



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Who's #ThatGirl? Eine diskursanalytisch-intersektionale Analyse
neoliberaler Weiblichkeitsformation auf TikTok

verfasst von | submitted by
Olivia Schretter BA BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2026

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 589

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Internationale Entwicklung

Betreut von | Supervisor:

Dr. Elisabeth Lechner BA BA MA MA

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich während der Ausarbeitung dieser Masterarbeit begleitet und unterstützt haben.

Mein besonderer Dank gilt meiner Betreuerin Dr. Elisabeth Lechner BA BA MA MA, die mir während des gesamten Arbeitsprozesses mit Rat und Tat zur Seite stand. Danke für die vielen hilfreichen Anmerkungen, die fachliche Unterstützung, das sorgfältige Gegenlesen, das ausführliche Feedback – und last but not least – für die motivierenden Worte.

Von Herzen danke ich meinen Eltern und meiner Schwester für ihren Rückhalt, ihr Vertrauen und ihre Geduld. Ihre uneingeschränkte Unterstützung hat mir in jeder Phase des Studiums viel bedeutet.

Ein großer Dank geht außerdem an meine Freund:innen und meine Mitbewohnerinnen – für gute Gespräche, ehrlichen Austausch, hilfreiche Diskussionen, emotionalen Support und die nötige Ablenkung zwischendurch.

Allen Genannten danke ich herzlich.

Abstract (Deutsch)

Diese Arbeit untersucht, wie das TikTok-Phänomen #ThatGirl im Kontext neoliberaler Selbstführung ein normatives Ideal hegemonialer, *weiß* codierter Weiblichkeit formiert. #ThatGirl ästhetisiert alltägliche Praktiken wie Arbeit, Körperpflege, Konsum und häusliche Routinen und macht sie als sichtbare, nachahmbare und affektiv aufgeladene Lebensführungen plausibel. TikTok fungiert dabei nicht als neutrales Medium, sondern als institutioneller Rahmen und als selektive Sichtbarkeitsinfrastruktur: Algorithmische Logiken und audiovisuelle Gestaltungsmechanismen privilegieren bestimmte Körper, Räume und Ästhetiken und stabilisieren sie als Norm.

Theoretisch verortet sich die Arbeit in Debatten zu neoliberaler Subjektivierung, postfeministischen Vorstellungen von Weiblichkeit und Wahlfreiheit sowie zu digitalen Sichtbarkeitsregimen. Methodisch folgt die Studie einem qualitativen, visuell ausgerichteten diskursanalytischen Ansatz und basiert auf der Analyse von 80 TikTok-Videos (Erhebungszeitraum Juni–Oktober 2024).

Die Analyse zeigt, dass #ThatGirl als ästhetisierte Form neoliberaler Selbstführung wirkt, die Ungleichheiten entlang von Klasse, *Whiteness* und Körnernormen stabilisiert, individualisiert und zugleich weitgehend unsichtbar macht, indem sie als persönliche Entscheidung, Disziplin oder Optimierung gerahmt werden. Das daraus resultierende Weiblichkeitsideal bleibt aufgrund struktureller Ausschlüsse für viele unerreichbar, erscheint im Diskurs jedoch als selbstverständlich.

Die Arbeit leistet damit einen Beitrag zur Erforschung plattformvermittelter Weiblichkeitsdiskurse und zeigt, wie digitale Ästhetiken, Plattformlogiken und neoliberale Selbstführung zusammenwirken, um normative und exkludierende Weiblichkeitsmodelle im Alltag zu verankern.

Abstract (English)

This thesis examines how the TikTok phenomenon #ThatGirl forms a normative ideal of hegemonic, *white*-coded femininity within the context of neoliberal self-governance. #ThatGirl aestheticizes everyday practices such as work, body care, consumption, and domestic routines, rendering them plausible as visible, replicable, and affectively charged modes of living. TikTok does not function as a neutral medium in this process, but rather as an institutional framework and selective infrastructure of visibility: algorithmic logics and audiovisual design mechanisms privilege certain bodies, spaces, and aesthetics, thereby stabilizing them as normative.

Theoretically, the study is situated within debates on neoliberal subjectivation, postfeminist notions of femininity and choice, and digital regimes of visibility. Methodologically, it follows a qualitative, visually oriented discursive approach and is based on the analysis of 80 TikTok videos (data collection period: June–October 2024).

The analysis demonstrates that #ThatGirl operates as an aestheticized form of neoliberal self-governance that stabilizes, individualizes, and simultaneously renders largely invisible inequalities along the lines of class, *Whiteness*, and body norms by framing them as matters of personal choice, discipline, or optimization. The resulting ideal of femininity remains unattainable for many due to structural exclusions yet appears self-evident within the discourse.

