wenn sie sich beispielsweise innerhalb ihrer Forderungen gegen die von Instagram geförderten Stereotypisierungen richtet. Denn eine gut laufende Netzbewegung verspricht, dass die User oft die App nutzen und somit Informationen und Daten über sich teilen. Insofern kann Instagram die Intention der Netzbewegung egal sein – Hauptsache, die Plattform wird genutzt.

Der Netzfeminismus dient Instagram schließlich als Alibi, um das Image einer offenen und diversen Community der Plattform zu verbessern. Zudem wirken viele marktfeinistische Kampagnen ebenso wie Alibikampagnen. Ähnlich, wie es Butler mit dem Beispiel der Dragqueens beschrieben hat, ist nicht jede Dragqueen-Performance subversiv. So ist sicherlich auch der Einsatz netzfeministischer Bildästhetiken kein Beweis für eine Subversion, da diese im Kontext gelesen werden muss. Die Herausstellung von Influencern und die gestiegene Nutzung von Diversity- und Body Positivity-Kampagnen stellen einen lukrativen Schwerpunkt für Accounts dar. Demnach findet man eine Fülle an Accounts, die nicht mehr nur die stereotypischen Schwerpunkte von „fashion, travel und lifestyle“ darstellen, sondern auf „body positivity, self love und sisterhood“ setzen. Dabei ist es ebenfalls zu „falschen“ Interpretationen von netzfeministischen Themen gekommen. Es wird beispielsweise in diesem Zusammenhang oftmals das Trending der Bildinszenierung kritisiert, auf denen dünne Menschen zeigen, dass sie auch „Fettrollen“ haben. Auch das Aufbrechen der stereotypischen Inszenierungspraxis, in der sich der User ungeschminkt zeigt, wird gleichzeitig dazu genutzt, aufzuzeigen, dass man auch ungeschminkt perfekt aussehen kann. Diesbezüglich entstanden neuen Imperative, die sich beispielsweise im Trend von „No-Make-up“-Make-up-Tutorials zeigten (vgl. Zwerenz, Küçük 2020; vgl. Simon 2016).

Bei aller Kritik um den Netzfeminismus stellt sich die Frage, was als Alternative bleibt. Eine Verweigerung des Mediums scheint aus dem entstandenen sozialen und gesellschaftlichen Druck, das Medium nutzen zu müssen, problematisch. Dabei zeigt sich innerhalb dieser Argumentation, dass es egal ist, ob die User oder die Unternehmen mit dem Netzfeminismus ihr Image verbessern wollen, denn sie verbreiten die netzfeministische Körpertechnik. Anders als bei der Mainstreamisierung der Girl Power wird nämlich durchaus auch die radikale Bildästhetik des Netzfeminismus genutzt. Das Top-down-Modell des Netzfeminismus zerstört in diesem Sinne nicht den subversiven Gestus der Bildästhetik. Dies lässt sich ebenfalls an den Hass-Kommentaren erkennen. So zeigte auch die Neubesetzung des Wortes „queer“ auf, dass das Wort und seine Konnotation nur erfolgreich resignifiziert werden konnte, indem eine rekontextualisierte Wiederholung stattfand. Durch den

Marktfeminismus wird zudem Interesse für Themen der Enttabuisierung, der Selbstliebe etc. geweckt. Kooperationen mit NGOs und anderen Initiativen bekommen Öffentlichkeit und somit auch Zugang zu einem Publikum, welches sie ggfs. sonst nicht erreichen könnten. Die Beweggründe für subversive Selfies können feministisch, aber auch narzisstisch sein. Die Mimesis kann dabei immer zu einer Mimikry werden. Die Subversion ist geprägt von einem unlösbaren Dilemma, welches eine Subversion und die Kritik innerhalb ihrer Normalisierung zusammen verortet. Hierbei wird die immanente Widersprüchlichkeit innerhalb der Kritik deutlich. Da Instagram die diskursiven Verbindungen des Impression-Managements verstärkt, wird damit auch die Kritik diesbezüglich verstärkt. Die Kritik, Dinge aus Kalkül und Eigennutzen zu machen, ist im System Instagrams immanent, da der User als Künstler, Produzent, Model und Manager im gleichen Maße auftreten kann. Instagram stellt diesbezüglich eine Möglichkeit für alternative Distributionswege sowie für das effektive Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit von kleinen Unternehmen und Start-Ups dar.

Tiidenberg geht davon aus, dass die Kritik an der Eigenwerbung und dem damit zusammenhängenden Narzissmus der Netzfeministinnen gerade auch ein Resultat der patriarchalischen gesellschaftlichen Strukturen sind und fasst diesbezüglich zusammen:

„The judgement that young women’s selfie practice are narcissistic could be seen as an underlying anxiety about them suddenly bypassing the traditional gatekeepers of visibility. When young girls no longer need the regulatory intervention of a powerful man with a modelling agency and another one with a professional camera, when gay guys or trans kids slip through the cracks and proudly show that they exist, the social order is taken. The judgement of a narcissism relies on the assumption that other people, social norms and institutions have the right to decide if you are worthy of looking at. To go a step further, we could even say that the consumer economy thrives on people, women in particular, not being self-satisfied. A lot of money is being made from selling us creams, clothes and gym memberships that promise to get us closer-but not quite-to worthy of being looked at.“
(Tiidenberg 2018: 81)

Es spielt innerhalb der Kritik am Netzfeminismus also auch immer die Angst mit, Privilegien und Machtstrukturen zu verlieren. Der Netzfeminismus wird abgewertet, um den Status quo der hegemonialen Struktur nicht zu gefährden.

Dabei hat der Netzfeminismus einen feministischen fotografischen Aktionismus entstehen lassen, welcher gerade in Bezug auf Butlers Theorie mehr als das Aufbrechen von stereotypischen Inszenierungen bedeutet. So ist nämlich das Aufbrechen der Erwartungsimperative innerhalb der weiblichen Repräsentation auch als ein Aufbrechen der heterosexuellen Matrix zu verstehen. Damit lehnt sich der Netzfeminismus an feministische Ziele an, die weitreichender sind als die Visualisierung von ihnen. Wie bei der Riot Grrrl-Bewegung und dem Cyberfeminismus geht es um eine frauensolidarische Haltung, Freiheit, Selbstbestimmung und Partizipation. Eine tabuisierte Körperdarstellung ist auch immer ein

Bruch mit der „hegemoniale[n] Bedeutungsproduktion“ (Schaffer 2008: 85) – vor allem dann, wenn sie sich durch Sichtbarkeit und Anerkennung legitimiert. Reichert sieht durch die „Dynamisierung der inneren Widersprüche der hegemonialen Medienkultur“ die Möglichkeit, gesellschaftliche Strukturen und Ordnungen, die die Bedingungen der Subjektkonstitution bilden, in Frage zu stellen und „zu erschüttern“ (vgl. Reichert 2013: 110). Die Hinterfragung der Geschlechtlichkeit impliziert nach Butler nicht nur die Geschlechtlichkeit an sich, sondern zeigt sich als eine Hinterfragung der Subjektkonstitution. Wird diese Wahrheit hinterfragt, so ist damit ebenfalls eine systemische Hinterfragung immanent. Wie Foucault mit dem utopischen Körper beschrieb, geht auch Butler davon aus, dass die gesellschaftlich konstruierte Geschlechterzuweisung entscheidend dafür ist, in welcher Art und Weise sich die Realität, die Wahrheit und das Wissen darstellen. Stellt man die Ontologie der Geschlechter in Frage, so stellt man damit ebenso sich selbst und die Machtstrukturen in Frage. Die Frage um den Körper ist somit viel weitreichender als die bloße Materialität von ihm.

Frauen sind nach wie vor an den „Bildstatus“ gebunden. Damit können sie die „»repräsentative Verfaßtheit« ihres Körpers weder negieren noch aufheben“, sondern müssen den „Bildstatus in ihrer Selbstinszenierung einbeziehen“ (Eiblmayr 1993: 10). „Die Frage nach Kriterien der weiblichen Körperrepräsentationen mußte also [...] immer auch die Entität des Bildes selbst mitberücksichtigen“ (Eiblmayer 1993: 9). So stellte auch die Künstlerin Valie Export fest: „wir frauen müssen, um zu einem von uns selbst bestimmten bild der frau kommen zu können und damit zu einer veränderten abbildung in der gesellschaftlichen funktion der frau, an der konstruktion der frau, an der konstruktion der wirklichkeit via den medialen bausteinen teilhaben“ (Valie Export 1972, zitiert in Schor 2015: 22; hervorh. im Orig.).

Demnach konnte die MaLisa Studie aufzeigen, dass durch die Social Media der Druck auf das Subjekt erhöht worden ist, den gesellschaftlichen Anforderungen von Weiblichkeit nicht gerecht werden zu können. Die Influencer haben hierbei großen Einfluss darauf, was als „schön“ gilt und wie „gute“ Fotos auszusehen haben. Überträgt man den Einfluss beispielsweise auf Tess Holliday als erfolgreiche Influencerin, zeigt dies auf, dass man mit seinen „Makeln“ ein erfolgreiches neoliberales Subjekt sein kann. Insofern gilt auch hier, dass Unangepasstheit Handlungsmacht implizieren kann. Normen der Schönheit werden hierbei neu verhandelt, denn alles, was auf dem Markt erfolgreich ist, ist schließlich nachahmungswürdig. Tess Holliday wie auch die Netzfeministinnen hinterfragen die Darstellungsmechanismen, die als natürlich und wahrhaftig gelten und verringern demnach den gesellschaftlichen Druck, sich dem stereotypischen Ideal anpassen zu müssen. Dabei konnte die Analyse deutlich machen, dass es gerade innerhalb des feministischen Empowerments darum geht, den Körper in seinem Status quo ohne Reglement einer Selbstarbeit zeigen zu dürfen, was eine Modifikation der Anforderungen an die Darstellungsimperative von Frauen bedeutet. Die Erwartungshaltung innerhalb der weiblichen Inszenierung wird bewusst gestört und zeigt somit eine Modifikation auf, indem

sie nicht über Körperdisziplinierungen Sichtbarkeit erlangt und trotzdem den Status zugesprochen bekommt, als wirklich und wahrhaftig wahrgenommen zu werden. Allein die Modifikation der Sichtbarkeits- und Blickregime führt zur Hinterfragung der Materialität des Körpers an sich und zeigt auf, dass der Körper keine Natürlichkeit besitzt, sondern Produkt von Diskursen ist. Hier bestätigt sich somit die These McRobbies, indem sie auf den Verschiebungsprozess im Postfeminismus hingewiesen hat, bei dem Künstlichkeit auf Authentizität und Natürlichkeit verweist. Die Natürlichkeit des Körpers werde gebildet, indem viel Arbeit in den Körper investiert werden soll und deutet dahingehend auf den Grad der Weiblichkeit (vgl. McRobbie 2016: 90). Der Netzfeminismus versucht, diese Verbindung wieder aufzulösen und zu dekonstruieren. Insofern kann man schon davon ausgehen, dass das Subjekt im Netzfeminismus auf eine gewisse Art und Weise „under deconstruction“ ist. Dabei muss der User nur wissen, wie man seine vermeintlichen Makel zum Vorteil nutzt. Der Erfolg des Netzfeminismus besteht darin, dass er zwar mit dem Blickregime bricht, aber dennoch aufzeigt, dass die Verknüpfung zwischen Stereotypisierungen und marktwissenschaftlichem Erfolg nicht zwangsläufig aufrechterhalten werden muss, und löst damit den Male Gaze von der kapitalistischen Diskursivierung. Dadurch zeigt der Netzfeminismus auch, dass geschlechterspezifische Körpertechniken sozialisiert und veränderbar sind und keine Wahrheit beanspruchen können. Anerkennung verläuft gerade nicht mehr durch die Annäherung eines Körperideals, welches ebenso mit bestimmten Eigenschaften verknüpft ist. Gleichzeitig stellt Instagram unter den Bedingungen der Vernetzung Communities her. Der Algorithmus unterstützt dabei den Eindruck, nicht alleine zu sein und gibt dem User damit Sicherheit, aber auch Mut, sich auf eine bestimmte Art und Weise zeigen zu dürfen. Der User kann sich durch die Vernetzungsmöglichkeiten lesbar machen. Da das Handeln bzw. die Nutzung Instagrams mitunter auch den individualisierten Algorithmus beeinflusst, entsteht der Eindruck einer angepassten digitalen Realität.

