

Der (un)bekleidete Körper
Künstlerisch-educative Zugänge

V 11

Studien zur Materiellen Kultur – Reihe Vermittlung

Die Veröffentlichungen haben zum Ziel Forschungs- und Entwicklungsergebnisse, die aus der Lehre entweder von Studierenden oder Dozierenden und/oder aus der Forschung von Mitarbeitenden der beteiligten Institute entstehen, einem interessierten Publikum online frei zugänglich zu machen.

Das Forschungsfeld der Fachdidaktik Textiles Gestalten sowie das der Vermittlung von textilen Inhalten im Allgemeinen ist im deutschsprachigen Raum eine große Leerstelle. Die Reihe Vermittlung ist in diesem Sinn in Verbindung mit der Lehre der Fachdidaktik attraktiv, die für Lehramtsstudierende angeboten wird sowie für Studierende, die zukünftig in der außerschulischen Vermittlungsarbeit tätig sein werden. Mit den Publikationen werden Themen der Fachdidaktik sowie der Vermittlung Materieller Kultur im Bereich Textil in einer hohen Qualität und nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten aufbereitet und veröffentlicht. Die Reihe ist im deutschsprachigen Raum exklusiv und sowohl für die Lehre an Hochschulen als auch für Schulen und der außerschulischen Vermittlungsarbeit von Interesse.

Mehr Informationen zu der Schriftenreihe finden Sie unter www.studien-zur-materiellen-kultur.de

Paula Penelope Steiner

Der (un)bekleidete Körper
Künstlerisch-educative Zugänge

Band 11 der Reihe Vermittlung in der Schriftenreihe – Studien zur Materiellen Kultur der Universität Oldenburg.

Impressum

Schriftenreihe – Studien zur Materiellen Kultur

Herausgeberin der Schriftenreihe: Karen Ellwanger für das Institut für Materielle Kultur

Erschienen in der Reihe Vermittlung

Herausgeberin der Reihe Vermittlung: Patricia Mühr & Verena Huber Nievergelt

Textsatz & Redaktion: Vivien Müller

www.materiellekultur.uni-oldenburg.de

Copyright bei Paula Penelope Steiner & dem Institut für Materielle Kultur

„Der (un)bekleidete Körper – Künstlerisch-educative Zugänge“

Oldenburg, 2024

Umschlaggestaltung: Dalila Maganinho, Joosten Mueller [Interdisziplinäres Designlabor GbR]

Verlag: Institut für Materielle Kultur

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

26111 Oldenburg

E-Mail: materiellekultur@uni-oldenburg.de

Internet: www.studien-zur-materiellen-kultur.de

ISBN 978-3-943652-64-2

ISSN 2629-7612 (Online)

Vorwort

Mode und Körper stellen zentrale Themenkomplexe des Schulfachs Textiles Gestalten dar. Die hier publizierte Masterarbeit widmet sich beiden Feldern, indem sie diese über das Adjektiv „(un)bekleidet“ kreativ miteinander verknüpft. Denn zweifellos haben Fragen rund um Mode, Körper, Sexualität und Identität für jugendliche Nutzerinnen und Nutzer eine große Bedeutung. Die Körperrepräsentationen auf Social Media-Plattformen nehmen hierbei eine wichtige Rolle ein, besitzen doch einzelne Protagonistinnen und Protagonisten – gerade Instagram-„Stars“ – für viele Jugendliche und damit Schülerinnen und Schüler einen Vorbildcharakter. Dies gilt ganz besonders, wenn es um Körperbilder geht, denn nicht selten werden beispielsweise weibliche Schönheitsideale unreflektiert propagiert, heteronormative Männerbilder reproduziert und stereotype Dresselemente als Ausdruck des klassischen binären Geschlechtersystem eingesetzt. Kurz: Auf Social Media zeigen sich normierte Körperrepräsentationen und tradierte Gendercodes.

Vor dem Hintergrund zentraler Konzepte wie *Repräsentation*, *Gender*, *Lookismus* und *Dress* reflektiert und analysiert die Autorin die Körperrepräsentationen auf Social Media und entwickelt vor dem Hintergrund dieser Analyse ein künstlerisch-educatives Vermittlungskonzept. Sie greift dabei auf die Ansätze Material Literacy und Ästhetische Forschung zurück und demonstriert mit ihrem Unterrichtsvorschlag, dass über das Forschen im Sinne eines prozesshaften, fächerübergreifenden und insbesondere selbstgesteuerten Lernens die kritische Auseinandersetzung und (Selbst-)Reflexion angeregt werden kann. Damit werden normierte Körperrepräsentationen für die Schülerinnen und Schüler nicht nur sichtbar, sondern auch erfahrbar und Schule kann ein Ort werden, an dem struktureller Diskriminierung kein Platz eingeräumt wird.

Die vorgelegte kritische Medien- und Dressanalyse und ihr Transfer durch die Konzepte wie Material Literacy und Ästhetische Forschung in den pädagogischen Kontext veranschaulicht eindrücklich das Potenzial, das in solchen innovativen Verwebungen liegt – nicht nur für die Forschung, sondern ganz konkret auch für den schulischen Alltag.

Heidelberg und Oldenburg, im Mai 2024

*Stefanie Samida und
Petra Eller*

Inhalt

1. Einleitung	5		
2. Der (un)bekleidete Körper als Teil <i>Materieller Kultur</i>	7		
2.1 <i>Repräsentation</i>	9		
2.2 <i>Gender</i>	12		
2.3 <i>Dress</i>	14		
2.4 <i>Lookismus</i>	16		
3. Mediale Körperrepräsentationen	19		
3.1 TV-Sendung „Shopping Queen“: <i>Dress – Gender – Konsum</i>	19		
3.1.1 Spielablauf	19		
3.1.2 Interpretation mädchenhaft vs. madamig	20		
3.2 Social Media: Mediale Bezugspersonen für Jugendliche?	22		
3.2.1 ‚Männliche‘ Bezugsperson ‚Rezo‘?	26		
3.2.1.1 <i>Dress-Analyse ‚Rezo‘: Vorher</i>	27		
3.2.1.2 <i>Dress-Analyse ‚Rezo‘: Nachher</i>	27		
3.2.1.3 ‚Rezo‘: Vorher-Nachher-Vergleich	28		
3.2.1.4 Interpretation ‚Body Transformation‘	29		
3.2.2 ‚Weibliche‘ Bezugsperson ‚Julia Beaux‘?	31		
3.2.2.1 <i>Dress-Analyse ‚Julia Beaux‘</i>	32		
3.2.2.2 Interpretation ‚invisible bodysuit‘	33		
		3.2.3 ‚Nicht-binäre‘ Bezugsperson ‚Marvyn Macnificent‘?	35
		3.2.3.1 <i>Dress-Analyse ‚Marvyn Macnificent‘</i>	35
		3.2.3.2 Interpretation ‚Hoodie, boy bait & strippdown liner‘	36
		3.3 Zusammenfassender Vergleich	39
		4. (Un)bekleidete Körper im Feld Schule	41
		4.1 Bezüge zum Körper im Kerncurriculum für Textiles Gestalten	41
		4.2 Künstlerisch-educative Vermittlungskonzepte	42
		4.2.1 <i>Material Literacy</i>	43
		4.2.2 Ästhetische Forschung	45
		4.2.3 Unterrichtsrahmungen: Körpernormierungen & Social Media	46
		4.2.3.1 Phase I: Thema und Fragen finden	47
		4.2.3.2 Phase II: Forschen, Sammeln und Erfahren	51
		4.2.3.3 Phase III: Material aufbereiten	54
		4.2.3.4 Phase IV: Präsentieren	54
		4.2.3.5 Phase V: Reflektieren	54
		5. Schlussbetrachtung	55
		6. Literaturverzeichnis	57

1. Einleitung

[Die Schüler:innen] diskutieren die Geschichte der Mode mittels der Kriterien Körperbild, Geschlechterrolle, Gesellschaftsschicht, Gesundheit [und] setzen sich kritisch mit dem Begriff der Ästhetik in Bezug zum eigenen Körper und den jeweils vorherrschenden Moralvorstellungen auseinander (KC Niedersachsen 2012, S. 13).

Der Einblick in das niedersächsische Kerncurriculum zeigt, dass die kritische Betrachtung mit dem Themenkomplex Mode und Körper zum Bildungsauftrag des Fachs Textiles Gestalten gehört (vgl. ebd.). Die vorliegende Arbeit versteht sich als Beitrag, diesen in Vorbereitung auf den Schuldienst zu erfüllen. Die Schreibweise des Adjektivs ‚(un)bekleidet‘ im Titel verdeutlicht, dass es sich beim Körper im Kontext *Materieller Kultur* sowohl um den nackten als auch um den angezogenen Körper handelt. Dabei hat das alltägliche Wechselverhältnis digitaler und analoger Körperrepräsentationen Einfluss auf unsere Wahrnehmungen. Laut dem Soziologen Robert Guggutzer leben wir in einer „verkörperten Netzwerk(welt)gesellschaft“ (2022, S. 62). Insbesondere seit der Corona-Pandemie sind die Grenzen zwischen realem und digitalem Austausch durchlässiger geworden. In der Arbeits- und Ausbildungswelt sind Onlinetreffen selbstverständlich – Tipps wie man sich vor der Kamera inszeniert, um möglichst ‚gut‘ auszusehen, zirkulieren im Netz. Wer diese Tipps einhält, legt sie vermutlich nicht offen dar, sondern möchte den Anschein erwecken ‚natürlich‘ rüberzukommen. Verortet im bildungswissenschaftlichen Kontext, gilt es Antworten zu finden auf die Forschungsfrage: Welche Bildungspotenziale bieten künstlerisch-educative Zugänge, um normierte Körperrepräsentationen kritisch zu hinterfragen?

Im ersten Teil werden Gedanken zum Körper als Teil *Materieller Kultur* literaturbasiert erläutert (vgl. Kapitel 2): Die Ausführungen basieren auf der Annahme, dass wir mehrheitlich von Körperbildern umgeben sind, die mit den Worten der Ethnologin Kristin Kastner als ein „Abbild [...] eines ganz spezifischen epistemologischen Modells“ (2014, S. 222) gelesen werden können. Um dieses zu erfassen und kritisch zu hinterfragen, bieten die Fachtermini *Repräsentation* (vgl. Kapitel 2.1), *Gender* (vgl. Kapitel 2.2), *Dress* (vgl. Kapitel 2.3) sowie *Lookismus* (vgl. Kapitel 2.4) theoretische Zugänge. Sie schärfen Sichtweisen auf ‚(un)bekleidete Körper‘ als Bedeutungsträger kultureller und wandelbarer¹ Zuschreibungen. Die Soziologin Aida Bosch schreibt:

Schon rein physisch gesehen, bilden die kulturellen Artefakte eine Ergänzung des menschlichen Körpers: Die Kleidung des Menschen bildet eine ‚zweite Haut‘, die einerseits körperlichen Schutz und andererseits Möglichkeiten für die Expressivität des menschlichen Soziallebens schafft (Bosch 2014, S. 72).

Körpergestaltungen können bestehende Normen bestätigen und/oder sich von ihnen abgrenzen. Dabei greift „Kleidung“ zu kurz (ebd.), um Körperrepräsentationen analysieren, gesellschaftlich kontextualisieren und hinterfragen zu können. Als Arbeitsbegriff eignet sich der erweiterte Kleidungs-begriff *Dress* (vgl. Eicher & Roach-Higgins 1992). Das *Dress*-Konzept bietet ein sprachliches Instrumentarium, das, nachdem es einmal erklärt ist (vgl. Kapitel 2.3), für die gesamte Arbeit übernommen wird. Aufbauend auf diesen kulturwissenschaftlich-soziologischen Sichtweisen zum Körper, folgt im dritten Kapitel eine Analyse medial inszenierter Körperrepräsentationen am Beispiel der TV-Show „Shopping Queen“ sowie den Influencer:innen ‚Rezo‘,

¹ ‚Wandelbar‘ markiert einen Analyseansatz im Sinne der *Gender Media Studies* (vgl. Lünenborg & Maier 2013).

‚Julia Beautx‘ und ‚Marvyn Macnificent‘. Leitfragen diesbezüglich sind: Welche Körpernormen werden wie verhandelt? Was gilt als körperbezogen erstrebenswert und was nicht?

Es gilt, das „Wirken naturalisierter Codes“ (Hall 2004b, S. 71) im medialen Kontext kritisch zu beleuchten. Die Auseinandersetzung richtet sich demnach verstärkt auf den visuellen Diskurs (vgl. ebd.). Vertreten wird ein *diskursiver* Repräsentationsbegriff nach Stuart Hall, der über die semiotische² Ebene hinaus vor allem die Effekte und Konsequenzen normierter Körperrepräsentationen hinterfragt (vgl. ders. 2011, S. 6). Die *Gender Media Studies* bieten daran anschließende Orientierung. Margreth Lünenborg und Tanja Maier beschreiben deren Hauptanliegen, dem sich diese Arbeit anschließt:

Auf der Metaebene geht es hierbei schließlich um die Frage, welches Wissen (über Geschlecht, Sexualität, Körper etc.) durch Diskurse zur Repräsentation gelangt und so möglicherweise zur Wahrheit gerinnt, und welches eben auch nicht (Lünenborg & Maier 2013, S. 43).

Die Analyse medialer Körperrepräsentationen (vgl. Kapitel 3) ebnet die Basis für einen Übergang zur Schule, und damit dem letzten Teil dieser Arbeit (vgl. Kapitel 4). Das Thema ist insbesondere für jugendliche Schüler:innen bedeutsam, da in der Adoleszenz mit dem sich verändernden Körper Fragen rund um Sexualität, Körper und Identitätensuche³ an Relevanz gewinnen. Die Arbeit basiert auf der Annahme, dass Medienpersonen wichtige Bezugsorte jugendlicher Identitäten sind (vgl. Wegener 2008). Aus medienpädagogischer Sicht wird „Social-Media-Plattformen eine maßgebliche Orientierungsfunktion im Aufwachsen von Kindern und Jugendli-

² Semiotik oder Semiotik ist die Wissenschaft der Zeichen und leitet sich vom griechischen *sēmeion* für *Zeichen* ab.

³ Der Plural unterstreicht die Annahme, dass Identitäten vielschichtig und wandelbar sind.

chen zugeordnet“ (Jochim & Gebel 2022, S. 9). Gemäß der Forschungsfrage werden diesbezüglich die Bildungspotenziale von *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* (vgl. Kapitel 4.2.1–4.2.2) erläutert. Sie stellen die künstlerisch-educative Grundlage für didaktische Rahmungen zum Themenkomplex ‚Körpernormierungen & Social Media‘ dar (vgl. Kapitel 4.2.3). Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, meine Vermittlungskompetenz im Sinne von *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* literaturbasiert zu stärken.

2. Der (un)bekleidete Körper als Teil *Materieller Kultur*

Die Ethnologin Kastner beschreibt den menschlichen Körper als „Artefakt-Charakter“ (Kastner 2014, S. 222), der insbesondere durch seine „Form und Gestaltbarkeit“ (ebd.) Forschungsinteresse weckt. Diesbezüglich weichen naturalistisch-essentialistische Kategorisierungen sozialkonstruktivistischen Perspektiven, die das ‚Wissen‘ um den menschlichen Körper kontextualisieren und hinterfragen:

Man begann, die soziokulturellen Aspekte in der Entstehung und Anwendung insbesondere biomedizinischen Wissens über (Geschlechts-) Körper herauszuarbeiten, die nun nicht mehr als Abbild der Wirklichkeit, sondern eines ganz spezifischen epistemologischen Modells betrachtet werden (ebd.).

Aus dieser Sicht gibt es keine ‚natürlichen‘ Körper, sondern es interessiert vielmehr, was innerhalb eines Gesellschaftssystems als scheinbar natürlich vermittelt wird und was nicht. Kastner schreibt:

Erst seit einigen Jahrzehnten setzt man sich allerdings aus sozial- und kulturwissenschaftlichen Perspektiven mit der Abbildung und ‚Verkörperung‘ sozialer und kultureller Normen in der eigenen Gesellschaft auseinander, wo Körper ebenfalls auf vielfältige Weise gestylt, geformt und manipuliert werden (ebd.).

Der sogenannte *Body Turn* (vgl. Gugutzer 2006) beschreibt das seit den 1970ern gestiegene soziologische Forschungsinteresse am Körper, verstanden als Produkt und Produzent von Gesellschaft (vgl. ders. 2022, S. 15 und S. 59). Gugutzer beschreibt diese sozialkonstruktivistische Perspektive folgendermaßen:

Dem Sozialkonstruktivismus zufolge ist der menschliche Körper entscheidend durch soziale (Macht-)Strukturen und Handlungen geprägt. Körperpraxis, Körperhaltung, Körperwahrnehmung etc. sind Resultat gesellschaftlicher Verhältnisse, Institutionen, Werte und Normen. Sozialkonstruktivistinnen legen in ihren Arbeiten den Fokus darauf, wie der Körper gesellschaftlich reguliert, modelliert und manipuliert wird (ebd., S. 71).

Diese Sicht begreift Körper (und mit ihnen verbundene Handlungen) als Repräsentanten gesellschaftlicher Werte und Normen, die Einblicke in Machtverhältnisse bieten, die es zu hinterfragen lohnt, um ihre Historizität (und damit immer auch ihre Veränderbarkeit) offenzulegen. Gugutzer nennt Pierre Bourdieu und Michel Foucault als prägend für diese Entwicklung (vgl. ebd., S. 72). In dem 1987 veröffentlichten Werk „Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“ analysiert Bourdieu auf Basis empirischer Studien alltägliche Lebensweisen und Geschmacksvorlieben der französischen Gesellschaft. Er entwirft die Theorie einer Klassengesellschaft als sozialer Raum, der von den Akteuren selbst über „inkorporierte soziale Strukturen“ (Bourdieu 2012, S. 730) bespielt wird:

Die von den sozialen Akteuren im praktischen Erkennen der sozialen Welt eingesetzten kognitiven Strukturen sind inkorporierte soziale Strukturen. Wer sich in dieser Welt ‚vernünftig‘ verhalten will, muß [sic!] über ein

praktisches Wissen von dieser verfügen [...], mit anderen Worten über geschichtlich ausgebildete Wahrnehmungs- und Bewertungsschemata [wissen] (ebd.).

Die Studie ist gesellschaftskritisch, da sie das Wertesystem einer Gesellschaft in Beziehung zu Machtverhältnissen setzt, die mit den Worten Bourdieus an ökonomisches und kulturelles Kapital gebunden sind. Sport, Schönheitsoperationen, Kleidung, Frisur, Make-up sowie Körperpflege sind tragende Parameter seiner Untersuchungen (vgl. ebd., S. 322–332; vgl. auch Hoffarth 2019, S. 196–199). War der konkret gesellschaftliche Bezug zum Körper zu Bourdieus Zeiten etwas Neues, ist die soziologische Erforschung von Körperpraktiken gegenwärtig ein eigener Wissenschaftszweig. Die These von einer „Inkorporierung der Grundstrukturen einer Gesellschaft“ (Bourdieu 2012, S. 730) wird von Vertreter:innen des Sozialkonstruktivismus fortgeführt, wobei verstärkt ein selbstreflexiver Blick eingenommen wird (vgl. Kastner 2014, S. 222). Laut Gugutzer ist diese Entwicklung eingebettet in gesellschaftlichen Wandel (vgl. 2022, S. 67). Ohne Anspruch auf Vollständigkeit nennt er Konsumkultur, Massenmedien, Soziale Medien, Populärkultur, postmaterielle Werte, gesellschaftliche Individualisierung, Frauenbewegung, Altern der Bevölkerung, Zivilisationskrankheiten, Biotechnologien, Körper als reflexives Identitätsprojekt sowie Frauen in der Soziologie (vgl. ebd., S. 60–67) als Indikatoren für die Etablierung einer Soziologie des Körpers.⁴ Gugutzer konstatiert:

⁴ Laut Gugutzer wäre eine Soziologie *der Körper* treffender, um auf die vielfältigen Zugänge hinzuweisen, aber der Plural habe sich wissenschaftlich nicht durchgesetzt (vgl. Gugutzer 2022, S. 60).

Was immer wir mit unserem Körper tun, wie wir mit ihm umgehen und wie wir ihn einsetzen, aber auch welche Einstellung wir zu ihm haben, wie wir ihn bewerten, empfinden und welche Bedeutung wir dem Körper zuschreiben, all das ist augenscheinlich nicht natürlich, sondern geprägt von der Gesellschaft und der Kultur, in der wir leben (ebd., S. 13f.).

Die soziologische Hinwendung zum Körper steht in Beziehung zum sogenannten *Cultural Turn* der Sozial- und Geisteswissenschaften (vgl. Hall 2011, S. 2). Dieser betont und hinterfragt die Bedeutungsproduktion über kulturelle Praktiken. Im Kontext dieser Arbeit stehen diesbezüglich Körperrepräsentationen im Vordergrund und ihre Zirkulation zwischen *Produktion* und *Konsumtion* (vgl. ebd.). Der Soziologe und Kulturwissenschaftler Stuart Hall gilt als ein Hauptvertreter des *Cultural Turn*. Er schreibt:

What has come to be called the cultural turn [...], has tended to emphasize the importance of *meaning* to the definition of culture. Culture, it is argued, is not so much a set of *things* – novels and paintings or TV programmes and comics – as a process, a set of *practices*. Primarily, culture is concerned with the production and the exchange of meanings [...] between the members of a society or group (ebd., S. 2, Hervorhebung im Original).

Kulturobjekt Körper

Demzufolge ist der Körper ein Kulturobjekt, das der Mensch tagtäglich über kulturelle Praktiken bewusst und unbewusst inszeniert. Die Kulturwissenschaftlerin Paula-Irene Villa spricht von einer „modulierbare[n] Masse“ (2007, S. 24), die je nach Kontext bewertet und über direkte (z.B.

über Sport, Operationen, Diäten) sowie sekundäre (z.B. über Schminke, Haarverlängerungen, High Heels) Veränderungen geformt wird.⁵ In dem Essay „Der Körper als kulturelle Inszenierung und Statussymbol“ bezieht Villa die sozialphilosophische Unterscheidung zwischen *Leib* und Körper ein: *Leib* sind wir, den Körper haben wir (vgl. ebd.). Laut Villa benutzen wir unseren Körper als Objekt, über das wir verfügen und das wir (in Grenzen) manipulieren können (vgl. ebd., S. 19). Hingegen stehe der *Leib* für die Sinesindrücke und deren innere, individuelle Verarbeitung (vgl. ebd.). Mit der Einbeziehung des *Leib*-Begriffes stellt Villa im Vergleich zu Gugutzer stärker subjektive Empfindungen heraus. Der *Leib* ist „das Fundament, auf dem soziale Wirklichkeitskonstruktionen fußen“ (Villa 2011, S. 220). Sie plädiert für einen sozialkonstruktivistischen Tiefgang, der die Wirkmacht von Naturalisierungen gleichermaßen in gesellschaftlichen Strukturen sieht wie in der „subjektiven Empfindung der Naturhaftigkeit der Konstruktion“ (ebd., S. 219). Villa schreibt:

Interessanterweise kann man derzeit, vor allem in bestimmten Medienformaten und in manchen Branchen, beobachten, dass sich eine Leibvergessenheit und Körperbesessenheit entwickelt, die den Körper doch wie eine Tasche, ein Möbelstück oder beliebige unbelebte Materie behandelt (dies. 2007, S. 20).

Im Kontext *Materieller Kultur* verdeutlicht diese Aussage, dass der Körper immer Objekt (Körper) und Subjekt (*Leib*) zugleich ist (ebd., S. 20). Diese sozialkonstruktivistische Sicht versucht, eine vermeintlich kausale Verbindung zwischen Körper und *Leib* aufzubrechen und normierte Körperrepräsentationen auch auf der Empfindungsebene als internalisierte Körperrnormen zu hinterfragen (vgl. Villa 2011, S. 225). Villa konstatiert eine „Verdinglichkeitstendenz,

⁵ Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird hierfür der Begriff *Dress* eingeführt, siehe Kaptitel 2.3.

die den Körper tatsächlich (nur noch) als beliebig manipulierbare Masse kodiert“ (dies. 2007, S. 20) – eine These, die bezogen auf mediale *Repräsentationen* zuzutreffen scheint. Zumindest sind die medialen Angebote zu Körpermodellierungen (z.B. Apps, Filter) seither gestiegen und auch operative Möglichkeiten haben zugenommen (vgl. Heinrichs & Rüter 2022). Doch inwiefern wird und ist der Körper, verstanden als Zeichen, „kodiert“ (Villa 2007, S. 20) und wie steht dies im Verhältnis zu kulturellen Praktiken? Der Begriff ‚kodieren‘ steht (neben weiteren) im Kontext von *Repräsentation*, *Gender*, *Dress* und *Lookismus* – kulturwissenschaftliche Konzepte, die im Folgenden (und im Hinblick auf Kapitel 3) als theoretische Werkzeuge erläutert werden.

2.1 Repräsentation

Aus sozialkonstruktivistischer Sicht beruht *Repräsentation* auf den wechselseitigen Beziehungen zwischen Dingen, Akteur:innen, Konzepten und Zeichen:

Repräsentation ist jeweils eine Darstellung von etwas/jemand durch etwas/jemand für etwas/jemand. Die bei Repräsentation benutzten Zeichen gewinnen Bedeutung im Rahmen von Codes bzw. Systemen, [...] (Wagner 2004, S. 569f.).

Der französische Schriftsteller, Literaturkritiker und Semiologe Roland Barthes begreift – mit Bezug auf den Schweizer Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure – Kultur als ein Zeichensystem, indem eine bestimmte Ideologie dominiert. *Repräsentation* ist demnach die Bedeutungsproduktion über Sprache, verstanden als kulturelle Grammatik ohne die Kommunikation nicht möglich wäre (vgl. Barthes 2012). Die Objekte, die uns umgeben,

seien im Zusammenspiel mit der menschlichen Sprache immer auch ideologisch aufgeladene Bedeutungsträger und Vermittler (vgl. ebd.). Im Rahmen dieser Arbeit wird der Repräsentationsbegriff vor allem mit Bezug auf Stuart Hall verwendet. In Halls Terminologie werden kulturelle Vorstellungen über sozial konstruierte Codes repräsentiert, die ganz unterschiedlich encodiert, das heißt rezipiert, werden können, doch laut Hall oftmals „bevorzugten Lesarten“ (ebd. 2004c, S. 91) unterliegen. Damit schließt er an das semiotische Grundverständnis an und positioniert sich zudem explizit als politischer Kulturwissenschaftler, der daran interessiert ist, die Veränderbarkeit von ungleichen Gesellschaftszuständen aufzuzeigen. Dies tut er, indem er den Fokus verstärkt auf die *diskursive* Ebene lenkt:

Die Frage, wie alles begann, interessiert mich nicht. Vielleicht fing es mit Garten Eden an, aber ich weiß es nicht. Danach sind wir aber bereits in die Geschichte und damit auch in den Diskurs eingetreten. Was die Medien aufgreifen, ist also bereits ein diskursives Universum (ebd., S. 90).

Seine Ausführungen schließen an die marxistische Philosophie an, die sich auch begrifflich niederschlägt.⁶ Nach Hall ist Kultur ein menschengemachtes, komplexes Netzwerk von *Produktion* und *Konsumtion* (vgl. ebd.). In seiner marxistisch-konstruktivistischen Sichtweise auf die Welt betont er vor allem die wechselseitige, kontextgebundene Bedeutungsproduktion kultureller Praktiken sowie deren soziale Dimension. Halls Vorstellung von Kultur als „diskursive[s] Universum“ (ebd.) stellt er modellhaft im *Circuit of Culture* dar (siehe Abb. 1). Das Modell visualisiert Kultur als ei-

nen reziproken Kreislauf aus *Identität*, *Produktion*, *Konsumtion*, *Regulierung* und *Repräsentation*, wobei Letztgenanntem eine Vormachtstellung⁷ inneohnt (siehe ebd.).