This thesis contributes to research on platform-mediated femininity discourses by showing how digital aesthetics, platform logics, and neoliberal self-governance interact to embed normative and exclusionary models of femininity in everyday life.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	6
1. EINLEITUNG	1
2. THEORETISCHER RAHMEN	8
2.1. TikTok als sozio-technische Plattform	8
2.1.1. #ThatGirl als affektive Hashtag-Öffentlichkeit	11
2.1.2. Digitaler Kapitalismus, Plattformkapitalismus und Überwachungskapitalismus	14
2.1.3. Ökonomie der Sichtbarkeit und die Figur des „Girls“	15
2.2. Selbstoptimierung und Subjektivierung im digitalen Kapitalismus	16
2.2.1. Biomacht, Psychopolitik und neoliberale Selbstführung	17
2.2.2. Vorstellungen vom „guten Leben“ – Grausamer Optimismus	21
2.2.3. Biomacht, Patriarchat und die Normierung weiblicher Körper	22
2.2.4. Self-Care als Instrument von Biomacht und Gouvernamentalität	24
2.3. #ThatGirl im Kontext relevanter feministischer Konzepte	26
2.3.1. Postfeminismus als Sensibilität	27
2.3.2. Popfeminismus	29
2.3.3. Neoliberaler Feminismus	31
2.3.4. Weißer Feminismus	34
3. FORSCHUNGSDESIGN	36
3.1. Forschungsfragen	36
3.2. Korpusbildung und Auswahlkriterien	36
3.3. Methodik	38
3.3.1. Diskursanalyse	39
3.3.2. Mise en Scène	41
3.3.3. Intersektionalität	42
3.3.4. Digitale Ethnografie als feministische Forschungspraxis	43
4. DIE DISKURSIVE FIGUR #THATGIRL	45
4.1. Audiovisuelle Gestaltung – Videoästhetik	45
4.1.1. Visuelle Gestaltungsmuster	46
4.1.2. Auditive Kompositionsmuster	54
4.2. Routine & Transformation: Das Dogma des „Becoming“	56
4.2.1. Video 40 – Routine als ästhetisch codierte Technologie des Selbst	57
4.2.2. Video 87 – Die Romantisierung des transformierten Selbst	64
4.2.3. Video 65 – Das Selbst als Projekt	65
4.3. Gesundheit & Wellness: Healthismus als Lifestyle	71
4.3.1. Video 56 - #ThatGirl als Lifestyle- bzw. Wellness-Guru	72
4.3.2. Video 13 – Gesundheit als quantifizierbarer Prozess	78
4.4. Schönheitsarbeit als Disziplin: #ThatGirl als ästhetische Unternehmerin	86
4.4.1. Video 11 – Die klassische Skincare-Routine	88

4.4.2.	Video 29 - Der Spiegel als Technologie der Selbstkontrolle	95
4.5.	Ordnung & Raum: Häusliche Subjektivierung im #ThatGirl-Diskurs	97
5.	DISKUSSION	107
5.1.	Zentrale Diskurslogiken von #ThatGirl	107
5.1.1.	Imperativische Regime der Subjektivierung	107
5.1.2.	Isolation und „locked-down femininity“ als strukturelle Logik	111
5.1.3.	Kontrolle als kulturelle Ordnung	113
5.2.	Plattformlogik & Digitale Ethnographie	115
5.3.	Ambivalenzen im #ThatGirl-Diskurs	118
5.4.	Methodische Reflexion & Limitation	121
6.	FAZIT	124
7.	LITERATURVERZEICHNIS	127
7.1.	Wissenschaftliche Quellen	127
7.2.	Nicht-wissenschaftliche Quellen	138
8.	PRIMÄRQUELLENVERZEICHNIS	143

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28).....	48
Abbildung 2: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 87).....	50
Abbildung 3: Ausschnitt aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28).....	53
Abbildung 4: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28).....	54
Abbildung 5: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40).....	58
Abbildung 6: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40).....	59
Abbildung 7: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40).....	60
Abbildung 8: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40).....	60
Abbildung 9: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 65).....	66
Abbildung 10: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 65).....	70
Abbildung 11: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 56).....	73
Abbildung 12: Ausschnitt aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13).....	79
Abbildung 13: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13).....	80
Abbildung 14: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13).....	81
Abbildung 15: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 11).....	90
Abbildung 16: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 29).....	96
Abbildung 17: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 6).....	101

1. Einleitung

Frühmorgens klingelt der Wecker. Eine junge Frau streckt sich in einem hellen, makellos aufgeräumten, geräumigen Schlafzimmer, trinkt Zitronenwasser, rollt ihre Yogamatte aus und öffnet ihr Journal. Nach einer ausgiebigen Hautpflegeroutine startet der Tag – es ist noch vor 08:00 Uhr. Ruhige Musik, weiche Pastelltöne und glatte Oberflächen erzeugen eine Atmosphäre von Ruhe, Kontrolle und Selbstdisziplin. Diese wenigen Sekunden eines TikTok-Videos zeigen den Alltag einer jungen Frau, der geordnet, diszipliniert und ästhetisch kohärent erscheint. Szenen wie diese werden millionenfach reproduziert, nachgeahmt, gespeichert und kommentiert. Sie tragen den Hashtag #ThatGirl.

Populäre Definitionen, wie folgende aus dem Urban Dictionary, beschreiben #ThatGirl als Figur, die ihren Alltag konsequent organisiert, produktiv und diszipliniert lebt, um „die beste Version ihrer selbst“ zu werden:

„That Girl. Known mostly on TikTok, „That Girl“ is a girl (or any gender) that gets up at 5am, meditates, drinks smoothies, has showers everyday, journaling, eating only healthy food, goes to gym every day, and is successful in many ways. This stereotype is typically on TikTok and films morning or night routines. Most likely rich too...”¹ (MrsPyramidhead1, 2021)

In dieser informellen Beschreibung bündeln sich bereits zentrale Motive des Phänomens: Standardisierte Morgen- und Abendroutinen, Gesundheits-, Wellness- und Schönheitspraktiken sowie eine disziplin- und produktivitätsorientierte Alltagsführung. Im Kontext des Hashtags werden diese Elemente jedoch nicht nur beschrieben, sondern in wiederkehrenden audiovisuellen Formaten als alltagspraktische Anleitung inszeniert. Aus lose beobachteten Routinen, die in einzelnen Videos präsentiert werden, entsteht in der Gesamtbetrachtung ein normatives Programm weiblicher Selbstführung, indem ein bestimmter Lebensstil als erstrebenswert, universell machbar und nachahmbar inszeniert und damit, als Maßstab dafür betrachtet wird, wie ein „gutes“ weibliches Leben auszusehen habe.