Visuelle Medien fungieren nach wie vor als „Wirklichkeitserzeuger“, die die Blick- und Sehgewohnheiten prägen (vgl. Frohe 2002: 410f.), welche auch die eigene Körperwahrnehmung beeinflussen. Medial inszenierte Schönheitsdiskurse bestimmen die Beziehung zwischen Subjekt und Körper. Wenn bestimmte Körper nicht repräsentiert werden, fühlen sich auch bestimmte Subjekte nicht repräsentiert. Der Druck, dass man ein Ideal einfach nicht erfüllen kann, wird durch die Vielzahl an netzfeministischen Accounts, aber ebenso durch Diversity-Kampagnen gesenkt, und je mehr User und Unternehmen mitziehen, verschiedene Körper zu zeigen, desto mehr festigen sich neue Körperdiskurse (vgl. Esders 2008: 113). Die visuellen Wiederholungsprozesse von Körperdiversitäten kann man mit dem „mere exposure-Effekt“ in Verbindung bringen. Je öfter man bestimmte Körperformen und Inszenierungen sieht, umso mehr ist man auch verleitet, diese als positiv zu empfinden. Denn das Zeigen von diversen Körpern ist ein Prozess von sozialisiertem und habitualisiertem Bildwissen (vgl. Traue, Schünzel 2014: 126). Durch Instagram ist ein Raum entstanden, der die Machttechnologien der Gouvernementalität zugespitzt aufzeigt, auf der anderen Seite veränderte Bedingungen für das Subjekt bzw. für den Körper schuf und damit die Normalitätszonen erweitert hat. Durch den Aufbau Instagrams können Körpertechniken

schneller verändert, neu ausgehandelt und normalisiert werden. Instagram zeigt sich diesbezüglich „schneller als die Realität“ und kann zentrale Anstöße im Sinne des Spill-over-Effekts geben.

Dennoch ist es zentral, dass, wenn in diesem Kontext von einer Normalisierung von netzfeministischen Körpertechniken gesprochen wird, dies nicht bedeutet, dass die netzfeministische Ästhetik die stereotypischen Körpertechniken austauschte. Die Studienergebnisse der MaLisa Stiftung konnten eine nach wie vor starke Stereotypisierung der Inszenierungen aufzeigen. Die reichweitenstärksten Instagram-Accounts weisen keine Störungen im Sinne der netzfeministischen Subversion auf. Auch die Hasskommentare sowie die noch immer andauernde Zensurpolitik zeigen dabei auf, dass das subversive Potenzial bisher nicht abgeklungen ist. Dennoch zeigt der Netzfeminismus gerade durch den Marktfeminismus bzw. die exponentiell gestiegenen Werbekampagnen, dass er an Bedeutung zugenommen hat und somit immer häufiger diverse Körper gezeigt werden. Durch den Spill-over-Effekt entstand demnach zumindest eine Sensibilität und ein Bewusstsein dafür, Sehgewohnheiten zu hinterfragen.

Die gouvernementale Machttechnologie verlagert auch im Netzfeminismus die Verantwortung auf das Subjekt und negiert damit strukturelle Ungleichheiten. Zwar zeigen sich die Netzfeministinnen selbstbestimmt, sind dabei aber dennoch bei einer hohen Reichweite eingebunden in ein Management, in Marketing- und Werbeagenturen etc. Frauen haben somit an Macht gewonnen, indem sie auf der Bildfläche auftauchten. Dennoch bleibt die Entscheidungsebene weiterhin in männlicher Hand (vgl. Burel 2020: Vf.). So zeigt der Netzfeminismus vor allem auf, dass Frauen als Model und Influencerin Erfolg haben können. Der Erfolg bleibt dabei auf die Repräsentation sowie die Thematisierung des Körpers beschränkt, der markteffizient eingesetzt werden soll. Dennoch sind systemische Veränderungen prozesshaft zu betrachten. So konnte der Netzfeminismus auch aufzeigen, dass Frauen vermehrt als Fotografinnen, Regisseurinnen und Creative Directors auftraten. Die Plattform Instagram unterstützt, dass sich Frauen vernetzen und gegenseitig unterstützen können. Die positiven Effekte außerhalb des Bereichs der visuellen Repräsentation, die der Netzfeminismus hervorgebracht hat, wird man dabei erst in einigen Jahren beurteilen können (vgl. Burel 2020: 157ff.).

Auch beim Male Gaze, der über Jahrzehnte internalisiert wurde, kann man nicht davon ausgehen, dass man mit einem netzfeministischen Selfie die Internalisierung des Male Gaze ad hoc aufbrechen kann. Die Userinnen beschreiben zwar durchaus ein Befreiungsgefühl durch die Selfies, welches jedoch ebenfalls auf die Machttechnologie der Plattform zurückzuführen ist. Das Gefühl, dass man durch ein Foto befreit wird – sowohl von Male Gaze als ebenso von der gesamten Wahrnehmung der Realität – wirkt dabei utopisch. Für ein vollständiges Aufbrechen des Male Gaze wird es Jahre, wenn nicht auch Jahrzehnte brauchen. Der Prozess wird solange andauern, bis man sich nicht mehr die Frage stellen muss, ob netzfeministische Selfies wirklich subversiv sind. Dabei bleibt Instagram nach wie

vor eine hochreglementierte Plattform, die die Befreiungspotenziale mit Kontrollmechanismen vereint. Doch heißt es, dass jeder Versuch der Subversion scheitern muss? Der Feminismus konnte sich nie von Kritiken lösen – weder in der Kunst, im Digitalen noch in der Politik. Dabei sollte man auch die Kritik an sich hinterfragen, denn wo

„[...] jeder Einspruch als Feedback ins System eingespeist wird und seine Leistungsfähigkeit steigert, wo Nonkonformismus sich als avancierteste Form der Anpassung erweist, muss Kritik auf einen ›Standpunkt‹ verzichten und so flexibel werden wie ihre Gegenstände.“ (Bröckling et al. 2004, zitiert in Ernst 2008)

Weicht man von der hier genutzten Perspektive Butlers und folglich von der Annahme ab, dass das Subjekt durch die Geschlechterbenennung erst intelligibel wird und die Geschlechtsbenennung somit zum Ausgangspunkt von der wahrgenommenen Realität wird, so kann man zugespitzt mit Deleuze und Bröckling davon ausgehen, dass sich die Allmacht der Technik mit der Allmacht der Ökonomie verbunden hat. Demnach verweist die Geschlechterdifferenz auf kein historisches Apriori, sondern auf das Geschlecht als lukratives Mittel für das spezifische Geschlechtermarketing. Die Differenz zwischen Mann und Frau wird damit nicht mehr entscheidend. Denn der Körper wird in beiden Fällen nur noch zur Hülle, der zur Profitmaximierung dient. Dies zeigt sich beispielsweise in der Werbekampagne von Gillette Venus, indem die Rekuperation und der Dekonstruktivismus abwechselnd eingesetzt wurden sowie daran, dass der Markt-feminismus fast ausschließlich im genderspezifischen Produktmarketing für junge Frauen eingesetzt wird. Demnach sollte es bei der Subversion darum gehen, das ökonomische System aufzubrechen und nicht nur die Geschlechterdifferenz. Instagram stellt diesbezüglich weder einen utopischen noch einen heterotopen Raum dar. Dabei bleibt ebenso die Vorstellung, dass eine Plattform als Befreiungsmaschine dienen kann, utopisch. So stellt auch Defert fest:

„Die Menschen träumen von Befreiungsmaschinen. Aber es kann per definitionem keine Freiheitsmaschinen geben. Ich glaube nicht, dass die Struktur von Dingen Freiheit zu garantieren vermag. Freiheit ist Praxis, keine Funktionsweise ist an sich befreiend. Freiheit muss ausgeübt werden. Nur Freiheit garantiert Freiheit.“ (Defert 2005: 88)

Insofern kann auch innerhalb dieser Argumentation der Netzfeminismus unterstützend wirken, indem Selbstreflexionen und Denkanstöße angeregt werden, indem festgefahrene und als natürlich wahrgenommen Diskurse hinterfragt werden und das Subjekt anfängt, darüber nachzudenken, welche Körper die Gesellschaft eigentlich wirklich braucht.

Literaturverzeichnis

Agnoli, Johannes (1996): Subversive Theorie : "Die Sache selbst" und ihre Geschichte; eine Berliner Vorlesung. Band 3. Freiburg: Ça-Ira-Verlag.

Athanasiou, Athena/Butler, Judith (2014): Die Macht der Enteigneten. Das Performative im Politischen. 1. Auflage. Zürich/Berlin: Diaphanes Verlag.

Babka, Anna/Posselt, Gerald (2016): Gender und Dekonstruktion. Begriffe und kommentierte Grundlagentexte der Gender- und Queer-Theorie. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.

Baldauf, Anette (2015): Girl Aktivismus, in: Fleischmann, Alexander/Guth, Doris (Hrsg.): Theorie. Aktivismus. Kunst: Emanzipatorische Perspektiven auf Ungleichheit und Diskriminierung. Bielefeld: transcript Verlag, 59-90.

Barfuss, Thomas (2002): Konformität und bizarres Bewusstsein - Zur Verallgemeinerung und Veraltung von Lebensweisen in der Kultur des 20. Jahrhunderts. Hamburg: Argument Verlag.

Bauer, Yvonne (2003): Sexualität - Körper - Geschlecht: Befreiungsdiskurse und neue Technologien. Opladen: Leske+Budrich.

Behrens, Martin (2011): Unterhaltung als Unterdrückung. Kulturindustrie, Intersektionalität und Herrschaft, in: Knüttel, Katharina/Seelinger, Matrin (Hrsg.): Intersektionalität und Kulturindustrie. Zum Verhältnis sozialer Kategorien und kultureller Repräsentationen. Bielefeld: transcript Verlag, 53-82.

Behrens, Roger (2017): Aufstand im Schlaraffenland. Oder: Subversion als Normativität, in: Gerber, Tobias/Hausladen, Katharina (Hrsg.): Compared to What? Pop zwischen Normativität und Subversion. Wien: Verlag Turia + Kant, 18-35.

Berger, John (1972): Ways of seeing. London: Penguin Books.

Bierbaum, Anja (1999): Girlism durch die queere Brille betrachtet, in: Potsdamer Studien zur Frauen- und Geschlechterforschung: Feminismus in der Kritik. Frauen und Geschlechterforschung in der »dritten Generation«? (3/2), 37-52.

Bisanz, Elize (2004): Kulturwissenschaften und Zeichentheorie - Zur Synthese von Theorie, Praxis und Poiesis. 1. Auflage. Münster: LIT Verlag.

Brand, Ortrun (2013): Ich sehe was, was Du nicht siehst! Anmerkungen zu den Praktiken der Neutralisierung, in: Graf, Julia/Ideler, Kristin/Klinger, Sabine (Hrsg.): Geschlecht zwischen Struktur und Subjekt: Theorie, Praxis, Perspektiven. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich, 173-186.

Brandes, Kerstin (2004): "What you lookn at" - Fotografie und die Spuren des Spiegel(n)s, in: Von Falkenhausen, Susanne/Förschler, Silke/Reichle, Ingeborg/Uppenkamp, Bettina (Hrsg.): Medien der Kunst. Geschlecht, Metapher, Code. Beiträge der 7. Kunsthistorikerinnen-Tagung in Berlin 2002. Marburg: Jonas Verlag, 148-163.

Brill, Dunia (2006): Subversion or Stereotype? The Gothic Subcultues as a case of gendered identities and representations. Gießen: ulme-mini-Verlag.