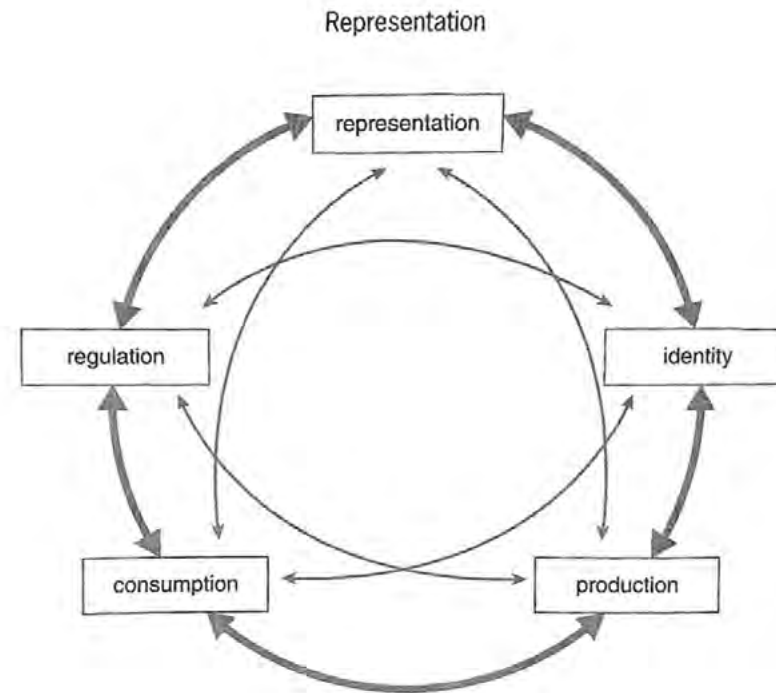


Abb. 1: Grafisches Modell des Circuit of Culture nach Stuart Hall. Abbildung aus: Hall, Stuart (2013 [1997]): Introduction. In: Hall, Stuart/ Evans, Jessica/ Nixon, Sean (Hg.) *Representation*. London, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: SAGE, S. 8.

⁶ Sein Kodieren/Dekodieren-Modell sei in Analogie zum marxischen Kapitalbegriff entstanden (vgl. Hall 2004c, S. 81f.).

⁷ Im grafischen Modell visualisiert durch Spitzenpositionierung (vgl. Abb. 1).

Der *Repräsentation* wohnt die Macht inne, Grenzen zwischen Codes und Realität zu verwischen und „Mythen des Alltags“ (Barthes 2012) zu erzeugen. Hall spricht diesbezüglich von „naturalisierten Codes“ (2004, S. 71). Bezogen auf Körperrepräsentationen bieten seine Ausführungen Anknüpfungspunkte zum bereits erwähnten *Body Turn* (vgl. Gugutzer 2006). Körperrepräsentationen sind kulturelle Codes und damit *Produkt* und *Produzent* von Gesellschaft. Gugutzer beschreibt dieses Wechselverhältnis folgendermaßen:

Ein *Produkt der Gesellschaft* ist der menschliche Körper in dem Sinne, dass der Umgang mit dem Körper, das Wissen über ihn, die Bilder und Vorstellungen von ihm sowie das Erleben des eigenen Körpers gesellschaftlich geprägt sind. Es sind gesellschaftliche Strukturen, Werte, Normen, Regeln, Ideen oder Technologien, die den Körper maßgeblich formen. Umgekehrt ist der Körper ein *Produzent von Gesellschaft* in der Hinsicht, dass das menschliche Zusammenleben und damit die soziale Wirklichkeit entscheidend vom körperlichen Verhalten und Ausdruck der Menschen beeinflusst sind (Gugutzer 2022, S. 15, Hervorhebung im Original).

Körperrepräsentationen (re)produzieren Bedeutungen

Verstanden als „personal and social interaction[s]“ (Hall 2011, S. 3) handelt es sich bei Körperrepräsentationen um *diskursive* Praktiken, die Bedeutungen aufnehmen, erzeugen und weitergeben, aber keinesfalls linear gedacht sind. Diese „Bedeutungskette[n]“ (Hall 2004a, S. 59) verlaufen vielmehr reziprok-zirkulär (vgl. Abb. 1). Zentral sei immer das Verhältnis von *Produktion* und *Konsumtion* (vgl. Hall 2004c, S. 86), für die Hall die bereits erwähnten Termini Kodieren und Decodieren benutzt (vgl. 2004b, S. 66–68). Beispielsweise kodieren hohe Absätze, Sitzen mit überschlagenen, enthaarten Beinen ein Konzept von Weiblichkeit, während das Kleidungsstück Sakko, breitbeini-

ges Sitzen und Bartwuchs, ein Konzept von Männlichkeit kodiert. Neben diesen reproduzierten Codes sind immer auch andere Bedeutungszuschreibungen möglich. Das ‚Entschlüsseln‘ der Zeichen, das Dekodieren, ist laut Hall ein offenes Deutungsspektrum: „Das bedeutet einfach, die Idee zu betonen, dass das Dekodieren nicht homogen ist – dass man auf verschiedene Arten lesen kann und dass es genau darum beim Lesen geht“ (2004c, S. 84).

Ein diskursiver Repräsentationsbegriff nach Hall eignet sich als theoretischer Unterbau für die Analyse medialer Körperrepräsentationen (vgl. Kapitel 3), da sie den bildungswissenschaftlichen Anspruch, normierte Körperrepräsentationen im Sinne von *Material Literacy* (vgl. Kapitel 4.2.1) kritisch zu hinterfragen, stärkt. Zudem bezieht sich Hall explizit auf mediale Repräsentationsorte und bietet damit Andockpunkte, das „Wirken naturalisierter Codes“ (2004b, S. 71) im digitalen Kontext zu thematisieren. Mit Bezug auf Film und Fernsehen schreibt er:

Da der visuelle Diskurs eine drei-dimensionale Welt auf eine zwei-dimensionale Ebene überträgt, kann er selbstverständlich nicht der Referent oder das Konzept sein, das er bezeichnet. Der Hund im Film kann bellen, aber kann nicht beißen! (ebd.).

Das Zitat lässt Verknüpfungen zu Villas Beobachtungen, dass „vor allem in bestimmten Medienformaten und in manchen Branchen [...] der Körper doch wie eine Tasche, ein Möbelstück oder beliebige unbelebte Materie behandelt [wird]“ (2007, S. 20) sowie zu Aussagen Bourdieus zu. Weder der Hund im Film noch medial repräsentierte Körper sind „durchsichtige Spiegelung[en] der Welt“ (Bourdieu 2012, S. 730). Es handelt sich um visualisierte Vorstellungen mit sozial bedeutsamen Effekten (vgl. Hall 2011, S. 6).

Intersektionale Zugänge zu Körperrepräsentationen: *Gender, Race, Class*

Ein Schwerpunkt von Hall ist es, aufzuzeigen wie *Repräsentation* und die Markierung von Differenz in Bezug auf *Race* funktioniert (vgl. ebd., S. 223–225). Die vermeintliche und tatsächliche Herkunft eines Menschen kann Einfluss auf dessen Zugehörigkeit oder Ausschluss innerhalb gesellschaftlicher Gruppen haben. Die Kategorie *Race* unterliegt einem Verständnis, nach dem die Einteilung von Menschen aufgrund ihrer Herkunft eine soziale Konstruktion ist (vgl. Packard et al. 2019, S. 157). Dabei markiert der englische Begriff *Race* bereits begrifflich eine Abgrenzung gegenüber rassistischen Ideologien:

Aufgrund seiner negativen Konnotation, die der Begriff ‚Rasse‘ im Rahmen deterministischer und rassistischer Ideologie(n), wie etwa der Rassentheorie des 19. Jahrhunderts oder der nationalsozialistischen Rassenlehre, erhalten hat, wird ‚Rasse‘ im Rahmen diskurs- und repräsentationskritischer Forschungskontexte oftmals in (einfache) Anführungszeichen gesetzt oder aber es wird in deutschsprachigen Texten [...] auf die englische Bezeichnung *Race* zurückgegriffen (ebd.).

Im Rahmen dieser Arbeit wird bei der Auseinandersetzung mit Körperrepräsentationen vor allem die Kategorie *Gender* im Fokus stehen, wobei ein intersektionaler⁸ Ansatz zu Grunde liegt, der weitere gesellschaftliche Strukturkategorien, wie *Race* und *Class*, mitdenkt. Laut Strasen beschreibt der Begriff „Gruppen in einer gleichen oder ähnlichen ökonomischen Situation“ (2004, S. 320). Verstanden als gesellschaftliche Strukturkategorie repräsentiert *Class* einen milieuspezifischen Habitus. Der Begriff geht auf Bourdieu zurück und

⁸ Lünenborg und Maier definieren Intersektionalität folgendermaßen: „Der Begriff bezeichnet die Verwobenheit und das Zusammenwirken verschiedener Differenzkategorien (Geschlecht, Klasse, Ethnizität, Religion oder sexuelle Orientierung) sowie unterschiedlicher Dimensionen sozialer Ungleichheit und Herrschaft“ (Lünenborg & Maier 2013, S. 20).

ist laut Simonis ein „soziales Verhaltensmuster [...], das durch Sozialisation erworben [ist und], den spezifischen Lebensstil von Individuen und sozialen Gruppen strukturiert“ (2004, S. 243).

2.2 *Gender*

Was ziehe ich heute an? Wie zeige ich mich in der Öffentlichkeit? Wir treffen eine Kleiderwahl, wenn wir unser Zuhause verlassen und adaptieren bewusst und unbewusst *Gender-Codes*. Laut König eignen sich

Artefakte der Grenzbezirke des Körpers wie Kleidung, Accessoires und Werkzeug [...] besonders [gut], um zu fragen, was die Kategorie ‚Geschlecht‘ für die Analyse Materielle Kultur leistet, wie die Kategorie ‚Geschlecht‘ in die Repräsentation und die Aneignung der Dinge einzulesen ist, wie sie mit den Dingen produziert und abgerufen wird (König 2014, S. 68).

Die individuelle Entscheidung ist vernetzt mit strukturellen Einordnungen von Kleidung in ‚Damen‘ und ‚Herren‘, in ‚Männer‘- und ‚Frauenmode‘. Das Modesystem suggeriert, dass dieser Bereich „textiler Sachkultur“ (vgl. Köller 1999) ein Geschlecht hat. Mode als materialisierte Form einer differenzmarkierenden Geschlechtervorstellung ist ‚normal‘. Röcke, Kleider und hohe Schuhe gelten als Indizien für ‚Weiblichkeit‘, während der klassische Herrenanzug ‚Männlichkeit‘ symbolisiert. Es scheint, als sei die Kategorie Geschlecht bezogen auf ‚(un)bekleidete Körper‘ äußerst wirkmächtig: Die Art sich zu kleiden sowie Körper und Kleidung selbst unterliegen geschlechtlichen Zuschreibungen, die überwiegend binär, das heißt entweder männlich oder weiblich, kodiert sind.

Die *Gender Studies* und mit ihnen verwandte Wissenschaften wie die *Materielle Kultur* diskutieren zweigeschlechtliche Ordnungen sowie die Annahme eines angeborenen heterosexuellen Begehrens als zu dekonstruierende Gesellschaftskategorien. Um diese Annahme analysieren zu können, hat sich terminologisch die Unterscheidung zwischen einem biologischen Geschlecht, *Sex*⁹, und einem sozialen Geschlecht, *Gender*, etabliert (vgl. Binder 2021, S. 115–117). Verstanden als gesellschaftlich konstruierte Strukturkategorien gelten *Sex* und *Gender* als elementare Bedeutungsträger bestehender, historisch gewachsener und geschlechtsbedingter Ungleichheiten (re)-produzierender Ordnungen (vgl. Feldmann & Schülting 2004, S. 223–225).

Bezogen auf *Gender* sei die vorherrschende Ordnung eine zweigeschlechtliche Heteronormativität (vgl. ebd.) mit etablierten Vorstellungen von ‚Männlichkeit‘ und ‚Weiblichkeit‘, die sich im *Doing Gender* performativ widerspiegeln. Dieses sozialkonstruktivistische Konzept besagt, dass Geschlechtervorstellungen in alltäglichen Interaktionen permanent hergestellt werden (vgl. Faulstich-Wieland & Horstkemper 2012, S. 31f.). Candace West und Don H. Zimmerman haben 1987 in einem gleichnamigen Artikel den *Doing-Gender-Ansatz* erörtert (vgl. ebd.). Dieser denkt Geschlecht als eine soziale Konstruktion und betont das alltägliche Handeln als einen affirmierenden oder abweichenden Akt gesellschaftlicher Geschlechtervorstellungen. Villa bezeichnet das Erkenntnisinteresse dieser sozialkonstruktivistischen Perspektive wie folgt: „Es geht um die Geschlechterdifferenz als normative Struktur, genauer, um normative *Diskurse* der Geschlechterdifferenz und ihre Rolle für das Körpergeschlecht“ (Villa 2011, S. 148, Hervorhebung im Original). Diese Haltung ist auch als Abgrenzung zu einem differenztheoretischen Ansatz zu sehen, der das Ziel, geschlechtsbedingte Ungleichheiten aufzude-

cken, teilt, aber von determinierten Geschlechterunterschieden ausgeht (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 19). Vertreter:innen eines *Doing-Gender-Ansatzes* betonen hingegen, dass

Geschlecht [...] nicht länger essenzialistisch als Wesensmerkmal von Personen begriffen [wird], das wir *haben*. Stattdessen wird Geschlecht sichtbar und analysierbar als spezifische historisch und kulturell gewachsene Praxis, als etwas, das wir fortlaufend *tun* (ebd., S. 20, Hervorhebungen im Original).

Damit geht eine Perspektive einher, die keine Differenzen, sondern vielmehr die potenzielle Veränderbarkeit gesellschaftlicher Normen hervorhebt, innerhalb derer Geschlecht eine machtvolle Schlüsselkategorie einnimmt. Das ist eine Vorstellung, die an den bereits erläuterten *diskursiven* Repräsentationsbegriff nach Hall anschließt, der kulturelle Praktiken verstärkt im Kontext gegenwärtiger Aushandlungsprozesse sieht (vgl. Hall 2011, S. 6). Im Einführungsband „Gender Media Studies“ greifen Margreth Lünenborg und Tanja Maier diese Sicht mit explizitem Fokus auf *Gender* auf. In der Analyse medialer Körperrepräsentationen (vgl. Kapitel 3) schlummert Erkenntnisgewinn auf ihre Fragen:

Wie, so gilt es zu fragen, wird die Dichotomie von Mann und Frau, das System der Zweigeschlechtlichkeit konstitutiv wirksam? Wie wird Geschlecht (neben anderen Differenzmerkmalen) immer wieder zu einer gesellschaftlich strukturierenden Kategorie? Wie wird Geschlechterdifferenz fortlaufend kulturell reproduziert? (Lünenborg & Maier 2013, S. 17).

9 Lünenborg und Maier merken mit Bezug auf Judith Butler an: „Nach Butler (1991: 23f.) sei auch das biologische Geschlecht (*sex*) eine Konstruktion, die durch verschiedene wissenschaftliche und kulturelle Diskurse hervorgebracht werde“ (Lünenborg & Maier 2013, S. 16).

Rechtlich gibt es mittlerweile drei Genusgruppen: weiblich, männlich und divers. Beate Binder fügt diesbezüglich hinzu, dass

divers rechtlich gesehen die Personen zusammenfasst, deren Geschlecht medizinisch nicht eindeutig bestimmbar ist, während sich diejenigen, die sich nicht eindeutig geschlechtlich definieren wollen oder können, eher als nichtbinär, genderfluid, trans oder queer bezeichnen (Binder 2021, S.115).

Binders Ergänzung verdeutlicht, dass Geschlecht immer subjektiven und objektiven Zuschreibungen unterliegt. Das kulturwissenschaftliche Konzept von *Doing Gender* hilft, diese Bedeutungszuschreibungen als Codes wahrzunehmen, die auf vergangene und gegenwärtige Strukturen zurückgreifen, aber zugleich deutungsoffen sind (vgl. Hall 2004c, S. 91–93). *Gender* steht zudem in direkter Verbindung für den im Folgenden erläuternden, erweiterten Kleidungsbegriff *Dress*.

2.3 *Dress*

Das *Dress*-Konzept (vgl. Eicher & Roach-Higgins 1992) ist als theoretischer Zugang geeignet, um über die Analyse von Körperrepräsentationen Antworten auf die eingangs gestellte Forschungsfrage – ‚Welche Bildungspotenziale bieten künstlerisch-educative Zugänge, um normierte Körperrepräsentationen kritisch zu hinterfragen?‘ – zu finden, da es sich dem diskursanalytischen Grundverständnis der *Gender Media Studies* anschließt (vgl. Lünenborg & Maier 2013, S. 43).

Der Terminus *Dress* geht auf die Kunsthistorikerin Ruth Barnes und die Soziologin sowie Anthropologin Joane B. Eicher zurück, die diesen in ihrer 1992

erschienenen Publikation „*Dress and Gender. Making and Meaning*“ vorstellen. Gemäß dem Titel legen die Autorinnen eine sozialkonstruktivistische Perspektive auf Körpergestaltung, verstanden als *Dress*, dar, die insbesondere die Bedeutung von geschlechtsbezogenen Zuschreibungen hinterfragt. Sie füllt eine Lücke in der ethnografischen Kleiderforschung ihrer Zeit, in der es gängig gewesen war mit Terminologien zu arbeiten, die kulturelle, oftmals geschlechtsspezifische Vorstellungen, implizierten:

what is lacking is a method for summarizing how dress is both a repository of meanings regarding gender roles and a vehicle for perpetuating or rendering changes in gender roles (Eicher & Roach-Higgins, S. 12).

Dieser Aspekt schließt an den *Doing-Gender*-Ansatz (vgl. Faulstich-Wieland & Horstkemper 2012, S. 31f.) an: Eicher und Roach-Higgins sprechen vom „gender-symbolic dress“ (1992, S. 17), um herauszustellen, dass es keine kausale Verbindung zwischen Körpergestaltung und Geschlecht gibt. Nach diesem Verständnis ist der Begriff *Dress* „gender-neutral“ (ebd., S. 15) und ermöglicht die „gestalt“ (ebd., S. 13) einer Person ohne gesellschaftliche Vorannahmen und Wertungen beschreiben zu können. Die Autorinnen betonen, dass das *Dress*-Konzept über *Gender* hinaus für die Analyse jeglicher gesellschaftlicher Rollenzuschreibungen fruchtbar sei (vgl. ebd., S. 16 und Fußnote S. 17).

Dress-Handlungen markieren Identifikationen und Zugehörigkeiten, bei der Strukturkategorien wie *Gender*, *Class* und *Race* eine Rolle spielen. Die Art, wie wir unseren *Dress* auswählen und gestalten, ist keine subjektive Entscheidung, sondern unterliegt gesellschaftlichen Normen und Zuschreibungen. Das *Dress*-Konzept verfolgt das Ziel, gesellschaftliche Bedeutungen von Körpergestaltung zu erkennen und zeigt, dass diese je nach Kontext variieren, sozial konstruiert und daher wandelbar sind (vgl. ebd., S. 14f.).

Body Modifications und/oder Body Supplements¹⁰

Eicher und Roach-Higgins vertreten damit einen erweiterten Kleidungsbe-
griff, der die Grenze zwischen nacktem und bekleidetem Körper fließend
sieht, wie es auch der Titel dieser Arbeit in der Schreibweise ‚(un)bekleidet‘
einzufangen versucht. Sie entwerfen eine Terminologie nach der *Dress* Zu-
sammenspiel von *Body Modifications* und/oder *Body Supplements* ist: „[...] we
define dress as an assemblage of **body modifications and/or supplements**
[Hervorhebung d. Verf.] displayed by a person in communication with other
human beings“ (Eicher & Roach-Higgins 1992, S. 15).

Body Modifications beziehen sich auf die direkte Gestaltung der Körperma-
terie wie beispielsweise Rasur, Make-up, Haarschneiden/färben, Tätowie-
rungen und Formveränderungen über Sport, Ernährung oder Operationen.
Als Unterkategorien für *Body Modifications* listen Eicher und Roach-Higgins
Veränderungen von *hair, skin, nails, muscular/skeletal system, teeth* und
breath auf (vgl. ebd., S. 18).

Sie sind ebenso Teil von *Dress* wie *Body Supplements*, definiert als der Kör-
permaterie hinzugefügte Ebenen. Eicher und Roach-Higgins gliedern diese in
die Unterkategorien *body enclosures, attachments to the body, attachments to*
body enclosures und *hand-held objects*. Beispiele hierfür sind Kleidung (*enclo-*
sures), Schmuck (*attachment to the body* und/oder *attachment to body enclo-*
sures) oder Taschen (*hand-held objects*). Die Unterkategorien verdeutlichen,
dass *Body Supplements* in Schichten und Elementen variieren können. Auch
sie modellieren den Körper über Material (z.B. Polster, Schnürungen), Schnitt
und Verarbeitung. *Body Supplements* können die Körpergestalt sowohl offen
(z.B. Vergrößerung über High Heels) als auch verdeckt (z.B. Unterwäsche¹¹)
verändern.

¹⁰ Dt. Übersetzung ‚Körpermodifikationen und/oder Körperergänzungen‘.

¹¹ Weitere Beispiele für ‚unsichtbare‘ *Body Supplements* sind BHs oder Schuhe mit innenlie-
genden Absätzen, siehe <https://faretishoes.de> (23.10.2023).

Die kategorische Trennung von *Body Modifications* und/oder *Body Supple-*
ments ist angelegt, um den *Dress* einer Person auf deskriptiver Ebene erfassen
zu können. Eicher und Roach-Higgins betonen, dass es zwischen ihnen keine
Bedeutungshierarchie gibt: So könne beispielsweise die *Body Modification*
Narbe gleichermaßen Bedeutungsträger gesellschaftlicher Zuschreibungen
sein wie das *Body Supplement* Kleidung (vgl. ebd., S. 13). Für die tiefergehen-
de Beschreibung von *Body Modifications* und/oder *Body Supplements* werden
Color, Volume & Proportion, Shape & Structure, Surface Design, Texture, Odor,
Taste und *Sound* vorgeschlagen (vgl. ebd., S. 17).

Dress ist omnisensorisch

Bemerkenswert am *Dress*-Konzept ist, dass alle Sinne (Sehen, Hören, Riechen,
Schmecken, Fühlen) miteinbezogen werden: „[...] dress is not only visual: it
may also include touch, smell, and sound. It has an impact on the viewer, but
also on the wearer“ (ebd., S. 3). Dass oftmals die visuelle Ebene dominiere,
liege vor allem daran, dass *Dress* auf dieser Stufe ohne unmittelbare Begeg-
nung wahrgenommen werden könne (z.B. über Fotos, Bilder, GIFs, Videos
ohne Ton, vgl. ebd., S. 17). Der omnisensorische Ansatz verdeutlicht, wie sehr
kulturelle Vorstellungen rund um *Gender* und *Dress* internalisiert sind. *Dress*
steht immer im Wechselverhältnis von visuellen, olfaktorischen, haptischen,
akustischen und gustatorischen Wirkungen, auch wenn nur eine von ihnen
repräsentiert ist (z.B. als Foto). Körpergestaltung als omnisensorisch wahrzu-
nehmen, bedeutet zu hinterfragen, wie sich, durch „die Nutzung der Dinge,
des ‚Zeugs‘, durch ihre Ergänzung des menschlichen Körpers, [...] Kultur, [...] Welt und Erde in den Körper ein[schreibt], auf fraglose und alltägliche Weise“
(Bosch 2014, S. 74).

Dress ist Sprache

Als Analysebegriff verfolgt *Dress* das Ziel, jegliche Körpergestaltung immer auch im Kontext gesellschaftlich-normierter Körperrepräsentationen und deren Bedeutungsproduktion zu hinterfragen. Dingwirkungen wie Geruch, Lebensmittelvorlieben oder das Ausüben bestimmter Fitnessübungen erfordern Reflexion, um sie im Sinne von *Dress* als *Body Modifications* und/oder *Body Supplements* wahrnehmen zu können. *Dress* ist demnach ein Kommunikationsmittel zwischen Körper und Gesellschaft (Eicher & Roach-Higgins 1992, S. 15) und kann als historisches, individuelles und/oder strukturelles Zeichen fungieren. In diesem Sinne ist *Dress* eine Sprache, eine *diskursive Praxis* im *Circuit of Culture* (vgl. Abb. 1) und anschlussfähig an Halls Repräsentationsbegriff:

The simple answer is that languages work *through representation*. They are 'systems of representation'. Essentially, we can say that all these practices 'work like languages', *not* because they are all written or spoken (they are not), but because they all use some element to stand for or represent what we want to say, to express or communicate a thought, concept, idea or feeling (Hall 2011, S. 4, Hervorhebungen im Original).

Als Eicher und Roach-Higgins den Terminus *Dress* einführten, war der Zugang zum Internet noch nicht allgegenwärtig. Heutzutage sind Geräte mit Internetzugang alltägliche Begleiter und haben Auswirkungen auf die Wahrnehmung unserer Körper. Die Verwendung von *Dress* im Rahmen dieser Arbeit schließt eine digitale Dimension ein. Das Internet ist von visuellen *Dress*-Inszenierungen durchzogen und stellt damit eine machtvolle Projektions- sowie Rezeptionsfläche dar.

Um im Bildungskontext über künstlerisch-educative Zugänge normierte Körperrepräsentationen offenzulegen und kritisch zu hinterfragen, bedarf

es weiterer analytischer Instrumente. Angestrebtes Bildungsziel ist es, ein Reflexionsniveau zu erreichen, das eine kritische Haltung gegen etablierte, kulturelle Vorstellungen einnimmt und die Vision gleichberechtigter Gesellschaftsmitglieder verfolgt. Das im Folgenden erläuterte kulturwissenschaftliche Konzept *Lookismus* erweitert Reflexionszugänge zu strukturellen Diskriminierungen und sprachliche Mittel der Normkritik.

2.4 Lookismus

Der Begriff *Lookismus* (abgeleitet vom englischen *Lookism*) begreift die äußere Erscheinung von Personen als mögliche Diskriminierungskategorie, die intersektional mit anderen Diskriminierungsformen wirkt (vgl. Diamond et al. 2017, S. 10). Diese können laut den Autor:innen des Praxishandbuchs „Social Justice und Diversity“ (Czollek et al. 2019) beispielsweise Ableismus, Adultismus, Agetismus, Antirromanismus/Antisintiismus, Antisemitismus, Diskriminierung Ost, Klassismus, Rassismus/Migrantismus und Sexismus/Heterosexismus/Transmissexismus sein (vgl. ebd., S. 133–135). *Lookismus* liege vor, wenn die äußere Erscheinung einer Person ausschlaggebend für Handlungs- und Denkweisen ihr gegenüber ist (vgl. Diamond et al. 2017, S. 11). Dies kann sowohl auf- als auch abwertend geschehen (vgl. ebd., S. 10). Demzufolge kann *Dress* Trägerfläche lookistischer Zuschreibungen sein (vgl. Czollek et al. 2019, S. 133).

Allein die äußere Erscheinung einer Person kann zu Eigenschaftszuschreibungen führen, die diskriminierend oder privilegierend sein können. Zu körperbezogenen Stereotypen gehören beispielsweise, dass ein aufrechter, schlanker Körper auf Gesundheit, saubere Kleidung auf Gepflegtheit, viel Haut auf Sexualität oder ein dicker Körper auf Faulheit schließen lässt. Diamond et al. verweisen in diesem Zusammenhang auf den sogenannten

Halo-Effekt, einen „Beurteilungsfehler“ (Diamond et al. 2017, S. 11), der folgendermaßen wirkt:

Es wird von einem Teilaspekt eines Menschen auf einen anderen geschlossen, vom Körper oder einzelnen Körperbereichen auf die Persönlichkeit, den Habitus, die Leistungsfähigkeit und umgekehrt (ebd.).

