

Inhalt

Danksagung.....	9
1 Beauty Videos als Gegenstand geschlechtersoziologischer Analyse	11
1.1 Ambivalente Spannungen: feministische Affekte und misogynie Impulse.....	11
1.1.1 YouTube Beauty Videos als Gegenstand geschlechtersoziologischer Forschung	13
1.1.2 Vorgehen	14
1.2 YouTube Beauty Videos: Bestimmung des Forschungsgegenstands	18
1.2.1 Die Beauty Videos	21
1.2.2 Die Beauty Community	24
1.2.3 Die YouTuber_innen und ihr Publikum.....	28
1.3 Forschungsstand: Perspektiven auf YouTube Beauty Videos	30
1.3.1 Hat das Internet ein Geschlecht? – Das Netz und seine Nutzenden aus Geschlechterperspektive	31
1.3.2 Junge Frauen schminken sich im Internet: Kritische und affirmative Perspektiven.....	43
1.4 Forschungsfrage und -perspektive	62
2 Weiblichkeit in der Geschlechterordnung	71
2.1 Performances und Aushandlungen von Weiblichkeit.....	72
2.1.1 Was ist Weiblichkeit?	72
2.1.2 Performances von Weiblichkeit	74
2.1.3 Aushandlungen: Weiblichkeit in der Geschlechterordnung.....	84
2.2 Weiblichkeit und Schönheit.....	98

2.2.1	Wahrgenommen-werden und symbolische Abhängigkeit: Weiblichkeit in der männlichen Herrschaft.....	100
2.2.2	Schönheit als konstitutives Attribut von Weiblichkeit.....	102
3	Methode und Vorgehen.....	119
3.1	Methodischer Zugang: die Situationsanalyse.....	119
3.1.1	Die Situationsanalyse als diskursanalytisch inspirierte Methode..	124
3.1.2	Online- und Alltagsdiskurse.....	126
3.2	Vorgehen und Sampling.....	130
3.2.1	Explorativer Zugang zum Feld.....	130
3.2.2	Sampling und Korpus.....	131
3.2.3	Schritte der Video- und Kommentaruntersuchung.....	134
4	Die Beauty Community als Situation.....	139
4.1	YouTube: Mediensoziologische Einordnung.....	140
4.1.1	Participatory Culture.....	140
4.1.2	Prosumer.....	141
4.1.3	Professionelle Amateur_innen?.....	142
4.2	YouTube als Situation.....	144
4.2.1	Kollektive Akteur_innen und Gruppen.....	145
4.2.2	Zeitliche und räumliche Elemente.....	167
4.2.3	Ergebnisse der ersten Analysephase.....	172
5	Die Arena »Profit« und »Authentizität«.....	175
5.1	Soziale Welten und diskursive Arenen.....	175
5.1.1	»Profit« und »Schönheit« als Arenen.....	177
5.2	Die Arena »Profit«.....	178
5.2.1	Profit als Arena.....	178
5.2.2	Früher war besser: Unbehagen in der Oral History der Beauty Community.....	186
5.2.3	Wir hassen Werbung, doch wir lieben Konsum: Legitimität von Produktplatzierungen.....	191
5.2.4	Manipulation und »kleine Mädchen« – Aushandlungen von Erfolg.....	198
5.2.5	Die Aushandlungen in der Arena »Profit«.....	203

5.3	Let's get real: Die Schlüsselkategorie ›Authentizität‹.....	204
5.3.1	Das Alltags-Make-up Tutorial von Franka: Dilettantismus in Perfektion.....	206
5.3.2	Medialer Wandel und Verkörperungskompetenz: Authentizität aus soziologischer Perspektive	212
5.4	Zwischenfazit: die YouTube Beauty Community als Situation ...	215
6	Die Arena ›Schönheit‹.....	217
6.1	Schönheit als Arena.....	217
6.1.1	Vielfältige Verweise: ›Schönheit‹ als diskursive Chiffre.....	220
6.1.2	2 Kontroversen, doch persistent: Schönsein ist wichtig	220
6.2	All Made-up: ›Natürliche Schönheit‹.....	230
6.2.1	›Natürliche Schönheit‹ aus historischer Perspektive.....	232
6.2.2	Haut: Biologie als Schicksal?	237
6.2.3	Krasse und dezente Farben	243
6.2.4	Illegitime Posen: eine gescheiterte Morgenroutine.....	252
6.2.5	Das Patriarchat gehorsam hintergehen: Durch Make-up getäuschte Männer.....	255
6.3	Heftige Kämpfe: Abwertung von Schönheitshandeln und widerständige Artikulationen.....	268
6.3.1	›Ich bin #nichtschoen‹: widersprüchlicher Widerstand.....	269
6.3.2	Alle sind schön, aber nicht alle sind noch mehr? – Die Kommentardiskussion.....	273
6.4	Deal with it: Die Anforderung zum souveränen Umgang mit den Anforderungen.....	287
6.4.1	Souveränität: performte Bewältigungskompetenz.....	288
6.4.2	Souveränität in der Beauty Community	290
6.5	Die Aushandlungen in der Arena ›Schönheit‹	315
7	Fazit: auf Persistenz blicken und Wandel sehen.....	318
7.1	Zusammenfassung der Analyse der YouTube Beauty Community.....	319
7.2	Aushandlungen von Weiblichkeit in der YouTube Beauty Community.....	321

7.2.1 Bedroht vs. bedrohlich: Duale Konstellationen von Weiblichkeit	321
7.2.2 Aufgemalt und vorgespielt: Aspekte von »Nicht echt sein«	322
7.3 Weiblichkeit als Situation	324
7.3.1 Weiblichkeit als hierarchisierte, abgewertete Position	325
7.3.2 Anforderungen zu Autonomie	326
7.3.3 Notgedrungen renitent	330
7.4 Die Geschlechterordnung: persistent doch zunehmend unter Spannung	331
7.5 Methodische und theoretische Beiträge der Studie	335
Zuversicht und Sichtbarkeit: Ein Ausklang	337
Literatur	341
Empirieverzeichnis	361