- Bröckling, Ulrich (2002): Das unternehmerische Selbst und seine Geschlechter. Gender-Konstruktionen in Erfolgsratgebern, in: *Leviathan* (30/2), 175-194.
- Bröckling, Ulrich (2003): You are not responsible for being down, but you are responsible for getting up. Über Empowerment, in: *Leviathan* (31/3), 323-344.
- Bröckling, Ulrich (2006): Und... wie war ich? Über Feedback , in: *Mittelweg* 36 (2), 27-44.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst - Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Bröckling, Ulrich/Krasmann, Susanne/Lemke, Thomas (2000): Gouvernamentalität, Neoliberalität und Selbsttechnologien. Eine Einleitung, in: dies. (Hrsg.): „Gouvernamentalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 7-40.
- Bublitz, Hannelore (1999): Foucaults Archäologie des kulturellen Unterbewussten. Zum Wissensarchiv und Wissensbegehren moderner Gesellschaften. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Bublitz, Hannelore (2001): Wahr-Zeichen des Geschlechts. Das Geschlecht als Ort diskursiver Technologien, in: Lösch, Andreas/Schrage, Dominik/Spreen, Dierk/Stauff, Markus (Hrsg.): *Technologie als Diskurse. Konstruktionen von Wissen, Medien und Körpern*. Heidelberg: Synchron Wissenschaftsverlag, 167-183.
- Bublitz, Hannelore (2006): Sehen und Gesehenwerden - Auf dem Laufsteg der Gesellschaft. Sozial- und Selbsttechnologien des Körpers, in: Gugutzer, Robert (Hrsg.): *Body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: transcript Verlag, 341-362.
- Bublitz, Hannelore (2010a): Judith Butler. Zur Einführung. 3. Auflage. Hamburg: Junius Verlag.
- Bublitz, Hannelore (2010b): Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis. Bielefeld: transcript Verlag.
- Bublitz, Hannelore (2014): Im Beichtstuhl der Medien. Konstitution des Subjekts im öffentlichen Bekenntnis, in: Paulitz, Tanja/Carstensen, Tanja (Hrsg.): *Subjektivierung 2.0. Machtverhältnisse digitaler Öffentlichkeiten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* (38/13), 7-22.
- Burel, Simone (2020): *Quick Guide Female Leadership. Frauen in Führungspositionen in der Arbeitswelt 4.0*. Berlin: Springer Gabler.
- Büsser, Martin (2016): Jenseits der Geschlechtergrenzen. Geschlechterverhältnisse in der Punk- und Hardcorezene, in: Schmidt, Fiona Sara/Engelmann, Jonas/Nagel, Torsten (Hrsg.): *Play Gender: Linke Praxis, Feminismus, Kulturarbeit*. 1. Auflage. Mainz: Ventil Verlag, 134-146.
- Butler, Judith (1991): *Das Unbehagen der Geschlechter*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Butler, Judith (1995): *Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlechts*. Berlin: Berlin Verlag.

Butler, Judith (2001): *Psyche der Macht. Das Subjekt der Unterwerfung*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Butler, Judith (2006): *Hass spricht: Zur Politik des Performativen*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Butler, Judith/Spivak, Gayatri Chakravorty (2007): *Sprache, Politik, Zugehörigkeit*. 1. Auflage. Zürich/Berlin: Diaphanes Verlag.

Butler, Judith (2009): *Die Macht der Geschlechternormen und die Grenze des Menschlichen*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Butler, Judith (2013): *Von der Performativität zur Prekarität*, in: Fischer-Lichte, Erika/Hasselmann, Kristiane (Hrsg.): *Performing the Future. Die Zukunft der Performativitätsforschung*. 1. Auflage. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag, 27-40.

Byström, Arvida/Soda, Molly (2017): *Pics or It Didn't Happen: Images Banned from Instagram*. München: Prestel Verlag.

Castro Varela, Maria do Mar/Dhawan, Nikita (2018): *Normen - Subjekte - Gewalt. Mit Butlers Politik gegen hegemoniale Heteronormativität*, in: Posselt, Gerald/Schönwälder-Kuntze, Tatjana/Seitz, Sergej (Hrsg.): *Judith Butlers Philosophie des Politischen: Kritische Lektüren*. Bielefeld: transcript Verlag, 125-150.

Chlada, Marvin (2005): *Heterotopie und Erfahrung. Abriss nach Michel Foucault*. 1. Auflage. Aschaffenburg: Alibri Verlag.

Cohen, Rachel/Newton-John, Toby/Slater, Amy (2020): *The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions*, in: *Journal of Health Psychology* 00(0), 1-9.

Coté, Mark/Pybus, Jennifer (2011): *Social Networks: Erziehung zur Immateriellen Arbeit 2.0*, in: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hrsg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: transcript Verlag, 51-73.

Crary, Jonathan (1990): *Technik des Betrachters. Sehen und Moderne im 19. Jahrhundert*. Dresden: Verlag der Kunst.

Czerniawski, Amanda M. (2015): *Fashioning Fat. Inside Plus-Size Modeling*. New York: NYU Press.

De Certeau, Michel (1988): *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve Verlag.

Defert, Daniel (2005): *Raum zum Hören. Nachwort*, in: Foucault, Michel: *Die Heterotopie. Der utopische Körper. Zwei Radiovorträge*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 67-92.

Degele, Nina/Winker, Gabriele (2011): *„Leistung muss sich wieder lohnen“*. Zur intersektionalen Analyse kultureller Symbole, in: Knüttel, Katharina/Seelinger, Martin (Hrsg.): *Intersektionalität und Kulturindustrie. Zum Verhältnis sozialer Kategorien und kultureller Repräsentationen*. Bielefeld: transcript Verlag, 25-52.

Deins, Stefan (2007): *Verletzende Anerkennung. Über das Verhältnis von Anerkennung, Subjektkonstitution und ›sozialer Gewalt‹*, in: Herrmann, Steffen K./Krämer, Sybille/Kuch, Hannes

(Hrsg.): Verletzende Worte. Die Grammatik sprachlicher Missachtung. Bielefeld: transcript Verlag, 275-294.

Demirovic, Alex (2008): Liberale Freiheit und das Sicherheitsdispositiv. Der Beitrag von Michel Foucault, in: Purtschert, Patricia/Meyer, Katrin/Winter, Yves (Hrsg.): Gouvernementalität und Sicherheit. Zeitgenössische Beiträge im Anschluss an Foucault. Bielefeld: transcript Verlag, 229-250.

Denninger, Tina (2013): Sehen und gesehen werden. Panoptische Blicke auf den Körper, in: infoblatt. Zeitung für internationalistische und emanzipatorische Perspektiven und so (81), 6-11.

Diederichsen, Diedrich (2017): Zehn Thesen zu Subversion und Normativität, in: Gerber, Tobias/Hausladen, Katharina (Hrsg.): Compared to What? Pop zwischen Normativität und Subversion. Wien: Verlag Turia + Kant, 53-61.

Diederichsen, Diedrich/Hebdige, Dick/Marx, Olaph-Dante (1983): Schocker. Stile und Moden der Subkultur. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Disselhoff, Felix (2012): Gefällt mir! Das Facebook-Handbuch. 1. Auflage. Wachtendonk: mitp-Verlag.

Distelhorst, Lars (2009): Judith Butler. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.

Dobson, Amy Shields (2015): Postfeminist Digital Cultures. Femininity, Social Media and Self-Representation. 1. Auflage. New York: Palgrave Macmillan.

Dorer, Johanna (2008): Das Internet und die Genealogie des Kommunikationsdispositivs: Ein medientheoretischer Ansatz nach Foucault, in: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 353-365.

Dreyfus, Hubert L./Rabinow, Paul (1994): Michel Foucault: Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Mit einem Nachwort von und einem Interview mit Michel Foucault. 2. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.

Dungs, Susanne (2000): Anerkennen des Anderen im Zeitalter der Mediatisierung. Sozialphilosophische und sozialarbeitswissenschaftliche Studien im Ausgang von Hegel, Lévinas, Butler, Žižek. Hamburg: LIT Verlag.

Duttweiler, Stefanie (2004): „Genießen Sie Ihre Arbeit!“ Vom Glück der Arbeit und der Arbeit am Glück, in: Reichert, Ramón (Hrsg.): Governmentality Studies: Analysen liberaldemokratischer Gesellschaften im Anschluss an Michel Foucault. Band 1. Münster: LIT Verlag, 149-168.

Eiblmayr, Silvia (1993): Die Frau als Bild: Der weibliche Körper in der Kunst des 20. Jahrhunderts. Berlin: Dietrich Reimer Verlag.

Eismann, Sonja (2017): Ene, mene, Missy. Die Superkräfte des Feminismus. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.

Ellrich, Lutz (2007): Normativität und Normalität, in: Bartz, Christina/Krause, Marcus (Hrsg.): Spektakel der Normalisierung. 1. Auflage. München: Wilhelm Fink Verlag, 25-52.

Elund, Jude (2015): Subversion, Sexuality and the Virtual Self. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Engel, Antke (2003): Wie reagiert die Sexualität? Michel Foucaults Konzept der Gouvernementalität im Kontext queer/feministischer Theorienbildung, in: Pieper, Marianne/Gutiérrez Rodríguez, Encarnación (Hrsg.): Gouvernementalität- Ein sozialwissenschaftliches Konzept in Anschluss an Michel Foucault. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 224-239.

Elders, Karin (2003): „You make me feel like a natural woman...“ Von der (Un-)Wirklichkeit digitaler Körperbilder, in: Weber, Jutta/Bath, Corinna (Hrsg.): Turbulente Körper, soziale Maschinen. Feministische Studien zur Technowissenschaftskultur. Opladen: Leske+Budrich, 183-200.

Elders, Karin (2008): Populäre Medien als »Technologie des Geschlechts«, in: Lucht, Petra/Paulitz, Tanja (Hrsg.). Recodierung des Wissens. Stand und Perspektiven der Gesellschaftsforschung in Naturwissenschaften und Techniken. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 103-120.

Fahle, Oliver (2011): Das Bild und das Sichtbare und das Serielle. Eine Bildtheorie des Fernsehen angesichts des Digitalen, in: Elia-Borer, Nadja/Sieber, Samuel/Tholen, Georg Christoph (Hrsg.): Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien. Bielefeld: transcript Verlag, 111-134.

Fardouly, Jasmine/Diedrichs, Phillippa C./Vartanian, Lenny R./Halliwell, Emma (2015): The Mediating Role of Appearance Comparisons in the Relationship Between Media Usage and Self-Objectification in Young Women, in: Psychology of Women Quarterly (39/4), 447-457.

Feigenbaum, Anna (2007): Remapping the Resonances of Riot Grrrl: Feminisms, Postfeminisms, and the „Processes“ of Punk, in: Tasker, Yvonne/Negra, Diane (Hrsg.): Interrogating Postfeminism. Gender and the Politics of Popular Culture. Durham: Duke University Press, 132-154.

Foucault, Michel (1968): Psychologie und Geisteskrankheit. 1. Ausgabe. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (1974): Schriften zur Literatur. 1. Auflage. München: Nymphenburger Verlagshandlung GmbH.

Foucault, Michel (1976a): Räderwerke des Überwachens und Strafens. Ein Gespräch mit J.-J. Brochier, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Mikrophysik der Macht. Michel Foucault über Strafjustiz. Psychiatrie und Medizin. Berlin: Merve Verlag, 31-47.

Foucault, Michel (1976b): Macht und Körper. Ein Gespräch mit der Zeitschrift „Quel Corps?“, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Mikrophysik der Macht. Michel Foucault über Strafjustiz. Psychiatrie und Medizin. Berlin: Merve Verlag, 105-113.

Foucault, Michel (1976c): Die Macht der Normen, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Mikrophysik der Macht. Michel Foucault über Strafjustiz. Psychiatrie und Medizin. Berlin: Merve Verlag, 114- 123.

Foucault, Michel (1976d): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. 1. Auflage: Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (1978a): Die Machtverhältnisse durchziehen das Körperinnere. Ein Gespräch mit Lucette Finas, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Dispositive der Macht. Michel Foucault über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve Verlag, 104-117.

Foucault, Michel (1978b): Wahrheit und Macht. Interview mit Michel Foucault von Alessandro Fontana und Pasquale Pasquino, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Dispositive der Macht. Michel Foucault über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve Verlag, 21-54.

Foucault, Michel (1978c): Ein Spiel um die Psychoanalyse. Gespräch mit Angehörigen des Département de Psychanalyse der Universität Paris VIII in Vincennes, in: Foucault, Michel (Hrsg.): Dispositive der Macht. Michel Foucault über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve Verlag, 118-175.

Foucault, Michel (1983): Der Wille zum Wissen - Sexualität und Wahrheit 1. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Foucault, Michel (1984): Freiheit und Selbstsorge. Gespräch mit Michel Foucault am 20.01.1984, in: Becker, Helmut/Fornet-Betancourt, Raul/Gomez-Muller, Alfred/Wolfstetter, Lothar (Hrsg.): Michel Foucault. Freiheit und Selbstsorge. Interview 1984 und Vorlesung 1982. Frankfurt am Main: Materialis Verlag, 9-28.

Foucault, Michel (1998a): Sexualität und Abwesenheit, in: Mazumdar, Pravu (Hrsg.): Foucault. Ausgewählt und vorgestellt von Pravu Mazumdar. München: Diedrichs Verlag, 244-247.

Foucault, Michel (1998b): Der Kampf gegen die Subjektivierung (warum ich die Macht untersuche), in: Mazumdar, Pravu (Hrsg.): Foucault. Ausgewählt und vorgestellt von Pravu Mazumdar. München: Diedrichs Verlag, 348-355.

Foucault, Michel (1999): Die Ordnung des Diskurses. Inauguralvorlesung am Collège de France, 2. Dezember 1970. München: Carl Hanser Verlag.

