



## Liebe Lesende,

letztes Jahr wurde ich im Job für ein Interview im Rahmen einer studentischen Bachelor-Arbeit angefragt. Die Kernfrage der Arbeit lautete: **Verleitet Instagram dazu, sich in traditionellen Geschlechterrollen zu präsentieren?** Nun ist Instagram kein mir sonderlich vertrauter Kanal, also musste ich selbst gründlich recherchieren. Und fand folgendes heraus:



Instagram ist – neben TikTok und Snapchat – eines der beliebtesten Netzwerke für **Menschen unter 24 Jahren**. Die Plattform ist bild- und videobasiert und bietet den User\*innen die Möglichkeit, sich selbst darzustellen und zu vermarkten. Da der Fokus auf visuellem Content liegt, spielt Optik die zentrale Rolle. Und damit die eigenen Fotos in der Bilder-Flut auf den ersten Blick „zündet“, wird oft auf Klischees und Stereotype zurückgegriffen:

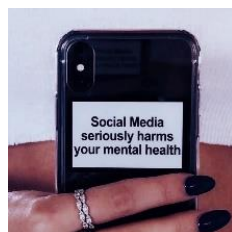
Frauen präsentieren einen möglichst schönen Körper und ein makelloses Gesicht – **jede Zweite übrigens mit Hilfe von nachträglichen Bildbearbeitungen**. Daher wird auch von einer "toxic positivity" auf Instagram gesprochen, die der nur Schönheit und Glück suggeriert.

Neben dem großen Thema **Beauty** widmen sich junge Frauen auf Instagram dem **Kochen** oder dem Thema **Beziehungen**. Den Männern steht eine breitere Auswahl an Themenfeldern zur Verfügung: Sie besetzen vorrangig Gebiete wie **Sport**, **Pranks** (= neudeutsch für Streiche), **Comedy** oder **Politik**. Schon jetzt lässt sich feststellen: Da ist das archaisch anmutende Rollenbild vom starken und muskulösen Mann, der außerhalb der Höhle jagt, kämpft, agiert, während sich seine hübsche, schlanke Frau als „Binnenkümmern“ um Emotionen und Essen sorgt...

**Diese oberflächliche Eindimensionalität macht Jugendliche nicht nur unglücklich, weil sie enorm belastet und stresst - sie hinterlässt auch mental Spuren:**

Fragt man die Werte und Einstellungen hinter diesen Fassaden ab, so finden 1/3 der jungen Userinnen sowie über die Hälfte der männlichen User es in Ordnung, dass Frauen für die gleiche Arbeit weniger verdienen als Männer. Und knapp 60% der Männer und 35% der Frauen sind der Ansicht, dass Hausarbeit immer noch Frauensache ist.

Dieses traurige Ergebnis wird von einer Umfrage der Kinderrechtsorganisation *Plan International* gestützt, die herausfand: Je intensiver junge Menschen soziale Medien nutzen, desto stärker denken sie in stereotypen Rollenbildern.



Natürlich besteht auch auf Instagram die Möglichkeit, sich geschlechts-nonkonform zu präsentieren, dies wird von den Peers (immerhin) nicht sanktioniert. Aber solche „Nischen“-Bilder werden bei weitem nicht so häufig mit Likes belohnt. Gender-Stereotype gewinnen im Ranking, und es lässt sich feststellen: **Plattformen wie Instagram bremsen den Fortschritt der Gleichstellung aller Geschlechter ziemlich aus...**



Dass wir gerade in den postmodernen sozialen Medien diesen überalterten Rollenbildern begegnen, mag überraschen. Interviews mit YouTuberinnen haben jedoch gezeigt, dass junge Frauen sich deswegen so häufig Bereichen wie „Beauty“ zuwenden, weil dies für sie ein sicheres und vertrautes Gebiet darstellt: Sie kennen sich damit aus und es ist lukrativ. Zudem sind sie hier **weniger Hatespeech**, also weniger Herabsetzungen und Verunglimpfungen, ausgesetzt. Gender wird also auch hier nicht



nur gemacht, sondern weiter zementiert.

Und dann passiert „draußen“ so etwas wie die **Corona-Krise**, die auch zu einer Krise der Gleichberechtigung wurde, da sie geschlechtergerechtere Lebensmodelle sehr schnell unterminierte. Dies lässt nicht nur die Zahl der **weiblichen Vorbilder, an denen ich mich als junge Frau in der analogen Welt orientieren kann, weiter schrumpfen** – auch in der digitalen Welt wimmelte es plötzlich von Langhaar-Mädchen in weißen Kleidchen, die unter dem Hashtag Cottagecore den auch corona-bedingten Rückzug ins Land-leben feierten, die Blumen pflückten und Brot buken (der Glücksletter Nr. 75 berichtete über diesen Trend).



Das „nextpractice Institut“ hat eine Studie zum Wertesystem der Generation Y – also den in den frühen 1980er bis zu den späten 1990er Jahren Geborenen - durchgeführt.

Ergebnis: Die Gen Y spaltet sich in zwei sehr gegensätzliche Lager auf: **Die eine Hälfte ist freiheitsliebend, experimentierfreudig, recht unkonventionell. Auf der anderen Seite gibt es die Gruppe der Sicherheitsliebenden**, die sich an traditionellen Werten und Mustern orientiert. Sie strebt nach festen Strukturen und nach Jobsicherheit und greift dabei auch auf überholt wirkende Rollenmodelle zurück.