Lookismus als eine potenziell, diskriminierende „soziale Unterscheidungskategorie“ (ebd., S. 13) zu begreifen, ermöglicht solchen Vorurteilen permanent entgegenzuwirken. Dem Konzept liegt der sozialkonstruktivistische Ansatz zu Grunde, Werte und Normen als historisch gewachsen und wandelbar zu verstehen:

Wie wir Körper sehen, lesen, betrachten, beschreiben, bewerten und letztendlich hierarchisieren, geschieht nicht im luftleeren Raum, sondern entlang historisch gewachsener, kulturell erzeugter, gesellschaftlich gesetzter und verhandelbarer Normen (ebd., S. 9).

Das Zitat schließt an die semiologische Sichtweise an, Gesellschaft als ein kulturelles Zeichensystem zu sehen, in dem Personen aufgrund von Codes, wie beispielsweise *Dress*, alltäglich gelesen werden (vgl. Barthes 2012 und Hall 2011; vgl. auch *Doing Gender*). *Dress* spielt im Kontext normierter Körperrepräsentationen eine bedeutsame Schlüsselfunktion. Wie wirkt *Dress* als materialisierter *Lookismus*?

Materialisierter *Lookismus*: *Dress*?

In der Modebranche ist eine geschlechts-, alters- und größenspezifische Einteilung der Ware ‚normal‘ und kann als Beispiel für strukturellen *Lookismus* gesehen werden. Sie repräsentiert die Grundannahme, dass es eine kausale

Verbindung zwischen Geschlecht und *Dress* sowie Alter und *Dress* gibt. Die kategorisierten Kleidungsstücke, im Folgenden in Anlehnung an Eicher und Roach-Higgins (1992) *Body Supplements* genannt (vgl. Kapitel 2.3), transportieren über Material, Polsterungen, Schnittlinienführungen, Farbe, Muster oder Motive Körpervorstellungen für ‚Männer‘, ‚Frauen‘ und Kinder. Im Zusammenspiel mit Raumgestaltung, Schaufensterpuppen, Werbeanzeigen, Musik und Duft werden Körperideale und daran orientierte Normen (re-)produziert. Röcke, Kleider, Unterwäsche, hohe Schuhe sowie Parfüm sind Beispiele für gegenderte *Body Supplements*. Es entstehen Körperideale, in denen Schlankheit, Symmetrie, Sportlichkeit und Jugendlichkeit dominieren. Personen, die dieses Schema nicht erfüllen, sei es aufgrund körperlicher Merkmale oder ungewohnter Trageweisen, fallen auf und können Opfer lookistischer Diskriminierung werden. Im Bereich Mode ist der ‚Ethno-Look‘¹² zudem ein Beispiel für die Verschränkung von *Lookismus* und *Race* und der vermeintliche Wert von *Body Supplements* kann zu lookistischen Zuschreibungen in Verbindung mit *Class* führen.

Disability

Das Warenangebot bekannter Modeketten¹³ orientiert sich an aufrechten, schlanken, symmetrischen Körperformen: Die zu erwerbende Kleidung ist gemacht für zwei Arme, zwei Beine, zwei Hände, zwei Füße, etc. Eine Person, die nur einen Schuh braucht, ist gezwungen paarweise einzukaufen. Wie geht es Menschen, die diese Körperformen nicht erfüllen? Die Warenordnung folgt der Annahme, dass ein erwachsener Körper größer ist als der Körper

¹² Der sogenannte ‚Ethno-Look‘ bezeichnet einen Modestil, der folkloristische Muster und/oder Frisuren ungeachtet ihrer Herkunft aufgreift. Eine Verschränkung von *Lookismus* und *Race* liegt vor, da die ursprüngliche kulturelle Bedeutung der übernommenen Elemente im Modekontext ignoriert wird. Dieser Prozess wird auch als kulturelle Aneignung bezeichnet.

¹³ Zum Beispiel die internationalen Modeketten H&M und Zara.

eines Kindes. Ist es lookistisch, als erwachsene, kleine Person in der Kinderabteilung einkaufen zu müssen? In jedem Fall sind Personen, deren Körper jenen Einteilungen nicht entsprechen, gezwungen sich permanent über bestehende Normen hinwegzusetzen. Allein das Setting kann dazu führen, dass marginalisierte Körper, beispielsweise eine kleinwüchsige Person in der Kinderabteilung, lookistischen Kommentaren und Blicken bezüglich ihrer Körperform/-größe ausgesetzt sind.

Etikettierung und Konfektionierung

Auch über den Shop hinaus können *Body Supplements* materielle Beispiele für strukturellen *Lookismus* sein: Etikettierungen verweisen auf *Gender* (z.B. über den Vermerk ‚men‘ und ‚woman‘) und Konfektionssysteme spiegeln Körperrnormen wider. Wie fällt eine XS-Größe aus? Wie eine XL-Größe? Welche Körper werden mit der jeweiligen Größe imaginiert? Bezeichnungen wie ‚Plus Size‘ sind Verstärker, Körper jenseits dieser Einteilung, als außerhalb der Norm, zu sehen.

Die Beispiele verdeutlichen die alltäglichen Verknüpfungen von *Gender*, *Dress* und *Lookismus* im analogen Feld. Wie zeigen sich die Vernetzungen an medialen Repräsentationsorten? Das Internet bietet zahlreiche Möglichkeiten, sich mit globaler Reichweite zu inszenieren und ist vermutlich der größte Distributionskanal digitaler Körperrepräsentationen.¹⁴ Bildbearbeitungsprogramme sind leicht verfügbar, wie eine Stichwortsuche im vorinstallierten App-Store meines Smartphones zeigt. Nach Eingabe des Wortes ‚Körper‘ werden mir 225 Apps angezeigt, von denen 44 für die digitale

¹⁴ Weitere sind beispielsweise alle Formen von Printmedien, die Bildbearbeitungsprogramme zur Körpermodellierung einsetzen.

Retusche und/oder Modellierung gedacht sind.¹⁵ Zudem bieten Apps den User:innen oft freizugängliche Filter zur Bildbearbeitung an, um bestimmte Lichtverhältnisse zu erzielen. Werbekampagnen wie die Einführung eines ‚Keine digitale Veränderung-Siegels‘ der Kosmetikfirma ‚Dove‘ zeigen, dass die Welt der Retusche ein offenes Geheimnis ist.¹⁶ Der Mythos hat sich selbst ‚entlarvt‘ und wirkt weiter fort (vgl. Barthes 2012). Über Bildschirme (Smartphones, Laptops, Tablets) und Printmedien (Zeitschriften, Magazine, Flyer, Merchandise-Artikel) finden digitale Körperrepräsentationen den Weg als Ding in die analoge Welt. Gemäß dem Modell eines *Circuit of Culture* (vgl. Abb. 1) haben diese idealisierten Vergleichsfolien Auswirkungen auf analoges Körperhandeln.

¹⁵ Die Titel und Untertitel weisen darauf hin, wie eine exemplarische Auswahl zeigt: ‚Body Tune – Bild Bearbeiten. Körper Bilder retuschieren‘; ‚Bearbeiten Männer: Körper Foto. Gesichtsbilder retuschieren‘; ‚BodyApp – Körper Bearbeiten. Add Six Pack Abs & Muskeln‘; ‚MAKEOVER – Foto bearbeiten. Bilder Effekte: Gesicht, Haare‘; ‚Facetune – Bilder Bearbeiten. Foto- und Videobearbeitung‘; ‚Retouch Me: Gesicht & Körper. Bild retuschieren, Bearbeitung‘; ‚Fotoeditor Gesicht/Körper Lite. Gesicht- und Körperformung‘ [Suche mit Stichwort ‚Körper‘ im Apple-App-Store am 04.12.2022].

¹⁶ Siehe <https://www.dove.com/de/stories/about-dove/introducing-the-no-digital-distortion-mark---dove.html> (23.10.2023).

3. Mediale Körperrepräsentationen

Laut Diamond et al. sind Massenmedien besonders gut geeignet, um zu erfassen, welche äußerlichen Normen als erstrebenswert gelten und inwiefern diese oftmals „eine Vielzahl lookistischer, sexistischer und rassistischer Zuschreibungen und Diskriminierungen“ (Diamond et al. 2017, S. 11) enthalten. Dieser Ansatz steht im Kontext der *Cultural Studies*, die einen Kulturbegriff verfolgen, der jeden kulturellen Bereich als potenzielles Analyseobjekt ansieht und eine Unterteilung in „high culture versus popular culture“ (Hall 2011, S. 2) ablehnt.

Die Fernsehshow „Shopping Queen“ sowie die Social-Media-Personen ‚Rezo‘, ‚Julia Beautx‘ und ‚Marvyn Macnificent‘ bieten mediale Beispiele für Körperinszenierungen, von denen die ersten beiden laut der JIM-Studie¹⁷ der Zielgruppe dieser Arbeit, Kinder und Jugendliche, bekannt sind (Feierabend et al. 2021, S. 45). Sie dienen als exemplarisches Analysematerial, um der Forschungsfrage, welche Bildungspotenziale künstlerisch-edukative Zugänge bieten, um normierte Körperrepräsentationen kritisch zu hinterfragen, näherzukommen. Die Erkenntnisse sind Grundlage für den bildungswissenschaftlichen Transfer in Kapitel 4 dieser Arbeit.

¹⁷ JIM = Abk. Jugend, Information, Medien. Seit 1998 untersucht die Studie jährlich den Medienumgang von Kindern und Jugendlichen: „Für die JIM-Studie 2021 wurde im Zeitraum vom 1. Juni bis 11. Juli 2021 aus der Grundgesamtheit der deutschsprachigen Jugendlichen im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland eine repräsentative Stichprobe von 1.200 Jugendlichen befragt. Bei der Untersuchung wurden die Ferien in den einzelnen Bundesländern berücksichtigt“ (Feierabend et al. 2021, S. 2).

3.1 TV-Sendung „Shopping Queen“: *Dress – Gender – Konsum*

Das mittlerweile zehnjährige „Dokutainment-Format“ (Eichmann 2018, S. 15) „Shopping Queen“ des Fernsehsenders VOX ist ein Beispiel für mediale Körperrepräsentationen mit explizitem Fokus auf *Dress*. Fünf ‚weibliche‘ Personen stehen vor der Aufgabe, ein vom Spielleiter verkündetes Wochenmotto innerhalb von vier Stunden in einen „Look“ – bestehend aus den *Body Supplements* Kleidung, Accessoires, Make-up, Frisur sowie einer abschließenden Laufstegpräsentation – zu transformieren. In der letzten Folge einer jeweils fünfteiligen Episode wird die Gewinnerin¹⁸ mit 1000 Euro Preisgeld und dem Titel „Shopping Queen“ gekürt.

3.1.1 Spielablauf

An fünf aufeinanderfolgenden Wochentagen (Montag–Freitag) tritt jeweils eine Kandidatin an, um „Shopping Queen“ zu werden. Der Tageskandidatin steht ein Einkaufsbudget von 500 Euro, ein Auto mit Fahrpersonal sowie eine selbstausgewählte Begleitperson zur Verfügung. Während sie einkauft, verweilen die restlichen vier Kandidatinnen im Zuhause der Tageskandidatin und stellen auf Basis einer Wohnraum- und Kleiderschrankbesichtigung Vermutungen über ihre Kaufentscheidungen an. Kurz vor Ende der Shoppingtour begeben sie sich ins Studio, wo sie die Tageskandidatin in der Rolle der Jury in Empfang nehmen. Diese präsentiert sich ihnen auf einem Laufsteg, wobei jede der vier Mitspielerinnen ihre vestimentäre Performance abschließend auf einer Skala von eins bis zehn bewertet. Zentrale Figur der Show ist der Designer Guido-Maria Kretschmer, der alle Schritte der Shoppingtour – vom

¹⁸ Bezogen auf „Shopping Queen“ wird für die Kandidatinnen das generische Femininum benutzt, um die *Gender*-Zielgruppe der Sendung herauszustellen.

Ausgangsoutfit bis zur finalen Laufstegperformance – anhand des dokumentarischen Filmmaterials kommentiert. Abschließend erhält das Publikum einen visuellen Vergleich, bei dem Ausgangsoutfit und der ‚Motto-Look‘ nebeneinander eingeblendet werden. Eine reale Zusammenkunft mit dem Designer Kretschmer erfolgt erst in der letzten Folge einer Episode. Auf Basis der ermittelten Gesamtpunktzahl (Bewertungen der Kandidatinnen und Bewertung des Designers) überreicht Kretschmer der Gewinnerin tausend Euro Preisgeld sowie den Titel „Shopping Queen“.

3.1.2 Interpretation mädchenhaft vs. madamig

Es ist dem Format zugute zu halten, dass es ein gewisses Spektrum an Körperformen in Bezug auf Volumen, Größe und Alter zeigt, doch sind Grenzen bezüglich Form, Masse, *Gender*, sexueller Orientierung und Hautfarbe gesetzt. Es fällt auf, dass Körper innerhalb der Kategorien *Race*, *Class* und *Gender* sehr geschlossen erscheinen: Vertreten sind mehrheitlich Personen mit unterem bis Mittelschichtseinkommen¹⁹ (*Class*) sowie weiblich gelesene Personen (*Gender*) mit weißer Hautfarbe (*Race*) und ohne Behinderung. Im Folgenden wird exemplarisch die Verbindung von *Gender*, *Dress*, Konsum und lookistischen Mustern aufgezeigt. Bereits am Titel „Shopping Queen“ sowie der Kurzbeschreibung im generischen Femininum zeigt sich eine weibliche Konnotation von ‚Shopping‘ und ‚Mode‘:

Jede „Shopping Queen“-Kandidatin hat an einem der Wochentage [...] die Chance, innerhalb von vier Stunden das Motto der Woche zu erfüllen. Und dann schlägt das Herz jeder Frau höher: Sie shoppen Outfit, Schuhe, Schmuck und Accessoires und lassen sich Haare und Make-up machen.²⁰

Männlich gelesene Personen tauchen nur in Sonderfolgen auf, wobei oftmals eine Verbindung von Mann-Mode-Homosexualität gezogen wird, wie sie auch der Spielleiter Guido-Maria Kretschmer repräsentiert.²¹ Die Sendung inszeniert zudem eine Objektivierung weiblich gelesener Körper, wie sich besonders im sogenannten „Style-Check“ zeigt. Hier wird der Körper jeder Kandidatin aus unterschiedlichen Kameraperspektiven gefilmt und Vermessungsdaten sowie Gewicht eingeblendet.²² Im Buch „Konsum im Spiegel der Medien. Subjektbildung am Beispiel des Dokutainmentformats ‚Shopping Queen““ stellt die Mediensoziologin Jana Eichmann die Rolle der Konsuminszenierungen heraus:

So können sowohl die Punkte, die eine Kandidatin von ihren Mitstreiterinnen und von Kretschmer [der Spielleiter] für ihren zusammengestellten Look erhält, als auch die körperbezogenen Daten des Style-Checks und die unterschiedlichen Gewichtungen von Konsum-Ausgaben wichtige Informationen für die Konstruktion eines gesellschaftlich anerkannten **konsumbezogenen Normalitätsspektrums** [Hervorhebung d. Verf.] zur Verfügung stellen, an dem sich die Zuschauer bei ihrer eigenen Subjektbildung orientieren können (Eichmann 2018, S. 173).

²⁰ Zitiert aus <https://www.vox.de/cms/sendungen/shopping-queen.html> (01.06.2023).

²¹ Vgl. ‚Gay Special‘ <https://www.vox.de/cms/gay-special-der-shopping-queen-kandidat-michael-ist-auf-der-suche-nach-grossen-liebe-4982061.html> und ‚Männerspezial‘ <https://www.vox.de/cms/shopping-queen-wer-gewinnt-die-erste-maennerrunde-in-berlin-1786381.html>, (01.06.2023).

²² <https://www.vox.de/cms/shoppingqueen-lina-aus-hamburg-im-style-check-4111365.html> (01.06.2023).

¹⁹ Genannte Berufe und Wohnungsbesichtigungen weisen darauf hin.

Eichmanns konsumbezogene Ausführungen enthalten sozialkonstruktivistische Ansätze, die sich auf normierte Körperrepräsentationen übertragen lassen. So ließe sich im Rahmen der Sendung auch von einem gesellschaftlich anerkannten ‚körperbezogenen‘ Normalitätsspektrum (vgl. ebd.) sprechen. Dabei zeigen sich die zugrundeliegenden Körpernormen verdeckt: Alter, Körpergröße und Gewicht scheinen keine Rolle bei der Kandidatinnenauswahl zu spielen. Jede Episode ist diesbezüglich durchmischt und weist ein Spektrum von jung bis alt, dünn bis dick sowie klein bis groß auf. Es ist vielmehr die Sprache, in Form von Kommentaren und Stylingtipps, die offenbart, dass die repräsentierten Körper an einem weiblich konnotierten Schönheitsideal gemessen werden, das Schlankheit und Jugend propagiert. Es gilt die Maxime, Körperzonen hervorzuheben, die diesem Ideal nahekommen und ‚Problemzonen‘ mit Hilfe von *Body Supplements* zu kaschieren. Der Designer Kretschmer kommentiert in einer Folge aus dem Jahr 2016 die Kleiderwahl von Kandidatin Vishy folgendermaßen:

Ich finde das Kleid fast 'n bisschen zu groß für sie, also nicht von ... von, von der Form, sondern mit dem ganzen Strass, das ach macht so madamig oben. Das nimmt diese Zartheit 'n bisschen weg. [...] also sie hat 'n bisschen von ihrer Jugend eingebüßt und es hätte zarter, mädchenmäßiger, eleganter... (Kretschmer 2016 zitiert in Eichmann 2018. S. 163).

Aus Sicht des ‚Experten‘ (vgl. ebd.) ist die Kandidatin in ihrer ‚Lookauswahl‘ gescheitert, da sie die oben genannte Maxime nicht befolgt. Der Designer Kretschmer bewertet ihren ‚Look‘ als „madamig“ (ebd.) im Gegensatz zu jugendlich, elegant, mädchenhaft und zart (vgl. ebd.). Der Vergleich, die Verwendung des Konjunktivs – „es hätte zarter, mädchenmäßiger, eleganter...“ (ebd.) – sowie die Aussage sie habe ihre Jugend eingebüßt, zeigen, dass hier eine negative Bewertung vorliegt.

Ein ähnliches Beispiel findet sich in einer Folge aus dem Jahr 2018. Über Kandidatin Tina, die sich dem Wochenmotto „Glanzleistung – strahle in deinem neuen Teil mit Pailletten!“ stellt, heißt es:

Bei Star-Designer Guido Maria Kretschmer kommt das eigenwillige Glitzer-Ensemble allerdings gar nicht gut an. Das ist so ein madamiger Style. Sie ist ein schlankes Mädchen und kriegt kräftige Beinchen dadurch.²³

Auch hier wird kritisiert, dass die Kandidatin sich mit ihrem ‚Look‘ von einem schlanken, jungen Körperbild entfernt. Die Kommentare verdeutlichen, dass das propagierte Schönheitsideal Ageismus (vgl. Rees 2019, S. 113f.) impliziert, der gewählte Look soll die Kandidatin jung erscheinen lassen. Bemerkenswert ist, dass in den genannten Beispielen der (überwiegend imaginierte) unbedeckte Körper der Kandidatinnen positiver als dessen textile Umhüllung bewertet wird. Sie scheinen den impliziten Körpernormen unbedeckt näher zu stehen als beispielsweise Kandidatin Moni, die 2016 teilnimmt.²⁴ Ihr dicker Körper korreliert mit den vorgegebenen Farben des Wochenmottos, da sie ihre Körperform noch breiter (im Modejargon ‚auftragen‘) erscheinen ließen:

Der Modeschöpfer ist sich sicher, dass Moni bei „Shopping Queen“ Probleme haben wird. Das Motto lautet nämlich: „Rose Quartz und Serenity! Kreiere ein Frühlingsoutfit in den neuen Trendfarben!“ Doch die Frühlingsfarben 2016 sind nicht für Moni geeignet. „Das sind Farben, die auftragen“, erklärt Guido Maria Kretschmer, „Moni hat es am schwersten.“²⁵

²³ Zitiert aus <https://www.vox.de/cms/shopping-queen-fuer-guido-traegt-tina-das-falsche-outfit-4260798.html?dicbo=v2-3847829963387727431ca7f80e45649b>, (01.06.2023).

²⁴ <https://www.vox.de/cms/shopping-queen-moni-aus-karlsruhe-im-style-check-2882534.html?dicbo=v2-ege8db-3c79d2fe52c5558158377a8eb8%20> (01.06.2023).

²⁵ Zitiert aus <https://www.vox.de/cms/shopping-queen-moni-aus-karlsruhe-im-style-check-2882534.html?dicbo=v2-ege8db3c79d2fe52c5558158377a8eb8%20> (01.06.2023).

Monis Figur wird als durchweg problematisch kommentiert und nach Körperzonen abgescannt, die gemäß der propagierten Schlankheitsmaxime betont werden sollten. Guido Maria Kretschmer erkennt bei Moni sofort: „Sie ist das klassische ‚alles oben‘-Mädchen.“ Der Designer beschreibt ihre Figur folgendermaßen: „Sie hat Hintern, sie hat Bauch, aber es ist sehr viel oben passiert.“ Dafür sind Monis Beine „ihr Kapital“. Daher sollte die „Shopping Queen“-Kandidatin gutschitzende Hosen wählen, um ihre Beine in Szene zu setzen: „Sie muss schön strecken“.²⁶

Implizite Körpernormen über Stylingtipps

Die Beispiele verdeutlichen das Kernziel des anvisierten Looks: Die *Body Supplements* sollen den Kandidatinnenkörper im Sinne eines ganz bestimmten Ideals ‚optimieren‘. Wie dieses aussieht, wird nicht direkt benannt, sondern schimmert implizit über Bezeichnungen und Vergleiche durch. Einer dicken Kandidatin wird geraten, eine Hose zu wählen, die strecke, um schlanker zu wirken. Sie solle Farben meiden, die ihr Körpervolumen größer erscheinen lassen.²⁷ Die Kommentare stellen fortlaufend Vergleiche zu einem Schönheitsideal her, das die Mehrzahl der gezeigten Körper als verbesserungswürdig und somit mangelhaft erscheinen lässt. Kandidatinnen, die dem propagierten Ideal physisch nahekommen, es aber über die gewählten *Body Supplements* verändern, werden im Sinne des Ideals ‚korrigiert‘. Jede Abkehr wird als ‚geshoppte Fehlentscheidung‘, als ‚failed Dress‘, gewertet. Oberstes Gebot ist es, die *Body Supplements* als Verjüngungs- und Schlankheitsmittel einzusetzen.

Laut Eichmann könne die Sendung als Anleitung verstanden werden, wie Konsumobjekte im Sinne der propagierten Selbstoptimierung genutzt

²⁶ Siehe ebd. (01.06.2023).

²⁷ Vgl. ebd. (01.06.2023).

werden sollten (vgl. Eichmann 2018, S. 15). Wer die Regeln beherrscht, wird „Shopping Queen“ und repräsentiert damit zugleich eine lookistische Verhandlung von Körpernormen, da die äußere Erscheinung der Subjekte nur im Normvergleich Wert zugeschrieben wird. Insgesamt wird in dieser Sendung *Dress* als Anpassungsmittel an eine eng definierte Schönheitsnorm propagiert. Dabei spielen *Body Modifications* eine untergeordnete Rolle, während *Body Supplements* die Macht zugeschrieben wird, einer schlanken, jugendlichen Körpernorm näher zu kommen. Die Analyse hat gezeigt, dass diese Wertungen in einem geschlossenen System verlaufen, das *Dress* in erster Linie als Verjüngungs- und Schlankheitsmittel begreift. Die Tatsache, dass die innerhalb der Sendung verhandelten Kriterien (‚strecken‘, ‚nicht auftragen‘, ‚mädchenhaft‘, ‚jung‘, etc.) unhinterfragt bleiben, macht jede „Shopping Queen“ zumindest partiell zu einer Repräsentantin unreflektierter (‚weiblicher‘) Schönheitsideale.

3.2 Social Media: Mediale Bezugspersonen für Jugendliche?

In unserer Gesellschaft werden die Rolle, die man spielt, und das Selbst, das man ist, in einer gewissen Weise gleichgesetzt, und dieses Selbstals-Rolle wird meist als etwas gesehen, das im Körper seines Besitzers zu Hause ist, besonders in den oberen Teilen desselben, also sozusagen als ein Knoten in der Psychobiologie der Persönlichkeit (Goffman 2013, S. 230).

Jahrzehnte vor dem Internetzeitalter beschreibt der Soziologe Erwin Goffman körpergebundene Selbstinszenierung als wechselseitiges, gesellschaftliches Phänomen. Es ist auf Social-Media-Plattformen übertragbar, da

sie Repräsentationsmöglichkeiten erweitern und damit vermutlich auch den Selbstinszenierungsdruck erhöhen. Zudem wird dabei besonders die obere Körperhälfte betont. Laut Gugutzer vermitteln soziale Medien „körperliche Leitbilder“ (Gugutzer 2022, S. 62). Aus entwicklungspsychologischer Perspektive können diese „Leitbilder“ (ebd.) Stellvertreter:innen jugendlicher Identitätensuche sein. Die Psychologin Ursula Kessels verweist im Handbuchartikel „Jugend“ (Kessels 2013, S. 39f.) auf die Theorie der Symbolischen Selbstergänzung. Sie erklärt

wie wichtig [...] Präsentationen des Selbst sind, wenn ein bestimmter Aspekt der angezielten eigenen Identität als noch nicht fertig oder unvollständig erlebt wird. Durch die Verwendung von bestimmten Symbolen, die auf die angezielte Selbstdefinition verweisen, können sich Heranwachsende selbst symbolisch ‚ergänzen‘, indem sie Symbole einer jugendlichen Subkultur (z.B. ein bestimmter Kleidungsstil) oder auch der Erwachsenenkultur (z.B. Alkohol) zur Schau stellen. Ganz unterschiedliche Identitäten können dabei während des Jugendalters exploriert und erprobt werden (ebd., S. 42).

Medienpersonen können demnach Symbole einer „angezielten eigenen Identität“ (ebd.) sein. Die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin Claudia Wegener stellt diesbezüglich die eskapistische sowie orientierende Funktion für Jugendliche heraus:

Zweifelsohne erscheint das Verlangen nach Personen, die Handlungsmuster anbieten und verschiedene Formen individueller Lebensgestaltung offerieren, in einer Phase ausgeprägter Identitätssuche plausibel. Die so bezeichneten Vorbilder, Stars, Idole und Helden treffen auf zen-

trale Bedürfnisse, die sich vor allem im Jugendalter manifestieren, und befriedigen den Wunsch nach Realitätsflucht wie auch den nach Handlungsanleitung (Wegener 2008, S. 30).

In Abgrenzung zu Vorbild, Star, Idol oder Held:in (vgl. ebd.) plädiert Wegener im Kontext jugendlicher Mediensozialisation für den Begriff „mediale Bezugsperson“ (ebd., S. 32). Erstgenannte implizieren bereits moralische Wertungen und „lassen die spezifische Ausdeutung und Transformation der Figur durch das Subjekt außer Acht“ (ebd.). Die vorliegende Arbeit schließt sich diesem Verständnis an, sodass Medienpersonen wie ‚Rezo‘, ‚Julia Beautx‘ und ‚Marvyn Macnificent‘ mit den Worten Wegeners „schlicht als mediale Bezugspersonen bezeichnet und so mit einem ‚neutralen‘ Begriff etikettiert werden“ (ebd.). Auf welchen Internetplattformen finden Jugendliche gegenwärtig ‚ihre‘ Bezugspersonen?