Foucault, Michel (2002/1975): Macht und Körper, in: Defert, Daniel (Hrsg.): Michel Foucault: Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits. Band II 1970-1975. 1. Ausgabe. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 932-941.

Foucault, Michel (2003): Die Ordnung des Diskurses. Inauguralvorlesung am Collège de France, 1970. 9. Auflage: Frankfurt am Main: Fischer Wissenschaftsverlag.

Foucault, Michel (2005a): Die Heterotopie. Der utopische Körper. Zwei Radiovorträge. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (2005b): Analytik der Macht. 5. Auflage: Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (2006): Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Geschichte der Gouvernementalität. 1. Vorlesung am Collège de France 1977-1978. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Foucault, Michel (2013): Überwachen und Strafen - Die Geburt des Gefängnisses. 14. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Franck, Georg (2013): Celebrities: Elite der Mediengesellschaft?, in: Robertson-von Trotha, Caroline Y. (Hrsg.): Celebrity Culture. Stars in der Mediengesellschaft. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 13-24.

Frohe, Ursula (2002): Berührung mit der Wirklichkeit. Körper und Kontingenz als Signatur des Realen in der Gegenwartskunst, in: Belting, Hans/Kamper, Dietmar/Schulz, Martin (Hrsg.): *Quel Corps? Eine Frage der Repräsentation*. München: Wilhelm Fink Verlag, 401-426.

Fuchs, Sabine (2011): Kritische Mimesis: Widerspenstige Inszenierungen queerer Fem(me)ininität, in: Brüske, Anne/Iso, Isabel Miko/Wespe, Aglaia/Zehnderm, Kathrin/Zimmermann, Andrea (Hrsg.): *Szenen von Widerspenstigkeit. Geschlecht zwischen Affirmation, Subversion und Verweigerung*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 51-72.

Funken, Christiane (2004): Über die Wiederkehr des Körpers in der elektronischen Kommunikation, in: Krämer, Sybille (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München: Wilhelm Fink Verlag, 307-322.

Gamm, Gerhard (2013): Das Selbst und sein Optimum. Selbstverbesserung als das letzte Anliegen der modernen Kultur, in: Mayer, Ralf/Thompson, Christiane/Wimmer, Michael (Hrsg.): *Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 31-56.

Ganz, Kathrin (2018): *Die Netzbewegung. Subjektpositionen im politischen Diskurs der digitalen Gesellschaft*. Opladen: Verlag Barbara Budrich.

Gerling, Winfried/Holschbach, Susanne/Löffler, Petra (2018): *Bilder verteilen. Fotografische Praktiken in der digitalen Kultur*. 1. Auflage. Bielefeld: transcript Verlag.

Gerlitz, Carolin (2017): Soziale Medien, in: Hecken, Thomas /Kleiner, Marcus S. (Hrsg.): *Handbuch Popkultur*. Springer-Verlag: Stuttgart, 235-239.

Gill, Rosalind (2003): From Sexual Objectification to Sexual Subjectification: The Resexualisation of Women's Bodies in the Media, in: *Feminist Media Studies* (3/1), 100-106.

Gill, Rosalind (2015): Postfeministische Medienkultur. Elemente einer Sensibilität, in: Peters, Kathrin/Seier, Andrea (Hrsg.): *Gender & Medien-Reader*. 1. Auflage. Zürich/Berlin: Diahanes Verlag, 541-556.

Grammatikopoulou, Christina (2018): Virale Gender-Performance, in: Sollfrank, Cornelia (Hrsg.): *Die Schönen Kriegerinnen: Technofeministische Praxis im 21. Jahrhundert*. Wien: transversal texts, 130-166.

Groß, Melanie (2008): *Geschlecht und Widerstand. post.. |queer.. |linksradikal..* Königstein/Taunus: Ulrike Helmer Verlag.

Gunkel, Katja (2018): *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere Kultur prägt*. Bielefeld: transcript Verlag.

Guymer, Laurel (1999): Online Teaching: No fear of flying in cyberspace, in: Hawthorne, Susan/Klein, Renate (Hrsg.): *Cyberfeminism: Connectivity, Critique and Creativity*. Melbourne: Spinifex Press, 51-79.

Haider, Julia (2012): *Facebook - Eine Nutzertypologie: Persönlichkeit und Motive der User*. 1. Auflage. Hamburg: Diplomica Verlag.

Hark, Sabine/Villa, Paula-Irene (2016): Felder und Formen von Femininität und Feminismus, in: McRobbie, Angela: Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, V- XVI.

Haug, Wolfgang Fritz (2009): Kritik der Warenästhetik: Gefolgt von Warenästhetik im HighTech-Kapitalismus. 1. Auflage: Frankfurt am Main: Edition Suhrkamp.

Hawthorne, Susan/Klein, Renate (1999): CyberFeminism: Introduction, in: dies. (Hrsg.): Cyberfeminism: Connectivity, Critique and Creativity. Melbourne: Spinifex Press, 1-18.

Heath, Joseph/Potter, Andrew (2005): Konsumrebell. Der Mythos der Gegenkultur. Berlin: Roger & Bernhard Verlag.

Hecken, Thomas (2009): Pop. Geschichte eines Konzeptes 1955-2009. Bielefeld: transcript Verlag.

Hellmann, Kai-Uwe/Klein, Ansgar/Klein, Ludger (1995): Subkultur und Subversion. Editorial, in: Forschungsjournal neue soziale Bewegungen (8/2), 2-10.

Höllner, Christian (2017): „She just needed a piss“. Über einige historische und konzeptionelle Eckpfeiler popmusikalischer Subversion, in: Gerber, Tobias/Hausladen, Katharina (Hrsg.): Compared to What? Pop zwischen Normativität und Subversion. Wien: Verlag Turia + Kant, 142-154.

Huck, Christian (2007): FASHION NOW! Populäre englische Romane des 18. Jahrhunderts, in: Huck, Christian/Zorn, Carsten (Hrsg.): Das Populäre der Gesellschaft - Systemtheorie und Populärkultur. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 144-167.

Iso, Isabel Miko (2011): Widerspenstige Mimikry: Körper und Geschlecht im kolonialen Kontext, in: Brüske, Anne/Iso, Isabel Miko/Wespe, Aglaia/Zehnder, Kathrin/Zimmermann, Andrea (Hrsg.): Szenen von Widerspenstigkeit. Geschlecht zwischen Affirmation, Subversion und Verweigerung. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 239-256.

Jansen, Charlotte (2017): Girl on Girl: Art and Photography in the Age of the Female Gaze. London: Laurence King Publishing.

Jayne, Cynthia (1984): Freud, Grafenberg, and the neglected vagina: Thoughts concerning an historical omission in sexology, in: The Journal of Sex Research (20/2), 212-215.

Kailer, Katja (1999): »SUCK MY LEFT One« - Riot Grrrl, eine neue feministische Generation?, in: Potsdamer Studien zur Frauen- und Geschlechterforschung: Feminismus in der Kritik. Frauen und Geschlechterforschung in der »dritten Generation«? (3/2), 53-67.

Käufer, Birgit (2002): Die Kunststücke der Cindy Sherman. Doppelte Mimikry versetzt Grenzen in Bewegung, in: Karentzos, Alexandra/Käufer, Birgit/Sykora, Katharina (Hrsg.): Körperproduktionen - Zur Artifizialität der Geschlechter. Marburg: Jonas Verlag, 180-194.

Klatt, Jöran (2016): Cyborg-Manifest: „Nicht nur Gott ist tot, auch die Göttin!“ [Jöran Klatt] über das Cyborg-Manifest von Donna Haraway von 1985, in: Hensel, Alexander/Kallinich, Daniela/Kiegeland, Julia/Lorenz, Robert/Müller-Stahl, Robert (Hrsg.): Demokratie in Aufruhr. Jahrbuch des Göttinger Instituts für Demokratieforschung 2015. Stuttgart: Ibidem-Verlag, 323-330.

Klein, Gabriele (2004): *Electronic Vibration. Pop Kultur Theorie*. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Klein, Renate (1999): *The Politics of CyberFeminism: If I'm a Cyborg rather than a Goddess will Patriarchy go away?*, in: Hawthorne, Susan/Klein, Renate (Hrsg.): *Cyberfeminism: Connectivity, Critique and Creativity*. Melbourne: Spinifex Press, 185-212.

Koch, Ulrike/Zschokke, Anna (2014): *Was bleibt? Grenzen und Möglichkeiten eines queerfeministischen Archivs im Internet*, in: *FEMINA POLITICA. Zeitschrift für feministische Politikwissenschaft* (14/2), 34-46.

Köffler, Nadja (2019): *Vivian Maier und der gespiegelte Blick. Fotografische Positionen zu Frauenbildern im Selbstporträt*. Bielefeld: transcript Verlag.

Kohout, Annkathrin (2019): *Netzfeminismus. Strategien weiblicher Bildpolitik*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.

Krasmann, Susanne (2000): *Gouvernementalität der Oberfläche. Aggressivität (an-)trainieren beispielsweise*, in: Bröckling, Ulrich/Krasmann, Susanne/Lempke, Thomas (Hrsg.): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 194-226.

Krönert, Veronika (2009): *Michel de Certeau: Alltagsleben, Aneignung und Widerstand*, in: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 47-57.

Kuni, Verena (1999): *Einführung. Das Netz, die Kunst, der kleine Punkt und seine Liebhaber*, in: *Netz.kunst. Jahrbuch des Institutes für moderne Kunst Nürnberg '98/'99*. Nürnberg: Verlag für moderne Kunst, 6-17.

Lautmann, Rüdiger (1984): *Der Zwang zur Tugend. Die gesellschaftliche Kontrolle der Sexualitäten*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Leibetseder, Doris (2010): *Queere Tracks. Subversive Strategien in der Rock- und Popmusik*. Bielefeld: transcript Verlag.

Lemke, Thomas (2003): *Andere Affirmation. Gesellschaftsanalyse und Kritik im Postfordismus*, in: Honneth, Axel/Saar, Martin (Hrsg.): *Michel Foucault. Zwischenbilanz einer Rezeption. Frankfurter Foucault-Konferenz 2001*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 259-276.

Link, Jürgen (1997): *Versuch über den Normalismus: Wie Normalität produziert wird*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Lösch, Andreas/Schrage, Dominik/Spreen, Dierk/Stauff, Markus (2001): *Technologien als Diskurse - Einleitung*, in: dies. (Hrsg.): *Technologien als Diskurse Konstruktionen von Wissen, Medien und Körpern*. Heidelberg: YNCHRON Wissenschaftsverlag der Autoren, 7-21.

Ludwig, Gundula (2013): *Subjekte und „ihre“ Körper. Politiktheoretische Überlegungen*, in: Graf, Julia/Ideler, Kristin/Klinger, Sabine (Hrsg.): *Geschlecht zwischen Struktur und Subjekt: Theorie, Praxis, Perspektiven*. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich, 79-92.

Maida, Marcus (2017): How much is Subversion? Zur Revision der popkulturellen Subversionstheorie, in: Gerber, Tobias/Hausladen, Katharina (Hrsg.): Compared to What? Pop zwischen Normativität und Subversion. Wien: Verlag Turia + Kant, 36-52.

Makropoulos, Michael (2008): Theorie der Massenkultur. 1. Auflage. München: Wilhelm Fink Verlag.

Mayer, Ralf/Thompson, Christiane/Wimmer, Michael (2013): Inszenierung und Optimierung des Selbst. Eine Einführung, in: dies. (Hrsg.): Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 7-30.

McRobbie, Angela (2016): Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Menzinger, Anne Sophie (2017): Fat Acceptance. Positionen und Praxen einer körperpolitischen Bewegung. 1. Auflage. Hamburg: Marta Press.

Metz, Markus/Seeßlen, Georg (2001): Blödmaschinen - Die Fabrikation der Stupidität. 1. Auflage. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Mohr, Ernst (2014): Ökonomie mit Geschmack - Die postmoderne Macht des Konsums. 1. Auflage. Hamburg: Murmann Verlag.

Mühlen Achs, Gitta (2008): Frauenbilder: Konstruktionen des anderen Geschlechts, in: Mühlen Achs, Gitta/Schorb, Bernd (Hrsg.): Geschlecht und Medien. Reihe Medienpädagogik Band 7. Herausgegeben vom JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. 2. Auflage. München: Kopaed Verlag, 13-38.

Murray, Derek Conrad (2015): Notes to self: the visual culture of selfies in the age of social media, in: Consumption Markets & Culture (18/6), 490-516.

O'Reilly, Sally (2012): Body Art. Der Körper in der zeitgenössischen Kunst. Berlin: Deutscher Kunstverlag.