Vielleicht ist aus diesem Sicherheitsbedürfnis heraus auch der Trend entstanden, sich als sogenanntes „Pick-me-Girl“ zu präsentieren. Pick-Me-Girls äußern „Ich gehöre ohne viel Makeup in die Küche“-Plattitüden oder geben an, „lieber mit Jungs abzuhängen, weil Mädchen einfach zu viel Drama sind“. Sie geben sich bescheiden, nahezu devot und betont immateriell, ohne jeden Ruf nach Selbstverwirklichung oder gar Emanzipation.



Vermeintliche Ur-Weiblichkeit wird damit in eine Stereotypen-Box voller (Selbst-)Abwertungen gequetscht. Solch eine Misogynie – eine verinnerlichte Frauenfeindlichkeit – wird eher bei Männern vermutet. Pick-me-Girls verallgemeinern selbst aber sehr bewusst und auf grobe Weise die Gesamtheit aller Frauen durch Rückgriff auf Stereotype, die für Frauen geschaffen wurden, aber nicht von ihnen. Wir finden diese Haltung auch unter jenen Frauen, die aktuell – mit oft sehr verächtlichem Unterton – Versuche abschmettern, zum Gebrauch einer genderfaireren Sprache einzuladen. Oder in der AfD: Auch hier werden Instrumente für die Gleichstellung der Geschlechter als ‚Gender-Ideologie‘ oder als bewusste Benachteiligung von Männern abgetan.

Rechtsgerichtete Frauen agieren also ganz ähnlich wie Pick-Me-Girls: Sie wollen Macht gewinnen, indem sie sich selbst erhöhen und andere abwerten – und das, obwohl sie in der eigenen Ingroup oftmals Unterdrückung erfahren. Alice Weidel ist so jemand: Selbst Frau und lesbisch lebend agiert sie für eine Partei, die diametral zu gesellschaftlich angestrebten Konzepten steht wie denen nach Toleranz, Diversität, Integration und Inklusion. Im wissenschaftlichen Diskurs wird dies „lateral violence“ genannt, der Volksmund kennt das Phänomen als Stutenbissigkeit.



Lösungen gegen diese ‚Gender-Rolle rückwärts‘ setzen auf unterschiedlichen Ebenen an.

Influencer\*innen sollten, so wird verlangt, stärker mit ihren Follower\*innen über Vorstellungen von Männlichkeit, Weiblichkeit und das eigene Selbstbild ins Gespräch kommen, um einengende Vorstellungen von Geschlechterrollen aufzudecken. Aktuell wird dies in Norwegen derart eingefordert, dass Influencer\*innen zur Kennzeichnung manipulierter Fotos verpflichtet werden sollen. So können unrealistische Schönheitsstandards auf Social-Media-Plattformen und damit die Verbreitung von körperdysmorphen Störungen eingedämmt werden. Auch die Bewegung ‚Body Positivity‘ setzt sich für die Abschaffung unrealistischer und diskriminierender Schönheitsideale ein.

Zudem sind Eltern und Ausbildungsinstitutionen dazu aufgefordert, die heranwachsenden Generationen möglichst stereotypenfrei zu erziehen, zu begleiten, zu unterrichten und ihnen parallel dazu gute Medienkompetenzen zu vermitteln – insbesondere auch eine medienkritische, medienhinterfragende Haltung. Die International Computer and Information Literacy Study ist schon 2013 zu dem Ergebnis gekommen, dass deutsche Schüler\*innen der achten Klasse im Vergleich mit 20 weiteren Nationen hier nur mittelmäßig abschneiden.

Die Gen Y lebt - als Generation der digital natives – wie die Gen Z sicherlich in eigenen Informationsblasen. Wie wir wissen, steuern Algorithmen unsere social Media-Contents und filtern alle vorgeschlagenen Infos. Neben dem Algorithmus treffen wir zudem eigene Entscheidungen, treten ganz bestimmten digitalen Gruppen bei und nehmen ganz bestimmte Menschen als virtuelle „Freunde“ an. Vermutlich verbinden wir uns im Netzwerk also über Ähnlichkeiten, weniger über Unterschiede. Letztlich betrifft dies aber alle jene, die sich viel und überwiegend in den neuen Medien aufhalten; zudem ist es auch ein Phänomen der analogen Welt, sich eher Gleichgesinnten anzuschließen und einer identitätsstärkenden Ingroup angehören zu wollen.

Die GenY ist zudem bereits mit vielen emanzipatorischen Errungenschaften aufgewachsen und sieht ggf. gar nicht mehr die Notwendigkeit, diverse Prozesse weiterzuführen. Es gilt also stetig daran zu erinnern, dass manche Gleichstellungen erst vor wenigen Jahrzehnten erreicht worden sind (wie zum Beispiel die Strafbarkeit von Vergewaltigung in der Ehe) oder dass Lohn-Ungleichheiten zwischen Männern und Frauen nach wie vor bestehen. Das sind keine leichten, keine attraktiven Themen, im Gegenteil: Sie sind belastend und die Hürden halten sich hartnäckig. Umso wichtiger die weibliche Politisierung und Aktivierung, bspw. auch beim Gendern als Zeichen der deutlichen Sichtbarmachung von Frauen - vielleicht mit dem Impuls von Ruth Bader Ginsburg:

»Kämpfe für die Dinge, die dir wichtig sind. Aber kämpfe so, dass sich andere dir anschließen wollen!«

Alles Gute bis zum nächsten Glücksletter! 🍀