Die oben angeführte Definition macht dabei auf die begriffliche bzw. semantische Struktur von #ThatGirl aufmerksam, die für das Verständnis des Phänomens bereits aufschlussreich ist. Während „That“ auf eine spezifische, begehrte Figur verweist, bleibt „Girl“ diffus. Der Begriff fungiert als semantische Hülle für eine diskursive Figur, die nicht real existiert, sondern erst durch ihre fortwährende (Re-)produktion in Form von Videos, Hashtags, Kommentaren

¹ Deutsch: „That Girl. Bekannt aus TikTok, „That Girl“ ist ein Mädchen (oder jedes andere Geschlecht), das um 5 Uhr aufsteht, meditiert, Smoothies trinkt, jeden Tag duscht, Tagebuch schreibt, nur gesundes Essen isst, jeden Tag ins Fitnessstudio geht und in vielerlei Hinsicht erfolgreich ist. Dieses Stereotyp ist typischerweise auf TikTok zu sehen und filmt Morgen- oder Abendroutinen. Höchstwahrscheinlich ist sie auch reich.“ (Eigene Übersetzung)

und Likes Gestalt annimmt. Diese partielle Offenheit des Begriffs erzeugt eine Art kapitalistisches Versprechen, das suggeriert: Jede, die sich als „Girl“ identifiziert, könnte potentiell „That Girl“ sein – vorausgesetzt sie investiert ausreichend Disziplin, Zeit und Ressourcen in sich selbst. Gleichzeitig wirkt der Begriff exklusiv: Nicht jedes „Girl“ kann #ThatGirl sein. Als Pluspol eines semantischen Differentials entsteht „That Girl“ in Abgrenzung zu einer impliziten Gegenfigur, die mit „Not That Girl“ oder „The Other Girl“ bezeichnet werden könnte. Sie bleibt unausgesprochen, wird aber stets mitgedacht.

Hier wird bereits deutlich, dass die Herausbildung normativer Weiblichkeitsideale nicht neutral ist. Weiblichkeit ist historisch und gegenwärtig in besonderer Weise von normativen Zuschreibungen, disziplinierenden Körperanforderungen und intersektionalen Ungleichheitsverhältnissen geprägt. Wenn Ideale weiblicher Lebensführung als individuell erreichbar, ästhetisch wünschenswert oder universell adressierbar inszeniert werden, ohne ihre sozialen Voraussetzungen zu thematisieren, verschiebt sich strukturelle Ungleichheit auf die Ebene persönlicher Verantwortung. Insbesondere Frauen und weiblich gelesene Personen, die entlang von Klasse, Rassifizierung, Körpernormen oder Care-Verpflichtungen ungleich positioniert sind, können so unter den Druck geraten, utopische Anforderungen an Selbstkontrolle, Produktivität und permanente Selbstoptimierung zu erfüllen.

Die vorliegende Arbeit versteht und problematisiert #ThatGirl als diskursive Figur, die Weiblichkeit über ästhetisierte Praktiken der Selbstführung formiert und normalisiert. Das Ideal erscheint universell adressierbar, ist jedoch voraussetzungsvoll und an Ressourcen, wie Zeit, Geld, Raum, Körpernormen und bestimmte Konsumoptionen geknüpft. Die Universalisierung, die in den Videos mitschwingt, blendet ungleich verteilte Voraussetzungen aus, unter denen #ThatGirl überhaupt erreichbar ist. Strukturelle Ungleichheiten werden so tendenziell individualisiert, indem Erreichbarkeit und Scheitern am Ideal als Frage persönlicher Disziplin statt als Effekt sozial ungleich verteilter Bedingungen erscheinen.

Dass sich #ThatGirl so wirkmächtig verbreiten konnte und dies weiterhin tut, hängt eng mit TikTok als Plattform zusammen. TikTok ist als bild-, sound- und schnittgetriebene Social-Media-Plattform zu verstehen, die kurze, stark formatierte und ästhetisch einheitliche Clips begünstigt, die Inhalte standardisieren, wiederholbar machen, so massenhaft sichtbar zirkulieren und schlussendlich viral werden lassen. Besonders während der globalen Covid-19 Pandemie gewann TikTok erheblich an Bedeutung und Hashtag-basierte Formate, wie #ThatGirl, konnten sich verbreiten und begannen die auf der Plattform entstehenden Subkulturen zu dominieren (Sweeney-Romero & Boffone, 2022, S. 108; Kennedy, 2020, S. 1070f.). Begünstigt wurde diese Dynamik durch die pandemisch bedingte Verlagerung der

Produktion kultureller Praktiken in digitale Räume (Kennedy, 2020, S. 1070f.). Heute zählt TikTok, vor allem unter den 18 bis 24-Jährigen, weltweit zu den meistgenutzten Social-Media-Anwendungen, wobei ein hoher Anteil weiblicher Nutzerinnen verzeichnet wird (Burchell, 2023, S. 18; Zulli & Zulli, 2022; Statista, 2024). Damit avancierte TikTok zu einer globalen Stätte der gegenwärtigen (Sub-)Kulturproduktion und zu einem zentralen Schauplatz, auf dem zeitgenössische Weiblichkeitsentwürfe hergestellt, bewertet und popularisiert werden (Boffone, 2022, S. 3, 8).