Laut der JIM-Studie sind die meistgenutzten Social-Media-Apps YouTube, Tiktok, Snapchat und Instagram (Feierabend et al. 2021, S. 35f.). Diese Apps bieten eine Fülle an Körperrepräsentationen in Form von Fotos, bewegten Bildern sowie Videos und begleiten ihr Publikum oft alltäglich. Ein paar Klicks genügen, um einen Account anzumelden. Die sichtbaren Follower:innenzahlen geben Auskunft über öffentliche Bekanntheit und wirtschaftlichen Erfolg des jeweiligen Profils. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die neuentstandene Berufsgruppe der Influencer:innen²⁸, da mit ihrer Etablierung eine klare Grenze zur Werbeindustrie nicht mehr gegeben ist. Ihr Subjektstatus wird als Marketingstrategie verwertet und ist Teil des Produktes, das sie bewerben. Das Phänomen ist anschlussfähig an Eichmanns konsumbezogene Ausführungen zu „Shopping Queen“: Influencer:innen wirken an ei-

²⁸ Dass die Bundesagentur für Arbeit „Influencer-Marketing-Manager/in“ als eigenen Berufstyp verzeichnet, zeigt, dass Influencer:in mittlerweile ein gesellschaftlich anerkannter Berufszweig ist, siehe <https://web.arbeitsagentur.de/berufenet/beruf/134904> (01.06.2023).

nem „gesellschaftlich anerkannten konsumbezogenen Normalitätsspektrum“ (Eichmann 2018, S. 173) mit. Im Folgenden werden beispielhaft mediale *Dress*-Inszenierungen der Influencer:innen ‚Rezo‘, ‚Julia Beaux‘ und ‚Marvyn Macnificent‘ analysiert.²⁹ Die Auswahl besteht damit aus einer männlich gelesenen (‚Rezo‘), einer weiblich gelesenen (‚Julia Beaux‘) und einer nicht-binär gelesenen Person (‚Marvyn Macnificent‘). Im Kontext dieser Arbeit interessiert vor allem ihre Wirkmacht als potenzielle mediale Bezugsperson für Jugendliche.

Dress und Gender

Wie inszenieren die genannten Influencer:innen ihre (un)bekleideten Körper, verstanden als *Dress* (vgl. Kapitel 2.3)? Die folgende Untersuchung steht im Kontext der *Gender Media Studies*, die auf einer „konstruktivistische[n] Repräsentationstheorie“ (Lünenborg & Maier 2013, S. 41) beruht. Aus dieser Sicht sind Social-Media-Profile „Medientexte“ (ebd.), die „unabgeschlossen, prozesshaft und nach allen Seiten geöffnet [sind]“ (ebd.). Dabei stehen sie nicht im ‚luftleeren‘ Raum, sondern sind immer auch Zitate der sie umgebenden Bezugssysteme. Mit Hall gesprochen sind die Medienpersonen ‚Rezo‘, ‚Julia Beaux‘ und ‚Marvyn Macnificent‘ Teil eines „diskursive[n] Universums“ (2004, S. 90). Villa weist auf diese Vernetzung folgendermaßen hin:

Damit Sprechakte Realitäten schaffen können, müssen sie also bereits bestehende Bedeutungen zitieren bzw. sich irgendwie auf diese berufen durchaus auch negierend, in Opposition dazu, abgrenzend usw. (Villa 2011, S. 155).

In diesem Sinne wird der Frage nachgegangen, inwiefern die ausgewählten *Dress*-Inszenierungen im wechselseitigen Prozess von *Produktion* und *Konsumption* (vgl. Hall 2011) *Gender-Dress-Codes* bestärken, sich davon abgrenzen und/oder neu verhandeln (vgl. Villa 2011, S. 155).

Methodisch wird die Einteilung nach Eicher und Roach-Higgins (1992) zur deskriptiven Beschreibung von *Dress* in *Body Modifications* und *Body Supplements* angewandt (vgl. Kapitel 2.3) und im Anschluss daran interpretiert. Dabei wird das Klassifizierungssystem (vgl. Abb.2) auf das visuelle Analysematerial angepasst: Körperveränderungen, die auf visueller Ebene nicht eindeutig nachweisbar sind, entfallen oder werden aufgrund von Kontextwissen (wie beispielsweise weiteres Bildmaterial oder subjektives Wissen über Körpermodellierungen) als Vermutungen mitaufgenommen. Dazu zählt auch die Grundannahme, dass alle Bilder einer digitalen Bearbeitung unterliegen und somit das Repräsentationsmedium selbst *Body Modification* ist. Wie bereits angekündigt, liegt ein Schwerpunkt der Analyse auf der Verbindung von Körperrepräsentation und *Gender* (vgl. Kapitel 2.2). Soziale Medien als Zugangsort für eine gendersensible Auseinandersetzung mit Körnernormen zu nehmen, schließt an gegenwärtige Haltungen innerhalb der Medienpädagogik an:

²⁹ Instagram-Post ‚Rezo‘ Abbildung aus: <https://www.instagram.com/p/CgHOXPvsQ6Y/> [Zugriff zuletzt am 01.06.2023]. Instagram-Post ‚Julia Beaux‘. Abbildung aus: https://www.instagram.com/p/CZSACR-NHK_/ [Zugriff zuletzt am 01.06.2023]. Instagram-Post ‚Marvyn Macnificent‘. Abbildung aus: Der Beitrag wurde mittlerweile entfernt. Er ist mit „Oktober 3, 2022“ datiert (siehe Bild unten rechts) und war Teil folgender Website <https://www.instagram.com/marvyn/> [Zugriff zuletzt am 01.06.2023].

Soziale Medien als relevante Instanz für Kinder und Jugendliche schaffen an dieser Stelle eine Gelegenheit, sich dem komplexen Feld anzunähern: Einerseits können Social Media ein Ausgangspunkt sein, über eigenes Wissen rund um Geschlecht ins Gespräch zu kommen und eigene

Zuschreibungen zu reflektieren. Andererseits machen die digitalen Bilder ein gesellschaftliches binäres Verständnis von Geschlecht sichtbar, das über die verschiedenen Plattformen tagtäglich (re)produziert wird (Jochim & Gebel 2022, S. 69).

Zudem wird der Frage nachgegangen, inwiefern den Inszenierungen *Lookismus* zugeschrieben werden kann (vgl. Kapitel 2. 4).

Table 1.1 Classification System for Types of Dress and Their Properties*

Types of Dress**	Properties							
	Color	Volume & Proportion	Shape & Structure	Surface Design	Texture	Odor	Taste	Sound
Body Modifications								
Transformations of								
a. Hair								
b. Skin								
c. Nails								
d. Muscular/skeletal system								
e. Teeth								
f. Breath								
Body Supplements								
Enclosures								
a. Wrapped								
b. Suspended								
c. Pre-shaped								
d. Combinations of ab,ac,bc,abc								
Attachments to Body								
a. Inserted								
b. Clipped								
c. Adhered								
Attachments to Body Enclosures								
a. Inserted								
b. Clipped								
c. Adhered								
Hand-Held Objects								
a. By self								
b. By other								

© Mary Ellen Roach-Higgins and Joanne B. Eicher

Abb. 2: Klassifikationssystem für die Beschreibung von Dress. Abbildung aus: Eicher, Johanne B./ Roach-Higgins, Mary Ellen (1992) *Definition and Classification of Dress: Implications for Analysis of Gender Roles*. In: Barnes, Ruth und Eicher, Joanne B. (Hg.) *Dress and Gender. Making Meaning*. Oxford & Providence: Berg Publishers, S. 18.

3.2.1 ‚Männliche‘ Bezugsperson ‚Rezo‘?

‚Rezo‘ nutzt die Social-Media-Kanäle Instagram, Twitter³⁰, TikTok und YouTube zur digitalen Selbstinszenierung.³¹ Die Accounts sind mit den Homepages des Modelabels ‚SPAR*K‘ und der Softwarefirma ‚nindo‘ verlinkt.³² Der Influencer postet vornehmlich Inhalte im Bereich Musik, Comedy, Unterhaltung und Politik. Für die folgende *Dress-Analyse* dient eine dreiteilige Bildstrecke des Instagram-Profiles ‚Rezo‘ als Untersuchungsmaterial (siehe Abb.3–5). Laut Bildkommentar zeigen die Aufnahmen, wie ‚Rezo‘ seinen Körper innerhalb von neunzig Tagen über Sport und Ernährung verändert hat (siehe ebd.).³³ Im Kommentar wirbt er für ein Nahrungsergänzungsmittel sowie einen Personal-Trainer (siehe ebd.). Die Screenshots zeigen ihn vor (siehe Abb. 3) und nach der „Body Transformation“ (siehe Abb. 4) sowie im direkten Vergleich (siehe Abb. 5).

³⁰ Gemeint ist der Kurznachrichtendienst „X“, der zum Zeitpunkt der Masterarbeit „Twitter“ hieß.

³¹ Follower:innenzahlen [Stand 01.06.2023]: Instagram-Account ‚Rezo‘ (Beitrittsdatum September 2015): 1,2 Millionen, siehe <https://www.instagram.com/rezo/>; YouTube-Kanal ‚Rezo‘ (Beitrittsdatum 17.09.2015): 1,75 Millionen, siehe <https://www.youtube.com/@rezomusik/about>; YouTube-Kanal ‚Rezo ja lol ey‘ (Beitrittsdatum 03.10.2018): 1,65 Millionen, siehe <https://www.youtube.com/@Rezojaloley/about>; YouTube-Kanal ‚Schlumpf‘ (Beitrittsdatum 03.12.2020): 247.000, siehe <https://www.youtube.com/@Schlumpf>; YouTube-Kanal ‚Renzo‘ (Beitrittsdatum 06.02.2021): 1,01 Millionen, siehe <https://www.youtube.com/@Renzo69/channels>; TikTok-Account ‚Rezo‘: 1,7 Millionen, siehe <https://www.tiktok.com/@rezo?lang=de-DE>; Twitter-Account ‚Rezo‘: 574.653, siehe <https://twitter.com/rezomusik> (01.06.2023).

³² Homepage des Modelabels ‚SPAR*K‘, siehe <https://sprk.store/> (01.06.2023).; Homepage der auf Influencer:innenmarketing spezialisierten Firma ‚nindo‘, siehe <https://nindo.de/> (01.06.2023).

³³ Die Trefferliste der Eingabe ‚90 days challenge‘ in der Suchoption auf YouTube zeigt, dass diese körperliche Herausforderung von vielen User:innen angegangen und dokumentiert wird, siehe https://www.youtube.com/results?search_query=90+days+challenge (01.06.2023).

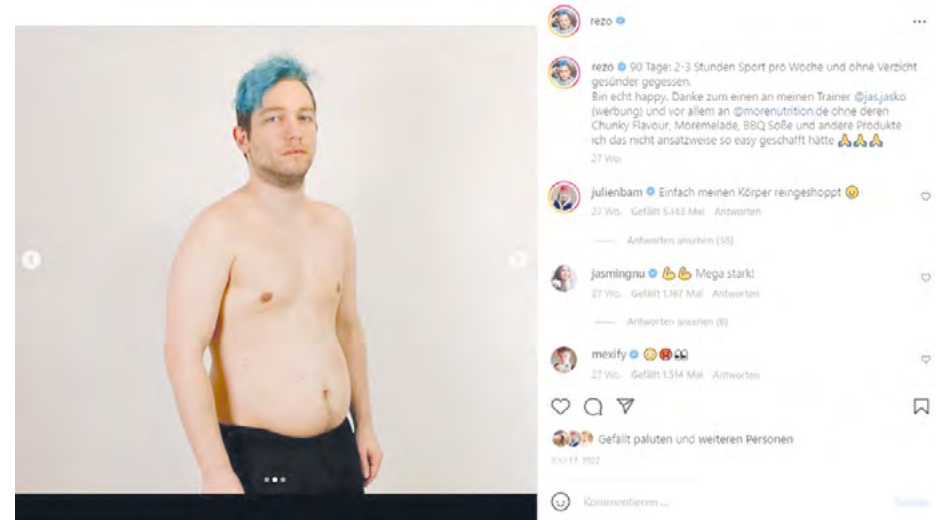


Abb. 3: <https://www.instagram.com/p/CgHOXPvsQ6Y/> [Zugriff zuletzt am 16.11.2023].

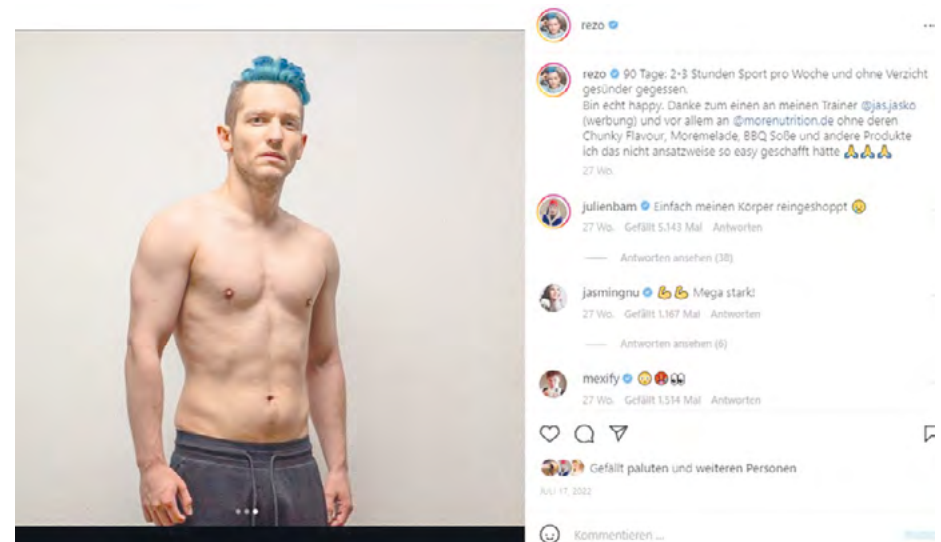


Abb. 4: <https://www.instagram.com/p/CgHOXPvsQ6Y/> [Zugriff zuletzt am 16.11.2023].

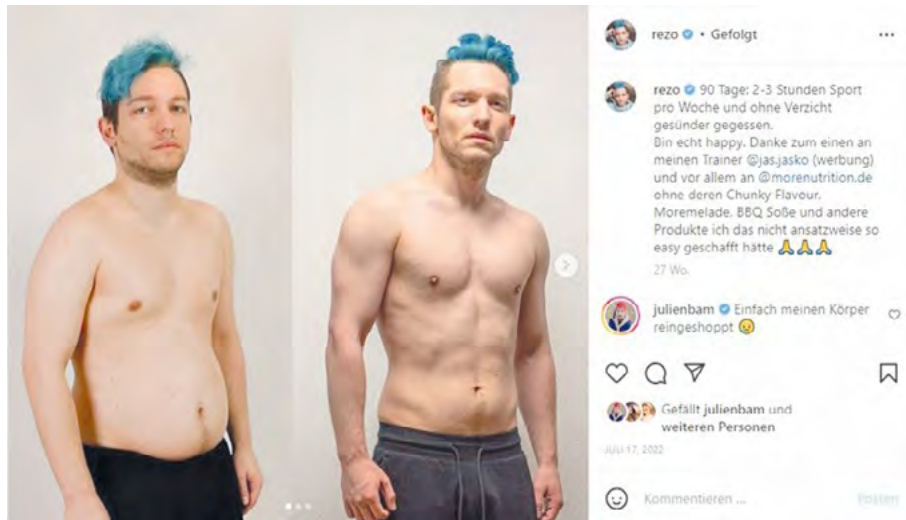


Abb. 5. <https://www.instagram.com/p/CgHOXPvsQ6Y/> [Zugriff zuletzt am 16.11.2023].

3.2.1.1 Dress-Analyse ‚Rezo‘: Vorher

Zu sehen ist eine weiße, stehende Person im Dreiviertelprofil in leichter Untersicht (siehe Abb. 3). Ihre Körperhaltung ist ungespannt mit seitlich herabhängenden Armen, zum Körper hin angewinkelten Unterarmen und auf den Oberschenkeln aufliegenden Händen. Aufgrund des Bildausschnittes ist die linke Hand nur ansatzweise erkennbar.³⁴ Die Person blickt mit geschlossenem Mund in Richtung Kamera. Der Bildausschnitt endet kurz über dem verdeckten Geschlecht.

³⁴ Alle Beschreibungen aus Betrachter:innenperspektive.

Body Modifications

Hair

Das nach links gekämmte, mittlere Kopfhair ist blau gefärbt. Es ist deutlich länger als die abrasierten Seitenpartien. Bartstoppel rund um Oberlippe, Kinn und Halsansatz weisen auf eine nicht aktualisierte Gesichtsrasur hin.

Skin

Die Hautoberfläche wirkt weich, unterfüttert von Fettgewebe.

Nails

Der Fingernagel am Daumen der rechten Hand ist kurz geschnitten und lässt Vermutungen zu, dass die restlichen, nicht sichtbaren, Fingernägel ähnlich aussehen.

Muscular/ Skeletal System

Die Person hat einen deutlichen Bauch- sowie leichten Brustfettansatz, deren Rundungen durch die ungespannte, herabfallende Körperhaltung verstärkt wird.

Body Supplements

Body Enclosures

In diese Kategorie fällt die schwarze Hose. Sie sitzt auf Hüfthöhe, sodass ihr Bund frontal vom Bauchansatz verdeckt wird. Vermutlich handelt es sich um eine Jogginghose mit mittigem Tunnelzugverschluss, deren Länge aufgrund des Bildausschnittes nicht zu erkennen ist.

3.2.1.2 Dress-Analyse ‚Rezo‘: Nachher

Zu sehen ist eine stehende, oberkörperfreie, weiße Person im Dreiviertelprofil in leichter Untersicht (siehe Abb. 4). Sie posiert in aufrechter Haltung, ihr Blick ist den Betrachtenden zugewandt, die Augenbrauen sind leicht zusam-

mengezogen. Beide Arme hängen seitlich herab, Unterarme sowie Fingergelenke sind zum Körper hin angewinkelt, die Hände berühren die Oberschenkel. Der Bildausschnitt endet unter dem verdeckten Geschlecht.

Body Modifications

- Hair* Das mittlere Kopfhaar ist blau gefärbt, zu einer Tolle nach hinten gekämmt und von seitlich abrasierten Partien flankiert.
- Skin* Die Hautoberfläche wirkt straff, Knochen und Muskeln umspannend.
- Nails* Die zu sehenden Fingernägel (beider Daumen sowie des rechten Zeigefingers) sind kurz geschnitten.
- Muscular/
Skeletal System* Der nackte Oberkörper ist sportlich-muskulös: Armmuskeln, Brustmuskeln, Bauchmuskeln, Rippen sowie Gesichtsknochen (Unterkiefer, Wangenknochen) zeichnen sich über die Hautoberfläche ab.

Body Supplements

- Body Enclosures* Die Person trägt eine dunkelgraue Hose mit mittlerem Tunnelzug, deren Länge aufgrund des Bildausschnitts nicht zu erkennen ist.

3.2.1.3 ‚Rezo‘: Vorher-Nachher-Vergleich

Der Screenshot zeigt die Vorher- und Nachheraufnahme im direkten Vergleich (siehe Abb. 5). Die Auflistung beinhaltet bereits erste interpretative Ansätze, die im Folgekapitel (vgl. 3.2.1.4) erläutert werden.

Body Modifications

- Hair* Im Vorherbild fällt die blaugefärbte Haarpartie lose, ungekämmt und ‚zottelig‘ zur linken Seite. Die Haaroberfläche wirkt stumpf. Dieselbe Haarpartie ist im Nachherbild zu einer glänzenden Tolle nach hinten gekämmt. Die Gesichtsraser, welche im ersten Bild aufgrund sichtbarer Bartstoppeln vernachlässigt wirkt, erscheint im zweiten Bild frisch rasiert.
- Skin* Die Oberflächenstruktur der Haut erscheint im Vorherbild weicher als im Nachherbild: Rundungen an Brust und Bauch sind durch Fettgewebe geformt. Demgegenüber wirkt die Hautoberfläche auf dem zweiten Bild straffer: Hervortretende Muskeln geben ihr eine reliefartige Wirkung: Statt Fettgewebe umspannt sie Muskelmasse.
- Nails* Im Bereich der Fingernägel sind keine Unterschiede festzustellen. Alle sichtbaren Fingernägel sind kurz geschnitten.
- Muscular/
Skeletal System* Im Vergleich fallen die Beleuchtungsunterschiede auf: Das Nachherbild ist kontraststark ausgeleuchtet. Über eine von links oben einfallende Lichtquelle kommt es zu Lichtreflexen und Schattenwürfen, die die Körperoberfläche reliefartig erscheinen lassen. Hervortretende Muskeln erscheinen dadurch besonders definiert. Zudem sind die Brustwarzen hart und zusammengezogen, während sie im Vorherbild weich erscheinen. Auch die Pose ist konträr: Im Vorherbild lässt die eingefallene Brust und der herausgestreckte Bauch auf wenig trainierte Muskelmasse

schließen, während im Nachherbild über eine aufrechte Schulterhaltung und herausgestreckte Brust, Körperspannung inszeniert wird.

Body Supplements

Body Enclosures Im Vorherbild absorbiert die schwarze Hosenfarbe Licht und Schatten, sodass die Materialoberfläche monochrom wirkt. Hingegen treten im Nachherbild am grauen Hosenstoff Material- und Körperkonturen deutlich hervor und lassen auf Geschlechtshöhe ein männlich gelesenes Genital vermuten.

3.2.1.4 Interpretation ‚Body Transformation‘

Das Bildmaterial (siehe Abb. 3–5.) wirkt stark inszeniert. Die Ausleuchtung sowie die nüchterne Studiokulisse lassen berechtigte Zweifel zu, ob die dualistische Wirkung der Vorher-/Nachherinszenierung über Fotoretusche verstärkt wurde. Der Kommentar „Einfach meinen Körper reingeschoppt“ (siehe ebd.)³⁵ des Influencers ‚Julien Bam‘ bekräftigt diesen Eindruck. Für eine diskurstheoretische Analyse der zugrundeliegenden Körnernormen ist die ‚Echtheit‘ der Fotos jedoch unerheblich. Behauptungen und Vermutungen über ‚Korrekturen‘ zeigen vielmehr, welche Körperbilder als begehrenswert markiert werden und welche nicht. Ein Mechanismus, der bereits bei „Shopping Queen“ erfasst wurde (vgl. Kapitel 3.1), greift auch hier: Körnernormen und angestrebte Ideale werden vor allem im Wechselspiel von Bild und Sprache deutlich. Es entstehen Kontrastpaare wie unsportlich/sportlich, ungepflegt/

³⁵ Die Formulierung „reingeschoppt“ bezieht sich auf das Bildbearbeitungsprogramm Adobe Photoshop.

gepflegt, unglücklich/glücklich, ungesund/gesund, unattraktiv/attraktiv, weich/hart, schwach/stark, untrainiert/muskulös, ungestylt/gestylt, unsicher/sicher etc. Die Wirkung ist über die Vorher-/Nachherinszenierung besonders stark, da ein als mangelhaft bewerteter Körper und das anzustrebende Ideal zeitgleich gezeigt werden (siehe Abb. 5). Das Beispiel verdeutlicht wie *Lookismus* als „Zwischenebene“ (Diamond et al. 2017, S. 86) erfasst werden kann, die Zugang zu „Reflexion(en) alltäglicher Wahrnehmungen und Bewertungen von Körpern und damit einhergehenden Abwertungen“ (ebd.) bietet. Das repräsentierte Körperideal ist muskulös und steht über den Bildkommentar („90 Tage: 2-3 Stunden Sport pro Woche und ohne Verzicht gesünder gegessen. Bin echt happy“, siehe Abb. 5) in direkter Verbindung mit Gesundheit und Wohlbefinden. Im Kontext der „Body Transformation“ werden Ehrgeiz, Durchhaltevermögen und Disziplin als anzustrebende, körperlich sichtbare, Werte verhandelt. Auf diese Weise wird der ‚Vorher-Körper‘ abgewertet und in anderen ‚Rezo‘-Medienbeiträgen sogar ausgelacht.³⁶

29

Die Körperrepräsentationen stehen zudem in expliziter Beziehung zu *Gender*: Sie visualisieren das Privileg männlich gelesener Körper sich im öffentlichen Raum oberkörperfrei zeigen zu können, ohne Sanktionen zu befürchten. In den Instagram-Gemeinschaftsrichtlinien heißt es:

Wir wissen, dass Personen Bilder von Nacktheit manchmal als künstlerische oder kreative Darstellungsform teilen möchten. Aus verschiedenen Gründen ist die Darstellung von Nacktheit auf Instagram jedoch nicht zulässig. Das gilt auch für Fotos, Videos und einige digital erstellte Inhalte, auf denen Geschlechtsverkehr, Genitalien und Nahaufnahmen nackter Gesäße zu sehen sind. Dazu gehören auch bestimmte Fotos weiblicher Brustwarzen, doch Fotos im Kontext des Stillens, einer Entbindung und der Momente danach, in gesundheitsbezogenen Kontex-

³⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=UWuKYIjoG8Q> Minute 00:09 (01.06.2023).

ten (z.B. nach einer Brustamputation, zur Sensibilisierung für Brustkrebs oder bei einer geschlechtsangleichenden Operation) oder einer Protestaktion sind zulässig. Auch Nacktheit auf Fotos von Gemälden und Skulpturen ist gestattet.³⁷

Dass ‚männliche‘ Brustwarzen in den zitierten Instagram-Richtlinien unerwähnt bleiben, weiblich gelesene Brustwarzen hingegen kontrolliert und gegebenenfalls zensiert werden, offenbart gegenderte Konnotationen in puncto Sexualität und ist ein mediales Beispiel für strukturelle Diskriminierung. Aus dekonstruktivistischer Sicht wirken die zitierten Richtlinien an einer geschlechterungleichheitsproduzierenden Norm mit, die männlich gelesenen Personen mehr Nacktheit ‚erlaubt‘. Lünenborg und Maier betonen,

dass mediale Repräsentationen und Diskurse daran mitwirken, was in Gesellschaften und in bestimmten kulturellen Kontexten überhaupt unter Geschlecht und Sexualität verstanden wird bzw. was denkbar ist (Lünenborg & Maier 2013, S. 107).