Opatko, Benjamin (2012): Hegemonie - Politische Theorien nach Antonio Gramsci. 1. Auflage. Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot.

Paulitz, Tanja (2002): Elektronische Vernetzung und Geschlecht. Zur Konstruktion elektronischer Netze und ihrer Akteurinnen, in: Zentrum für interdisziplinäre Frauenforschung (Hrsg.): Cyberfeminismus. Feministische Visionen mit Netz und Boden (24), 29-42.

Pechstein, Tobias/Voigtländer, Michael (2012): Fashionable Posingbook. Exemplarische Mode- und Werbeposes für die Bereiche Fotografie, Illustration und Grafikdesign. Grünwald: Stiebner Verlag.

Pollock, Scarlet/Sutton, Jo (1999): Women Click: Feminism and the Internet, in: Hawthorne, Susan/Klein, Renate (Hrsg.): Cyberfeminism: Connectivity, Critique and Creativity. Melbourne: Spinifex Press, 33-50.

Popitz, Heinrich (2006): Soziale Normen. 1. Auflage: Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Pultz, John (1995): Der fotografierte Körper. Köln: DUMONT Buchverlag.

Raab, Heike (1998): Foucault und der feministische Poststrukturalismus. 1. Auflage. Dortmund: Edition Ebersbach.

Raunig, Gerald (2011): Dividuen des Facebook. Das neue Begehren nach Selbstzerteilung, in: Leistert, Oliver/Röhle, Thomas (Hrsg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld: transcript Verlag, 145-160.

Reichert, Ramon (2013): Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung. Bielefeld: transcript Verlag.

Reichle, Ingeborg (2004): Geschlechtermetamorphosen des Cyberspace, in: Von Falkenhausen, Susanne/Förschler, Silke/Reichle, Ingeborg/Uppenkamp, Bettina (Hrsg.): Medien der Kunst. Geschlecht, Metapher, Code. Beiträge der 7. Kunsthistorikerinnen-Tagung in Berlin 2002. Marburg: Jonas Verlag, 27-29.

Reißmann, Wolfgang (2012): Arbeit am (Bild-)Körper. Die Plastizität des Körpers im Digitalbild und jugendliches Bildhandeln in Netzwerkplattformen, in: Geise, Stephanie/Lobinger, Katharina (Hrsg.): Bilder - Kulturen - Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld visueller Kommunikationsforschung. Köln: Herbert von Halem Verlag, 165-185.

Reuter, Julia (2011): Geschlecht und Körper. Studien zur Materialität und Inszenierung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Bielefeld: transcript Verlag.

Richard, Birgit/Grünwald, Jan/Recht, Marcus/Metz, Nina (2010): Flickernde Jugend - rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Riegler, Julia (2011): Die eigensinnige Vagina: Zum Doppelgesicht des Schmerzes beim Koitus als Anpassung und Widerstand, in: Brüske, Anne/Iso, Isabel Miko/Wespe, Aglaia/Zehnderm, Kathrin/Zimmermann, Andrea (Hrsg.): Szenen von Widerspenstigkeit. Geschlecht zwischen Affirmation, Subversion und Verweigerung. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 147-166.

Schachtner, Christina/Duller, Nicole (2014): Kommunikationsort Internet - digitale Praktiken und Subjektwerdung, in: Carstensen, Tanja/Schachtner, Christina/Schelhowe, Heidi/Beer, Raphael (Hrsg.): Digitale Subjekte - Praktiken der Subjektivierung im Medienumbruch der Gegenwart. 1. Auflage. Bielefeld: transcript Verlag, 81-154.

Schade, Sigrid (1998): Körper zwischen den Spiegeln: Selbst-Inszenierungen in Videos, Filmen und Kunst von Frauen, in: Kea - Zeitschrift für Kulturwissenschaften (11), 37-54.

Schaffer, Johanna (2008): Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld: transcript Verlag.

Schankweiler, Kerstin (2019): Bildproteste. Widerstand im Netz. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.

Schär, Clarissa (2019): Subjekte photographieren. Eine subjekt(-ivierungs)- und körperleibtheoretische Perspektivierung jugendlicher Selbstdarstellungen in digitalen sozialen Netzwerken, in: Rode, Daniel/Stern, Martin (Hrsg.): Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co. Konstellationen von Körper, Medien und Selbst in der Gegenwart. Bielefeld: transcript Verlag, 183-204.

Schiesser, Giaco (2007): Autorschaft nach dem Tod des Autors. Barthes und Foucault revisited, in: Schwarz, Hans-Peter (Hrsg.): Autorschaft in den Künsten. Konzepte - Praktiken - Medien. Zürich: Museum für Gestaltung Zürich, 20-33.

Schmincke, Imke (2019): Die Neue Frauenbewegung in den Medien: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung, in: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratkovic, Viktorija (Hrsg.): Handbuch Medien und Geschlecht. Springer Fachmedien: Wiesbaden, 1-11.

Schor, Gabriele (2015): Die Feministische Avantgarde. Eine radikale Umwertung der Werte, in: dies. (Hrsg.): Feministische Avantgarde. Kunst der 1970er-Jahre aus der SAMMLUNG VERBUND Wien. München: Prestel Verlag, 17-68.

Schrage, Dominik (2012): Subjektivierung durch Normalisierung. Zur Aktualisierung eines poststrukturalistischen Konzepts, in: Riegraf, Birgit/Spreen, Dierk/Mehlmann, Sabine (Hrsg.): Medien - Körper - Geschlecht. Diskursivierungen von Materialitäten. Bielefeld: transcript Verlag, 73-88.

Seidel, Anna (2016): Netzfeminismus. Blogs, Hashtags und Strategien gegen Hate Mail, in: Schmidt, Fiona Sara/Engelmann, Jonas/Nagel, Torsten (Hrsg.): Play Gender: Linke Praxis, Feminismus, Kulturarbeit. 1. Auflage. Mainz: Ventil Verlag, 75-79.

Sexl, Martin (2019): Wie Blicke Körper machen: Ein Geleitwort von Martin Sexl, in: Köffler, Nadja (Hrsg.): Vivian Maier und der gespiegelte Blick. Fotografische Positionen zu Frauenbildern im Selbstporträt. Bielefeld: transcript Verlag, 11-24.

Sollfrank, Cornelia (2018): Die schönen Kriegerinnen: Technofeministische Praxis im 21. Jahrhundert. Vorwort, in: dies. (Hrsg.): Die Schönen Kriegerinnen: Technofeministische Praxis im 21. Jahrhundert. Wien: transversal texts, 7-32.

Solomon-Godeau, Abigail (2015): Erotische Fotografie erneut betrachtet. Bemerkungen zu einem historischen Bergungsprojekt (1987-1991), in: Peters, Kathrin/Seier, Andrea (Hrsg.): Gender & Medien-Reader. 1. Auflage. Zürich/Berlin: Diahanes Verlag, 139-158.

Spreen, Dierk (2015): Upgradekultur. Der Körper in der Enhancement-Gesellschaft. Bielefeld: transcript Verlag.

Stäheli, Urs (2015): Subversive Praktiken? Cultural Studies und die ›Macht‹ der Globalisierung, in: Hörning, Karl H./Reuter, Julia (Hrsg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld: transcript Verlag, 154-166.

Taylor, Jodie (2012): Playing it Queer: Popular Music, Identity and Queer World-making. Bern: Peter Lang AG.

Tiggemann, Marika/Zaccardo, Mia (2018): Strong is the new skinny: A content analysis of #fitspiration images on Instagram, in: Journal of Health Psychology (23/8), 1003-1011.

Tiidenberg, Katrin (2018): Selfies. Why we love (and hate) them. 1. Auflage. Bingley: Emerald Publishing.

Toupin, Sophie (2018): Feministisches Hacking. Widerstand durch das Schaffen neuer Räume, in: Sollfrank, Cornelia (Hrsg.): Die Schönen Kriegerinnen: Technofeministische Praxis im 21. Jahrhundert. Wien: transversal texts, 33-58.

Traue, Boris/Schünzel, Anja (2014): Visueller Aktivismus und affektive Öffentlichkeiten: Die Inszenierung von Körperwissen in „Pro Ana“ und „Fat Acceptance“- Blogs, in: Paulitz, Tanja/Carstensen, Tanja (Hrsg.): Subjektivierung 2.0. Machtverhältnisse digitaler Öffentlichkeiten. Österreichische Zeitschrift für Soziologie (14/1). Wiesbaden: VS Springer Fachmedien, 121-142.

Tsjeng, Zing (2017): Foreword, in: Jansen, Charlotte (Hrsg.): Girl on Girl: Art and Photography in the Age of the Female Gaze. London: Laurence King Publishing, 2-7.

Tylka, Tracy L. (2018): Overview of the Field of Positive Body Image, in: Daniels, Elizabeth A./Gillen, Meghan M./Markey, Charlotte H. (Hrsg.): Body Positive: Understanding and Improving Body Image in Science and Practice. Cambridge: Cambridge University Press, 6-33.

Ullrich, Wolfgang (2019): Selfies. Die Rückkehr des öffentlichen Lebens. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.

Villa, Paula-Irena (2003): Judith Butler. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Villa, Paula-Irene (2008): Habe den Mut, Dich Deines Körpers zu bedienen! Thesen zur Körperarbeit in der Gegenwart zwischen Selbstermächtigung und Selbstunterwerfung, in: Villa, Paula-Irene (Hrsg.): schön normal. Manipulation am Körper als Technologie Selbst. Bielefeld: transcript Verlag, 245-272.

Villa, Paula-Irena (2012): Judith Butler. 2. aktualisierte Auflage. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Villa, Paula-Irene (2013a): Subjekte und ihre Körper. Kultursoziologische Überlegungen, in: Graf, Julia/Ideler, Kristin/Klinger, Sabine (Hrsg.): Geschlecht zwischen Struktur und Subjekt: Theorie, Praxis, Perspektiven. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich, 59-78.

Villa, Paula-Irena (2013b): Prekäre Körper in prekären Zeiten - Ambivalenzen gegenwärtiger somatischer Technologien des Selbst, in: Mayer, Ralf/Thompson, Christiane/Wimmer, Michael (Hrsg.): Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 57-74.

Volkman, Maren (2011): Frauen und Popkultur. Feminismus, Cultural Studies, Gegenwartsliteratur. Bochum: Posth Verlag.

Wally, Barbara (1999): Skulptur – Figur - weiblich. Der weibliche Körper aus der Sicht zeitgenössischer Künstlerinnen, in: Gürtler, Christa/Hausbacher, Eva (Hrsg.): Unter die Haut. Körperdiskurse in Geschichte(n) und Bildern. Beiträge der 5. Frauen-Ringvorlesung an der Universität Salzburg. Innsbruck: Studien Verlag, 41-52.

Weingarten, Susanne (2003): Bodies of Evidence. Geschlechtspräsentationen von Hollywood-Stars. Marburg: Schüren Verlag.

Wellmann, Henning (2019): Punkkultur. Ordnungen radikalen Andersseins. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Wendt, Brooke (2014): *The Allure of the Selfie. Instagram and the New Self-Portrait*. Amsterdam: Network Notebook #08.

Wiedemann, Caroline (2010): *Selbstvermarktung im Netz. Eine Gouvernementalitätsanalyse der Social Networking Side „Facebook“*. Saarbrücken: Universaar Universitätsverlag des Saarlandes.

Wiedemann, Carolin (2011): *Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung*, in: Leistert, Oliver/Röhle, Thomas (Hrsg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. 1. Auflage. Bielefeld: transcript Verlag, 161-188.

Wilk, Nicole M. (2002): *Die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Winch, Alison (2013): *Girlfriends and Postfeminist Sisterhood*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Yazicioğlu, Alara Efsun (2018): *Pink Tax and the Law. Discriminating Against Women Consumers*. New York: Routledge.

Zeisler, Andi (2017): *Wir waren doch mal Feministinnen: Vom Riot Grrrl zum Covergirl - Der Ausverkauf einer politischen Bewegung*. 1. Auflage. Zürich: Rotpunktverlag.

Internetquellen

Baßler, Moritz (2018): *Wessen Subversion? Rezension zu »Compared to What? Pop zwischen Normativität und Subversion«*. Unter: <http://www.pop-zeitschrift.de/2018/08/13/wessen-subversionrezension-zu-compared-to-what-pop-zwischen-normativitaet-und-subversionvon-moritz-bassler13-8-2018/>, eingesehen am 16.12.2020.