Obwohl sich TikTok durch extreme Öffentlichkeit auszeichnet und auch als divers beschrieben werden kann, entsprechen die sichtbarsten und erfolgreichsten Creatorinnen im Mainstream häufig einem hegemonialen Schönheits- und Weiblichkeitsideal, das sich durch Jugendlichkeit, *Whiteness*², Normschönheit, Cis-Geschlechtlichkeit und Heteronormativität auszeichnet und an kulturelles, soziales und ökonomisches Kapital gebunden ist (Boffone, 2022, S. 6, 20; Kennedy, 2020, S. 1072). Auch die unter dem Hashtag #ThatGirl besonders sichtbaren Creatorinnen entsprechen überwiegend diesen normativen Voraussetzungen, während die Inhalte selbst strukturierte Routinen, Wellnesspraktiken, Ordnung und Care-Arbeit, Beauty und Lifestyle in einer homogenen, „glatten“ Bildsprache rahmen.

Die Arbeit untersucht #ThatGirl daher als auf Plattformen sichtbares und zirkulierendes Weiblichkeitsideal und fragt nach Macht- und Ungleichheitsverhältnissen, die in dieser Ästhetik wirksam werden. Untersucht werden TikTok-Videos, die unter dem Hashtag #ThatGirl veröffentlicht wurden; im Fokus stehen wiederkehrende ästhetische Elemente, Routinen und Praktiken, über die sich die diskursive Figur stabilisiert.

Basierend darauf fragt die Arbeit, wie #ThatGirl auf TikTok im Kontext neoliberaler Selbstführung ein normatives Ideal hegemonialer, *weiß* codierter Weiblichkeit formiert und wie dabei soziale Ungleichheiten ästhetisch stabilisiert oder unsichtbar gemacht werden. Ergänzend wird gefragt, (1) welche visuellen, auditiven und narrativen Praktiken dieses Ideal herstellen, (2) welche Normen von Körper, Gesundheit, Produktivität, Schönheit und Ordnung

² Anm.: *Whiteness* bezeichnet in dieser Arbeit keine biologische Eigenschaft, sondern eine historisch, sozial und gesellschaftlich konstituierte Position, die mit strukturellen Privilegien und Dominanzverhältnissen einhergeht. In Anlehnung an Peggy McIntosh (1988) wird *Whiteness* als mit meist unsichtbaren Privilegien verbunden verstanden, die *weiße* Subjekte vergleichbar mit einem „unsichtbaren Rucksack“ im Alltag begleiten und zur strukturellen Benachteiligung von People of Colour beitragen (ebd.). Zugleich wird *Whiteness* nicht als fixe oder homogene Kategorie begriffen: Neuere Arbeiten der Critical Whiteness Studies betonen die Prozesshaftigkeit, Kontextabhängigkeit und Relationalität von *Whiteness* und warnen vor deren Reifizierung (Dosekun, 2024). Ferner wird in der vorliegenden Arbeit *weiß* kursiv gesetzt, gemäß der Schreibweise, die vom Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismuserbeit e.V. (IDA) vorgeschlagen wird. Dies dient dazu, die soziale Positionierung in einer rassistisch strukturierten Gesellschaft zu verdeutlichen, die nicht zwingend mit der Hautfarbe, sondern mit Privilegien und Dominanz verknüpft ist. Die Zuschreibung als *weiß* ist historisch, sozial und geografisch variabel, jedoch strukturell verankert und in der Regel unsichtbar. Die Kursivschreibung soll diese ansonsten unmarkierte Position sichtbar machen, um Machtverhältnisse und Normalitätsvorstellungen kritisch zu reflektieren und zu verändern (Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismuserbeit e.V. [IDA], o.J.).

dabei als selbstverständlich gesetzt werden und (3) welche Ausschlüsse (z.B. Klasse, *Whiteness*, Körpernormen) dadurch naturalisiert oder individualisiert werden.

Zugleich ist zu berücksichtigen, dass „That Girl“ als Ausdruck nicht ausschließlich in *weiß*-neoliberalen Lifestyle-Kontexten verortet werden kann. Fallan S. Frank (2024) zeigt, dass „I’m That Girl“ in Schwarzen³ kulturellen Räumen, wie Hip-Hop-Kulturen und in der Selbstwahrnehmung Schwarzer Studentinnen, als affirmative, identitätsstiftende Selbstbezeichnung fungiert. Diese Bedeutungsgeschichte wird hier anerkannt, jedoch nicht genealogisch rekonstruiert. Im Zentrum steht die gegenwärtige TikTok-spezifische Formierung von #ThatGirl als plattformsichtbares Weiblichkeitsideal.

Abgrenzend ist zu erwähnen, dass #ThatGirl nicht der einzige Hashtag dieser Art ist, der solch ein Weiblichkeitsideal auf TikTok entwirft. Die „Girls“ dominieren die Plattform (Kennedy, 2020, S. 1070ff.). Neben #ThatGirl zirkulieren dort weitere hyperfeminine Weiblichkeitsentwürfe wie #CleanGirl, #StayAtHomeGirlfriend, #TradWife oder #VanillaGirl, um nur einige zu nennen. Gemeinsam ist diesen Trends ihre starke Ästhetisierung sowie ihre überwiegend heteronormative und hyperfeminine Ausrichtung. Gemeinsam tragen sie zur Herausbildung homogener digitaler Sichtbarkeitsräume bei, in denen Diversität nur begrenzt repräsentiert ist. Die vorliegende Arbeit fokussiert sich jedoch auf die Analyse des #ThatGirl.

#ThatGirl wurde bislang in nur begrenztem Umfang wissenschaftlich untersucht. Ein übergreifender Rahmen zur Analyse spezifischer TikTok-Subkulturen findet sich in Trevor Boffones Sammelband *TikTok Cultures in the United States* (2022), der verschiedene auf der Plattform entstandene kulturelle Praktiken aus kulturwissenschaftlicher Perspektive beleuchtet und deren Einfluss auf gegenwärtige Populärkulturen diskutiert (Boffone, 2022).