Die ‚Body Transformation‘ des Influencers ‚Rezo‘ visualisiert das Zitat, da die vergleichende Bildinszenierung bestimmte Vorstellungen von abzulehnender (‚vorher‘) und begehrenswerter ‚Männlichkeit‘ (‚nachher‘) repräsentiert. Letztgenanntes ist detailliert in Szene gesetzt: Mimik verweist auf Konzentration, die nach hinten gekämmte Haartolle hat die Form eines Helms, die greifende Handhaltung verweist auf Aktion, das sich unter dem Hosenstoff abzeichnende Glied auf Potenz, die zusammengezogenen Brustwarzen auf Erregung, die kameraperspektivische Untersicht auf Dominanz. Dass die

³⁷ Zitiert aus <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119> (01.06.2023). Die Influencerin ‚Hannah Maylou‘ setzt sich gegen das ‚Brustwarzen-Verbot‘ ein, siehe <https://www.instagram.com/hannahmaylou/> (01.06.2023).

rechte Hand nur im Nachherbild und zudem in Greifhaltung zu sehen ist, verstärkt den Eindruck von Stärke. Es entsteht eine ‚natürliche‘ Verbindung von Sexualität und ‚Männlichkeit‘ – ‚Rezo‘ zeigt sich ohne Scham oberkörperfrei mit erregierten Brustwarzen und einem sich abzeichnenden Glied (siehe Abb. 5). Aus dieser Lesart wird auch die im Kommentar erwähnte „BBQ-Soße“ (siehe ebd.) zu einem *Gender-Code*, der ‚Grillen‘ eine anzustrebende ‚männlichkeitsproduzierende‘ Wirkung zuschreibt. Die mentale Vorstellung, diese Inszenierung durch eine weiblich gelesene Person auszutauschen, verdeutlicht die Verschränkung von *Lookismus* und *Gender*: Weiblich gelesene Personen bedecken ihren Oberkörper, wenn sie ihre ‚Body Transformation‘ dokumentarisch inszenieren.³⁸ ‚Rezos‘ nackter Oberkörper reproduziert damit auch implizit weiblich konnotierte *Gender-Codes*, wie sie die zitierten Instagram-Richtlinien enthalten. Darin werden konkrete Vorstellungen von ‚weiblich‘ inszenierter Nacktheit umrissen, indem Verbindungen zu Mutterschaft, Krankheit, Fürsorge und Kunst gezogen werden. Folgende Passage ist gemeint:

Fotos im Kontext des Stillens, einer Entbindung und der Momente danach, in gesundheitsbezogenen Kontexten [...] oder einer Protestaktion sind zulässig. Auch Nacktheit auf Fotos von Gemälden und Skulpturen ist gestattet.³⁹

Weiblich gelesenen Körpern wird auf diese Weise eine ‚natürliche‘ Verbindung von Fürsorge und schamhafter Sexualität zugeschrieben sowie das generelle Risiko, aufgrund von Körperentblößung sexualisiert und abgewertet zu werden, es sei denn die gezeigten Körper sind explizit als Kunst deklariert

³⁸ Vgl. <https://duckduckgo.com/?q=body+transformation+go+tage+frauen&t=opera&iar=images&iax=images&ia=images> und <https://duckduckgo.com/?q=body+transformation+go+tage+männer&t=opera&iar=images&iax=images&ia=images>, (01.06.2023).

³⁹ Zitiert aus <https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119> (01.06.2023).

– strukturelle Diskriminierungen, von denen ‚Rezo‘ nicht betroffen ist. Mit Villa gesprochen veranschaulicht die Körperrepräsentation ‚Rezo‘ den Zusammenhang von *Doing Gender* und „doing inequality“: „Erweitert man [...] die mikrosoziologische Perspektive des ‚doing gender‘ um den Aspekt sozialer Ungleichheit, dann hat man es auch immer mit ‚doing inequality‘ zu tun“ (Villa 2011, S. 147). Die Inszenierung reproduziert ein heteronormatives Männerbild, das sich über Dominanz, Stärke und Potenz ausdrückt.

3.2.2 ‚Weibliche‘ Bezugsperson ‚Julia Beautx‘?

‚Julia Beautx‘ ist auf den Social-Media-Kanälen YouTube, Instagram, TikTok, Twitter⁴⁰ und Facebook vertreten.⁴¹ Die Accounts sind verlinkt mit Produkten der Marke „BEAUTX PARFUM“.⁴² Inhalte ihrer Posts sind Kosmetik, Styling, Mode, Ernährung, Reisen, Tanzen und Musik. Sie tritt neben Social Media auch als Schauspielerin, Sängerin und Teilnehmerin von TV-Shows öffentlich auf. Auf dem Analysebild posiert die Influencerin mit einem Produkt von „BEAUTX PARFUM“ (siehe Abb. 6).

⁴⁰ Gemeint ist der Kurznachrichtendienst „X“, der zum Zeitpunkt der Masterarbeit „Twitter“ hieß.

⁴¹ Follower:innenzahlen [Stand 01.06.2023]: YouTube-Kanal ‚Julia Beautx‘ (Beitrittsdatum am 18.11.2013): 2,45 Millionen, siehe <https://www.youtube.com/@JuliaBeautx/about>; YouTube-Kanal ‚BEAUTX VLOGS‘ (Beitrittsdatum am 07.01.2016): 797.000, siehe <https://www.youtube.com/@BeautxVlogs/about>; Instagram-Account ‚Julia Beautx‘ (Beitrittsmonat Februar 2014): 3,6 Millionen, siehe <https://www.instagram.com/JuliaBeautx/>; TikTok-Account ‚juliabeautx‘: 3,9 Millionen, siehe <https://www.tiktok.com/@juliabeautx>; Twitter-Account ‚Julia‘: 221.059, siehe <https://twitter.com/JuliaBeautx>; Facebook-Account ‚Julia Beautx‘: 41.863 Follower:innen, siehe <https://www.facebook.com/JuliaBeautx99> (01.06.2023).

⁴² Homepage der Marke, siehe <https://beautxparfum.com/> (01.06.2023).



Abb. 6: https://www.instagram.com/p/CZSACR-NHK_/ [Zugriff am 16.11.2023].



Abb. 7: https://www.instagram.com/p/CZSACR-NHK_/ [Zugriff zuletzt am 16.11.2023, grafische Veränderung d. Verf.].

3.2.2.1 Dress-Analyse ‚Julia Beaux‘

Der Screenshot zeigt das Porträt einer weißen Person in Dreiviertelansicht.⁴³ Sie befindet sich in der Mitte der Komposition, ihr Blick ist den Betrachtenden zugewandt. Durch den leicht geöffneten Mund sind die vorderen Schneidezähne ansatzweise sichtbar. Die Oberarme liegen am Körper an, die Unterarme sind zur Brust hin angewinkelt, in den Händen hält sie ein Objekt. Vordergrundig ragt von links oben eine Pflanze ins Bildgeschehen. Den Hintergrund bildet eine weiße Wand, die an eine Ziegelsteinwand angrenzt. Vorder- und Hintergrund sind im Vergleich zum Mittelgrund unscharf. Der Bildausschnitt endet auf Brusthöhe.

Body Modifications

Hair Das glatte Haar ist mehrheitlich brustlang, wobei die gesichtsrahmenden Partien etwas kürzer geschnitten sind. Einige der feinen, blond-hellbraunen Haarsträhnen liegen überlagert auf Schultern und Brust auf. Die rechte Haarpartie ist hinter das Ohr geschoben – es liegt frei.⁴⁴ Das linke Ohr ist von der anderen Haarpartie verdeckt. Vermutlich wurden zur Steigerung von Glanz und Glätte Kosmetikprodukte sowie ein Glätteisen hinzugezogen.

Skin Die Gesichtshaut ist geschminkt. Sichtbar nachvollziehbar sind Bemalungen der Wangenknochen, der Augenpartie, der Brauen sowie des Mundes. Im Wangenbereich sowie auf Unter- und Oberlippe liegt ein hellorangener, matter Farbton. Ein schwarzer oberer und unterer Lidstrich

⁴³ Alle Beschreibungen aus Betrachter:innenperspektive.
⁴⁴ Alle Beschreibungen aus Betrachter:innenperspektive.

konturiert das Auge und läuft seitlich Richtung Schläfe aus („Cat-Eye-Look“). Wimpernlänge und Volumen wurde vermutlich mit dunklem Mascara und angeklebten Kunstwimpern gesteigert. Die Brauen sind zu einer breitkantigen Linie gezupft (oder rasiert), die die ersten zwei Drittel ansteigt und das letzte Drittel abfällt. Dabei sind die Brauhaare nach oben gekämmt, sodass die untere Kontur klar und die obere ‚ausfransend‘ erscheint. Die modellierten Brauen sind dunkelbraun nachgemalt und vermutlich mit einem Stylinggel fixiert. Andere Videos zeigen, dass die Sommersprossen aufgemalt sind.⁴⁵

Nails

Glanz und Design weisen auf Nagellack hin. Die Farbgebung ist dem Hautton nachempfunden, wobei die Nagelspitzen heller als der untere Bereich sind („French Nails“). Die Nagelenden ragen deutlich über die Fingerspitzen hinaus. Leicht erhöhte Ansätze am Wuchsbeginn weisen auf angeklebte Kunstnägel hin.

Muscular/ Skeletal System

Die Wangenknochen sind über das aufgetragene Rouge hervorgehoben. Das Rouge (und vermutlich weitere Kosmetikprodukte, die am Analysegegenstand nicht nachvollziehbar sind) erzeugt im Zusammenspiel mit Licht und Schatten eine Kontrastwirkung. Es handelt sich um die Make-up-Technik ‚Contouring‘.

⁴⁵ <https://www.tiktok.com/@juliabeaux/video/7175488843209100550?lang=de-DE>
(01.06.2023)

Body Supplements

- Body Enclosures* Die Person trägt einen langärmeligen Strickpullover mit großflächigem, eckig-geometrischem Muster in abwechselnden, beigen Farbtönen. Die Form ist weit mit Rundhalsauschnitt und abschließenden Rippenbündchen an Hals und Ärmeln. Das Material wirkt weich. Vermutlich handelt es sich um Wolle, synthetische Fasern mit Wollcharakter (z.B. Polyacryl) oder eine Mischung aus beidem.
- Attachments to the body* Zwei große, schwer anmutende, silberfarbige Kreolen bestücken das rechte Ohrläppchen.
- Hand-held objects* In ihren Händen hält die Person eine gläserne, rot-orangefarbene Parfümflasche.

3.2.2.2 Interpretation ‚invisible bodysuit‘

‚Julia Beaux‘ inszeniert sich mit einem Produkt der Parfümmarke „BEAUTX-PARFUM“ (siehe Abb. 6), das sie in Form eines Glasflakons in den Händen hält. Damit greift die Darstellung explizit Geruch als Teil von *Dress* auf (vgl. Eicher & Roach-Higgins 1992). Das *Body Supplement* Flakon geht kompositorisch über die Haltung des linken Mittelfingers eine direkte Verbindung mit dem rechts positionierten Werbetext ein (siehe Abb. 7). Die linke Fingerspitze verweist auf den Namen ‚juliabeaux‘, gefolgt von einem Zitat der US-amerikanischen Designerin Donna Karan⁴⁶: „Fragrance is the first layer of dressing a womans invisible bodysuit“ (siehe ebd.) und einem Herzsymbol. Das Zitat kann als lookistisch eingestuft werden, da essentialistische Aussagen zu *Dress* und *Gender* getroffen werden. Wohlriechender Duft („Fragrance“)

⁴⁶ Donna Karan ist eine US-amerikanische Modedesignerin und Unternehmerin, siehe <https://www.dkny.com/our-story> (01.06.2023).

wird weiblich konnotiert, der Zusatz „invisible bodysuit“ stärkt diese Naturalisierung und ‚mythisiert‘ (vgl. Barthes 2012) ‚Weiblichkeit‘ als geheimnisvoll. Das hinzugefügte Herzicon unterstreicht den Sprechakt als ‚wahr‘. Das Zitat stärkt eine explizit feminisierte, differenzmarkierende Lesart und rückt alle *Dress*-Merkmale (Frisur, Make-up, Fingernägel, Strickpullover, Flakon, Ohrringe) verstärkt in einen weiblich konnotierten Kontext. Im Zusammenspiel mit dem Kommentar „super Valentinstagsgeschenk“ wird zudem die kulturelle Handlung des Schenkens unter Liebenden oder an begehrte Personen gegendert: Parfüm wird zu einem ‚Frauengeschenk‘. Diese Vergeschlechtlichung von Dingen bezeichnet Villa mit Bezug auf den Soziologen Stefan Hirschauer als „Sexuierungsprozesse“ (Villa 2011, S. 99). Mit Verweis auf das Zitat Donna Karans inszeniert ‚Julia Beaux‘ sich explizit als „woman“. Doch wirkt die weiblich gelesene „Geschlechtsdarstellung“ (Villa 2011, S. 98) auch ohne diesen Hinweis. Villa betont, dass „Sexuierungsprozesse“ wie beispielsweise mittels „Kleidung, Gesten, Namen und Bezeichnungen, Tätigkeiten, Stimme, Nutzung von Räumen usw.“ (ebd.) vor allem implizit verlaufen. Sie visualisiert dies am Beispiel lackierter Fingernägel:

Die Sexuierung geschieht demnach in Form eines zirkulären Prozesses: ist der Nagellack ein traditionellerweise von Frauen benutzter Körperschmuck, wird der Nagellack zu einem weiblichen Objekt, woraufhin die Personen, die ihn benutzen, weiblich bzw. verweiblicht werden (ebd., S. 99).

Demzufolge sind Nagellack, lange Haare, Make-up, Parfümflasche sowie Ohrringe von ‚Julia Beaux‘ Teil eines feminisierten Interpretationsprozesses (ebd., S. 105). Sie entfalten ihre verweiblichende Wirkung über „gemeinsame, soziale, präreflexive Deutungsmuster“ (ebd., S. 100f.). In Anlehnung

an Hirschauer betont Villa: „Das Soziale ist bildförmig. Individuen sehen die Codes, mit denen sie die Welt ordnen und mit deren Hilfe sie Sinn in die Welt bringen“ (ebd., S. 105).

Kosmetische ‚Natürlichkeit‘

Ein kosmetisches Beispiel für ‚Sinnproduktion‘ (vgl. ebd.) ist die Make-up-Technik ‚Contouring‘, mit der das Gesicht über bewusst eingesetzte, farbliche Kontrastwirkungen optisch geformt wird. Im Beispiel ‚Julia Beaux‘ sind die Wangenknochen über geschminkte Schattierungen hervorgehoben und die Brauen dunkel geschminkt. Die Ausleuchtung (Schlagschatten unter dem Kieferknochen) verstärkt den konturierenden Effekt. Das Gesicht wird im Sinne eines Ideals modelliert, das hervorgehobene Wangenknochen und markante Augenbrauen als Schönheitsnorm repräsentiert. Das Make-up ist insgesamt zwar als solches zu erkennen, aber nicht ‚übertrieben‘ eingesetzt. Gleiches gilt für das Naildesign im ‚French Look‘, bei dem die Farbgebung dem Hautton nachempfunden wird, sodass die Nagelspitzen heller als der untere Bereich erscheinen. Leicht erhöhte Ansätze am Wuchsbeginn weisen auf angeklebte Kunstnägeln, Glanz auf transparenten Lack, hin. Zudem zeigt anderes Bildmaterial der Influencer:in, dass die Sommersprossen aufgemalt sind.⁴⁷ Make-up und Naildesign unterliegen demzufolge einer kosmetischen Inszenierung von Natur.

⁴⁷ Schminktutorials wie die Anleitung zum Aufmalen von Sommersprossen können mit den Worten Britta Hoffarths folgendermaßen kommentiert werden: „Genau dieser Moment von Einkörperung erscheint in der Adoleszenz spannungsvoll: Wenn davon auszugehen ist, dass die Praktiken noch nicht in einer Weise inkorporiert sind, dass sie fraglos erscheinen, aber doch schon so ‚funktionieren‘, dass sie als Imitation oder Mimesis der gekonnten Praxis aufgefasst werden können, besteht zwischen Ihnen ein Identitäts-Differenz-Verhältnis, in dem Identität nicht Gleich-Sein bedeuten kann und damit stets im Prozess verbleiben muss. In der Betrachtung dieser Techniken im Zwischenraum eines Übergangs von Lernen zu Können wird das Moment ihrer Kulturalität als Moment von Kontingenz deutlich. Die Techniken werden in komplexen Abfolgen und Logiken ausgeführt, die angeeignet, geübt werden müssen“ (Hoffarth 2019, S. 198–199).

Dress und Raum

Weitere *Gender*-Wirkweisen zirkulieren im Zusammenspiel von *Dress* und Raum. Das vorliegende Beispiel ist weit entfernt davon die Instagram-Richtlinien zu Abbildungen weiblich gelesener Brustwarzen zu brechen. ‚Julia Beaux‘ steht leicht verdeckt hinter einer Pflanze. Das weich anmutende Material des *Body Supplement* Strickpullover ist verhüllend und vermittelt eine wohltuende Haptik. Der Effekt steht im Einklang mit ‚sanftem‘ Farbdesign, Kameraunschärfe im Vor- und Hintergrund sowie der ebenfalls weich anmutenden Pflanze. Unsichtbarkeit (Duft), Weichheit (Textil, Pflanze) und Verführung (geöffneter Mund) werden zu Signifikanten ‚weiblicher‘ Sexualität. Bezogen auf vorherige implizite Aussagen der Körperrepräsentation ‚Rezo‘ (vgl. Abb. 5) oszilliert die Körperrepräsentation ‚Julia Beaux‘ zwischen Scham und Verführung. Codes hierfür sind der leicht geöffnete Mund sowie die leichte Kameraaufsicht. Das Zusammenspiel stilisiert ‚Julia Beaux‘ zur aktiven Verführerin, die Lust auslöst (geöffneter Mund), sich aber sexuell passiv bzw. ‚schamhaft‘ verhält (Kameraaufsicht). Zugleich eröffnet die deutlich hervorgehobene Augenbraue symbolischen Raum für entgegengesetzte und/oder erweiternde Deutungen (z.B. die der selbstbewussten Unternehmerin). Die analysierten *Dress*-Merkmale weisen allerdings darauf hin, dass das Beispiel ‚Julia Beaux‘ eine gegenderte Sicht auf Körper reproduziert, indem es Naturalisierungen geknüpft an differenzmarkierende Codes repräsentiert.

3.2.3 ‚Nicht-binäre‘ Bezugsperson ‚Marvyn Macnificent‘?

‚Marvyn Macnificent‘ inszeniert sich auf den Social-Media-Plattformen Instagram, YouTube, TikTok, Twitter⁴⁸ und Snapchat.⁴⁹ Seinen Profilen ist die *Gender*-Bezeichnung „*non-binary* (he/him)“ zugefügt sowie der mit Herzsymbolen illustrierte Untertitel „Be WHO YOU ARE, not what others want you to be“.⁵⁰ Themenschwerpunkte sind Kosmetik (einschließlich operativer Eingriffe wie Gesichtsveränderungen), *Gender* und *Mode*, die er überwiegend am Beispiel seiner eigenen Person bespricht und visualisiert. Er ist Gründer der Make-up Marke „Gender X“, deren Produkte er über Schmink-Tutorials und Links bewirbt.⁵¹ Die folgende Bildauswahl zeigt einen Screenshot des Instagram-Profiles ‚Marvyn‘ (siehe Abb. 8).



Abb. 8: Der Beitrag wurde mittlerweile entfernt. Er ist mit Oktober 3, 2022 datiert (siehe Bild unten rechts) und war Teil folgender Website <https://www.instagram.com/marvyn/> [Zugriff zuletzt am 16.11.2023].

35

⁴⁸ Gemeint ist der Kurznachrichtendienst „X“, der zum Zeitpunkt der Masterarbeit „Twitter“ hieß.

⁴⁹ Follower:innenzahlen [Stand 01.06.2023]: Instagram-Profil ‚MARVYN‘ (Beitrittsmonat Mai 2012): 426.000, siehe <https://www.instagram.com/marvyn/>; YouTube-Kanal ‚Marvyn Macnificent‘ (Beitrittsdatum 06.10.2014): 1,01 Millionen, siehe <https://www.youtube.com/@marvyn/about>; YouTube-Kanal ‚FlodderMarvyn‘ (Beitrittsdatum 20.12.2019): 58.300, siehe <https://www.youtube.com/@FlodderMarvyn/about>; YouTube-Kanal ‚FlodderGaming‘ (Beitrittsdatum 02.05.2020): 28.500, siehe <https://www.youtube.com/@FlodderGaming/about>; TikTok-Account ‚marvynmacnificent‘: 1,4 Millionen, siehe <https://www.tiktok.com/@marvynmacnificent>; Twitter-Account ‚MARVYN‘: 103.221, siehe <https://twitter.com/mrvynmncnificent>; Snapchat-Account ‚marvynmacnificent‘: Keine Zahlen sichtbar, siehe <https://www.snapchat.com/add/marvynmncnificent> (01.06.2023).

⁵⁰ Siehe <https://www.youtube.com/@marvyn/about> (01.06.2023).

⁵¹ Vgl. <https://genderxbeauty.de> (01.06.2023).

3.2.3.1 Dress-Analyse ‚Marvyn Macnificent‘

Der Screenshot (siehe Abb. 8.) zeigt linkerhand das Porträt einer weißen Person in Frontalansicht.⁵² Der Standpunkt ist leicht erhöht, die Blickrichtung verläuft gerade. Am oberen, linken Bildrand ragt eine Hand herein. Das auf Brusthöhe endende Porträt markiert den scharfgestellten Bildvordergrund. Im unscharfen Hintergrund ist ein Raum mit Fensterfront (links) und eine Sofalandschaft sowie Wandbilder (rechts) zu erkennen. Die Kameraunter-sicht gibt den Blick auf eine helle Zimmerdecke frei. Rechterhand erscheint

⁵² Alle Beschreibungen aus Betrachter:innenperspektive.

ein Kommentarfeld, auf dem der Profilname ‚marvyn‘ neben einem kleinen Profilfoto erscheint. Der Chat wird eröffnet über „wie man muss jetzt wieder hoodies tragen...“ (ebd.), gefolgt von einer Anzeige zu Produkten der Marke „Gender X Beauty“ sowie Kommentaren anderer User:innen.

Body Modifications

Hair Das circa fünf Zentimeter lange hellbraune Haupthaar ist nach links gestylt und ‚schwebt‘ leicht über dem Kopf. Die Haare liegen überkreuzt durcheinander. Es ist vermutlich mit Haarspray fixiert. Aschblonde Akzente verweisen auf eine Färbung. An den Schläfen ist das Haar kurzgeschoren, wobei durch die links hereinragende Hand nur die rechte Partie zu erkennen ist.

Skin Das Gesicht, insbesondere Augen-, Mund- und Wangenknochenpartie, ist stark geschminkt. Die Brauen sind gezupft (oder rasiert) und leicht verjüngt in Richtung Schläfen. Sie sind dunkelbraun nachbemalt. Augenlid sowie oberer und unterer Augenrand sind hellsilbern geschminkt. Die Wimpern sind schwarz getuscht und aufgrund der Länge als künstlich einzustufen. Auffällig sind die Augen mit jeweils türkisgrüner Iris, vermutlich trägt die Person Kontaktlinsen, die diesen Farbton erzeugen. Die Lippen sind in einem rosa-braunem Farbspektrum bemalt mit einem Farbverlauf von hell (innen) nach dunkel (außen). Sie sind braun konturiert, wobei die Oberlippenkontur über deren eigentliche Form hinausgeht. Der

Glanzeffekt ist vermutlich durch Lipgloss erzeugt. Die ‚cremig‘ anmutende Hautoberfläche verweist auf überlagerte Make-up Schichten.

Nails

Am Nagelansatz sind circa 4cm lange, schwarz-weiß-silbern designte Kunstnägel geklebt. Das silberne Kreuz verweist auf das Logo der Make-up Marke „Gender X Beauty“.⁵³

Muscular/

Über Rouge sind die Wangenknochen hervorgehoben.

Skeletal System

Zudem sticht der Nasenrücken über Glanz hervor. Es handelt sich um die Make-up Technik ‚Contouring‘.

Body Supplements

Body Enclosures

Die Person trägt einen schwarzen, langärmeligen, Kapuzenpullover mit Banddurchzug. Die Noppen an der Oberfläche sowie das weich anmutende Material weisen auf Bouclé-Fleece (‚Teddyfellstoff‘) hin.

36

3.2.3.2 Interpretation ‚Hoodie, boy bait & stripdown liner‘

Das *Dress-Ensemble* von Hoodie, Kurzhaarfrisur, Make-up und Naildesign kann als vestimentäres Statement gelesen werden, das die Wandlungsfähigkeit von *Gender* betont. Kombinationen und Übertreibung bestimmter Elemente, auf die ich weiter unten eingehen werde, sind Stilmittel dieser Inszenierung. Sie ist im Zusammenhang mit der *Gender*-Selbstbezeichnung des Influencers zu lesen: ‚Marvyn Macnificent‘ definiert sich als „*non-binary*“ mit dem Pronomen „he/him“.⁵⁴ Der Hinweis Villas, dass Geschlechtsbezeich-

⁵³ Siehe <https://genderxbeauty.de/> (01.06.2023).

⁵⁴ Siehe <https://www.instagram.com/marvyn/> (01.06.2023).

nungen, die sich vom Zweigeschlechtersystem distanzieren, dieses zugleich benötigten, „um überhaupt Sinn zu machen“ (Villa 2011, S. 155), trifft auf die vorliegende Inszenierung zu. Villa schreibt:

[...] alle Kategorien, die mit Geschlecht und Körper zu tun haben, [müssen sich] um sinnhaft zu sein, auf die diskursive Matrix der Geschlechterdifferenz beziehen. Begriffe wie ‚androgyn‘, ‚transsexuell‘, ‚bisexuell‘, ‚Hermaphrodit‘, ‚polymorph‘ usw., die zunächst suggerieren, jenseits eines dualistischen Schemas von Frau/Mann, homo-/heterosexuell Sinn zu machen (intelligibel zu sein), beziehen sich letztendlich doch auf die Geschlechterdifferenz, die sie aber anders ausdrücken bzw. zu der sie sich auf eine spezifische Art positionieren (ebd., S. 155).

Welche spezifische Art sich zu positionieren zeigt das vorliegende Beispiel. ‚Marvyn Macnificent‘ inszeniert sich als Model für seine Make-up Marke ‚Gender X‘. Der Firmenname markiert Abgrenzung zu binären Geschlechterteilungen, indem *Gender* als ‚X‘ definiert wird. Im Naildesign zeigt sich zudem die bewusste Gestaltung eines Corporate-Designs: Das große, silberne ‚X‘ verweist auf das Firmenlogo. Wie auch bei ‚Rezo‘ und ‚Julia Beaux‘ kann das Beispiel als inkorporierte Werbung bezeichnet werden. Die präsentierten Produkte gehen direkten Kontakt zur Körpermaterie (bzw. zu *Dress*) ein mit dem Ziel der Veränderung: Im Fall ‚Rezo‘ über Sport und Nahrungsergänzungsmittel, im Fall ‚Julia Beaux‘ über Parfüm, im vorliegenden Fall über Make-up und Naildesign.

Gender-Dress-Codes

Im Kontext von *Gender* sticht bei ‚Marvyn Macnificent‘ das Zusammenspiel maskulinisierter und feminisierter *Dress-Codes* hervor. Eine modehistorische Sicht hilft, diese „Sexuierungsprozesse“ (Villa 2011, S. 99) zu verstehen. Das *Body Supplement Hoodie*, gepaart mit Kurzhaarfrisur und perspektivischer Untersicht ist ein Inszenierungsmittel, das maskulinisierte, in patriarchalen Strukturen verwobene *Dress-Codes* zitiert. Im Kontrast dazu stehen die *Body Modifications* Naildesign und Make-up, die die Person ‚verweiblichen‘ (vgl. ebd., S. 114). Modehistorische Analogien veranschaulichen, dass die Historizität dieser Gestaltungsmittel in Bezug auf *Gender* komplex ausfällt.

Hoodie und Anzug

Laut der Kostümhistorikerin Claudia Wisniewski etabliert sich die Kapuze seit den 1930ern zunehmend in der Sportkleidung (Wisniewski 1996b, S. 142). Von dort gelangt der Hoodie⁵⁵ in Gesellschaftsfelder, zu denen weiblich gelesene Personen erschwerte oder gar keine Zugänge hatten wie Militär- und Profisport.⁵⁶ Jugendkulturen wie Graffiti, Hip-hop und Skating, die den Kapuzenpullover als vestimentäres Zugehörigkeitssymbol seit den 1970er Jahren adaptiert haben, sind ebenfalls ‚männlich‘ dominierte Räume, die sich erst seit einigen Jahrzehnten hinsichtlich Geschlechtervielfalten öffnen. Aus dieser Sicht stellt der Hoodie (bzw. seine erweiterte Form als Jogginganzug) eine postmoderne Variante des bürgerlichen Herrenanzugs dar.

