

Identitätsbildung und geschlechtliche Vielfalt im Kontext sozialer Medien

Schwerpunkt!

Zur (Geschlechts-)Identitätskonstruktion in sozialen Medien

Dagmar Hoffmann

(Geschlechts-)Identitätskonstruktion

Der Begriff der Identität wird inflationär und mit einer großen Selbstverständlichkeit benutzt, um Persönlichkeitsentwicklung respektive Subjektwerdung in modernen Gesellschaften zu beschreiben, doch diese Beschreibungen sind oft uneindeutig und kontingent. Die Identität wird konstruiert und durch das Verhältnis des Menschen zu sich selbst und seiner sozialen Umwelt bestimmt. Doch dieses Verhältnis ist prekär, hat „keine naturhaft festgelegte Form“ (Keupp 1995, S. 5). Identitätstheorien haben ein zeitdiagnostisches Potenzial (ebd., S. 8), variieren je nach gesellschaftlichen und kulturspezifischen Anforderungen sowie jeweiligem Erklärungsanspruch. Für die folgenden Überlegungen sind sowohl (entwicklungs)psychologische als auch soziologische Perspektiven auf Identität und ihre Konstruktion relevant.

Die Identitätskonstruktion kreist um die Frage danach, wer man ist und wer man sein möchte. Sie pressiert besonders in der Adoleszenz und kann in dieser Phase als „Meta-Entwicklungsaufgabe“ (Hoffmann 2011, S. 59) verstanden werden, da viele andere Entwicklungsbelange subsumiert werden wie z. B. die Ausbildung eines Körperselbstkonzepts, der Selbstständigkeit, der Ablösung von den Eltern, eine

Geschlechtsorientierung, die politische und berufliche Orientierung, der Aufbau einer partnerschaftlichen Beziehung. ‚Identitätsbasteleien‘ müssen nicht nur als Last und Leid erfahren werden – wenngleich häufig von „Identitätsarbeit“ (u. a. Keupp et al. 2006) gesprochen wird und mit Arbeit grundsätzlich eher Anstrengung assoziiert wird –, sondern sie können auch als lustvoll erlebt werden und mit einer gewissen Befriedigung einhergehen, vor allem wenn das soziale Umfeld das ‚performative Selbst‘ positiv beurteilt. Die Identitätsarbeit besteht nach Keupp et al. (2006) in „einer permanenten Verknüpfungsarbeit, die dem Subjekt hilft, sich im Strom der eigenen Erfahrungen selbst zu begreifen“ (S. 190). Unterschieden werden zeitliche (a), lebensweltliche (b) und inhaltliche (c) Verknüpfungen (Keupp et al. 2006, S. 190f.):

- a) Das Subjekt ordnet seine Selbsterfahrungen einer *zeitlichen Perspektive* unter, verknüpft Vergangenes prinzipiell mit Gegenwärtigem und Zukünftigen.
- b) Es verknüpft die Selbsterfahrungen mit *lebensweltlichen Aspekten*, z. B. der eigenen Rolle als Sportler:in oder Beziehungspartner:in.

- c) Es reflektiert und prüft Selbsterfahrungen auf Ähnlichkeiten oder Unterschiedlichkeit. Vorhandene Erfahrungen werden bestätigt oder neu gemachte Erfahrungen widersprechen vorhandenen Erfahrungen oder aber es kommen neuartige dazu.

Um eine Identität auszubilden, ein Selbst zu entwerfen, bedarf es der Interaktion mit einem Gegenüber. Man wird „sich seiner Identität erst bewusst, wenn [man, Einf. d. V.] sich mit den Augen der anderen sieht“ (Abels 2006, S. 260). Identität wird folglich im sozialen Umfeld mit den unmittelbaren, den signifikanten Anderen wie den Geschwistern, Eltern, Lehrer:innen sowie vor allem den Gleichaltrigen ausgehandelt, die auf das sich in Entwicklung befindende, sich erprobende Ich reagieren. Die Bühnen der Selbstdarstellung sind einerseits festgelegt oder vorarrangiert wie familiäre und schulische Kontexte, sie lassen sich andererseits auch bestimmen, d. h. sie können gezielt aufgesucht werden wie etwa der Bolzplatz oder der Verein. Kontexte, die zur Identitätskonstruktion genutzt werden, können (mit)gestaltet und beeinflusst werden.