Eine der wenigen expliziten Auseinandersetzungen mit dem #ThatGirl liefern Katlin Marisol Sweeney-Romero und Trevor Boffone in ihrem Beitrag *Wellness TikTok: Morning Routines, Eating Well and Getting Ready to be ‚ThatGirl‘* (2022). Sie beschreiben #ThatGirl als subkulturelles Phänomen, das stark von Wellness-, Gesundheits- und Selbstoptimierungsdiskursen geprägt ist und zeigt dabei auf, wie der Hashtag TikTok zu einem „*weißen Raum*“ formt und damit *Weißsein* als Norm reproduziert (Sweeney-Romero & Boffone, 2022, S. 111). Eine weiterführende kritische Analyse legen Stephanie Patouras und Megan

³ Anm.: Schwarz wird in der vorliegenden Arbeit auf Empfehlung von Hadija Haruna und Jamie Scharer großgeschrieben, um zu verdeutlichen, dass es sich dabei nicht um eine Eigenschaft, sondern um eine gesellschaftlich konstruierte Zuschreibung handelt (Haruna & Schaerer, 2013). Der Begriff Schwarz bzw. Schwarz-Sein reflektiert ist eine politische Selbstbezeichnung und beschreibt eine gesellschaftliche Position, die durch gemeinsame Rassismuserfahrungen geprägt ist und nicht auf tatsächliche oder vermeintliche Hautfarbe verweist (ebd.).

Sharp mit ihrem Text *The endless project of the feminine self: ‚locked-down femininity‘ and becoming #ThatGirl on TikTok* (2025). Sie betrachten #ThatGirl besonders vor dem Hintergrund der globalen Covid-19 Pandemie und interpretieren #ThatGirl als Form einer „locked-down femininity“⁴, die durch die spezifischen Bedingungen der Lockdowns hervorgebracht wurde (Patouras & Sharp, 2025, S. 5). Auch Melanie Kennedy stellt einen Zusammenhang zwischen dem Erfolg der Plattform TikTok und der Covid-19-Pandemie her und analysiert in *‘If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it’s that teenage girls rule the internet right now’: TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis* (2020) aus Perspektive der Girlhood Studies, wie insbesondere Mädchen und junge Frauen während dieser Phase neue Formen digitaler Sichtbarkeit und Selbstinszenierung entwickeln konnten (Kennedy, 2020: S. 1069).

Mangels spezifischer Untersuchungen zu #ThatGirl bieten Arbeiten zu benachbarten digitalen Selbstinszenierungs- und Weiblichkeitsdiskursen wichtige Anhaltspunkte, um die im Phänomen wirksamen ästhetischen und normativen Logiken zu kontextualisieren. Brianna Wiens und Shana MacDonald liefern mit *Living whose best life? An intersectional feminist interrogation of postfeminist #solidarity in #selfcare* (2021), eine intersektionale Analyse der Bedeutung von „Self-Care“ in gegenwärtigen digitalen Kulturen (ebd.). Weiters liefern Emma Casey und Jo Littler mit *Mrs hinch, the rise of the cleanfluencer and the neoliberal refashioning of housework: Scouring away the crisis?* (2021) einen weiteren kritischen Beitrag zur Analyse von Weiblichkeit auf Social-Media-Plattformen. Am Beispiel sogenannter „Cleanfluencer“ arbeiten sie heraus, wie Hausarbeit, Ordnung und Sauberkeit im digitalen Raum neu codiert und ästhetisiert werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass bisherige Studien zwar zentrale Aspekte von Wellness, Selbstoptimierung, postfeministischer Weiblichkeit und digitaler Sichtbarkeit auf TikTok thematisieren, das Phänomen #ThatGirl jedoch bislang nicht systematisch untersucht wurde. Insbesondere fehlt eine diskursanalytische Perspektive, die plattformspezifische Sichtbarkeitslogiken mit Subjektivierung und intersektionalen Exklusionsmechanismen verschränkt. An diese Forschungslücke knüpft die vorliegende Arbeit an.

Die vorliegende Arbeit ist im Kontext des Masterstudiengangs Internationale Entwicklung besonders relevant, da sie soziale Ungleichheit nicht nur in klassischen entwicklungspolitischen Handlungsfeldern, sondern im Rahmen globaler digitaler Plattformkulturen untersucht. Unter Bezugnahme auf das transdisziplinäre Selbstverständnis der Internationalen Entwicklung verknüpft sie medien- und kulturwissenschaftliche Betrachtungsweisen mit entwicklungstheoretisch relevanten, feministisch-intersektionalen

⁴ Anm.: Deutsch etwa „verschlossene Weiblichkeit“. „Locked-down“ wird als Referenz auf die Corona-Lockdowns verstanden. Um die konkrete Bedeutung des Begriffes zu erhalten, wird in der vorliegenden Arbeit der englische Begriff beibehalten.

Ansätzen und stellt kapitalistische, neoliberale Strukturen, die Plattformen wie TikTok prägen und auf die kulturelle Produktion innerhalb dieser Plattformen beeinflussen und Ungleichheiten reproduzieren, einer kritischen Analyse anheim.