Behr, Heiko (2017): *Andi Zeisler: „Wir waren doch mal Feministinnen“*. Der Feminismus als Handelsmarke. Unter: https://www.deutschlandfunk.de/andi-zeisler-wir-waren-doch-mal-feministinnen-der.700.de.html?dram:article_id=397776, eingesehen am 20.05.2021.

Berliner Festspiele (2018): *Ausstellung. Covered in Time and History: Die Filme von Ana Mendieta*. Unter: https://www.berlinerfestspiele.de/de/berliner-festspiele/programm/bfs-gesamtprogramm/programmdetail_244437.html, eingesehen am 20.05.2021.

Billie (2018): *Project Body Hair*. Unter: <https://mybillie.com/pages/projectbodyhair>, eingesehen am 20.05.2021.

Billie (2019): *All about Billie*. Unter: <https://mybillie.com/pages/about>, eingesehen am 16.12.2020.

Billie (2021): *Think of a woman*. Unter: <https://www.thinkofawoman.com/>, eingesehen am 20.05.2021.

Brantner, Cornelia/Lobinger, Katharina (2015): *„Weil das absolute Poserbilder sind!“*. Die Wahrnehmung expressiver Authentizität digitaler Selbstbilder und Selfies. Unter: https://www.researchgate.net/publication/270582071_Weil_das_absolute_Poserbilder_sind_Die_Wahrnehmung_expressiver_Authentizitat_digitaler_Selbstbilder_und_Selfies/download, eingesehen am 16.12.2020.

Breustedt, Hannes (2018): Umsatz sinkt weiter. Warum "Victoria's Secret" den Zeitgeist verpasst. Unter: <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/handel/victoria-s-secret-umsatz-bricht-ein-a-1224751.html>, eingesehen am 16.12.2020.

Brunke, Elisa (2015): Thigh-Brows: Her mit den Falten! Das ist der neueste Instagram-Trend. Unter: <https://www.cosmopolitan.de/thigh-brows-her-mit-den-falten-das-ist-der-neueste-instagram-trend-67085.html>, eingesehen am 20.05.2021.

Butte, Maren (2010): Blick und Mythos. Überlegungen zu einem sentimentalen Bild-Konzept von Weiblichkeit. Unter: <https://www.querelles-net.de/index.php/qn/article/view/891/894>, eingesehen am 16.12.2020.

Byström, Arvida (2015): Work. Unter: <https://www.arvidabystrom.se/work>, eingesehen am 20.05.2021.

Curated by Girls (2020): About us. Unter: <https://www.curatedbygirls.com/about/>, eingesehen am 20.05.2021.

Curated by Girls (2021): Hire us. Unter: <https://www.curatedbygirls.com/hire-us/>, eingesehen am 20.05.2021.

Damavandi, Ariana (2016): Feminism 101: What is Choice Feminism? Unter: <https://femmagazine.com/feminism-101-what-is-choice-feminism/>, eingesehen am 16.12.2020.

Dean, Aria (2016): Closing the Loop. Unter: <https://thenewinquiry.com/closing-the-loop/>, eingesehen am 16.12.2020.

Deleuze, Gilles (1990): Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. Unter: <https://nadir.org/nadir/archiv/netzkritik/postskriptum.html>, eingesehen am 16.12.2020.

Deutschlandfunk (2017): Bloggerin Vreni Frost: Tschüß, Fake-Follower! Vreni Frost im Gespräch mit Mandy Schielke. Unter: https://www.deutschlandfunkkultur.de/bloggerin-vreni-frost-tschuess-fake-follower.2147.de.html?dram:article_id=388375, eingesehen am 16.12.2020.

Drüeke, Ricarda/Zobl, Elke (2013): #aufschrei als Gegenöffentlichkeit: eine feministische Intervention in den Alltagssexismus? Unter: <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/44758>, eingesehen am 20.05.2021.

Duden, Barbara (1993): Die Frau ohne Unterleib. Zu Judith Butlers Entkörperung. Unter: <https://www.degruyter.com/view/journals/fs/11/2/fs.11.issue-2.xml>, eingesehen am 16.12.2020.

Dunn, Frank (2017): Selena Gomez and Petra Collins shot a sexy video. Unter: https://i-d.vice.com/en_uk/article/59g93d/selena-gomez-and-petra-collins-shot-a-sexy-video, eingesehen am 20.05.2021.

Duportail, Judith/Kayser-Bril, Nicolas/Schacht, Kira/Richard, Édouard (2020): Instagram-Algorithmus: Wer gesehen werden will, muss Haut zeigen. Unter: <https://algorithmwatch.org/de/haut-zeigen-auf-instagram/#:~:text=Auf%20Instagram%20gibt%20es%20keine,bedeutet%20automatisch%2C%20sein e%20Reichweite%20einzuschr%C3%A4nken>, eingesehen am 20.05.2021.

- Ernst, Thomas (2008): Subversion - eine kleine Diskursanalyse eines vielfältigen Begriffs. Unter: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-325773>, eingesehen am 16.12.2020.
- Evans, Chelsea (2019): Banned Instagram Hashtags 2021 - Tags You Didn't Know Were Blocked. Unter: <https://markitors.com/banned-instagram-hashtags/>, eingesehen am 20.05.2021.
- Eyd-Clothing (2021): Empower-Socks. Unter: https://eyd-clothing.com/products/tennissocken-empower?_pos=1&_sid=e36cc984f&_ss=r, eingesehen am 20.05.2021.
- Fashion to Figure (2020): The EYBS x FTF. Unter: <https://www.fashiontofigure.com/eybs-x-fff/N-4128369061/>, eingesehen am 16.12.2020.
- Firsching, Jan (2019): Instagram Stories: Alle Statistiken in der Übersicht. Unter: <https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-stories-statistiken/>, eingesehen am 16.12.2020.
- Firsching, Jan (2020a): Algorithmus schlägt chronologische Reihenfolge...auf Instagram & Facebook. Unter: <https://www.futurebiz.de/artikel/algorithmus-schlaegt-chronologie-instagram-facebook/>, eingesehen am 16.12.2020.
- Firsching, Jan (2020b): Instagram Statistiken für 2020: Nutzerzahlen, Instagram Stories, Instagram Videos & tägliche Verweildauer. Unter: <https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/>, eingesehen am 16.12.2020.
- Flachsenberg, Helene (2017): Dieses schwedische Model wird bedroht - weil sie ihre Beine nicht rasiert. Unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/koerperbehaarung-schwedisches-model-wird-bedroht-nach-adidas-kampagne-mit-behaarten-beinen-a-00000000-0003-0001-0000-000001747670>, eingesehen am 16.12.2020.
- Friedrich, Silke (2017): Laetitia Duveau - No Girl, no Boy, no Nothin'. Unter: <https://www.vogue.de/people-kultur/people-news/laetitia-duveau-curated-by-girls-portrait>, eingesehen am 20.05.2021.
- Fuchs, Christian (1999): Der Feminismus Donna Haraways und die materialistisch-feministische Kritik der Postmoderne. Unter: <http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/infogestechn/haraway.html>, eingesehen am 16.12.2020.
- Gärtner, Markus (2019): Studie Influencer Marketing. Cathy Hummels und Co.: Jeder zehnte Influencer soll mit Fake Followern betrügen. Unter: <https://www.onlinehaendler-news.de/e-commerce-trends/marketing/131423-cathy-hummels-jeder-zehnte-influencer-betruegt-fake-follower>, eingesehen am 16.12.2020.
- Gerstmeyer, Maria-Antonia (2018): Entweder du hungerst dich runter oder du nimmst zu. Unter: <https://www.welt.de/icon/mode/article172541144/Curvy-Casting-Entweder-du-hungerst-dich-runter-oder-du-nimmst-zu.html>, eingesehen am 16.12.2020.
- Gill, Rosalind (2018): Die Widersprüche verstehen. (Anti-)Feminismus, Postfeminismus, Neoliberalismus. Unter: <http://www.bpb.de/apuz/267938/die-widersprueche-verstehen-anti-feminismus-postfeminismusneoliberalismus>, eingesehen am 20.05.2021.

Gillette Venus (2021): Über Venus. Unter: <https://www.gillettevenus.de/de-de/>, eingesehen am 20.05.2021.

Götz, Maya (2019a): Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. Zusammenfassung der Ergebnisse einer Studienreihe. Unter: https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/32_2019_1/Goetz-Die_Selbstinszenierung_von_Influencerinnen.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Götz, Maya (2019b): »Man braucht ein perfektes Bild«. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram. Unter: http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/Digital/Goetz-Perfektes_Bild.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Götz, Maya/Becker, Josephine (2019): Das »zufällig« überkreuzte Bein. Selbstinszenierungsmuster von Influencerinnen auf Instagram. Unter: https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/Digital/Goetz_Becker-Ueberkreuztes_Bein.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Gsenger, Marlene/Thiele, Martinav (2014): Wird der Aufschrei erhört? Eine kritische Diskursanalyse der Sexismus-Debatte in Deutschland. Unter: <https://doi.org/10.25598/JKM/2014-3.2>, eingesehen am 20.05.2021.

Hajok, Daniel/Zerbin, Franziska (2015): Identitätsbildung im Netz. Selbstdarstellung weiblicher Heranwachsender auf Foto- und Videoplattformen. Unter: https://fsf.de/data/hefte/ausgabe/72/hajok_zerbin_identitaetsbildung_064_tvd72.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Haraway, Donna (1985): Ein Manifest für Cyborgs. Feminismus im Streit mit den Technowissenschaften. Unter: http://www.medientheorie.com/doc/haraway_manifesto.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Heinrich, Claus (2017): „Woman“ Ausstellung im Wiener Museum für Moderne Kunst Stiftung Ludwig. Feministische Avantgarde-Kunst. Unter: <https://www.swr.de/swr2/kunst-und-ausstellung/article-swr-14828.html>, eingesehen am 16.12.2020.

Heute.at (2019): Rasierte Arme: Gillette steht erneut in Kritik. Unter: <https://www.heute.at/s/gillette-fur-unterarm-rasur-kritisiert-42278115>, eingesehen am 16.12.2020.

Horan, Amber L. (2016): Picture This! Objectification Versus Empowerment in Women's Photos on Social Media. Unter: http://vc.bridgew.edu/honors_proj/155, eingesehen am 16.12.2020.

Ihring, Silvia (2018): Ständig hörte ich den Satz, ich solle mein Gesicht waschen. Unter: <https://www.welt.de/icon/beauty/article176857210/Akne-ist-Trend-die-Hautkrankheit-nicht-das-Modelabel.html>, eingesehen am 16.12.2020.

Instagram (2020): Gemeinschaftsrichtlinien. Unter: <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/>, eingesehen am 20.12.2020.

Instagram (2021): About. Unter: <https://about.instagram.com/de-de>, eingesehen am 20.05.2021.

Instyle Online (2016): #CelluliteSaturday: Wir lieben diesen Instagram-Trend – und ihr sicher auch. Unter: <https://www.instyle.de/lifestyle/cellulite-saturday-instagram>, eingesehen am 16.12.2020.

Kay, Juule (2016): „Curated by Girls“ zeigt dir, dass Girl Power nicht nur ein Trend ist. Unter: <https://i.d.vice.com/de/article/xwdazj/curated-by-girls-laetitia-duveau-female-gaze-issue-feminismus>, eingesehen am 20.05.2021.

Koch, Tanja (2018): Nein, der Toblerone-Tunnel ist NICHT der neue Instagram-Trend. Unter: <https://noizz.de/lifestyle/nein-der-toblerone-tunnel-ist-nicht-der-neue-instagram-trend/qwys5dw>, eingesehen am 16.12.2020.

Koester, Teresa (2016): Ich-Sein. Körper-Sein. Frau-Sein. Über das weibliche Selbstporträt in der Fotografie. Unter: https://www.schirn.de/magazin/kontext/weibliche_selbstportraet_fotografie/, eingesehen am 16.12.2020.

Kohout, Annekathrin (2019): Body-Positivity-Hashtag-Lexikon. Unter: <https://www.digitale-bildkulturen.de/buecher/blog/14-netzfeminismus/28-body-positivity-hashtag-lexikon.html>, eingesehen am 16.12.2020.

Kohout, Annekathrin (2020): Yes we can! Empowerment vs. Provokation. Internet, Kunst, Pop. Unter: <https://sofrischsogut.com/2020/01/06/yes-we-can-empowerment-vs-provokation/>, eingesehen am 20.05.2021.

List, Friedrich (2020): Wie funktioniert der Instagram-Algorithmus? Unter: <https://www.heise-regioconcept.de/social-media/wie-funktioniert-der-instagram-algorithmus>, eingesehen am 16.12.2020.