In Auseinandersetzung mit anderen und mit sich selbst, seinen gemachten und erwünschten Erfahrungen, entwickelt das Subjekt „optionale Selbst“ (Keupp et al. 2006, S. 194). Träume und Vorstellungen sowie Vorbilder spielen im Hinblick auf die Identitätswürfe im Jugendalter eine bedeutsame Rolle. Aus Identitätswürfen wird ein Identitätsprojekt das „abgearbeitet wird“ (ebd.), in dem sich das Selbst ständig neu positioniert und „die Beziehung zwischen Selbstrepräsentation und kognitiver Repräsentation des Projekts“ (mit Verweis auf Kraus (1996) Keupp et al. 2006, S. 194) evaluiert. Dabei sind die Identitätsebenen des aktuellen, des idealen Selbst und dem Selbst, das man sein soll (gesellschaftliche Erwartungen) zu differenzieren. Diese Ebenen werden in der Identitätskonstruktion stets relevant mit dem Ziel, ein Gefühl zu erreichen, das einem vermittelt, nicht widersprüchlich sondern (möglichst) authentisch zu sein.

In wohl jeder unmittelbaren Begegnung von Menschen westlicher Gesellschaften ist Geschlecht als dominantes Identitätsmerkmal präsent. Zuweilen wird von einer „Master Identity“ gesprochen (z. B. Geimer & Burghardt 2019). Geschlecht hat nicht nur eine psychische und soziale Dimension, sondern auch eine somatische, d. h. es ist an einen Körper gebunden (Butler 1993). Mit dem Körper wird Geschlecht dargestellt und für andere sichtbar. Inwiefern man sich nun „mit dem ‚Haben‘ eines Geschlechts“ oder auch Geschlechtskörper identifiziert

(Duttweiler, S. 24), kann unterschiedlich sein. Auch kann man sich mitunter mit mehr als einem Geschlecht identifizieren (ebd.). Menschen werden aufgrund ihres Geschlechts spezifisch adressiert, aber diese Adressierung erfolgt nicht nur sprachlich, sondern auch mittels „(un-)bewusste[m, Einf. d. V.] Evozieren leiblich-affektiver Regungen“ (ebd.). Etwa, in dem Ohnmacht provoziert wird, Wut oder Stolz, Angst oder Scham. Damit werden situativ Machtstrukturen demonstriert und Geschlechterordnungen angezeigt.

Geschlecht ist „eine soziale Folge der Funktionsweisen einer Gesellschaft“ (Goffman 1994, S. 109), es basiert auf sozialen Erfahrungen und Zuschreibungen. Somit lassen sich in situ Kategorisierungen in männlich, weiblich und divers kaum ignorieren, sie erfolgen geradezu automatisiert. Geschlechtszuordnungen sind ein „fortwährender Sortierungsvorgang“ (ebd., S. 109) und mit verschiedenen Anrufungen (Butler 1993) und Erwartungen an die Individuen verknüpft. Wenngleich sich Normen durch Wiederholung festschreiben, sind sie dennoch instabil, da sie nicht immer eindeutig und für immer festgelegt sind, sondern sie unterliegen als soziale Kategorie historischen und psychischen Veränderungen. Weiterhin werden Geschlechtsunterschiede über institutionelle Reflexivität manifestiert. Damit ist gemeint, dass etwa Räume und Einrichtungen geschaffen werden (z. B. Toiletten oder Umkleiden für Männer und welche für Frauen), die die geschlechtlichen Differenzierungen zu etwas Exklusivem und Gegensätzlichem überhöhen (Goffman 1994, S. 134). Die überall anzutreffende parallele Anordnung von Räumen und Dingen für Frauen und Männer hält einen Genderismus aufrecht und untermauert „das durchgängig und ideologisierte System der Relevanz von Geschlecht“ (ebd., S. 166).