Die intersektional-feministische Analyse der global operierenden Social-Media-Plattform TikTok macht Machtverhältnisse, normative Identitätskonstruktionen und Ausschlüsse sichtbar, die im Kontext neoliberaler Globalisierung und transnationaler Konsumkulturen entstehen und reproduziert werden. Die Arbeit trägt damit zum Verständnis von Social-Media-Plattformen als gesellschaftsgestaltende und kulturproduzierende Akteure bei, deren algorithmische Infrastrukturen Sichtbarkeit im digitalen Raum strukturieren und bestimmte Weiblichkeitsnormen global anschlussfähig machen. Indem nicht die globale Zirkulation einzelner Inhalte, sondern die diskursiv-ästhetischen Bedingungen ihrer Produktion und Normalisierung analysiert werden, leistet die Arbeit einen Beitrag zu Debatten zu Globalisierung, Macht, Ungleichheit und Geschlecht im digitalen Kapitalismus und versteht Social-Media-Plattformen als gesellschaftsgestaltende Akteure, deren algorithmische Infrastrukturen Sichtbarkeit strukturieren und bestimmte Weiblichkeitsnormen global anschlussfähig machen. Die Arbeit verortet sich in einem kritisch-theoretischen Verständnis von Internationaler Entwicklung, das globale Ungleichheiten auch in digitalen und kulturellen Kontexten untersucht.

Um #ThatGirl als diskursive Figur umfassend beschreiben zu können, folgt die Arbeit einem qualitativen, explorativ-interpretativen Forschungsansatz und ist in diskursanalytischen Zugängen der visuellen Kulturforschung verortet. Im Zentrum steht nicht die Reichweite des Trends, sondern die Bedeutungs- und Normstruktur, die #ThatGirl in und durch Bilder, Sounds, wiederkehrende Muster, Symbole und Narrative hervorbringt. Analytisch interessiert, wie Weiblichkeit im Zusammenspiel von Ästhetik, Affekt und Sichtbarkeit geformt wird und welche Subjektpositionen dadurch legitimiert werden. Als empirische Grundlage dient ein kuratiertes Korpus von 80 TikTok-Videos zum Hashtag #ThatGirl. Die Analyse kombiniert Close Readings, visuelle Diskursanalyse und einer intersektional sensibilisierte Perspektive; ergänzend wurden digital-ethnographische Beobachtungen erhoben.

Der Aufbau der Arbeit gliedert sich in sechs aufeinander aufbauende Kapitel, die das Phänomen #ThatGirl schrittweise kontextualisieren, theoretisch rahmen und analytisch entfalten. Kapitel 2 bildet den theoretischen Rahmen der Arbeit. In Kapitel 2.1. wird TikTok als sozio-technischer Rahmen konzeptualisiert, auf plattformspezifische Logiken, algorithmische Selektionsmechanismen und die sich bildenden Öffentlichkeiten in digital-kapitalistischen Systemen eingegangen. Kapitel 2.2. führt zentrale Konzepte zu Biomacht, Gouvernamentalität, grausamem Optimismus und Normierung weiblicher Körper ein. Kapitel

2.3 situiert #ThatGirl im Kontext feministischer Konzepte, die als zentrale Deutungsrahmen für die Analyse von #ThatGirl dienen. Dabei wird auf Postfeminismus, Popfeminismus, neoliberalen Feminismus und ergänzend auf *weißen* Feminismus eingegangen.

Darauf aufbauend erläutert Kapitel 3 Forschungsdesign, Korpusbildung und Methodik.

Kapitel 4 bildet den analytischen Kern der Arbeit. Auf Grundlage des empirischen Materials werden fünf zentrale diskursive Felder herausgearbeitet, die maßgeblich zur Konstruktion von #ThatGirl beitragen. Diese Felder werden mittels Close Readings ausgewählter Beispielvideos entfaltet und analytisch verdichtet. Die Analyse zeigt, wie sich diese Felder diskursiv konstruieren, wie sie ineinandergreifen und gemeinsam ein kohärentes, normativ aufgeladenes Ideal weiblicher Selbstführung hervorbringen, das auf Disziplin, Kontrolle und permanente Selbstoptimierung ausgerichtet ist.

Kapitel 5 diskutiert und reflektiert die Befunde auf einer übergeordneten theoretischen Ebene. Die identifizierten Diskurslogiken werden in Beziehung zum theoretischen Rahmen gesetzt sowie beobachtete Ambivalenzen des #ThatGirl-Diskurses herausgearbeitet. Zudem werden die im Rahmen der digitalen Ethnografie gewonnenen ergänzenden Beobachtungen mit den Ergebnissen der Diskursanalyse verschränkt und die methodischen Limitationen der Untersuchung reflektiert.

Den Abschluss bildet Kapitel 6, das Fazit, das die zentralen Erkenntnisse prägnant zusammenfasst, die Forschungsfrage aufgreift und einen Ausblick auf mögliche weiterführende Forschungsansätze gibt.

2. Theoretischer Rahmen

Im folgenden Kapitel wird der theoretische Rahmen der Arbeit entfaltet. Ziel ist es, jene konzeptionellen und theoretischen Perspektiven darzulegen, die für die Analyse von #ThatGirl als diskursive Figur zentral sind. Zu Beginn wird ein Schlaglicht auf die Plattform TikTok geworfen, indem ihre Funktionsweise erläutert und in Zusammenhang mit digitalem Kapitalismus gebracht wird. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Sichtbarkeit als zentrale Währung sozialer Medien. Anschließend folgt eine Auseinandersetzung mit Selbstoptimierung und Subjektivierung im digitalen Kapitalismus. Der Fokus liegt auf feministischen Auseinandersetzungen mit Foucaults Konzepten der Biomacht und der Gouvernementalität, die die Basis für die Analyse der Subjektivierungsmechanismen, Normierungsprozessen und Körperpolitiken im Rahmen von #ThatGirl bilden. Den Abschluss des theoretischen Rahmens bildet ein Überblick über Postfeminismus, Popfeminismus, neoliberalen Feminismus und weißen Feminismus.