Lunette (2017): Lunette x Monki x The Cup. Unter: <https://de.lunette.com/products/lunette-monki-the-cup-menstruationstasse>, eingesehen am 20.05.2021.

MaLisa Stiftung (2019): Weibliche Selbstinszenierung in den Neuen Medien. Ergebnisse einer Studienreihe. Unter: <https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Selbstinszenierung-in-den-neuen-Medien.pdf>, eingesehen am 16.12.2020.

Maybelline (2021): Maybelline X Empowerment. Unter: <https://www.maybelline.de/specials/maybelline-x-empowerment>, eingesehen am 20.05.2021.

Meier, Anika (2016a): Anika Meier über Feminismus 4.0. Netzfeminismus? Ja bitte! Unter: <https://www.monopol-magazin.de/anika-meier-ueber-feminismus-4-punkt-null>, eingesehen am 16.12.2020.

Meier, Anika (2016b): Anika Meier über Künstlerinnen in den sozialen Medien. Feminismus 4.0. Unter: <https://www.monopol-magazin.de/annika-meier-ueber-eine-neue-generation-feministischer-kuenstlerinnen>, eingesehen am 16.12.2020.

Meier, Annika (2017a): Zensur auf Instagram. Was heißt hier "unangemessene Bilder"? Unter: <https://www.monopol-magazin.de/was-haben-selfies-mit-feminismus-zu-tun>, eingesehen am 16.12.2020.

Meier, Anika (2017b): Netzkünstlerinnen-Schau in Leipzig. Es darf sich geärgert werden. Unter: <https://www.monopol-magazin.de/virtual-normality-netzkuenstlerinnen-20-ausstellung>, eingesehen am 16.12.2020.

Meier, Anika (2019a): Debatte. Warum man Netzkünstlerinnen den Feminismus abspricht. Unter: <https://www.monopol-magazin.de/warum-man-netzkuenstlerinnen-den-feminismus-abspricht>, eingesehen am 16.12.2020.

Meier, Anika (2019b): Post-Cyberfeminismus. Brauchen wir noch einen Hype in der Kunst? Unter: <https://www.monopol-magazin.de/brauchen-wir-noch-einen-hype-der-kunst>, eingesehen am 16.12.2020.

Monki (2016a): #monkifesto. Unter: <https://www.monki.com/we-are-monki/salute-sisterhood/projects/monkifesto/>, eingesehen am 20.05.2021.

Monki (2016b): Be empowering. Unter: <https://www.monki.com/we-are-monki/salute-sisterhood/be-empowering/>, eingesehen am 20.05.2021.

Monki (2017): Monki x Lunette x The Cup. Unter: <https://www.monki.com/we-are-monki/salute-sisterhood/projects/monki-x-lunette-x-the-cup/>, eingesehen am 20.05.2021.

Monki (2020): We are Monki. Unter: <https://www.monki.com/we-are-monki/we-are-monki/>, eingesehen am 20.05.2021.

Monki (2021): Just as strong. Just as smart. Just as equal. Unter: https://www.monki.com/de_de/justasequal.html, eingesehen am 20.05.2021.

Müller, Anna-Lisa (2011): Worte schaffen Soziales: Wie Sprache Gesellschaft verändert. Unter: <https://www.journal-fuer-psychologie.de/index.php/jfp/article/view/14/77>, eingesehen am 20.05.2021.

Muller, Marissa (2016): Mermaid Thighs Are the Body-Positive Trend to Know About. Unter: <https://www.teenvogue.com/story/mermaid-thighs-trend-hashtag-social-media-thigh-gap>, eingesehen am 20.05.2021.

Muse Management (2021): Influencers. Arvida Byström. Unter: https://www.musenyc.com/talent/arvidabystrom?main_portfolio=Influencers&portfolio=Influencers, eingesehen am 20.05.2021.

Museum der bildenden Künste Leipzig (2018): Ausstellungen. Virtual Normality. Netzkünstlerinnen 2.0. Unter: <https://mdbk.de/ausstellungen/netzkuenstlerinnen-2.0/>, eingesehen am 20.05.2021.

Museum der Moderne Salzburg (2014): Symposium zu den Ausstellungen Ana Mendieta. Traces und Im Dialog: Wiener Aktionismus. Unter: <https://www.museumdermoderne.at/de/ausstellungen-veranstaltungen/detail/symposium-zu-den-ausstellungen-ana-mendieta-traces-und-im-dialog-wiener-aktionismus/>, eingesehen am 20.05.2021.

NAAFA (2021): About us. Unter: <https://naafa.org/about-us>, eingesehen am 20.05.2021.

National Coalition Against Censorship (2019): #WETHENIPPLE. Unter: <https://ncac.org/we-the-nipple>, eingesehen am 20.05.2021

Nicolini, Gina/Grampes, Timo (2019): Instagram macht Fotos von Selbstverletzungen unkenntlich. Unter: https://www.deutschlandfunkkultur.de/instagram-macht-fotos-von-selbstverletzungen-unkenntlich.2156.de.html?dram:article_id=440451, eingesehen am 16.12.2020.

Pickert, Nils (2017): Feminismus, sei doch bitte nicht so vulgär. Unter: <https://www.derstandard.at/story/2000054685468/feminismus-sei-doch-bitte-nicht-so-vulgaer>, eingesehen am 20.05.2021.

PINK (2021): Wir sind Victoria's Secret Pink. Unter: https://de.victoriasssecret.com/de/pink?gclid=EAlaIqobChMI said-ZfM7wIVmuJ3Ch3Hqg5bEAAAYASAAEgJE8vD_BwE&gclidsrc=aw.ds., eingesehen am 20.05.2021.

Presseportal (2019): Gillette Venus. Venus feiert mit der "My Skin. My Way."-Kampagne Frauen, die ihre eigenen Regeln schreiben. Unter: <https://www.presseportal.de/pm/130789/4212228>, eingesehen am 16.12.2020.

Probst, Carsten (2015): Hamburger Kunsthalle: Feministische Avantgarde der 1970er-Jahre. Unter: https://www.deutschlandfunk.de/hamburger-kunsthalle-feministische-avantgarde-der-1970er.691.de.html?dram:article_id=314262, eingesehen am 20.05.2021.

Rapp, Maximilian (2011): Wie Kunden über Social Media selbst zum Werbeträger werden. Unter: <https://www.adzine.de/2011/06/wie-kunden-ueber-social-media-selbst-zum-werbetraeger-werden-branding-online/>, eingesehen am 20.05.2021.

Reichert, Ramón (2008): Die Konstellation von Wissenstechniken und Selbstpraktiken im Web 2.0. Unter: <http://www.kakanien-revisited.at/beitr/emerg/RReichert1.pdf>, eingesehen am 16.12.2020.

Saal, Marco (2019): "MY SKIN. MY WAY". Gillette wirbt mit fettleibigem Model - und das Netz dreht mal wieder durch. Unter: <https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/my-skin.-my-way-gillette-wirbt-mit-fettleibigem-model---und-das-netz-dreht-mal-wieder-durch-174198>, eingesehen am 16.12.2020.

Schimank, Uwe (2012): Individualisierung der Lebensführung. Unter: <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-einesozialkunde/137995/individualisierung-der-lebensfuehrung>, eingesehen am 20.05.2021.

Silbermann, Charlotte (2020): Fotografin Francesca Woodman. Sichtbar, aber nicht aus Fleisch und Blut. Unter: <https://www.monopol-magazin.de/francesca-woodman-berlin>, eingesehen am 20.05.2021.

Simon, Violetta (2016): No-Make-up-Bewegung. Ungeschminkte Perfektion. Unter: <https://www.sueddeutsche.de/stil/no-makeup-bewegung-ungeschminkte-perfektion-1.3200594>, eingesehen am 20.05.2021.

Spark AR (2020): Expanded library of AR assets. Unter: <https://sparkar.facebook.com/ar-studio/>, eingesehen am 16.12.2020.

Speed, Kellie (2019): Supermodel Josephine Skriver Shares Her Favorite Victoria's Secret Fashion Show Moment. Unter: <https://hauteliving.com/2019/09/josephine-skriver-victorias-secret-fashion-show/674018/>, eingesehen am 20.05.2021.

Spektrum (2012): Kompaktlexikon der Biologie. Konfiguration. Unter: <https://www.spektrum.de/lexikon/philosophie/konfiguration/1100>, eingesehen am 16.12.2020.

Staud, Fabian (2019): Wie viel Widerstand steckt noch in der Body-Positivity-Bewegung? Unter: <https://ze.tt/wie-viel-widerstand-steckt-noch-in-der-body-positivity-bewegung/>, eingesehen am 16.12.2020.

The Psoriasis Association (2018): Stop Instagram's Censorship of Psoriasis! Unter: <https://www.change.org/p/stop-instagram-s-censorship-of-psoriasis>, eingesehen am 16.12.2020.

Unilever (2020): Building body confidence & self-esteem. Unter: <https://www.unilever.com/sustainable-living/improving-health-and-well-being/health-and-hygiene/building-body-confidence-and-self-esteem/>, eingesehen am 16.12.2020.

VNS Matrix (1991): The Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century. Unter: <https://vnsmatrix.net/projects/the-cyberfeminist-manifesto-for-the-21st-century>, eingesehen am 16.12.2020.

VNS Matrix (2020): The Artists. Unter: <https://vnsmatrix.net/the-artists>, eingesehen am 20.05.2021.

Weinstock, Tish (2017): Dieses Buch besteht aus von Instagram gelöschten Selfies. Unter: <https://i.d.vice.com/de/article/j58zjb/arvida-bystroem-molly-soda-interview-pics-o>, eingesehen am 16.12.2020.

Wiede, Wiebke (2014): Subjekt und Subjektivierung. Unter: https://docupedia.de/images/a/ab/Subjekt_und_Subjektivierung.pdf, eingesehen am 16.12.2020.

Winch, Alison (2012): The girlfriend gaze. Unter: <https://www.eurozine.com/the-girlfriend-gaze/>, eingesehen am 16.12.2020.

Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe (2017): Feministische Avantgarde der 1970er-Jahre. Unter: <https://zkm.de/de/ausstellung/2017/11/feministische-avantgarde-der-1970er-jahre>, eingesehen am 16.12.2020.

Zwerenz, Milena/Kücük, Elif (2020): „Same body, different pose“: Schlanke Frauen in vermeintlich unvoreilhaftem Posen bleiben schlanke Frauen. Unter: <https://ze.tt/same-body-different-pose-schlanke-frauen-in-vermeintlich-unvoreilhaftem-posed-bleiben-schlanke-frauen/>, eingesehen am 20.05.2021.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Pezold, Frederike (1976-1977): Das Himmelreich. Unter:

<http://www.medienkunstnetz.de/werke/himmelreich/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 2: Woodman, Francisca (1975-1978): A Woman. A Mirror. A Woman is a Mirror for a Man.

Unter: <https://www.derstandard.at/story/1389858148205/venus-selbst-geschoepft>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 3: Jürgenssen, Birgit (1975): Jeder hat seine eigene Ansicht (1975). Unter:

<https://birgitjuergenssen.com/werke/fotos/jeder-hat-seine-eigene-ansicht>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 4: Valie Export (1969): Aktionshose: Genitalpanik. Unter:

https://www.valieexport.at/jart/prj3/valie_export_web/main.jart?rel=de&reserve-mode=active&content-id=1526555820281&tt_news_id=1963, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 5: Slinger, Penny (1973): Wedding Invitation. Unter: [https://www.kultura-](https://www.kultura-extra.de/kunst/spezial/ausstellung_feministischeavantgarde_hamburgerkunsthalle.php)

[extra.de/kunst/spezial/ausstellung_feministischeavantgarde_hamburgerkunsthalle.php](https://www.kultura-extra.de/kunst/spezial/ausstellung_feministischeavantgarde_hamburgerkunsthalle.php), eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 6: Woodman, Francesca (1976): Untitled. Unter:

<https://www.galeriewinter.at/kuenstler/francesca-woodman/untitled-providence-rhode-island-p.052/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 7: Cahun, Claude: Selbstportrait (1928), Sammlung Musée des Beaux Arts Nantes, Privatsammlung Evreux.

Abbildung 8: L7 (1988): L7, Album Cover, Eritaph Records.

Abbildung 9: Stereotypische Körperhaltungen

Oben links: @kimkardashian, 09.12.2019. Unter: https://www.instagram.com/p/B52_wtlgIAQ/, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @pamela_rf, 15.08.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B1ManvqIVTh/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @kyliejenner, 30.03.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BvngOIhnWGa/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @bonniestrangle, 04.11.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B42ukBuphC4/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 10: Stereotypisches Blickverhalten

Oben rechts: @lenameyerlandrut. Unter: https://www.instagram.com/p/B_XmIP4jKNw/, eingesehen am 16.12.2020.