Wie sich die Geschlechter begegnen, Goffman (1994) spricht von „arrangieren“, wird von Kindheit an erlernt, binäre Codierungen werden mit biologischen Gegebenheiten zu rechtfertigen versucht und in sozialen Kontexten reproduziert. Menschen, die ihre Geschlechtsidentität jenseits binärer Geschlechterordnungen (Mädchen/Junge; Frau/Mann) leben, werden als queer oder/und Transgender bezeichnet. Queere Menschen ‚emanzipieren‘ sich sozusagen von dem bei Geburt zugewiesenen Geschlecht und stellen festgelegte, stereotype Identitäten und Normativität infrage (Perko & Czollek 2022, S. 45). Es sind vielfältige Genderformen anzutreffen, die verkürzt unter LGBTQIA+ zusammengefasst werden, was für Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexual/Transgender, Queer, Intersexual und Asexual steht.

In den Queer Studies ist man mit einem intersektionalen Ansatz nicht nur auf die Kategorien „Gender, Sex, Begehren“ (ebd.) fokussiert, sondern bemüht man sich, zudem „intersektionale Verschränkungen mit anderen Diskriminierungsformen (z. B. Anti-Schwarzer Rassismus, Antisemitismus, Ableismus, Klassismus)“ (ebd.) einzubeziehen.

Sozialisationsraum: soziale Medien

Die Selbstdarstellung ist eine Alltagspraxis, die in einer mediatisierten Gesellschaft verstärkt in Sozialen Medien stattfindet. Soziale Medien sind ein Sammelbegriff für alle digitalen Netzwerke, die Verbindungen und Beziehungen zwischen vielen Nutzer:innen ermöglichen, dem Austausch und der Kooperation dienen. In der Regel verfolgen die Beteiligten ähnliche Ziele und die Nutzung der Plattformen und Anwendungen liegen ähnliche Motivationen zugrunde. Man vernetzt sich mit Freund:innen, gegebenenfalls der Familie und Verwandten, aber auch mitunter fremden Personen. Netzumgebungen wie *Instagram*, *Snapchat* und *TikTok* werden von jungen Menschen kaum als besondere Kontexte erlebt, obgleich ihnen große Aufmerksamkeit geschenkt wird. Sie fungieren als Kommunikationsräume, in denen Kinder und Jugendliche für ihre Entwicklung essenzielle Informationen finden und Beziehungsmanagement betreiben (vgl. u. a. Fleischer 2018). Über Kommunikation und Interaktionen mit anderen sowie über den Vergleich mit anderen erfahren sie sich selbst u. a. in ihrer Geschlechtlichkeit und Körperlichkeit. Ähnlich wie in Face-to-Face-Begegnungen können sich Menschen in ihrem Identitätsbasteln auch in den digitalen, synthetisch anmutenden Räumen üben und diese als Ressource für sich und ihre Entwicklung nutzbar machen.

Diese Art der Kommunikation und Interaktion *in* und *über* soziale(n) Medien scheint auf den ersten Blick entkörperlicht, weil sie keine physische Kopräsenz voraussetzt und – folgt man Rosa (2016, S. 156ff.) – keine „Resonanzverfahren“, die mit Präsenzinteraktionen vergleichbar wären, ermöglicht. Es wird angenommen, dass digitale Kommunikation „eine defizitäre Informationssituation“ hervorbringt sowie durch eine „relative Zeichenarmut“ (Hahn 2015, S. 24) gekennzeichnet ist. Doch hierzu merkt Hahn an, dass Aushandlungsprozesse von Situationen in Kopräsenz nicht ausschließlich auf der Interpretation situativ wahrgenommener Zeichen basieren. Ferner, dass Situationen sowohl in körperlicher Anwesenheit oder bei Abwesenheit der Akteur:innen immer von der zugrundeliegenden Zeichen- und