2.1. TikTok als sozio-technische Plattform

Die video- und audiobasierte App TikTok wurde 2016 gegründet und erlaubt ihren Nutzer:innen den Upload von bis zu zehnminütigen Clips (Krijnen et al., 2022, S. 202; TikTok, o.J.). Neben Tanz- und Lip-Sync-Videos sind mittlerweile auch zahlreiche andere Videoformate wie Vlogs, Get-ready-with-me⁵ (kurz: GRWM), Point-of-Views⁶ (kurz: POV), Reaction-Videos, Stitches⁷, Checklisten oder Tipps u.v.m. auf der Plattform beheimatet (ebd.). Als Unikum erlaubt TikTok seinen Nutzer:innen, die komplette Content-Erstellung bis zum Upload innerhalb der App durchzuführen (ebd.).

Wie auf anderen Social-Media-Plattformen können auch auf TikTok Nutzer:innen miteinander in Kontakt treten, indem sie anderen Accounts folgen, Inhalte liken und kommentieren; allerdings spielen interpersonelle Interaktionen im klassischen Sinn eine untergeordnete Rolle und werden strukturell unterbewertet, was schon am Plattform-Design zu erkennen ist (Zulli & Zulli, 2022, S. 1873, 1878). Stattdessen liegt der Fokus der Plattform auf der Videoproduktion und Content-Erstellung sowie auf Imitation und Reproduktion erfolgreicher und

⁵ Deutsch: „Bereite dich mit mir vor“, dabei zeigen Creator:innen, wie sie sich für einen bestimmten Anlass (Arbeit, Schule, Ausbildung, Freizeit...) vorbereiten und fertigmachen. Dabei können Schminkroutinen, Styling-Tipps oder Produktempfehlungen geteilt werden. Manche Creator:innen nutzen „GRWMs“ auch, um Ankündigungen zu machen, oder sonstige Neuigkeiten zu teilen. Die Videos können den Follower:innen das Gefühl geben, die Creator:innen bei ihren Alltagssituationen zu begleiten und dazu beitragen, parasoziale Beziehungen aufzubauen (Maciej, 2024).

⁶ Anm.: POV steht für „Point of view“, Deutsch: Perspektive oder Standpunkt; die Videos werden aus dem Blickwinkel der Creator:innen aufgenommen bzw. sollen den Blickwinkel der Creator:innen für die Rezipierenden sichtbar und erfahrbar machen.

⁷ Anm.: Von „to stitch“, Deutsch: nähen, bietet Nutzer:innen die Möglichkeit, Videos oder Sequenzen von Videos anderer Nutzer:innen in ihren eigenen Videos zu zitieren, also einzufügen und zu kommentieren (Maciej, 2021)

reichweitenstarker Inhalte, die durch das App-Design, die Nutzungsweise und den Algorithmus gefördert und belohnt werden (Krijnen et al., 2022, S. 202). Durch Inklusion und/oder Exklusion unterschiedlicher digitaler Features trägt das Plattformdesign erheblich zum Nutzer:innen-Engagement bei (Zulli & Zulli, 2022, S. 1874). Welche Inhalte auf TikTok funktionieren und im besten Fall „viral gehen“⁸ – also sich rasend schnell verbreiten und dadurch populär werden – wird vorwiegend vom Algorithmus gesteuert.

Der Algorithmus ist das Herzstück der App und beeinflusst ihre Struktur maßgeblich: Der Großteil der Inhalte, die Nutzer:innen angezeigt bekommen, wird vom TikTok-Algorithmus kuratiert und den Nutzer:innen auf ihrer „For You Page“ (kurz: FYP) – der TikTok Startseite – ausgespielt (ebd.). Der TikTok-Algorithmus operiert basierend auf der Betrachtungshistorie und dem Engagement des:der Nutzers:in. Überdies spielen auch das Endgerät des:der Nutzers:in, der Standort, und die Video-Captions und verwendeten Hashtags eine Rolle bei der Auswahl der Inhalte, die Nutzer:innen angezeigt werden (ebd.). Die FYP zeigt beim Öffnen der App einen „endlosen Strom von Inhalten“ (Krijnen et al., 2022, S. 202). In diesem Strom der FYP kann wortwörtlich endlos gescrollt werden, was den Algorithmus gleichzeitig weiter füttert. Denn: Jedes rezipierte Video liefert dem Algorithmus neue Daten, wodurch dieser kontinuierlich lernt und immer spezifischere Inhalte ausspielt. Damit fördert TikTok auf Basis des Algorithmus die Entstehung „inhärent affektiver Öffentlichkeiten“ (Krijnen et al., 2022, S. 203), die auf der Konsumtion und der Mimesis verschiedener Inhalte basiert (Krijnen et al., 2022, S. 203; Zulli & Zulli, 2022, S. 1874). Die algorithmische Einflussnahme auf die Entstehung von Öffentlichkeit auf Plattformen beschreiben Diana und David James Zulli (2022) als Verschränkung zwischen Technik und Gesellschaft hervor und betonen dabei die Relevanz von Social-Media-Plattformen für die Veränderungen der Sozialstruktur von Gesellschaften (Zulli & Zulli, 2022, S. 1875). TikTok dient hierbei als Beispiel dafür, wie techno-soziale Konfigurationen die Sozialität auf neue und wirkungsvolle Weise beeinflussen (ebd.).

Zu beachten ist dabei, dass algorithmische Systeme nicht neutral sind, sondern bestehende gesellschaftliche Macht- und Ungleichheitsverhältnisse reproduzieren. Joy Buodamini (2017) spricht dabei von einem „algorithmic bias“⁹, der dazu beiträgt, dass auch in der digitalen Welt kontinuierlich Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten reproduziert werden, was in weiterer Folge unweigerlich auch in digitalen Räumen zu struktureller Exklusion und Diskriminierung führt (Buodamini, 2017). Damit stellen künstliche Intelligenzen (kurz: KIs) und ihre Algorithmen eine Bedrohung für die Gesellschaft dar (Algorithmic Justice League, 2024).