⁵⁵ Die US-amerikanische Bekleidungsmarke ‚Champion‘ reklamiert für sich den Kapuzenpullover in den 1930er Jahren als Straßenarbeiterkleidung erfunden zu haben, siehe https://www.championstore.com/de_de/reverse-weave-kapuzenpullover (01.06.2023).; https://www.championstore.com/de_de/unsere-tradition (01.06.2023).

⁵⁶ Die Modemarken ‚teym‘ und ‚asket‘ verweisen auf den Kultfilm ‚Rocky‘ aus dem Jahr 1976, in dem der Schauspieler Sylvester Stallone in seiner Rolle als ‚Rocky Balboa‘ einen grauen Hoodie trägt, siehe <https://www.asket.com/de/the-story-of-the-hoodie> und <https://teym.eu/blog/the-sweatsuit-from-sportswear-to-fashion/> (01.06.2023)..

Der Herrenanzug ist modegeschichtlich ein vestimentäres Distinktionsmerkmal der aufstrebenden, bürgerlichen Klasse, die sich in Abgrenzung zum Adel über Arbeit und Bildung definiert. Zugleich kommt es im Bürgertum zu einer Feminisierung von Mode: Eine Vergeschlechtlichung, die mit weiblich konnotierter Abwertung einhergeht, die eine bürgerliche Rollenverteilung in Hausfrau und Verdienener, in Privatheit und Öffentlichkeit, konstruiert (vgl. Brandes 2017, S. 272). Männlich gelesenen Personen wird über die ‚Anzug-Uniform‘ Mode als identitäres Experimentierfeld abgesprochen. Der Anzug materialisiert ihre ‚Männlichkeit‘, verknüpft mit Arbeitsmarkt, Studium und Politik – Bereiche, die für weiblich gelesene Personen jener Zeit nur stark eingeschränkt oder gar nicht zugänglich sind. Hoodie (bzw. Jogginganzug) und Anzug gemein ist demzufolge ihre Genese als vestimentäres Zeichen für maskulinisierte, öffentliche Räume, oftmals verstärkt durch dunkle Farbgebung. Vermeintlich symbolische Unterschiede zwischen Hoodie (z.B. Freizeit, Coolness, Sport, Jugend) und Anzug (z.B. Seriosität, Business, Erwachsensein) lösen sich im Konsens erfolgreicher ‚Männlichkeiten‘ wie beispielsweise Profisportler und Politiker auf.⁵⁷

Bezogen auf ‚Marvyn Macnificent‘ weist die Materialtextur des Hoodies allerdings erste Brüche dieser Lesart auf. Ein klassischer Herrenanzug ist aus veredelten Wollfasern hergestellt, die zu einem Gewebe mit ‚schlichter‘ Oberflächentextur verwebt werden.⁵⁸ Hingegen ist die Materialtextur des abgebildeten Hoodies ‚verspielt‘: Die erkennbaren Noppen sind über eine Webtechnik herbeigeführt, bei der die Schussfäden einen ‚Bouclé‘-Effekt (dt. Übersetzung ‚Locke, Schleife, Schlaufe, Schlinge oder Noppe‘) erzeugen.⁵⁹

⁵⁷ Filmstill aus dem Kinofilm ‚Rocky‘ (Avildsen, John G. 1976) mit Schauspieler Sylvester Stallone als Boxer ‚Rocky Balboa‘. Abbildung aus: <https://teym.eu/blog/the-sweatsuit-from-sportswear-to-fashion/> [Zugriff zuletzt am 01.06.2023].

⁵⁸ In diesem ‚schlichten‘ Spektrum kann die Oberflächenstruktur von glatt, z.B. über Kammgarn, bis aufgeraut, z.B. über walken, variieren, siehe <http://vocabulaire.cieta.fr/de/kammgarn> (01.06.2023) und <http://vocabulaire.cieta.fr/de/walken> (01.06.2023).

⁵⁹ Vgl. <http://vocabulaire.cieta.fr/de/boucle> (01.06.2023).

Weitere, weitaus expressivere, ‚Verspieltheit‘ repräsentieren die *Body Modifications* Make-up und Naildesign. Ihre überzogene Art ist bedeutsam – die Analogie zu bürgerlichen *Dress-Codes* ist hier verfehlt. Es sind vielmehr aristokratische *Dress-Codes* in Form exzentrischer Manierismen (Kunstnägel, Kunstwimpern, Übermalung der Lippenkontur), die aufgerufen werden (vgl. Villa 2011, S. 154).

Extravaganz vs. ‚Natürlichkeit‘?

Auf formaler Ebene rücken die *Body Modifications* Make-up und Naildesign, hervorgehoben durch die schwarze Pulloverfarbe, ins Zentrum der Komposition (siehe Abb. 8). Auf semiotischer Ebene handelt es sich um körperbezogene Gestaltungsmittel, denen seit der Aufklärung verstärkt ‚Weiblichkeit‘ zugeschrieben wird (vgl. Hoffarth 2019, S. 191). Mit der Formung bürgerlicher Gesellschaftsstrukturen, bilden sich *Dress-Codes* aus, die das „Lebensgefühl des Bürgertums“ (ebd.) materialisieren. Dieses erhebt in Abgrenzung zur höfischen Gesellschaft sowie zum ‚fahrenden Volk‘ der Schaustellerei, ‚Natürlichkeit‘ zum Schönheitsideal (vgl. Böhme, S. 47). *Dress-Mittel* wie beispielsweise Perücken, Schminke und Parfüm gelten nach sich herausbildenden bürgerlichen Normen als ‚unnatürlich‘. Sie werden gedeutet als innere Leere und Moralverfall der Trägerperson. In diesem Zuge entfällt auch das Schminken als Schönheitspraxis für bürgerliche ‚Männer‘,

[...] dessen Einsatz wird für den bürgerlichen Mann peinlich und zwar deshalb, weil sich der symbolische Rahmen des Puderns und Cremens verändert. Sich zu schminken wird im bürgerlichen Zeitalter zum Sinnbild für ‚Weiblichkeit‘ (Gieske 2000, S. 105 zitiert in Hoffarth 2019, S. 192).

Make-up und Naildesign kodieren im vorliegenden Beispiel Hedonismus und Exzentrik auf bewusst übertriebene, teilweise sexualisierte Weise. Sprachlich zeigt sich dies explizit an Produktnamen wie ‚Stripdown liner‘ (dt. Übersetzung ‚Ausziehstift‘) sowie ‚Boy Bait‘ (dt. Übersetzung ‚Jungenköderer‘) und dem auf ‚prachtvoll‘ verweisenden Künstlerzweitnamen ‚Macnificent‘ (von engl. ‚magnificent‘). Aus historisch-bürgerlicher Sicht spiegeln diese Bezeichnungen moralisch verwerfliche *Dress*-Codes wie Verführung, Luxus und Sexualität wider, von denen sich ein bürgerliches Klassenverständnis abgrenzt.

Camp-Style?

Die Schriftstellerin Susan Sontag (1933–2004) bietet Anknüpfungspunkte, diese Art der Inszenierung als „campy“ (Sontag 1980, S. 272) zu lesen. Zumindest illustriert ‚Marvyn Macnificent‘ über Produktnamen, Make-up und Naildesign einige der von ihr aufgeführten Merkmale des „Camp-Geschmacks“ (ebd.) wie beispielsweise eine „Vorliebe für die Übertreibung, sexueller Merkmale und individueller Manierismen“ (ebd., S. 273). In dem 1964 veröffentlichten Essay „Notes on ‚Camp‘“, den Sontag dem Schriftsteller Oscar Wilde (1854–1900) widmet (vgl. ebd., S. 270), versucht sie zu erörtern, worauf sich dieser „Kultname“ (ebd., S. 269) bezieht. Sontag betont, dass es sich bei Camp um eine „Erlebnisweise“ (ebd.) handelt, die essentialistische Zuschreibungen ablehnt. Sie schreibt:

Camp sieht alles in Anführungsstrichen: nicht eine Lampe, sondern eine ‚Lampe‘; nicht eine Frau, sondern eine ‚Frau‘. Camp in Personen oder Sachen wahrnehmen, heißt die Existenz als das Spielen einer Rolle begrei-

fen. Damit hat die Metapher des Lebens als Theater in der Erlebnisweise [gemeint ist Camp – Anm. d. Verf.] ihre größte Erweiterung erfahren (ebd., S. 273).

Die „Existenz als das Spielen einer Rolle begreifen“ (ebd.) wirkt im Beispiel ‚Marvyn Macnificent‘ explizit über *Dress*. Die Verlängerung der Nägel, der Wimpern sowie die Vergrößerung des Mundes ist offensichtlich – diese *Body Modifications* erheben keinen Anspruch auf ‚Natürlichkeit‘. Folgendes Zitat von Sontag erscheint passend: „Camp führt eine neue Norm ein: das Kunstmäßige als Ideal, das Theatralische“ (ebd., S. 281). Sie schreibt dem „Camp-Auge [...] die Macht [zu], Erfahrungen umzuformen“ (ebd., S. 271).⁶⁰

Die Kombination der skizzierten maskulinisierten (Hoodie, Kurzhaarfri-sur) und feminisierten (Make-up, Naildesign) *Dress*-Elemente kann in diesem Sinne als ‚Umformung‘ (vgl. ebd.) gewohnter *Gender-Dress*-Codes gelesen werden, die Distanz zum Zweigeslechtersystem markiert und zugleich ihre Verwobenheit darin aufzeigt (vgl. Villa 2011, S. 155).

3.3 Zusammenfassender Vergleich

Die Analyse hat zugrundeliegende Normen und damit einhergehende struk-turelle Diskriminierungen aufgezeigt. Versteht man die Teilnehmerinnen in „Shopping Queen“ sowie die Influencer:innen ‚Rezo‘, ‚Julia Beautx‘ und ‚Marvyn Macnificent‘ als mediale Bezugspersonen (vgl. Wegener 2008), re-präsentieren sie auf visueller und sprachlicher Ebene „körperliche Leitbilder“ (Gugutzer 2022, S. 62) bei denen tradierte Gendercodes zentral sind. Dabei

⁶⁰ „Der Camp-Geschmack wendet sich von dem Gut-schlecht-Schema der üblichen ästhe-tischen Wertung ab. Camp wertet die Dinge nicht um. Es behauptet nicht, das Gute sei schlecht und das Schlechte gut. Stattdessen bietet es neue – ergänzende – Normen der Bewertung von Kunst (und Leben)“ (Sontag 1980, S. 279).

wird Mode als weiblich konnotiertes („Julia Beautx“; „Marvyn Macnificent“; „Shopping Queen“) und Sport als männlich konnotiertes Stylingtool („Rezo“) verhandelt. Der (un)bekleidete Körper wird zum gesellschaftlichen Statussymbol (vgl. Villa 2007), dessen Auf- oder Abwertung innerhalb eines normativen Bezugssystems erfolgt. Die Sendung „Shopping Queen“ zeigt Schritt für Schritt wie über das ‚richtige‘ Konsumverhalten Körper ‚wertsteigernd‘ geformt werden können. Vermittelt wird dadurch, Stoffe, Farben und Schnitte zu wählen, die ‚strecken‘ und nicht ‚auftragen‘. Es herrscht also Konsens darüber, Kleidung und Kosmetik als visuelles Verjüngungs- und Schlankheitsmittel zu nutzen. Der initiierende ‚Style-Check‘ jeder Kandidatin, der sie aus unterschiedlichen Blickwinkeln mit eingeblendeten Körpermaßen und Gewichtangabe zeigt, verdeutlicht, dass die Fernsehsendung Teil eines Diskurses ist, in dem vor allem Frauenkörper objektiviert werden.⁶¹ Auch bei den Influencer:innen ist die Bearbeitung der Körper in Beziehung zu Gendercodes Ausgangs- und Angelpunkt der medialen Repräsentation. Die ‚Body Transformation‘ von ‚Rezo‘ hin zum trainierten, nackten Oberkörper reproduziert Geschlechtervorstellungen, die Selbstdisziplin, Erfolg und Dominanz als männlich konnotieren. Im Vergleich dazu stärkt die Inszenierung ‚Julia Beautxs‘ weiblich konnotierte Vorstellungen, die Schönheitshandlungen wie Kosmetik und Parfüm naturalisieren. ‚Marvyn Macnificent‘ positioniert sich wiederum über exzentrisches Make-up und die Selbstbezeichnung „*non-binary*“ und grenzt sich von zweigeschlechtlich-heteronormativen Gendercodes ab. Diese Körperrepräsentation verweist damit explizit auf ein Bezugssystem, das Zweigeschlechtlichkeit zur Norm erhebt und in der Umformung von styling-bezogenen Sehgewohnheiten sichtbar macht.

Die Beispiele haben gemein, dass der Einfluss struktureller Normen auf körpergestaltende Maßnahmen unreflektiert bleibt und subjektives Wohlbe-

61 <https://www.vox.de/cms/shopping-queen-lina-aus-hamburg-im-style-check-4111365.html>

finden betont wird. Es handelt sich um kommerzielle Inszenierungen, wobei die Influencer:innen stärker in einem marketingstrategischen Kontext stehen als die Kandidatinnen in „Shopping Queen“. Die (un)bekleideten Körper der Influencer:innen sind inszenierte Produktwerbeflächen für Nahrungsergänzungsmittel („Rezo“), Parfüm („Julia Beautx“) und Make-up („Marvyn Macnificent“). In diesem Sinne ist auch der Ausspruch „Be WHO YOU ARE, not what others want you to be“⁶² des Influencers ‚Marvyn Macnificent‘ als kommerzialisierte Message kritisch zu lesen. Hinsichtlich Villas Äußerung von einer „kulturellen Verdinglichungstendenz, die den Körper tatsächlich (nur noch) als beliebig manipulierbare Masse kodiert“ (Villa 2007, S. 4), werden *Body Modifications* und *Body Supplements* wie Kleidung, Sport und Kosmetika eine identitätsstiftende Wirkung zugeschrieben, die gekauft werden kann.

62 Siehe <https://www.youtube.com/@marvyn/about> (01.06.2023).

4. (Un)bekleidete Körper im Feld Schule

Bevor ausgeführt wird, wie ein kritischer Ansatz bezüglich normierter Körperrepräsentationen über künstlerisch-educative Zugänge umgesetzt werden kann (vgl. Kapitel 4.2), verspricht eine soziologisch-ethnologische Sicht ergänzende Erkenntnisimpulse auf (un)bekleidete Körper im ‚analogen‘ Feld Schule. Ethnografische Studien zu Körperlichkeit im Schulkontext erforschen, welche Rolle Körper als alltägliches Kommunikationsmittel in pädagogischen Prozessen spielen. Es heißt:

Gerade die Institution Schule beeinflusst den Körper durch ihre Regulierung von Raum und Zeit. Sie bildet einen wesentlichen Rahmen, in dem Denken und Körper gesellschaftsfähig gemacht werden (Langer et al. 2010, S. 10).

Der Schulalltag basiert auf vielen körpergebundenen Ritualen, die bestehende Machtverhältnisse alltäglich (re)produzieren. ‚Schulkörper‘ werden „zu Trägern von Herrschaftsverhältnissen“ (Alkemeyer 2011, S. 58), wie es der Soziologe und Sportwissenschaftler Thomas Alkemeyer mit Bezug auf Pierre Bourdieu und Karl Marx beschreibt. Im körpergebundenen Unterrichtsgeschehen unterscheidet Alkemeyer zwischen impliziter und expliziter Pädagogik (vgl. ebd., S. 57). Erstere zeigt sich in Form von „Aufmerksamkeiten und Korrekturen“ (ebd.), Letztgenannte über „Trainieren, Üben oder Disziplinieren“ (ebd.). Für die Subjektbildung schreibt Alkemeyer impliziter Pädagogik mehr Wirkmacht zu und plädiert dafür, „dass die sozialen Formen, in denen sich die Schüler[:innen] bewegen, zur (Selbst-)Reflexion auffordern“ (ebd., S. 68).

An dieser Stelle lassen sich Bezüge zu bisherigen Erkenntnissen ziehen: In der TV-Sendung „Shopping Queen“ werden die Kandidatinnenkörper implizit über Stylingtipps gemäß einem bestimmten Ideal ‚korrigiert‘ (vgl. Kapitel 3.1). Dieses wird explizit über ‚Shopping‘, Laufstegperformance und Bewertungen ihrer Mitstreiterinnen verhandelt: Die Kandidatinnen trainieren, üben und disziplinieren ihre Körper (vgl. Alkemeyer 2011, S. 57). Ausschlaggebend für Auf- und Abwertungen ihrer Körper, im Sinne von *Dress*, ist das ‚Expertenwissen‘ des Designers Kretschmer sowie der Kandidat:innen untereinander (vgl. Eichmann 2018, S. 163). Überträgt man das Setting auf Unterricht, fällt der Lehrkraft die ‚Moderator:innenrolle‘ zu, Mitschüler:innen und Peers übernehmen die Rolle der Kandidat:innen. Die Lehrkraft hat wie der Moderator Kretschmer eine Machtposition, die sich explizit in Form von Zensuren äußert. Bezogen auf Social Media (vgl. Kapitel 3.2) zeigt sich die ‚Klassenraumanalogie‘ im Wechselspiel von Selbstinszenierung und Kommentaren. Schüler:innen erhalten unmittelbar Rückmeldung auf ihre ‚Klassenraumperformance‘. Vergleichbar mit Kommentaren und Likes im Netz, die sozialen und wirtschaftlichen Erfolg beeinflussen, haben Bewertungen und Kommentare im Klassenraum Anteil am sozialen Status der Schüler:innen. Sie haben Anteil an Inkorporierungen (vgl. Bourdieu 2012), die die Schüler:innen in ihrer Identitätenentwicklung beeinflussen.

41

4.1 Bezüge zum Körper im Kerncurriculum für Textiles Gestalten

Der Begriff ‚Körper‘ taucht zweimal im Themenbereich ‚Mode‘, empfohlen für die Schuljahrgänge 9/10, auf:

1. [Die Schüler:innen] diskutieren die Geschichte der Mode mittels der Kriterien **Körperbild** [Hervorhebung d. Verf.], Geschlechterrolle, Gesellschaftsschicht, Gesundheit.

2. [Die Schüler:innen] setzen sich kritisch mit dem Begriff der Ästhetik in Bezug zum eigenen **Körper** [Hervorhebung d. Verf.] und den jeweils vorherrschenden Moralvorstellungen auseinander (KC Niedersachsen 2012, S. 13).

Die Zitate entstammen dem Kompetenzbereich „Beurteilung und Bewertung“ (ebd., S. 6). Kritische Auseinandersetzung, Reflexion und Diskussion werden als Kernziele dieser Teilkompetenz formuliert (vgl. ebd.). Auch ist eine Verbindung zu *Gender* gegeben, indem empfohlen wird, dass Schüler:innen „eine Textilie in ihrem Kontext, z.B. mit Blick auf Traditionen, Geschichte, Lebensbedingungen, **Geschlechterrollen** [Hervorhebung d. Verf.], Symbolik [untersuchen]“ (ebd., S. 12). *Class* wird im historischen Rückblick berücksichtigt, *Race* taucht als Analysekategorie hingegen nicht auf (vgl. ebd., S. 13). Doch zeigt die Auflistung sowie die Zuordnung zum Themenbereich „Textilien in kulturellen Zusammenhängen“ (ebd., S. 12) zumindest ansatzweise ein semiotisches Kulturverständnis, das Textilien grundsätzlich eine Vermittlungsfunktion bezogen auf tradierte, historische, gesellschaftliche, geschlechtliche und symbolische Vorstellungen zuschreibt (vgl. ebd.). Zudem ist die „mehrperspektivische Betrachtung eines textilen Objektes/eines textilen Themas“ (ebd., S. 7) Teil des Lehrplans. Diese Leitlinien sind anschlussfähig an semiologisch-(de)konstruktivistische Herangehensweisen, die den (un)bekleideten Körper *diskursiv* beleuchten (vgl. Hall 2011, S. 6). Körperbezogene Themen sind pädagogisch sensibel, da sie strukturelle Diskriminierungen reproduzieren können (vgl. Kapitel 2.4). Verlagerungen auf Subjekte jenseits

des Klassenraumes, beispielsweise auf mediale Bezugspersonen (vgl. Kapitel 3.2), können präventiv gegenüber pädagogischem Fehlverhalten (z.B. Ausgrenzung und Bloßstellung über *Othering*) wirken.

Dress als Unterrichtsgegenstand

Dress als Unterrichtsgegenstand setzt am konkret Materiellen an, beispielsweise der eigenen Kleidung, und schafft darüber hinaus Reflexions- und Transferangebote normierter Körperrepräsentationen auf die unmittelbare Ding- und Körperwelt. Das Fach Textiles Gestalten bietet im Fächervergleich einzigartige Möglichkeiten, implizite und explizite Ebenen normierter Körperrepräsentationen über künstlerisch-educative Zugänge zu reflektieren. Die folgenden Ausführungen basieren auf einem interdisziplinären Grundverständnis, das den künstlerisch-educativen Schwerpunkt im Vergleich zu naturwissenschaftlichen Fächern als bildungserweiternd (und nicht gegensätzlich) versteht.⁶³

42

4.2 Künstlerisch-educative Vermittlungskonzepte

Um Schüler:innen zur kritischen Auseinandersetzung mit normierten Körperrepräsentationen anzuregen, bieten die Vermittlungskonzepte *Material Literacy*⁶⁴ und *Ästhetische Forschung* eine didaktisch fundierte Grundlage. *Material Literacy* „zielt auf die Bewusstwerdung der Konvention, die kritische Rezeption, die angemessene und sinnvolle Nutzung sowie die selbststän-

⁶³ Hierzu schreibt Becker: „Kunst, Design und Kultur stehen nicht in polarer Beziehung zu Ökonomie und Technik, sondern sind eng mit ihnen verflochten. Zwischen allen Bereichen gibt es fließende Übergänge“ (Becker 2006, S. 9).

⁶⁴ Laut Becker und Helmholt hat Carmen Mörsch den Begriff *Material Literacy* als erste in die Diskussion gebracht (vgl. Becker 2007c, S. 6 und Helmholt 2007, S. 267).

dige Gestaltung und Neukombination von Dingen“ (Becker 2007c, S. 7) ab. *Ästhetische Forschung* versucht, „lineare Formen des Denkens [...] zugunsten komplexer Erfahrungen zu verändern und neu miteinander in Beziehung zu setzen“ (Kämpf-Jansen 2012, S. 33). Die Zitate spiegeln die Verwobenheit der Konzepte wider. Beide Theorien heben Alltagsbezug und eine prozessorientierte Arbeitsweise als Potenzial und Motor für selbstgesteuerte Lernprozesse hervor (vgl. Kolhoff-Kahl 2016, S. 84f.). Wo liegen ihre Unterschiede? *Ästhetische Forschung* beinhaltet explizit künstlerische Anteile, während für *Material Literacy* künstlerische Verfahren optional sind. Die verwandten Konzepte für künstlerisch-educative Zugänge zu kombinieren, ist wechselseitig fruchtbar: Eine Fusion stärkt sowohl den künstlerischen (*Ästhetische Forschung*) als auch den edukativen Anspruch (*Material Literacy*) an pädagogische Prozesse, in denen Alltagsdinge als Objekte gesellschaftlicher Zustände für Schüler:innen erfahrbar werden. Zudem erweitert dieser Zugang didaktische Ressourcen, um Lehrinhalte und Herangehensweisen kritisch zu hinterfragen.

Bevor zum Themenkomplex *Dress* Unterrichtsrahmungen (vgl. Blohm & Heil 2012, S. 10) skizziert werden (vgl. Kapitel 4.2.3), soll der Blick auf die Bildungspotenziale geschärft werden, die diesen Theorien innerhalb der Fachwissenschaft, insbesondere für das Schulfach Textiles Gestalten, zugeschrieben werden.

4.2.1 *Material Literacy*

„Was passiert mit Didaktiken und der Vermittlung, wenn unterschiedliche Formen der Wissensproduktion zugelassen werden?“ (Mühr 2020, S. 140), fragt Patricia Mühr in ihrem Artikel „Restitution: Von der Didaktik textiler Sachkultur zur Vermittlung von Material Literacy“. Darin schildert sie die

fachinterne Entwicklung im Lehramtsstudium für das Fach Textiles Gestalten an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, der auch die vorliegende Arbeit angeschlossen ist. In den 1980er und 1990er Jahren hat Ingrid Köller die „Didaktik Textiler Sachkultur“ für die Lehramtsausbildung ausgearbeitet (vgl. Ellwanger 2007, S. 29). Ihr Ziel war es, den Textilunterricht zu reformieren und damit zugleich Argumente gegen das Fach auszuhebeln (vgl. Mühr 2020, S. 131f.). Textil galt als ‚verstaubtes‘ Handarbeitsfach, dessen Reformierung vor allem in einer „Verlagerung des Akzents von der Textilherstellung zur Textilkonsumtion“ (Ellwanger 2007, S. 28) lag. Leitbegriffe dieser neuen Ausrichtung bilden die von Köller eingeführten Analyse Kategorien Konsumption, Produktion, Ästhetik und Kulturgeschichte (vgl. Mühr 2020, S. 131). Dieser Ansatz lässt Verknüpfungen zum *Circuit of Culture* nach Hall zu (vgl. Abb. 1) – auch dort tauchen „consumption“ und „production“ als Begriffe auf (vgl. Hall 2013 und ders. 2011, S. 1). Dass Köller sie in eine Reihe mit „Ästhetik“ und „Kulturgeschichte“ stellt (vgl. Mühr 2020, S. 131) und Hall sie zirkulär mit *identity*, *representation* und *regulation* verbindet (siehe Abb. 1), zeigt eine unterschiedliche (nicht dualistische) Zielsetzung. Während Halls Theorie hilft, Diskurse zu dekonstruieren und somit als potenziell veränderbar wahrzunehmen, liegt der Fokus laut Mühr bei Köller auf „Konstruktion und Rekonstruktion, die Dekonstruktion im Sinne eines Denkens *es könnte auch anders sein* ist in der *Didaktik textiler Sachkultur* als Weg noch nicht (oder selten) angelegt“ (ebd., S. 139, Hervorhebungen im Original). Bis heute orientiert sich das Institut für *Materielle Kultur* in Oldenburg an Köllers Didaktik, aber auf prozesshafte Weise. „Im Anschluss an gegenwärtige Diskurse“ (ebd., S. 140) stellt Mühr eine „Verschiebung“ mit zunehmendem Fokus auf dekonstruktivistische Herangehensweisen fest wie sie etwa das *Material Literacy* Konzept anstrebt (vgl. ebd., S. 139). Mühr schließt damit an die Sicht Karen Ellwangers an (vgl. 2007, S. 30), die den seit den 1990er Jahren zunehmenden Einfluss der *Cultural Studies* für die fachinterne Entwicklung hervorhebt. Mehrpers-

pektivität, Vernetzung, Aushandlungsprozesse, Reflexion sowie das Denken in Beziehungen sind Kennzeichen dieser Wende (vgl. ebd.). In den Fokus rücke seither die Wandelbarkeit gesellschaftlicher Verhältnisse, in denen die Subjekte ihre Rolle aktiver wahrnehmen. Ellwanger schreibt:

Im Blickpunkt stehen seither Konsument/innen in spätmodernen Gesellschaften, die sich über unterschiedliche und biografisch wechselnde Stile, Moden und (Jugend-)Kulturen äußern und die nicht als (tendenziell weibliche) Opfer eines manipulierenden Systems der Mode verstanden werden, sondern als Alltagsakteur/innen (ebd., S. 28).