Informationsqualität abhängen und zugehöriger subjektiver Deutungen. Individuen sind zugleich immer wahrnehmende und interpretierende Wesen und das gilt sowohl in kopräsenten als auch medienbasierten respektive synthetischen Kommunikationssituationen. Bezogen auf soziale Medien kann davon ausgegangen werden, dass in die Deutung des dort zu beobachtenden Geschehens stets die subjektsspezifische Interpretation der Zeichen- oder Informationsqualität einfließen und ebenso individuelle Medienerfahrungen und Medienkompetenzen relevant werden (ebd.). Daraus folgt, dass Kommunikate in Form von Bildern, Text und Videos in sozialen Medien von den Nutzer:innen vielschichtig wahrgenommen werden. Untersuchungen zeigen, dass junge Menschen weitestgehend mit den Reglements, den Konventionen, der Sprache, Codes und Zeichen, die in den sozialen Medien zur Anwendung kommen, vertraut sind (u. a. Fleischer 2018). Sie eignen sich digitale Technologien und Netzwerke eigensinnig an, in dem sie sie einfach benutzen, decodieren ihre Inhalte, reflektieren und verändern sie, reproduzieren oder kritisieren sie. Digitale soziale Netzwerke sind Räume „für Rückmeldungen und Kommentierungen“, sie ermöglichen es mittels Bildbearbeitungsprogrammen die Selbstdarstellung vielfältiger zu gestalten „als es die körperliche Materialität der Offline-Welt erlaubt“ (Schär 2019, S. 195).

Soziale Medien sind auf komplexe Weise von Bedeutung für die Identitätskonstruktion und Sozialisation. Jugendliche können sich vielfältig mit anderen in Beziehung setzen, u. a. in Bezug auf ihre Geschlechtlichkeit, politische und sexuelle Orientierung, musikalischen Präferenzen, Serien- und Film- und Sportvorlieben. Sie können sich in einem Sozialisationsraum bewegen, begegnen, austauschen und sich in ihrer Kreativität ausprobieren. Jugendliche finden in sozialen Medien Möglichkeiten, um sich „mit der eigenen Lebenswelt und der weiteren sozialen, kulturellen und politischen Welt“ (Demmler/Wagner 2013) kritisch-reflexiv auseinanderzusetzen. Mitunter erleben sie sich auch im Vergleich zu den Eltern respektive Erwachsenen als besonders kompetent, weil sie besondere Fähigkeiten und Kenntnisse erworben haben und sich so mit ihrem Medienhandeln abgrenzen und selbstbehaupten können (vgl. u. a. ebd.). Mitunter können intime Themen verhandelt werden, für die sich im sozialen Umfeld nicht ohne Weiteres Ansprechpartner:innen finden lassen oder die man lieber anonym oder im Verborgenen („safe space“) besprechen möchte.

Grenzenlose und auch riskante Identitätsbasteleien

Die Selbstdarstellung in sozialen Medien ist prinzipiell optional und die Ausgestaltung des jeweiligen Profils, die Pflege und das damit zusammenhängende Kuratieren obliegt jungen Menschen weitestgehend selbst. Zuweilen müssen sie bestimmte Nutzungsbedingungen befolgen oder sich Konventionen unterordnen, die sich in den Netzwerken ausgebildet haben. Nicht jede Plattform und/oder App eignet sich gleichermaßen zur Identitätsbastelei. Heranwachsende testen in der Regel aus und prüfen, welche soziale Medien für sie und ihre Bedürfnisse geeignet sind. Dabei geht es vor allem darum, dass man (1) relevante Informationen von anderen und über Andere z. B. Freund:innen, Gleichgesinnte und Prominente erhält; dass man (2) mit Personen in Kontakt treten kann, die einem nah und wichtig sind; dass man (3) gut unterhalten wird durch originelle Stories, Alltagsbeobachtungen, besondere Reiseerlebnisse, durch außergewöhnlich schöne und/oder witzige Selfies, kreative Foodies und vieles mehr; und dass man (4) Anerkennung erfährt durch Likes, Shares und Kommentare seines Umfeldes und mitunter auch Menschen, die man nicht persönlich kennt (siehe auch Hoffmann 2018).

