

„Barbie loves Lipsticks“ statt „Babie loves Ken“: YouTube Beauty Videos als Aushandlungsarena von Weiblichkeiten

Abstract für einen Vortrag beim Interdisz. Kolloquium zur Gender-Forschung an der Universität Rostock, am 19.-21.05.2016

Auf YouTube bilden die sogenannten ‚Beauty Videos‘ eine eigenständige Community die stetig wächst und zunehmend an öffentlicher Aufmerksamkeit gewinnt. Die kurzen Amateur_innenfilme, in denen hauptsächlich junge Frauen Schminktechniken und Frisuren erklären, ihre Einkäufe und Lieblingskosmetik besprechen und über Mode, PR-Events von Kosmetikfirmen oder ihren Alltag berichten, erzeugen einen umfangreichen Schauplatz der Darstellung und Aushandlung von Geschlecht und Normalität. Soziologisch gesehen bilden sie ein neues Format natürlicher Daten, deren besonderer Wert darin liegt, dass sie von den Akteur_innen selbst inszeniert und veröffentlichte sind und so einen eigenständigen Zugang zu Erzählungen von Frau-werden und Frau-Sein bieten. Gleichzeitig fungieren sie auch als Medien und popkulturelle Erzeugnisse, die gerade von Jugendlichen in großem Umfang rezipiert werden (vgl. Kupferschmidt 2015). Durch die intensive Interaktion, Vernetzung und Überschneidung von Filmenden und Zuschauenden entsteht ein Diskursfeld mit eigenen Regeln und Strukturen das für eine geschlechtersoziologische Auseinandersetzung mit der Repräsentation, Normierung und Aushandlung von Weiblichkeit von hohem Interesse ist.

Die Videos lassen sich als ein hoch normatives Feld lesen, ein nachdrückliches „So-machen-wir-das-hier“ (Hoffarth 2012, S. 221) das der Betrachterin hohe Maßstäbe setzt, wie ‚richtige‘ Körperpraxen und Weiblichkeitsperformances aussehen: Sie zeigen sich in den Körpern, den Gesten, den Artefakten, den Wohnräumen im Hintergrund usw. Dem gegenüber steht die große Vielfalt an Videokünstler_innen, die sich auf der Plattform sichtbar machen und ihre Gestaltungsfreiheit in den Videos eigene Schwerpunkte zu setzen, Themen zu adressieren und kreativ zu bearbeiten.

Der Vortrag beschreibt einen geschlechtertheoretisch begründeten Zugang zu diesen Videos als empirisches Material für eine diskursanalytische Untersuchung. Mit Hilfe der Situational Analysis nach Clarke (2005) wird der Frage nachgegangen, wie die Bedingungen für Partizipation und die Erlangung sichtbarer Sprecher_innenpositionen in der Diskursarena der Beauty Videos gestaltet sind, und welche Perspektiven auf die Diversität intelligibler Weiblichkeitsperformances im Feld auszumachen sind. Diskutiert wird der Versuch, das Material nicht nur als normative Reproduktion hegemonialer Anforderungen an Weiblichkeiten zu verstehen, sondern auch der Möglichkeit heterogener Performances und Herausforderungen an die symbolische Ordnung nachzuspüren.

Literatur

- Clarke, Adele E. 2005. *Situational analysis: grounded theory after the postmodern turn*. Thousand Oaks: SAGE
- Hoffarth, Britta. 2012. Dispositiv 2.0. Wie Subjekte sich im Web 2.0 selbst und gegenseitig regieren. In *Mediendiskursanalyse: Diskurse-Dispositive-Medien-Macht*, Hrsg. Philipp Dreesen, Łukasz Kumięga, und Constanze Spieß, 207-227. Wiesbaden: VS.
- Kupferschmidt, Thomas. 2015. Bewegtbildnutzung nimmt weiter zu - Habitualisierung bei 14- bis 29-Jährigen. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2015. *Media Perspektiven*, September, 383-391.