Übertragen auf Textilunterricht sind Schüler:innen die Alltagsakteur:innen und somit primäre Bezugspunkte fachlicher Inhalte. Im Schulkontext beziehen sich dekonstruktivistische Ansätze auf das Aufbrechen künstlicher Lernwelten ohne Realitätsbezug (vgl. Becker 2007b, S. 209). Becker betont: „Im Hinblick auf ihr Bildungspotenzial wurden und werden Textilien in der schulischen Bildung weit unterschätzt“ (Becker 2007c, S. 133). Der Designer und Textildidaktiker hat herausgearbeitet, inwiefern das *Literacy*-Konzept eine geeignete Grundlage darstellt, textiles Bildungspotenzial besser als bisher auszuschöpfen:

Früher wurde mit dem Begriff ‚Literacy‘ nur das Lesen und Schreiben von Wörtern bezeichnet. Heute dagegen wird Literacy als eine grundlegende Qualifikation verstanden, die eine aktive, verantwortungsbewusste Teilnahme am gesellschaftlichen Leben in modernen Gesellschaften ermöglicht. Sie zielt auf den Erwerb der Kompetenzen, die es Schüler[:innen] ermöglichen, nachhaltig vernetztes Wissen und Können auf unterschiedliche praxisbezogene Situationen und Probleme beziehen zu können (ebd., S. 132).

Dieser Ansatz ist diskursiv, da vor allem die „effects and consequences“ (Hall 2011, S. 6) bestehender Zustände hinterfragt werden. Die didaktische Herausforderung liegt demzufolge darin, Schüler:innen dazu anzuregen, ihre alltägliche Dingwelt in Beziehung zu komplexen Zusammenhängen zu setzen. Demzufolge sollten laut Becker „textile Fertigprodukte“ (2007c, S. 130) von Kindern und Jugendlichen in den Vordergrund rücken, um davon ausgehend Bezüge zu Herstellungsprozessen und Produktionsbedingungen ziehen zu können, anstatt kontextlos textile Techniken einzuüben (vgl. ebd.). Er verweist auf die gesellschaftliche Bedeutungslosigkeit eines Textilunterrichts, der die Chance verpasst, Schüler:innen im vernetzten Denken sowie in Selbstreflexion über die eigene gesellschaftliche Position – ausgehend von Alltagsbezügen – zu schulen (vgl. ebd., S. 132). Die hier zitierten Vertreter:innen eines Lehrkonzepts im Sinne von *Material Literacy* sprechen sich nicht gegen praktisches Unterrichtshandeln aus. Doch stellen sie dieses vermehrt in einen künstlerisch-reflexiven Rahmen. Ellwanger spricht von „zeitgenössische(n) Praxisformen“ (Ellwanger 2007, S. 30):

Künstlerisch-educative Projekte werden in die Lehre eingebracht, um den kulturwissenschaftlichen Schwerpunkt durch korrespondierende zeitgenössische Praxisformen, wie sie im künstlerischen Feld und in der Pädagogik erprobt sind, zu vertiefen und ihm eine weitere Dimension hinzufügen (ebd.).

Diese „weitere Dimension“ (ebd.) kann das Konzept der *Ästhetischen Forschung* sein. Es hinzuzuziehen entspricht zudem der Forderung von *Material Literacy*, vernetzende Bildungszugänge zu schaffen.

4.2.2 Ästhetische Forschung

Angeregt von erziehungswissenschaftlichen Diskursen zum forschenden Lernen hat die Kunstpädagogin Helga Kämpf-Jansen das didaktische Konzept der *Ästhetischen Forschung* entwickelt (vgl. 2012). Mit einer Verschiebung hin zu Ästhetik wird die Wahrnehmung der Dinge auf omnisensorische Weise geschult und steht damit auch dem *Dress*-Begriff nach Eicher und Roach-Higgins nah (vgl. Kapitel 2.3). Für das Eintauchen in die Gedankenwelt der *Ästhetischen Forschung* ist eine grundlegende Begriffsbestimmung hilfreich. Der Kunsthistoriker und Pädagoge Buschkühle schreibt:

Das Wort Ästhetik leitet sich vom griechischen *aisthesis* her, welches ‚Wahrnehmung‘, ‚Empfindung‘ bedeutet. Oft wird etwas Schönes als ‚ästhetisch‘ bezeichnet, doch geht der Begriff der Ästhetik darüber hinaus. Es gibt auch eine Ästhetik des Hässlichen oder des Schrecklichen, und neben dem Schönen ist traditionell auch das Erhabene Gegenstand der Ästhetik (Buschkühle 2022, S. 46, Hervorhebung im Original).

Alles, was unsere Wahrnehmung anrührt, ist ästhetisch – nicht nur die ‚schönen‘ Dinge (vgl. ebd.). Dass diese oftmals eher als ‚ästhetisch‘ beschrieben werden, verweist auf einen historisch geformten Ästhetikbegriff mit Wurzeln „im klassischen Humanismus, wo das Schöne als das Wahre, Gute und Erhabene verstanden wurde“ (Kolhoff-Kahl 2016, S. 75). Ein Ästhetikbegriff im Sinne der *Ästhetischen Forschung* hinterfragt hingegen „alte Denkgewohnheiten und Handlungsmuster [und] vergrößer[t] das Repertoire der Zugänge ins z.T. vorher Unvorstellbare“ (Kämpf-Jansen 2012, S. 22). Auch hier zeigt sich ein Kunst- und Kulturbegriff, der im Sinne der *Cultural Studies* eine Unterteilung in „high culture versus popular culture“ (Hall 2011, S. 2) ablehnt.

Alltagserfahrung, Kunst, Wissenschaft und ästhetische Praxis

Basis jeder *Ästhetischen Forschung* stellen die Forschungsfelder Alltagserfahrung, Kunst, Wissenschaft und ästhetische Praxis dar (vgl. Blohm & Heil 2012, S. 9f.). Sie werden prozesshaft miteinander verknüpft. Kämpf-Jansen betont: „[...] nichts geschieht formal-additiv, alle [Herangehensweisen] liegen gleichberechtigt nebeneinander“ (2015, S. 175). Ein Lernprozess, der auf diese Weise funktioniert, braucht eine „forschende Haltung“ (Leuschner et al. 2012, S. 12) aller Beteiligten. Stärkster Motor ist vermutlich die intrinsische Motivation der Lerngruppe. Um diese zu ‚entfachen‘, müssen Lehrpersonen Zugänge zu den individuellen Interessensfeldern schaffen. Laut Blohm und Heil sind für „Schülerinnen und Schüler, die ästhetisch forschen, [...] die Schule, der Stadtraum, das private Umfeld und Kulturinstitutionen die entscheidenden Bezugsräume“ (2012, S. 8). Korrespondierend zum *Material Literacy*-Konzept, wird (Selbst)-Reflexion als zu erwerbende Grundkompetenz herausgestellt:

Das, was die Schülerinnen und Schüler in schulischen ästhetischen Forschungsprojekten zuallererst erfahren ist, dass Fragen nicht von Lehrern oder Lehrerinnen an sie herangetragen werden, sondern dass sie zunehmend merken, dass sie selbst Fragen stellen können, dass sie eigenen Interessen nachspüren können und dass diese nicht von den Lehrerinnen und Lehrern vorgegeben werden (Blohm 2006, S. 101).

Die Offenheit gegenüber möglichen Interessenlagen – „Gegenstand ästhetischer Forschung kann alles sein“ (Kämpf-Jansen 2015, S.173) – ist herausfordernd. Ästhetische Forschungsprozesse „erfordern ein ständiges Verwerfen, Sich neu entscheiden, Annehmen von Situationen, auf die man sich unter anderen Bedingungen nie eingelassen hätte“ (ebd. 2012, S. 22). Didaktisch empfohlen wird ein thematischer Rahmen, in dem sich die Schüler:innen

individuell bewegen können (vgl. Leuschner & Riesling-Schärfe 2012, S.12). Überträgt man Ansätze der *Material Literacy* auf die *Ästhetische Forschung*, fördert das ästhetische Denken „die Entwicklung lebensrelevanter Kompetenzen“ (Becker 2007c, S.5). Kämpf-Jansen appelliert stark an die Selbstmotivation von Lehrkräften, *Ästhetische Forschung* zum Lehrprinzip zu machen – ein Ansatz, den der Kunstpädagoge Manfred Blohm kritisiert (vgl. 2006, S. 100). Bezogen auf reale Rahmenbedingungen im Schulkontext sollten nicht Einzelpersonen, sondern die Institution selbst eine ästhetisch-forschende Haltung einnehmen (vgl. ebd.). Blohm plädiert für „ein strukturelles Nachdenken über die Institution Schule“ (ebd.), indem die bildungstheoretischen Ansätze der *Ästhetischen Forschung* über das Fach Kunst hinaus zum grundlegenden Unterrichtsprinzip werden (vgl. ebd., S. 103).⁶⁵

Textiles Gestalten und Ästhetische Forschung

Praktische Ansätze, die *Ästhetische Forschung* didaktisch zu implementieren, finden sich bei der Textildidaktikerin Iris Kolhoff-Kahl. In Anlehnung an Kämpf-Jansen soll die Lehre grundsätzlich forschend und experimentierend sein (vgl. Kolhoff-Kahl 2016, S. 84–86). Dafür sind folgende drei Parameter didaktisch einzubinden:

1. Alltagserfahrungen
2. Künstlerische Strategien
3. Wissenschaftliche Methoden

Im Textil- (und Kunst-)Unterricht soll es nach Kolhoff-Kahl idealerweise einen Werkstatttraum geben, der den Schüler:innen alle drei Parameter als Stationen anbietet (vgl., ebd., S. 86f.). Grundsätzlich stehe nicht das künst-

⁶⁵ Blohm verweist darauf, dass dieser Anspruch an reformpädagogischen Bildungszielen anknüpft (vgl. Blohm 2006, S. 98).

lerische Produkt, sondern die Initiierung und Förderung von Prozessen im Vordergrund (vgl. ebd., S. 84). Kolhoff-Kahl verweist in ihren Ausführungen zudem stark auf die emotional-sinnliche Seite. Laut ihr hätten „Emotionen, wie Freude, Schock, Abscheu, Lust etc., und körperliches Erleben und Handeln“ (ebd., S. 76) kaum Raum in der Unterrichtsgestaltung. Leuschner und Riesling-Schärfe plädieren ebenfalls für ein Mehrgewicht subjektiver Wahrnehmungen im Unterrichtsgeschehen:

Ästhetische Anteile in Lern- und Forschungsprozessen ernst zu nehmen bedeutet, auf das ‚Wie‘ des Herstellens, Herausfindens und Sammelns zu achten und auch Assoziationen, Erinnerungen und Gefühle, die durch etwas provoziert werden, in den Arbeitsprozess miteinzubeziehen (Leuschner & Riesling-Schärfe 2012, S. 6).

Ästhetische Forschung birgt damit das Bildungspotenzial, (Selbst)-Reflexion zu schulen und eigene Interessenlagen über künstlerisch-educative Zugänge aufzuspüren.

4.2.3 Unterrichtsrahmungen: Körpernormierungen & Social Media

Wie können die ausgeführten Bildungspotenziale von *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* didaktisiert werden? Wie können Schüler:innen an künstlerische Strategien und wissenschaftliche Methoden herangeführt werden (vgl. Kolhoff-Kahl 2016, S.86f.), um normierte Körperrepräsentationen kritisch zu hinterfragen? In schulischen Settings gibt das Kerncurriculum das übergeordnete Thema vor. Die Forderung, „sich kritisch mit dem Begriff der Ästhetik in Bezug zum eigenen Körper und den jeweils vorherrschenden Mo-

ralvorstellungen auseinander [zu setzen]" (KC Niedersachsen 2012, S. 13), bietet Lehrpersonen eine solide Grundlage, normierte Körperrepräsentationen im Unterricht zu verhandeln.

Im Folgenden möchte ich, anknüpfend an Kapitel 3.2, eine Unterrichtsrahmung (vgl. Blohm & Heil 2012, S. 10) für den Themenkomplex ‚Körpernormierungen & Social Media‘ entwerfen, die Schüler:innen der Sekundarstufe I (9./10. Klasse) zum ästhetisch-forschenden Lernen aktiviert. Dabei orientiere ich mich an dem von Christina Leuschner formulierten Phasenmodell (vgl. 2012, S. 28f.). Gesucht werden Zugänge, die der aktuellen Interessenlage der Lerngruppe (‚Welche Social Media Personen kennen die Schüler:innen?‘) leicht angepasst werden können. Leuschner schlägt folgende Phaseneinteilung vor:

Phase I: Thema und Frage finden

Phase II: Forschen, Sammeln und Erfahren

Phase III: Material aufbereiten

Phase IV: Präsentieren

Phase V: Reflektieren

Sie betont diesbezüglich, dass der „ästhetische Forschungsprozess [...] kein Parcours mit fünf Hindernissen [ist], die der Forschende nach und nach hinter sich lässt, bevor er schließlich das Ziel erreicht“ (ebd., S. 28). Vielmehr stehen die Phasen während des gesamten Prozesses wechselseitig zueinander (vgl. ebd.). Darüber hinaus bietet das Handbuch „Social Justice und Diversity“ (Czollek et al. 2019) praxisbezogene Orientierung. Für die vorliegende Arbeit bieten die darin enthaltenen Reflexionsübungen zu *Lookismus* Anknüpfungspunkte (vgl. ebd., S. 133f.).

4.2.3.1 Phase I: Thema und Fragen finden

Das Oberthema ‚Körpernormierungen & Social Media‘ ist Ausgangspunkt einer ‚Reise‘, die in selbstgesteuerte Lernprozesse führt. Ziel der ersten Phase ist es, die Schüler:innen für binäre *Dress-Codes* zu sensibilisieren, Interesse zu wecken und die Weichen für die eigenen Themenfindungen zu stellen. Im Folgenden werden ein Einstieg sowie drei didaktische Methoden vorgestellt, die Schüler:innen für ihre *Ästhetische Forschung* vorentlasten und aktivieren.

Einstieg: Selbstreflexionsbogen Dress & Gender

Ein ‚Selbstreflexionsbogen‘ regt die Schüler:innen zum Nachdenken über *Dress, Gender* und *Lookismus* an (siehe Abb. 9). Es sind bewusst *Gender-neutrale* Formulierungen sowie die Ich-Perspektive gewählt. Die Ankreuzoptionen ‚Oft‘, ‚Manchmal‘, ‚Nie‘ steigern das Reflexionspotenzial, da sie zum Innehalten anregen, anstatt sofort zu- oder ablehnend zu reagieren. Das Material bietet den Schüler:innen erste Zugänge, die Vernetzung von Körper, Kleidung und *Gender* zu erfassen und deren Wirkweisen auf die eigene Person sowie auf ihr Umfeld zu beziehen. Über einfache Formulierungen wie ‚Ich lackiere mir die Fingernägel‘ oder ‚Ich trage Hosen‘ und der Aufforderung zur Positionierung kann „die Reflexion über eigene Zugehörigkeiten zu sozialen Gruppen, verinnerlichte Stereotype und individuelle Verwobenheiten“ (Czollek et al. 2019, S. 178) angeregt werden. Das Material ist als selbstreflexiver Anstoß gedacht, eine ‚natürliche‘ Verbindung von Geschlecht und Kleidung implizit in Frage zu stellen, ohne Stereotype zu reproduzieren (vgl. ebd., S. 138). Die Lehrkraft erklärt vorab, dass die Methode der Selbstreflexion⁶⁶ dient und keine Bewertung erfolgt. Jegliche Vorführung einzelner Schüler:innen (beispielsweise über Nachfragen zu gegebenen Antworten) ist unmittelbar

⁶⁶ Der Begriff ‚Selbstreflexion‘ sollte vorab von der Lerngruppe ggf. mit Hilfe der Lehrkraft erklärt werden.

und vor allem präventiv entgegenzuwirken. Das anonymisierte Ausfüllen mit einheitlichen Schreibmitteln (z.B. einem Bleistift) kann möglichen Diskriminierungen im Klassenraum vorbeugen. Die Bögen werden zusammengefasst und von der Lehrkraft verwahrt. Ob es abschließend zu einem Austausch kommt, hängt von den Bedürfnissen der Lerngruppe ab. Über die Frage ‚Wie ist es Euch ergangen beim Ausfüllen?‘ kann die Lehrkraft diesen nachspüren.

Methode I: Placemat

„Placemats“ sind vorstrukturierte Plakate, auf denen in Kleingruppen Gedanken zu einer aufgeschriebenen Frage gesammelt werden. In der ersten Runde notieren die Gruppenmitglieder ihre individuellen Antworten. In dieser Phase findet bewusst kein Austausch statt. In der zweiten Runde stellt jedes Gruppenmitglied seine Antworten vor, während die restlichen Mitglieder aktiv zuhören. Abschließend tauschen die Mitglieder ihre Meinungen untereinander sowie im Plenum aus.⁶⁷ Über Placemats kann erfasst werden, welche Social-Media-Stars die Lerngruppe kennt und welche Inhalte sie repräsentieren (z.B. über folgende Fragen: 1. Welche Personen kennst du, die einen Social Media Account haben? 2. Zu welchen Themen posten sie?).

Methode II: Influencer:innen & Themen

Die Schüler:innen schreiben ihnen bekannte Influencer:innen auf Kärtchen. Es gibt keine vorgegebene Anzahl. In einem nächsten Schritt ordnen sie die Kärtchen folgenden Themen (Mehrfachnennungen sind möglich) zu: Mode, Sport, Comedy, Gaming, Schminken, Musik, Politik und Essen. Zudem wer-

den freie Felder ausgelegt, in die die Schüler:innen weitere Themen einfügen können. Auf diese Weise entsteht eine Sammlung, die den Schüler:innen bekannt ist und Bildungspotenzial bietet, sich mit den repräsentierten Körpernormen der genannten Influencer:innen zu befassen.

⁶⁷ Vgl. auch <https://www.methodenkartei.uni-oldenburg.de/methode/think-pair-share/> (01.06.2023).

SELBSTREFLEXION

Inwiefern treffen die Aussagen auf Dich zu? Kreuze an

	Oft	Manchmal	Nie
1. Ich kleide mich je nach Ort unterschiedlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ich denke, dass der Kleidungsstil einer Person etwas über ihren Charakter aussagt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ich habe schon einmal jemanden aufgrund des Aussehens beleidigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mich stört es, wenn andere meinen Körper kommentieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Ich versuche meine Körperform mit Kleidung zu verändern (z.B. Schultern, Taille, Bauch, Körpergröße).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ich lackiere mir die Fingernägel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ich mache Sport, um meinen Körper nach einer bestimmten Vorstellung zu verändern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Das Wort „Gender“ habe ich schon mal gehört.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ich trage hohe Schuhe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Oft	Manchmal	Nie
10. Ich probiere gerne unterschiedliche Frisuren aus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ich trage Hosen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ich denke, dass ein bestimmtes Aussehen mich glücklicher macht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ich vergleiche mein Aussehen mit Anderen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Bevor ich mein Zuhause verlasse, schminke ich mich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Ich trage Röcke und Kleider.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Ich trage Schmuck (z.B. Ohrringe, Ketten, Armbänder...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Ich denke, dass mein Kleidungsstil individuell ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Ich bin zufrieden mit meinem Aussehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Ich esse spezielle Produkte, um meinen Körper zu verändern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Abb. 9: Didaktisches Material Selbstreflexionsbogen Dress & Gender I. Erstellt von d. Verf. 2023.

Methode III: Mix & Match

Für die Methode ‚Mix & Match‘ muss die Lehrkraft bereits eine Vorauswahl an Influencer:innen getroffen haben oder auf den zuvor genannten Methoden aufbauen. Die Bildschirmoberfläche von Social-Media-Portalen wie Instagram und TikTok ist in Bild und Kommentarfunktion gegliedert (vgl. Abb. 3–8). Diese werden in Form ausgedruckter Screenshots auseinandergeschnitten und durchmischt, sodass neue ‚Matches‘ entstehen (vgl. Abb. 10). Auf diese Weise sind Zu- und Umordnungen möglich. Bei Vorher-Nachher-Inszenierungen, wie im Fall ‚Rezo‘, kann eine Umkehrung der Bildreihenfolge Normen in Frage stellen (*Was ist vorher? Was ist nachher?*).



Abb. 10: Didaktisches Material Methode ‚Mix & Match‘. Erstellt von d. Verf. 2023.

Eigene Themenschwerpunkte und Fragen finden

Nach der Hinführung und möglicherweise ersten Ausdifferenzierung des Oberthemas ‚Körpernormierungen & Social Media‘ ist die Lerngruppe gefordert, vermehrt selbstgesteuert zu forschen. Gemeinsam werden Forschungsaufträge zu Influencer:innen entwickelt. Die Lehrkraft ist durchweg gefordert, das „Maß an Freiheit und Leitung“ (Leuschner 2012, S. 31) im Sinne größtmöglicher Partizipation der Schüler:innen abzuwägen. Es gilt fortwährend, den Interessen der Lerngruppe nachzuspüren und zu erkennen, wann diese Strukturierung oder auch Irritationen (vgl. ebd., S. 31) braucht. Leuschner betont:

Das Ausloten eines Themas und das Entwickeln von Fragen sind ein wichtiger Schritt im Forschungsprozess. Sie sollten daher den Schülerinnen und Schülern die Zeit geben, die sie brauchen, um eine Frage bzw. ein Thema zu finden, das sie wirklich interessiert (ebd.).

50

Eine Ausgangsbasis kann die Frage ‚Welche:r Influencer:in interessiert Dich?‘ schaffen. Auch die zuvor gesammelten Themenbereiche können Ausgangspunkte *Ästhetischer Forschungen* zu repräsentierten Körpernormen sein.

Forschungsbuch

Als grundlegendes, begleitendes Arbeitsmittel legt jede:r Schüler:in ein Forschungsbuch an (vgl. Leuschner 2012, S. 28f.).⁶⁸ Es dient zur Dokumentation und Sammlung, für deren Inhalt und Gestaltung die Schüler:innen zuständig sind. Die Lehrkraft kann über festgelegte Rituale und situative Aufforderungen eine kontinuierliche Nutzung befördern (z.B. ‚Mach dir mal ein paar Notizen‘; ‚Schau mal in dein Forschungsbuch‘; ‚Schreib das auf‘; ‚Wie stellst du dir das vor? Zeichne mal.‘ etc.). Im Gegensatz zu Kolhoff-Kahl (vgl. 2016, S. 87) grenzt Leuschner das Forschungsbuch vom Tagebuch ab. Sie schreibt:

Ein Forscherbuch zu schreiben, ist eine persönliche Angelegenheit. Rechtschreibung und korrekte Zeichensetzung sind beim Verfassen der Einträge nebensächlich. Dennoch ist das Forscherbuch kein Tagebuch. Insbesondere bei schulischen Forschungsprojekten sind seine Inhalte nicht geheim und sollten zumindest in Teilen anderen zugänglich sein (Leuschner 2012, S. 39).

Eine vorerst variable Materialsammlung, beispielsweise mittels Klammern, kann Ausgangspunkt eines Forschungsbuches sein, das im Sinne eines prozesshaften Arbeitens Variationen und Neuordnungen erleichtert. Die Sammlung erst zu einem fortgeschrittenen Zeitpunkt zu binden (wenn überhaupt) steigert gestalterisch-reflexive Möglichkeiten der Materialaufbereitung. Es kann mit Hand oder Maschine genäht, verschraubt und geklebt werden. In-

⁶⁸ Es fällt auf, dass Leuschner durchgängig das Maskulinum „Forscherbuch“ verwendet (vgl. Leuschner 2012). Die Universität Oldenburg hingegen nutzt die genderneutrale Bezeichnung „Forschungsheft“, siehe <https://www.methodenkartei.uni-oldenburg.de/methode/forschungstagebuch/> (01.06.2023). Anregungen bietet auch der Beitrag von Maria Anastasiadis und Gerhild Bachmann, die ein „Forschungstagebuch“ als Selbstreflexion und Kommunikationsmethode für Wissenschaftler:innen vorstellen (vgl. Anastasiadis/Bachmann 2005, S. 161–165).

halte können systematisiert, als Lapbook⁶⁹ oder Leporello aufbereitet werden. Aufbereitungen mit Präsentationscharakter, wie ein Mobile, eine Schauwand oder eine Skulptur, sind ebenfalls möglich. Die gestalterische Freiheit ermöglicht den Schüler:innen, individuelle Formen der Erkenntnisgewinnung zu entdecken und zugleich für andere zugänglich zu machen. Forschungsbücher „überdauern das Projekt und können auch später immer wieder zu Rate gezogen werden“ (ebd., S. 38). Auch Audio- sowie Videoaufnahmen können Teil des Forschungsbuches sein.

4.2.3.2 Phase II: Forschen, Sammeln und Erfahren

In dieser Phase forschen, sammeln und erfahren die Schüler:innen zu ihrem gewählten Feld. Leuschner nennt Kulturinstitutionen, öffentlichen Raum, Schule und privates Umfeld als Orte möglicher Forschung (vgl. ebd., S. 34). Wichtig ist, den prozessualen Charakter als Grundprinzip zu verinnerlichen. Blohm und Heil betonen: „[...] es [wird] immer wieder wechselnde Schwerpunktsetzungen geben, sodass immer wieder andere Aspekte im Vordergrund stehen“ (2012, S. 8). Bezogen auf das Oberthema ‚Normierte Körperrepräsentationen & Social Media‘ gilt es zudem, das alltägliche Wechselverhältnis digitaler und analoger Körpernormierungen zu erfassen und in Frage zu stellen. Wie stehen beispielsweise Filter, Posen, Kameraperspektiven, Fitnesscenter, Nagelstudios, ‚Schönheits‘-Operationen oder bestimmte Ernährungsweisen wechselseitig zueinander?

⁶⁹ Bei einem sogenannten Lapbook werden unterschiedliche Papierformate, Einschubfächer und/oder Briefumschläge auf eine große aufklappbare Trägerfläche gebracht. Ein Beispiel findet sich hier <https://shop.labbe.de/topics/topic/view/id/1354/> (01.06.2023). Grundsätzlich sind auch digitale Forschungsbücher möglich. Im Rahmen dieser Arbeit wird allerdings das Ziel verfolgt, Schüler:innen bewusst an analoge Gestaltungstechniken heranzuführen, wobei digitale Methoden miteinbezogen werden können (beispielsweise über Photoshop oder die App Pro Create).

Raumsetting

Über Lehrstationen kann ein räumlich-pädagogisches Setting gestaltet werden, das die Parameter *Ästhetischer Forschung* Alltagserfahrung, Kunst, Wissenschaft und ästhetische Praxis (vgl. ebd., S. 31) handlungsorientiert strukturiert. Inszeniert als Stationen vermitteln sie den Schüler:innen Wissen und Techniken, auf die sie während des gesamten Forschungsprozesses zurückgreifen können.

Station: Wissenschaft & Alltag

An dieser Station liegen Karteikarten mit Nachschlagebegriffen in Form wissenschaftlicher Zitate bereit, die kontinuierlich von den Schüler:innen erweitert werden. Neben der Funktion als ‚Nachschlagebox‘ kann das Kartenmaterial auch in Form von Spielen genutzt werden. Beispielsweise könnte eine Variante mit Zitaten aus Modezeitschriften (siehe Abb. 11–12) und/oder Zitaten der Schüler:innen selbst hinzukommen und spielerisch in Austausch zu den wissenschaftlichen Zitaten treten. Zitate in Form analoger Karten bieten der Lehrkraft zudem eine weitere Ressource didaktischer Intervention, die sie situativ, beispielsweise als stille Impulse bei Gruppenarbeiten, einsetzen kann.



Abb. 11: Didaktisches Material. Erstellt von d. Verf. 2023 aus *InStyle MEN* Frühjahr 2023.



Abb. 12: Didaktisches Material. Erstellt von d. Verf. 2023 aus InStyle April 2023.