Generell richtet sich die eigene Kommunikation nach außen, wobei die Distribution der Postings zuweilen ungewiss ist durch das Teilen, Weiterleiten, Kopieren, Downloading. Folglich ist der Rezipient:innenkreis zumeist nicht in Gänze bekannt. Oftmals wird Privates öffentlich gemacht. Nicht nur das Profilfoto wird zum Identitätsmarker, sondern sämtliche Fotos, Videos, Stories, TikToks sagen etwas über den/die Profilinhaber:in aus. Heranwachsende demonstrieren so Facetten ihres Selbst. Konträre oder verfremdete Selbstdarstellungen können den Adressant:innenkreis irritieren, zumeist die Freund:innen, die einem folgen. Die geposteten, persönlichen Inhalte können aber ebenso zur Selbstvergewisserung beitragen. Besonders im Jugendalter ist ja bekanntlich das Bemühen um eine kohärente Identität groß und so kann sich zumindest ein Gefühl von Authentizität einstellen. Der Identitätskonstruktion in den sozialen Medien sind *theoretisch* keine Grenzen gesetzt, Spielereien sind erlaubt, aber in *praktischer* Hinsicht darf dennoch das Motiv, das Posieren sowie die Bild- und Videobearbeitung nicht übertrieben werden. Andernfalls bleibt die erwartete Anerkennung, das Lob, aus oder erntet man ironische Kommentare oder direkt harsche Kritik. Persönliche Fotos und Videos, die man in den sozialen

Medien von jungen Menschen zu sehen bekommt, sind selten Zufallsprodukte. Sie werden mit Bedacht kreiert, bearbeitet, ausgewählt und veröffentlicht. Die Konfrontation mit den Bildern vom eigenen Selbst sorgt dafür, dass man sich als Spiegelwesen gegenübertritt und sich beim Betrachten sowie Bearbeiten, Löschen und Archivieren der Fotos und Videos mit seinen Teilselbsten auseinandersetzt. Einige Studien deuten darauf hin, dass sich in sozialen Medien stereotype Geschlechterbilder und Rollenklischees widerspiegeln, obgleich dieser Sozialisationsraum grundsätzlich Chancen für mehr Diversität bietet (u. a. Götz/Prommer 2020, Döring/Reif/Poeschl 2016). Auf den am häufig genutzten *YouTube*-Kanälen und *Instagram*-Accounts zeigen sich junge Männer dominant, stark und unabhängig, Frauen agieren in einem eingeschränkten Themenfeld, das sich auf Aussehen und Schönheit beschränkt (Götz/Prommer 2020, S. 44). Es geht ihnen um das Ausloten der eigenen Attraktivität und Sexyness. Gesten und Posen von Influencerinnen, denen die jungen Frauen folgen, werden gern adaptiert. Schablonenhafte Körper- und Geschlechterbilder sind noch häufiger als in der Werbung zu finden (Döring/Reif/Poeschl 2016). Junge Männer zeigen ebenfalls bei ihren Selfies ihre Fitness und Muskeln (ebd.). Durchaus sind aber auch Gegenentwürfe für junge Menschen vorhanden, auch finden sich Praktiken des „Gender B(l)ending“ (Bechdolf 1999). Beim Gender B(l)ending werden die mit dem Geschlecht verbundenen gesellschaftlichen Rollenerwartungen durch Nonkonformität unterlaufen und gegebenenfalls erweitert. Geschlechtlichkeiten vermischen sich. Transsexualität und Androgynität sowie Cross-Dressing sind Ausdrucksformen des Gender B(l)ending. Gleichwohl besteht der Eindruck, dass Minoritäten, Sub- und Gegenkulturen generell, aber auch in den sozialen Medien, weniger Beachtung geschenkt wird, die Mitglieder dieser sozialen Gruppen und Kulturen eher unter sich bleiben und sich gezielt Netzwerke mit Gleichgesinnten suchen (vgl. u. a. Byron 2021, Neill 2021). Subversive Körper- und Geschlechterpraktiken bleiben somit in den populären sozialen Medien womöglich unterrepräsentiert. Dort können sich LGBTQIA+ mittels Hashtags wie #Trans und #nonbinary mit gleichgesinnten Jugendlichen zwar vernetzen, über ernste Themen wie Geschlechtsdysphorie und nicht unterstützende Eltern austauschen, sind aber auch mitunter Hämee ausgesetzt oder aber ihre sexuelle Orientierung und Geschlechtlichkeit wird von anderen Nutzer:innen als mehr oder weniger ‚cool‘ bewertet. Bestimmte Hashtags machen es Jugendlichen leicht, andere zu iden-