Oben Mitte: @dagibee, 23.10.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B39XztzoEtC/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @hannahpixiesnow, 17.07.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B0B6V5zJogG/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @arianagrande, 03.12.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B5nrd0uFTPh/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @stefaniegiesinger, 05.01.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/B68VY0UI5VC/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 11: Auswahl an zensierten und unzensierten Fotos auf Instagram

Oben links: @isabellablewett, in: Byström, Arvida/Soda, Molly (2017): *Pics or It Didn't Happen: Images Banned from Instagram*. Prestel Verlag: München, 123.

Oben Mitte: @lucylippard, in: Byström, Arvida/Soda, Molly (2017): *Pics or It Didn't Happen: Images Banned from Instagram*. Prestel Verlag: München, 131.

Oben rechts: @dogdix, in: Byström, Arvida/Soda, Molly (2017): *Pics or It Didn't Happen: Images Banned from Instagram*. Prestel Verlag: München, 169.

Unten links: @kendalljenner, 17.09.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bn1wLoXgEXZ/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten Mitte: @emrata, 16.09.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bnyr0tRF25O/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @alessandraambrosio, 12.08.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/CDw-LLoF9dK/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 12: Auswahl von Selfies aus Molly Sodas Instagram-Account

Oben links: @bloatedandalone4evr1993, 05.10.2016. Unter: <https://www.instagram.com/p/BLMnEpuhRGj/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben Mitte: @bloatedandalone4evr1993, 04.03.2017. Unter: <https://www.instagram.com/p/BRM3v3yAd9b/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @bloatedandalone4evr1993, 03.05.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BiT7sqUA215/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @bloatedandalone4evr1993, 16.03.2017. Unter: <https://www.instagram.com/p/BRtBUrrAuDb/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten Mitte: @bloatedandalone4evr1993, 18.03.2018. Unter: https://www.instagram.com/p/BgcuFp9g1k_/, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @bloatedandalone4evr1993, 14.11.2016. Unter: <https://www.instagram.com/p/BMziCuXhboc/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 13: Girly-Elemente bei Molly Soda und Arvida Byström

Oben links: @bloatedandalone4evr1993, 29.01.2015. Unter:
<https://www.instagram.com/p/ycxyhqnx8g/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben zweite von links: @bloatedandalone4evr1993, 29.12.2014. Unter:
https://www.instagram.com/p/xM9Q_NHx7m/, eingesehen am 16.12.2020.

Oben dritte von links: @bloatedandalone4evr1993, 19.03.2017. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BR1hZsQgDkK/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @bloatedandalone4evr1993, 12.06.2014. Unter:
<https://www.instagram.com/p/pKNch1nx4v/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @arvidabystrom, 24.05.2014. Unter: <https://www.instagram.com/p/oYcN70P1ZC/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Unten zweite von links: @arvidabystrom, 04.09.2013. Unter:
<https://www.instagram.com/p/d1oV6Vv1cw/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten dritte von links: @arvidabystrom, 24.03.2014. Unter:
<https://www.instagram.com/p/l7CmixP1fr/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @arvidabystrom, 22.06.2014. Unter: <https://www.instagram.com/p/pjuXdqv1Xs/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 14: Auswahl von Selfies aus Arvida Byströms Instagram-Account

Oben links: @arvidabystrom, 26.06.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BkfjTQvgiDw/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Oben Mitte: @arvidabystrom, 20.07.2017. Unter: <https://www.instagram.com/p/BWxWA9xgMlc/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @arvidabystrom, 23.07.2017. Unter: https://www.instagram.com/p/BW46etBgI4_/,
eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @arvidabystrom, 04.03.2017. Unter: <https://www.instagram.com/p/BRMtHCEdGHY/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Unten Mitte: @arvidabystrom, 25.08.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bm6Rkt2gP9M/>,
eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @arvidabystrom, 23.04.2014. Unter: https://www.instagram.com/p/nI58rfv1a_/,
eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 15: curatedbygirls @celesteoch, 25.04.2016. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BEnd1FqNzs0/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 16: curatedbygirls @kostic_c, 21.10.2016. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BL0ryhxAOgt/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 17: curatedbygirls @eyluelaslan, 21.05.2017. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BUXFcmgDIAo/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 18: curatedbygirls @keri.halloran, 03.06.2017. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BU30DnBFnMu/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 19: curatedbygirls @ren_35mm, 05.11.2018. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BpyxBV7BPa4/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 20: curatedbygirls @lovaeij, 22.12.2018. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BrsoFT7BICZ/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 21: curatedbygirls @baharak.khaleghi63, 13.03.2019. Unter:
<https://www.instagram.com/p/Bu8xTPxhDQF/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 22: curatedbygirls @_barbart_, 20.08.2019. Unter:
<https://www.instagram.com/p/B1YVfFhie1M/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 23: curatedbygirls @isabelladavis6, 29.11.2020. Unter:
<https://www.instagram.com/p/CILE9hJBsrD/>, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 24: curatedbygirls @ihartericka, 17.04.2020. Unter:
https://www.instagram.com/p/B_FdlwihpA-/, eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 25: „Aufmacherbild“ der Netzbewegung Effyourbeautystandards

@effyourbeautystandards, 28.02.2013. Unter: <https://www.instagram.com/p/WQX7rls4fN/>,
eingesehen am 10.03.2020.

Abbildung 26: Auswahl an Spiegelf selfies aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

Oben links: effyourbeautystandards @rainbowchatman, 28.03.2016. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BDgzsdXM4aY/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben Mitte: effyourbeautystandards @khaleesidelrey, 02.03.2015. Unter:
<https://www.instagram.com/p/zvTrFJM4TW/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben rechts: effyourbeautystandards @roundandrosy, 18.05.2017. Unter:
<https://www.instagram.com/p/BUPNYc6hh2Z/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten links: effyourbeautystandards @curlycurvyclub, 03.09.2020. Unter:
<https://www.instagram.com/p/CEsJonfgI3l/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten Mitte: effyourbeautystandards @babyheartcaker, 04.06.2015. Unter:
<https://www.instagram.com/p/3g6TU2M4WF/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten rechts: effyourbeautystandards @curvywonderwoman. 16.10.2018. Unter:
https://www.instagram.com/p/BpACsT_gI3N/, eingesehen am 14.03.2021.

Abbildung 27: Auswahl von Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

Oben links: effyourbeautystandards @alexandra_breeze, 27.03.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/B-QOigVAO0y/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben Mitte: effyourbeautystandards @ciaojas, 16.07.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bz9iPSygUza/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben rechts: effyourbeautystandards @melaniniguana, 31.07.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BI5vIw6lnto/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten links: effyourbeautystandards @karolynprg, 17.07.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BIUZSJcFOSg/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten rechts: effyourbeautystandards @ugandafierce, 20.10.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BpJustUAL36/>, eingesehen am 14.03.2021.

Abbildung 28: Auswahl von Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Effyourbeautystandards

Oben links: effyourbeautystandards @alexmichaelmay, 08.01.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BsYZ9vzg4Nk/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben Mitte: effyourbeautystandards @abearnamedtroy, 09.01.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BsZmZFjgSuk/>, eingesehen am 14.03.2021.

Oben rechts: effyourbeautystandards @ja.harris_, 11.12.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/ClqZSlZAKIs/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten links: effyourbeautystandards @pansystbattie, 16.04.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BwTaqSOAJMy/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten Mitte: effyourbeautystandards @thegraceclarkdelgado, 14. 01.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/B7UCTlog0by/>, eingesehen am 14.03.2021.

Unten rechts: effyourbeautystandards @vonnydalmeida, 14.07.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bz6O1E3g1aa/>, eingesehen am 14.03.2021.

Abbildung 29: Auswahl an Selfies mit stereotypischen Körpertechniken aus dem Instagram-Account von Tess Holliday

Oben links: @tessholliday, 07.11.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bp5HSZdlbEl/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben Mitte: @tessholliday, 05.06.2017. Unter: https://www.instagram.com/p/BU8BS_bhFdy/, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @tessholliday, 28.04.2018. Unter: <https://www.instagram.com/p/BiGPg9KBipb/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @tessholiday, 08.08.2015. Unter: <https://www.instagram.com/p/6ITvFlvOfr/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten Mitte: @tessholiday, 11.09.2015. Unter: <https://www.instagram.com/p/7fy3davOWo/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @tessholiday, 08.10.2016. Unter: <https://www.instagram.com/p/BLR8-8IB3vO/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 30: Auswahl an hyperfeminisierten Selbstporträts aus dem Instagram-Account von Tess Holliday

Oben links: @tessholiday, 11.04.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BwIDipMFFGx/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @tessholiday, 14.02.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bt3sNdhF0sk/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @tessholiday, 02.01.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BsJDMtaFjOG/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @tessholiday, 31.03.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/BvpzxUEl1uR/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 31: Auswahl aus dem Instagram-Account von Gillette Venus

Rechts: @gillettevenus, 04.04.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bvz0aXqgy6o/>, eingesehen am 16.12.2020.

Mitte oben: @gillettevenus, 20.09.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B2pT6qUArSv/>, eingesehen am 16.12.2020.

Mitte unten: @gillettevenus, 06.04.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B-pBS0HAMy5/>, eingesehen am 16.12.2020.

Links: @gillettevenus, 10.07.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/CCd7IP7AeiF/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 32: Stills aus der Werbekampagne von Billie (2018)

Billie (2018): „Daily Routines Never Looked So Magical“. Unter: <https://www.youtube.com/watch?v=zJVHTfD5bXI> (Min. 0:05, 0:10, 0:18), eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 33: Auswahl an Posts aus dem Instagram-Account von Billie

Oben links: @billie, 15.04.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/B--m02kDOSL/>, eingesehen am 16.12.2020.

Oben rechts: @billie, 08.09.2019. Unter <https://www.instagram.com/p/B2FclssgKiL/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten links: @billie, 02.11.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B4X271nA01e/>, eingesehen am 16.12.2020.

Unten rechts: @billie, 18.07.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/Bz-wu1wgFGK/>, eingesehen am 16.12.2020.

Abbildung 34: Stills aus dem Werbeclip von Lunette x Monki x The Cup

Monki (2017): Flora - Periods are cool. Period. Unter: <https://www.youtube.com/watch?v=m5QUjDOBMzU> (Min. 0:22), eingesehen am 14.03.2021.

Monki (2017): Flora - Periods are cool. Period. Unter: <https://www.youtube.com/watch?v=m5QUjDOBMzU> (Min. 0:30), eingesehen am 14.03.2021.

Monki (2017): Juliet - Periods are cool. Period. Unter: https://www.youtube.com/watch?v=q8jC72B_BG4 (Min. 0:41), eingesehen am 14.03.2021.

Monki (2017): Madame Gandhi - Periods are cool. Period. Unter: https://www.youtube.com/watch?v=4QyMx_cKlGo (Min. 0:34), eingesehen am 14.03.2021.

Abbildung 35: Auswahl an Posts aus dem Instagram-Account von Monki

Oben links: @monki, 18.01.2021. Unter: <https://www.instagram.com/p/CKMO7CLgAaW/>, eingesehen am 06.04.2021.

Oben Mitte: @monki, 17.11.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B49fQZAgV4D/>, eingesehen am 06.04.2021.

Oben rechts: @monki, 24.12.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/CJL0sPZox7v/>, eingesehen am 06.04.2021.

Unten links: @monki, 09.08.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/CDqvIXsDh4a/>, eingesehen am 06.04.2021.

Unten Mitte: @monki, 07.09.2019. Unter: <https://www.instagram.com/p/B2GdFH1g0Jn/>, eingesehen am 06.04.2021.

Unten rechts: @monki, 28.08.2020. Unter: <https://www.instagram.com/p/CEbQpLangK0/>, eingesehen am 06.04.2021.



Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, Katrin Eva Deja, dass ich meine Dissertation „Under Construction - Über die (Vor-)Bedingungen und Möglichkeiten von subversiven Körpertechniken im Netzfeminismus“ selbständig ohne unerlaubte Hilfe angefertigt habe, mich dabei keiner anderen als der von mir ausdrücklich bezeichneten Quellen und Hilfen bediene und alle vollständigen oder sinngemäß übernommenen Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Die Dissertation wurde in der jetzigen oder einer ähnlichen Form noch bei keiner anderen Hochschule eingereicht und hat keinen sonstigen Prüfungszwecken gedient.

Ort, Datum

Unterschrift