Station: Kunst & ästhetische Praxis

Die Schüler:innen lernen an dieser Station, künstlerische Verfahren gestalterisch-reflexiv anzuwenden (siehe Abb. 13). Sie können gesammeltes Bildmaterial ausdrucken und über die Techniken Collage, Zeichnen und Malen Dress-Variationen herbeiführen (vgl. ebd.). Das Setting sollte über bereitgestelltes Material und wenige, anregende Beispiele selbsterklärend sein. Die Lehrkraft kann Techniken vorführen und zugleich Schüler:innen zu Lehrassistent:innen anleiten. Ein Einstieg über Ausdrucke und/oder Kopien in Kombination mit Modezeitschriften bietet einen niedrigschwelligen Zugang, die angebotenen Verfahren auszuprobieren. Bereits wenige Eingriffe können die Bildaussage verändern (vgl. ebd.). Wie wirkt es, wenn ich den Kopf entferne und/oder anmale? Welche Dress- und Gender-Assoziationen lösen Silhouetten aus? Wie kann Text eine Bildaussage verändern? Auch hier sollte die didaktische Prämisse gelten, die Schüler:innen fortwährend zu bestärken, eigene künstlerische Ideen zu entwickeln.

53



Abb. 13: Collage mixed media erstellt von d. Verf. 2023.

4.2.3.3 Phase III: Material aufbereiten

In dieser Phase wird die Sammlung aufbereitet. Wie bereits erwähnt, kann auf das Forschungsbuch als Quelle zurückgegriffen werden. Es kann Anlass für ein „künstlerisches Produkt“ (Leuschner 2012, S. 35) sein oder als Dokumentationsquelle kuratorisch aufbereitet werden („Was wird wie, wo gezeigt?“). Über Vorschläge können die Schüler:innen Gedanken entfalten: Performance? Theaterstück? Hörspiel? Rauminstallation? Möglichkeiten können im Gespräch aufgezeigt und ausgelotet werden. Ein Kurator:innenteam erkundet und diskutiert Ideen (z.B. „ein Social Media Profil erstellen? Welche Orte im Stadtraum könnten bespielt werden?“). Leuschner weist darauf hin, dass auch der Präsentationsort selbst als Zeichen von Wertschätzung begriffen werden kann (vgl. ebd., S. 37).

4.2.3.4 Phase IV: Präsentieren

Leuschner hält fest „der Erfolg des Forschungsprojektes sollte nicht nur an der Präsentation gemessen werden“ (ebd.). Sie ist vielmehr ein Teil des gesamten Forschungsprozesses. Aufgeteilt in Teams biete diese Phase über Kuration, Programmgestaltung, Flyer, Einladungen, Ton- und Lichttechnik (vgl. ebd.) Schüler:innen vielfältige Lernquellen kooperativer Kompetenzstärkung.

4.2.3.5 Phase V: Reflektieren

(Selbst-)Reflexion ist eine angestrebte Kernkompetenz künstlerisch-educativer Zugänge im Sinne von *Ästhetischer Forschung* und *Material Literacy*. Wie bereits erwähnt, ist die Phase des Reflektierens nicht als ‚Abschlussphase‘ zu verstehen, sondern Teil des gesamten Prozesses. Leuschner betont: „Im Austausch mit den Mitschüler[:innen] und Erwachsenen werden die Erfahrungen zu bedeutsamen Lernerlebnissen“ (ebd.). Erweiternd zum Forschungsbuch, das als individuelles Reflexionsinstrument gesehen werden kann, sind auch gemeinschaftliche Reflexionsinstrumente prozesshaft einzubinden. Als Vorschlag verweist Leuschner auf das von Winkels ausformulierte „Reflexionsinstrument für ästhetische Forschungsprojekte“ (vgl. Winkels 2012, S. 40f.), bei dem für jede Projektphase große Poster mit Indikatoren⁷⁰ und einer danebenstehenden Skala zur Selbstreflexion im Klassen- bzw. Projektraum aufgehängt werden (vgl. ebd., S. 41). Alle Teilnehmenden sind aufgefordert, ihre Einschätzung zu den Indikatoren, beispielsweise mit einem Klebepunkt oder ihrem Namen, zu markieren (vgl. ebd.). Neben diesen ‚Reflexionspostern‘ könne eine Schüler:innenkleingruppe helfen, die laufenden Prozesse selbstgesteuert in Gang zu halten und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln. Diese „Projektsteuerungsgruppe“ (ebd.) solle sich drei bis fünfmal für eine Zeitstunde treffen und könne in der Schüler:innenbesetzung wechseln (vgl. ebd.). Der Lehrkraft falle bei diesen Treffen die Aufgabe zu, für eine konstruktive Gesprächslenkung zu sorgen (vgl. ebd., S. 42).

⁷⁰ Als Indikatoren werden beispielsweise folgende genannt: „Wir haben mit künstlerischen Methoden gearbeitet; Die verschiedenen Arbeitsgruppen haben sich gegenseitig ihre aufbereiteten Ergebnisse gezeigt und diskutiert; Alle Gruppen konnten sich in der Präsentation so zeigen, wie sie es wollten“ (Winkels 2012, S. 43). Winkels weist Vermittler:innen darauf hin, „wenn Sie eigene Indikatoren finden, dann formulieren sie diese immer als positiven Aussagesatz, dem die Teilnehmenden eine zustimmende oder ablehnende Bewertung zuschreiben können“ (ebd., S. 42).

5. Schlussbetrachtung

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit war der Bildungsauftrag des niedersächsischen Kerncurriculums (vgl. KC Niedersachsen 2012, S. 13) Schüler:innen zu befähigen, sich „mit dem Begriff der Ästhetik in Bezug zum eigenen Körper und den jeweils vorherrschenden Moralvorstellungen“ (ebd.) kritisch auseinanderzusetzen. Untersucht wurde das Bildungspotenzial künstlerisch-educativer Zugänge am Beispiel der Vermittlungskonzepte *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* (vgl. Kapitel 4). Die vorgeschalteten semiologisch-(de)konstruktivistischen Sichtweisen auf mediale *Dress*-Inszenierungen haben die gesellschaftliche Alltäglichkeit und Zirkulation normierter Körperrepräsentationen verdeutlicht (vgl. Kapitel 2 und Kapitel 3). Sie haben gezeigt, dass Subjekt- und Objektstatus miteinander ‚verschmelzen‘ (vgl. Kapitel 3). Gerade im Feld Social Media ist es herausfordernd, Marketingstrategien klar erfassen zu können: Konsumobjekte werden als inkorporierte Subjektoptimierungen verhandelt (vgl. Eichmann 2018). Zudem wurde deutlich, dass die analysierten Körperrepräsentationen aufs Engste mit *Gender* vernetzt sind (vgl. Kapitel 3). Welche bildungswissenschaftlichen Anknüpfungspunkte bieten diese Erkenntnisse?

Die Rezeption medialer Körperrepräsentationen gehört zur Alltagserfahrung von Schüler:innen und stellt eine Quelle „körperliche[r] Leitbilder“ (Gugutzer 2022, S. 62) dar, deren Dekodierung Medienkompetenz verlangt. Eine Vermittlung, die normierte Körperrepräsentationen mit Social Media verknüpft, stellt im Sinne von *Material Literacy* Bezüge zu „realen Handlungsabläufen und tatsächlichen Problemsituationen“ (Becker 2007c, S. 130) her. Schüler:innen mit Medienkompetenz stellen die ‚Echtheit‘ von Influencer:innen grundsätzlich in Frage. Es sei an Halls Zitat erinnert: „Der Hund im Film kann bellen, aber kann nicht beißen!“ (2004, S. 71). Eine kritische Aus-

einandersetzung über künstlerisch-educative Zugänge mit *Dress* kann Diskriminierungsmechanismen, oftmals verbunden mit Marketingstrategien, aufdecken, die von den Schüler:innen zuvor unerkannt blieben. Die Bildungspotenziale von *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* bieten hierfür eine didaktisch fundierte Grundlage: Über prozesshaftes, fächerübergreifendes, kooperierendes und selbstgesteuertes Lernen, können Schüler:innen eigene Interessen miteinbringen bzw. aufspüren und werden im vernetzten Denken sowie (Selbst-)Reflexion gefördert. Dabei sollten Lehrinhalte die subjektive Kritikfähigkeit und Identitätenentwicklung von Kindern und Jugendlichen im Sinne gleichberechtigter Lebensverhältnisse unterstützen. Die Medienpädagoginnen Valerie Jochim und Christa Gebel sehen diesbezüglich Reformbedarf:

Grundsätzlich sollten schulische Kontexte und pädagogische Umfelder für Kinder und Jugendliche allgemein diverser gestaltet werden, um ihnen vielfältige Lebens- und Selbstentwürfe sowie Identifikationsmöglichkeiten anzubieten (Jochim & Gebel 2022, S. 75).

55

In schulischen Kontexten repräsentieren die Akteur:innen in ihrer Rolle als Lehrkraft oder Schüler:in lokale⁷¹ „Identifikationsmöglichkeiten“ (ebd.) – *Dress* ist ein wirksamer Teil davon. Lehr- und Schüler:innenkörper differieren in ihren *Dress*-Inszenierungen, sodass normierte Körperrepräsentationen im Schulalltag sichtbar (und erfahrbar) werden. Schwerpunkt dieser Arbeit waren mediale Bezugsorte bzw. Personen am Beispiel der TV-Serie „Shopping Queen“ sowie der Influencer:innen ‚Rezo‘, ‚Julia Beautx‘ und ‚Marvyn Macnificent‘. Verstanden als wechselseitige Felder haben lokale und mediale Körperrepräsentationen Einfluss auf bestehende und zukünftige Gesellschaftsstrukturen:

⁷¹ Im Sinne von körperlich unmittelbar.

Heute gilt es, Geschlecht im Spannungsverhältnis von diskursiver Herstellung und Verkörperung zu begreifen und in seiner Relevanz für die Konstituierung gesellschaftlicher Machtverhältnisse zu verstehen (Lünenborg & Maier 2013, S. 17).

Die angerissene soziologisch-ethnologische Sicht auf Körperlichkeit im Schulkontext (vgl. Kapitel 4) hat gezeigt, welche Rolle Körper als alltägliches Kommunikationsmittel in pädagogischen Prozessen spielen. Lehrkörpern wird mehr Bewegungsfreiheit zugesprochen als Schüler:innenkörpern (frei umhergehen im Raum vs. an einem zugeteilten Platz sitzen). Fordert eine Lehrkraft die Klasse dazu auf, sich zur Begrüßung zu erheben, wird explizit ‚für sie‘ und nicht füreinander aufgestanden. Möchte ich als Schüler:in etwas sagen, hebe ich meine Hand – als Lehrkraft kann ich hingegen frei in den Raum sprechen. Wer als Schüler:in Regeln nicht einhält, wird gemäß den institutionellen Normen ‚korrigiert‘. Regeln für Lehrkräfte spielen sich auf einer hierarchisch höheren Stufe ab: Da eine Lehrkraft meist allein das Unterrichtsgeschehen leitet, kommt ihr eine verantwortungsvolle Machtposition zu, die Teil struktureller Rahmenbedingungen ist (vgl. Blohm 2006).

Perspektivwechsel über Lernortwechsel

Eine Pädagogik nach Ansätzen der *Material Literacy* und der *Ästhetischen Forschung* öffnet reflexive Zugänge diverser Art, die helfen können, normbezogene Vergleiche innerhalb und außerhalb von Schule und damit einhergehende Selbst- und Fremddiskriminierungen abzubauen. Dies geschieht vor allem über bewusst mehrperspektivische Sichtweisen:

Getragen werden die verschiedenen Annäherungen an die Dinge von dem Gedanken, künstlerische, vorwissenschaftliche und wissenschaftlich orientierte Verfahren auf neue Weise miteinander zu verknüpfen (Kämpf-Jansen 2012, S. 7).

Künstlerisches, wissenschaftliches und selbstreflexives Handeln sind Kompetenzen, die auf meine eigene Lernbiografie zutreffen. In der Verbindung von *Material Literacy* und *Ästhetischer Forschung* sehe ich eine Möglichkeit mein angeeignetes Wissen in künstlerisch-educativen Settings zu vermitteln. Außerschulische Lernorte wie Kunstschulen, Studierendenprojekte und Museen können hier eine Schlüsselfunktion spielen, da der Ortswechsel zugleich einen Perspektivwechsel zum schulischen Alltag markiert. Gemäß pädagogischer Raumforschung sollte in jeder Lernsituation das Kind als erste, das soziale Umfeld als zweite und der Raum als dritte pädagogisch-einflussreiche Instanz bedacht werden.⁷² Lehre an außerschulischen Lernorten kann über die neue Ausgangssituation eine gestalterisch-reflexive Herangehensweise fördern, die sich von der Wirkmacht strukturell verankerter und inkorporierter Normen abgrenzt.⁷³ Es gehört zum Bildungsauftrag von Schule für implizite, unhinterfragte Körpernormen zu sensibilisieren und dadurch präventiv und situativ struktureller Diskriminierung entgegenzuwirken.

56

⁷² Eine Sicht, die auf frühkindliche Erziehungskonzepte des Pädagogen Loris Malaguzzi zurückgeht und auf schulische Raumforschung erweitert wurde (vgl. Kahl 2014 und Schultheis 2019).

⁷³ In Oldenburg bieten sich beispielsweise folgende Orte an: Universität Oldenburg (insbesondere Institut für *Materielle Kultur* und Institut für Kunst und visuelle Kultur), Oldenburger Kunstschule, Landesmuseum Oldenburg, Jugendtreffs, Horst-Jansen-Museum, Stadtmuseum sowie Edith-Ruß-Haus für Medienkunst.

6. Literaturverzeichnis

- Alkemeyer, Thomas (2011) Die Körperlichkeit des Lernens, der Bildung und der Subjektivierung. In: Erler, Ingolf (Hg.) *Wie Bourdieu in die Schule kommt. Analysen zu Ungleichheit und Herrschaft im Bildungswesen.* Schulheft 142. Innsbruck, Wien & Bozen: Studien Verlag, S. 55–68.
- Anastasiadis, Maria/ Bachmann, Gerhild (2005) *Das Forschungstagebuch.* In: Stigler, Hubert und Reicher, Hannelore (Hg.) *Praxisbuch Empirische Sozialforschung.* In den Erziehungs- und Bildungswissenschaften. Innsbruck, Wien & Bozen: Studien Verlag, S. 161–165.
- Barnes, Ruth/ Eicher, Joanne B. (Hg.) (1992) *Dress and Gender. Making Meaning in Cultural Contexts.* Oxford & Providence: Berg Publishers.
- Barthes, Roland (2012) *Mythen des Alltags.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Becker, Christian (2005) *Bildungsziel: Kompetente Alltagsakteure. Textile Sachkultur als Basis schulischer Kompetenzentwicklung.* In: ...textil... *Wissenschaft – Forschung – Unterricht*, 2/2005, S. 7–16.
- Becker, Christian (2007a) *Leben lernen.* In: Ders. (Hg.): *Perspektiven textiler Bildung.* Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 33–46.
- Becker, Christian (2007b) *Häkeln – oder was? Bildungspotenziale und -perspektiven des Textilunterrichts.* In: Hellmich, Frank (Hg.) *Perspektiven für das Lehren und Lernen in der Grundschule. Theorie und Praxis der Grundschule.* Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 199–218.
- Becker, Christian (2007c) *Material Literacy – eine Perspektive für den Textilunterricht.* In: *Fachblatt des Berufsverbandes Österreichischer Kunst- und WerkerzieherInnen, Tagungsbericht: Ästhetische Bildung. Modelle und Perspektiven in Europa*, 1/2007, S. 129–139.
- Binder, Beate (2021) *Geschlecht/Gender.* In: Schmidt-Lauber, Brigitta und Liebig, Manuel (Hg.) *Begriffe der Gegenwart. Ein kulturwissenschaftliches Glossar.* Wien & Köln: Böhlau, S. 115–123.
- Blohm, Manfred (2006) *Grenzgänge und Grenzüberschreitungen. Gedanken über vorsichtige Erweiterungen des Konzeptes Ästhetischer Forschung.* In: Kirschenmann, Johannes/ Peters, Maria/ Schulz, Frank (Hg.) *Über Ästhetische Forschung. Lektüre zu Texten von Helga Kämpf-Jansen.* Kontext Kunstpädagogik. Band 5. München: Kopaed, S. 97–104.
- Blohm, Manfred/ Heil, Christine (2012) *Was ist ästhetische Forschung?* In: Knocke, Andreas und Leuschner, Christina (Hg.) *Selbst entdecken ist die Kunst. Ästhetische Forschung in der Schule.* München: Kopaed, S. 6–10.
- Bosch, Aida (2014) *Identität und Dinge.* In: Samida, Stefanie/ Eggert, Manfred K. H./ Hahn, Hans Peter (Hg.) *Handbuch Materielle Kultur. Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen.* Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 70–77.
- Bourdieu, Pierre (2012) *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2014) *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft.* Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Brandes, Uta (2017) *Gender design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie*. Basel: Birkhäuser.
- Buschkühle, Carl-Peter (2022) Ästhetik. In: Bering, Kunibert/ Niehoff, Rolf/ Pauls, Karina (Hg.) *Lexikon der Kunstpädagogik*. Bielefeld: Wbv, S. 46–49.
- Czollek, Leah Carola/ Perko, Gudrun/ Kaszner, Corinne/ Czollek, Max (2019) *Praxishandbuch Social Justice und Diversity: Theorien, Training, Methoden, Übungen*. Weinheim & Basel: Beltz.
- Diamond, Daria/ Pflaster, Petra/ Schmid, Lea (2017) Wer, wie, was wieso, weshalb, warum? Eine einführende Auseinandersetzung mit Lookismus und der Normierung von Körpern. In: Dies. (Hg.) *Lookismus. Normierte Körper. Diskriminierende Mechanismen. (Self-)Empowerment*. Münster: Unrast, S. 8–13.
- Eicher, Johanne B./ Roach-Higgins, Mary Ellen (1992) Definition and Classification of Dress: Implications for Analysis of Gender Roles. In: Dies. (Hg.) *Dress and Gender. Making and Meaning in Cultural Contexts*. Providence & Oxford: Berg, S. 8–28.
- Eichmann, Jana (2018) *Konsum im Spiegel der Medien. Subjektbildung am Beispiel des Dokutainmentformats „Shopping Queen“*. Bielefeld: Transcript.
- Ellwanger, Karen (2007) *Textilwissenschaft und Materielle Kultur*. In: Becker, Christian (Hg.) *Perspektiven textiler Bildung*. Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 27–32.
- Faulstich-Wieland, Hannelore/ Horstkemper, Marianne (2012) *Schule und Genderforschung*. In: Kampfhoff, Marita und Wiepcke, Claudia (Hg.) *Handbuch Geschlechterforschung und Fachdidaktik*. Wiesbaden: Springer, S. 25–38.
- Feierabend, Sabine/ Rathgeb, Thomas/ Kheredmand, Hediye/ Glöckler, Stephan (2021) *JIM 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Feldmann, Doris/ Schülting, Sabine (2004) *Gender*. In: Nünning, Ansgar (Hg.) *Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart & Weimar: J.B. Metzler, S. 223–224.
- Goffman, Ervin (2013) *Wir alle spielen Theater*. München: Piper.
- Gugutzer, Robert (Hg.) (2006) *Body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: Transcript.
- Gugutzer, Robert (2022) *Soziologie des Körpers*. Bielefeld: Transcript.
- Hall, Stuart (2004a) *Bedeutung, Repräsentation, Ideologie. Althusser und die poststrukturalistischen Debatten*. In: Koivisto, Juha und Merkens, Andreas (Hg.) *Stuart Hall. Ideologie. Identität. Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4*. Hamburg: Argument, S. 34–65.

- Hall, Stuart (2004b) Kodieren/Dekodieren. In: Koivisto, Juha und Merkens, Andreas (Hg.) Stuart Hall. Ideologie. Identität. Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg: Argument, S. 66–80.
- Hall, Stuart (2004c) Reflektionen über das Kodieren/Dekodieren-Modell. Ein Interview mit Stuart Hall. In: Koivisto, Juha und Merkens, Andreas (Hg.) Stuart Hall. Ideologie. Identität. Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg: Argument, S. 81–107.
- Hall, Stuart (2011) Cultural representations and signifying practices. London, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: SAGE.
- Hall, Stuart (2013): Introduction. In: Hall, Stuart/ Evans, Jessica/ Nixon, Sean (Hg.): Representation. London, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: SAGE, S. 8.
- Heinrichs, Jan-Hendrik/ Rüter, Markus (2022) Technologische Selbstoptimierung – wie weit dürfen wir gehen? Berlin: J.B. Metzler.
- Helmhold, Heidi (2007) Duft der Zeit. Emotionales Erfahrungsgedächtnis in Performanzen des Textilen. In: Becker, Christian (Hg.) Perspektiven textiler Bildung. Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 267–274.
- Herzig, Bardo (2014) Medien in der Schule. In: Tillmann, Angela/ Fleischer, Sandra/ Hugger, Kai-Uwe (Hg.) Handbuch Kinder und Medien. Digitale Kultur und Kommunikation. Band 1. Wiesbaden: Springer, S. 531–546.
- Hoffarth, Britta (2019) Dekorierte Körper in der weiblichen Adoleszenz. Prozesse der Inkorporierung als Illusio. In: Böder, Tim/ Eisewicht, Paul/ Mey, Günter/ Pfaff, Nicole (Hg.) Stilbildungen und Zugehörigkeit Materialität und Medialität in Jugendszenen. Wiesbaden: Springer, S.185–203.
- Jochim, Valerie/ Gebel, Christa (2022) „Der will das nicht zeigen, aber jetzt ganz weiblich oder ganz männlich ist.“ GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen: Online-Forschungswerkstätten mit 10- bis 16-Jährigen. München: Herausgegeben vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis.
- Kahl, Reinhard (2014) Der dritte Pädagoge. Die Entdeckung von Raum und Zeit in Schulen. In: Schneider, Maria und Pries, Michael (Hg.) Bildungsräume in Bewegung. Perspektiven aus Wissenschaft, Wirtschaft und Praxis. Bielefeld: Bertelsmann, S. 67–77.
- Kämpf-Jansen, Helga (2012) Ästhetische Forschung. Wege durch Alltag, Kunst und Wissenschaft – zu einem innovativen Konzept ästhetischer Bildung. Köln: Salon, S. 274–277.
- Kämpf-Jansen, Helga (2015) Wie man auf den Vogel kommt. In: Landesverband der Kunstschulen Niedersachsen (Hg.) Bilden mit Kunst. Bielefeld: Transcript, S. 167–176.
- Kastner, Kristin (2014) Körper. In: Samida, Stefanie/ Eggert, Manfred K. H./ Hahn, Hans Peter (Hg.) Handbuch Materielle Kultur. Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen. Stuttgart & Weimar: J.B. Metzler, S. 222–225.

- Kessels, Ursula (2013) Jugend. In: Andresen, Sabine/Hunner-Kreisel, Christine/ Fries, Stefan (Hg.) Erziehung. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 39–44.
- Köller, Ingrid (1999) Didaktik textiler Sachkultur. In: El-Gebali-Rüter, Traute (Hg.) Textile Sachkultur erschließen: Beiträge aus Forschung, Lehre und Schulpraxis. Baltmannsweiler: Schneider Hohengehren, S. 39–57.
- König, Gudrun M. (2014) Geschlecht und Dinge. In: Samida, Stefanie/Eggert, Manfred K. H./ Hahn, Hans Peter (Hg.) Handbuch Materielle Kultur. Bedeutungen – Konzepte – Disziplinen. Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 64–69.
- Kolhoff-Kahl, Iris (2016) Ästhetische Bildung im Textilunterricht. In: Dies. (Hg.) Textildidaktik. Eine Einführung. Augsburg: Auer, S. 75–101.
- Koschei, Franziska (2021) GenderONline – Geschlechterbilder und Social Media zum Thema machen. Wissenschaftliche Grundlegung für die Entwicklung von Arbeitshilfen für die Jugendsozialarbeit an Schulen. Aufarbeitung des aktuellen Forschungsstands. München: Herausgegeben vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Arbeitspapiere aus der Forschung, 3).
- Langer, Antje/ Richter, Sophia/ Friebertshäuser, Barbara (Hg.) (2010) (An) Passungen. Körperlichkeit und Beziehungen in der Schule – ethnographische Studien. Nürnberg: Schneider Hohengehren.
- Leuschner, Christina/ Riesling-Schärfe, Heike (2012) Warum brauchen wir Ästhetische Forschung in der Schule? In: Knocke, Andreas und Leuschner, Christina (Hg.) Selbst entdecken ist die Kunst. Ästhetische Forschung in der Schule. München: Kopaed, S. 11–12.
- Leuschner, Christina (2012) Die fünf Phasen des Forschungsprozesses. In: Knocke, Andreas und Leuschner, Christina (Hg.) Selbst entdecken ist die Kunst. Ästhetische Forschung in der Schule. München: Kopaed, S. 28–45.
- Lünenborg, Margreth/ Maier, Tanja (2013) Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz & München: UVK.
- Mühr, Patricia (2020) Restitution: Von der Didaktik textiler Sachkultur zur Vermittlung von Material Literacy. In: Derwanz, Heike und Mühr, Patricia (Hg.) Geldkatzenwäsche. Kommentierte Neuherausgabe der Schriften Ingrid Köllers zur Didaktik textiler Sachkultur. Oldenburg: Studien zur Materiellen Kultur, S. 131–142.
- Rees, Anuschka (2019) Beyond Beautiful. Wie wir trotz Schönheitswahn zufrieden und selbstbewusst leben können. Köln: Dumont.
- Schultheis, Klaudia (2019) Klassenraum. In: Hasse, Jürgen und Schreiber, Verena (Hg.) Räume der Kindheit. Ein Glossar. Bielefeld: Transcript, S. 191–196.
- Simonis, Linda (2004) Habitus. In: Nünning, Ansgar (Hg.) Metzler Lexikon. Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 243.

Sontag, Susan (1980) Anmerkungen zu Camp. In: Dies. Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen. München & Wien: Carl Hanser, S. 269–284.

Strasen, Sven (2004) Klasse. In: Nünning, Ansgar (Hg.) Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 320–321.

Villa, Paula-Irene (2007) Der Körper als kulturelle Inszenierung und Statussymbol. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), 18/2007, S. 18–26.

Villa, Paula Irene (2011) Sexy Bodies: Eine soziologische Reise durch den Geschlechtskörper. Geschlecht & Gesellschaft. Band 23. Universität Duisburg-Essen: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Villa, Paula-Irene (2015) Schön normal: Manipulationen am Körper als Technologien des Selbst. Bielefeld: Transcript.

Wagner, Hans-Peter (2004) Repräsentation. In: Nünning, Ansgar (Hg.) Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart & Weimar: J. B. Metzler, S. 569–570.

Wegener, Claudia (2008) Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Winkels, Peter (2012) Reflexionsinstrument für ästhetische Forschungsprojekte. In: Knocke, Andreas und Leuschner, Christina (Hg.) Selbst entdecken ist die Kunst. Ästhetische Forschung in der Schule. München: Kopaed, S. 40–44.

Wisniewski, Claudia (1996a) Hose. In: Dies. Kleines Wörterbuch des Kostüms und der Mode. Stuttgart: Reclam, S. 124–125.

Wisniewski, Claudia (1996b) Kapuze. In: Dies. Kleines Wörterbuch des Kostüms und der Mode. Stuttgart: Reclam, S. 142.

Internetquellen:

Niedersächsisches Kultusministerium (2012) Kerncurriculum für die Oberschule Jahrgänge 5-10. Textiles Gestalten. https://www.cuvo.nibis.de/index.php?p=detail_view&docid=1194&ko_o=Fach&vo_o=Textiles%20Gestalten (25.08.2024).

ISBN 978-3-943652-64-2
ISSN 2629-7612