tifizieren, die wie sie selbst sind und denken. Personalisierte Algorithmen tragen dazu bei, ähnliche Inhalte angezeigt zu bekommen, von denen angenommen wird, dass sie für die Jugendlichen, die sich der LGBTQIA+-Community zugehörig fühlen, interessant sein könnten. Doch wenngleich auf *TikTok* LGBTQIA+ offen und diskursiv verhandelt wird, Vernetzungen möglich werden, gewährt diese Plattform kaum einen „safe space“ (Bryon 2021) und schützt nicht vor Diskriminierung.

Generell weisen aktuelle internationale Studien daraufhin, dass LGBTQIA+ letztlich doch erhebliche Vorteile in der Nutzung sozialer Medien sehen, die für sie eine niedrigschwellig zugängliche, informelle Umgebung darstellt, die Identitätserprobungen erlaubt. Da LGBTQIA+-Identitäten nach wie vor stigmatisiert sind, bieten diese Umgebungen Jugendlichen die Möglichkeit, in ausgewählten Netzwerken ihre entstehende Geschlechtsidentität zu erforschen und zu benennen. Selbst ein eher passiver, d. h. rezeptiver Umgang mit sozialen Medien sorgt dafür, sich über identitätsspezifische Themen informieren zu können und sich im Coming-out-Prozess inspirieren zu lassen, was das Vertrauen in die eigene Identität stärken kann (Craig et al 2021, S. 2). Netzwerke, die das Blockieren von Nutzer:innen oder nur einen eingeschränkten Nutzer:innenkreis vorsieht, in denen man anonym agieren kann, bieten eine relative Sicherheit und Kontrolle (ebd.), erleichtern somit den Identitätsaufbau und die Kommunikation. Anonyme Aktivitäten in sozialen Medien stellen sicher, dass die entstehenden Geschlechtsidentitäten nicht verfrüht offengelegt werden und dass man sie vor Freund:innen und Familie, die sie möglicherweise nicht ohne Weiteres akzeptieren, erstmal verbergen kann. Das Agieren in den sozialen Medien, die geteilten Erfahrungen und Betroffenheiten sowie nicht zuletzt das Empowerment Gleichgesinnter kann queere Jugendliche also durchaus in ihrer Identitätskonstruktion bestärken, ihnen das nötige Selbstbewusstsein für lebensweltliche Gegebenheiten und das Coming-out geben.

Literatur

- Abels, H. (2006). Identität. Über die Entstehung des Gedankens, dass der Mensch ein Individuum ist, den nicht leicht zu verwirklichenden Anspruch auf Individualität und die Tatsache, dass Identität in Zeiten der Individualisierung von der Hand in den Mund lebt. Wiesbaden: VS.
- Bechdolf, U. (1999). *Puzzling Gender. Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen*. Weinheim: Deutscher Studien-Verlag.
- Bryon, P. (2021). *Digital Media, Friendship and Cultures of Care*. London/New York: Routledge.
- Butler, J. (1993). *Body that matters*. London/New York: Routledge.
- Craig, S.L., Eaton, A.D., McInroy, L.B., Leung, V. W.Y. & Krishnan, S. (2021). Can Social Media Participation Enhance LGBTQ+ Youth Well-Being? Development of the Social Media Benefits Scale. *Social Media + Society*, Vol. 7, Issue 1, 1 –13, DOI: 10.1177/2056305121988931.
- Demmler, K. & Wagner, U. (2013). Mediensozialisation und kulturelles Lernen. In: *KULTURELLE BILDUNG ONLINE*. <https://www.kubi-online.de/artikel/mediensozialisation-kulturelles-lernen> (letzter Zugriff am 14.06.2023).
- Döring, N., Reif, A. & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*, Vol. 55, Part B, S. 955-962
- Duttweiler, S. (2013). Die Beziehung von Geschlecht, Körper und Identität als rekursive Responsivität. Eine Skizze. In: *Freiburger Zeitschrift für Geschlechterstudien* 19 Jg., H. 2, S. 19-36.
- Fleischer, J. (2018). Erwachsenwerden als Prozess mediatisierter Sozialisation. Wie junge Menschen mit Hilfe online verfügbarer Informationen eigene Entwicklungsaufgaben bearbeiten. Baden-Baden: Nomos.
- Geimer, A. & Burghardt, D. (2019). Die Mediatisierung von Subjektivierungsprozessen. Geschlechternormen im Kontext der Subjektivierung des disziplinierten Selbst in YouTube-Videos und mimetische Praktiken der Subjektivierung. In A. Geimer, S. Amling & S. Bosančić (Hrsg.). *Subjekt und Subjektivierung. Empirische und theoretische Perspektiven auf Subjektivierungsprozesse*, Wiesbaden: Springer, S. 235-257.
- Götz, M. & Prommer, E. (2020). Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Online abrufbar: <https://www.dritter-gleichstellungsbericht.de/kontext/controllers/document.php/124.7/f/6001aa.pdf>
- Hahn, K. (2015). In welcher Kopräsenz leben wir? Eine Untersuchung zu Mitspielkompetenzen auf einem roten Teppich. In: K. Hahn & M. Stempfhuber (Hrsg.), *Präsenzen 2.0, Medienkulturen im digitalen Zeitalter* (S. 23-42). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Hoffmann, D. (2018). „Voll schöne Seite hast du“. In: *Aktion Mensch Magazin: Inklusiv leben*, Ausgabe 2, S. 74-79.
- Hoffmann, D. (2011). Aufwachsen und Heranreifen in mediatisierten Lebenswelten – Ein Plädoyer für eine phänomenologische Betrachtung von Medienaneignungsprozessen im Jugendalter. *Psychologie & Gesellschaftskritik*, 35. Jg., H.2, S. 51-71
- Kuopp, Heiner (1995). Subjektentwürfe heute: Wie kommen wir ohne das "Baugerüst der Moderne" zurecht? *Journal für Psychologie*, 3. Jg., Doppelheft(4/1995 1/1996), S. 5-16.
- Kuopp, H., Ahbe, T., Gmür, W., Höfer, R., Mitzscherlich, B., Kraus, W., Sraus, F. (2006). *Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmodernen*, 3. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Neill, T. (2021). Social Media Provides a Third Place for LGBT Youth. Online abgerufen am 6.6.2023: <https://networkconference.netstudies.org/2021/2021/04/26/social-media-provides-a-third-place-for-lgbt-youth/>

- Perko, G. & Czollek, L. C. (2022). Lehrbuch Gender, Queer und Diversity. 2., vollständig überarb. u. erweiterte Aufl., Weinheim/Basel: Beltz Juventa.
- Rosa, H. (2016). Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin: Suhrkamp.
- Schär, C. (2019). Subjekte photographieren. Eine subjekt(-ivierungs)- und körperleibtheoretische Perspektivierung jugendlicher Selbstdarstellungen in digitalen sozialen Netzwerken. In D. Rode & M. Stern (Hrsg.). Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co.. Konstellationen von Körper, Medien und Selbst in der Gegenwart. Bielefeld: transcript, S. 183-203.

Zur Person



Foto: © Alexander Hauck

Dagmar Hoffmann, Dr. phil. ist Professorin für Medien und Kommunikation/Gender Media Studies an der Universität Siegen. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Geschlechter-, Körper- und Jugendsoziologie, Medien- und Datenpraktiken, Mediensozialisation, Partizipationsforschung.

Kontakt:

hoffmann@medienwissenschaft.uni-siegen.de