⁸ Anm.: „viral gehen“ bezeichnet Inhalte auf Social-Media-Plattformen, die sich schnell verbreiten und dadurch hohe Bekanntheit erlangen.

⁹ Deutsch: Algorithmische Verzerrung (Eigene Übersetzung)

Auch der TikTok-Algorithmus trägt durch Selektion und Priorisierung von Inhalten zur Reproduktion sozialer Ungleichheiten und hegemonialer Machtasymmetrien bei. Obwohl TikTok als digitaler Ort der Meinungsbildung und potentiell inklusiver Inhalte fungiert, ist Viralität auf der Plattform demnach stark von Privilegien wie *Weißsein* und konventionellen westlichen Schönheitsnormen geprägt (Boffone, 2022, S. 19). Melanie Kennedy (2020) spricht dabei, ähnlich wie Buodamini (2017) von „algorithmischer Unterdrückung“ (Kennedy, 2020, S. 1873), durch die *weiße* Normen etabliert, und rassistische Strukturen der Sichtbarkeit gefestigt werden (Boffone, 2022, S. 19). Besonders deutlich wird das, wenn Inhalte, die ursprünglich von Schwarzen Creator:innen entwickelt wurden, wie verschiedene TikTok-Tänze, von *weißen* Creator:innen adaptiert werden und dann bevorzugt auf den FYPs erscheinen, während die Originale unsichtbar bleiben (Boffone, 2022, S. 20). Der Algorithmus wird damit zu einem Instrument, das *weiß* codierte Inhalte stabilisiert, während marginalisierte Perspektiven systematisch verdrängt werden (Boffone, 2022, S.22). Gleichzeitig wird so zur Entstehung eines digital und global zirkulierenden, exklusiven Bild von „Girlhood“ und Weiblichkeit beigetragen, das von Exklusivität, Exklusion und Heteronormativität geprägt ist (Boffone, 2022, S. 20). TikTok dient damit gewissermaßen als institutioneller Rahmen, in dem Sichtbarkeit entsteht und algorithmisch reguliert wird, wodurch Normen und Bedeutungen generiert werden (Rose, 2022, S. 252)

Reichweite entsteht auf TikTok primär über einzelne Posts und deren Interaktionszahlen, nicht über große Follower-Zahlen (Abidin, 2020, S. 79). Entscheidend für Sichtbarkeit ist daher weniger die Bildung einer eigenen, persönlichen Marke als Creator:in als vielmehr die rasche und aktive Adaption von Trends, Hashtags, Schlüsselwörter, Filter, Audio- oder narrativer Memes (ebd.). Die Repetition viraler Praktiken signalisiert Konformität mit plattformspezifischen Idealen von Leistung, Schönheit und Erfolg und eröffnet zugleich monetäre Möglichkeiten (Burchell, 2023, S. 21). Creator:innen sind dadurch gezwungen, so Crystal Abidin (2020) Trends kontinuierlich zu beobachten und ihre Inhalte anzupassen, um sichtbar zu bleiben (Abidin, 2020, S. 79). Diese Dynamik begünstigt Homogenisierung, indem Einzigartigkeit marginalisiert wird, während Wiedererkennbarkeit und Anpassung belohnt und monetarisiert werden (Burchell, 2023, S. 21). Inhalte und Trends die „funktionieren“, wie #ThatGirl, werden von verschiedenen Creator:innen wie narrative Memes (s. unten), in beinahe fordistischer Produktionsweise, immer wieder wiederholt, neu interpretiert und produziert. Anhand dieser vorgefertigten kommunikativen Akte wird auch die ökonomische Logik der Profitsteigerung hinter der Plattform sichtbar. Die Verbreitung und Wiederholung viraler Inhalte tragen nicht nur zur Nutzer:innen-Profitabilität, sondern auch zur Steigerung ökonomischen Kapitals bei (Zulli & Zulli 2022, S. 1884).

Auf der Content-Ebene spielen Audio- und narrative Memes eine zentrale Rolle. Zulli und Zulli (2022) verstehen Memes als mimetische Einheiten, die durch Nachahmung verbreitet werden (Zulli & Zulli, 2022, S. 1877). Auf Social-Media-Plattformen sind Memes als popkulturelle Einheiten, mit oft politischen bzw. gesellschaftskritischen Botschaften zu verstehen, die „(...) von einzelnen Nutzer:innen in Umlauf gebracht, imitiert und umgestaltet werden, wodurch eine gemeinsame und geteilte kulturelle Erfahrung geschaffen wird“ (Shifman, 2013, nach Zulli & Zulli, 2022, S. 1877). Olga Goriunova (2013) beschreibt Memes nicht nur als Content, sondern als digitale Verhaltensweise bzw. als ein System menschlich-technischer Performanz (Goriunova, 2013, S. 72). Memetische Prozesse können dazu beitragen, kollektive Öffentlichkeiten zu generieren oder zu stärken, indem für die Decodierung der Bedeutung ein gewisses gemeinsames kulturelles, soziales oder politisches Wissen vorausgesetzt wird (ebd.). Durch gemeinsame Imitation entstehen auf TikTok sogenannte Imitationsöffentlichkeiten (die affektiven Öffentlichkeiten gleichen), die über affektive und ritualisierte Praktiken verbunden sind (Zulli & Zulli, 2022, 1882).

Memes dienen also als Schablonen für Inhalte mit kulturellen, sozialen und politischen Bedeutungen (Abidin, 2020, S. 80). Mimetische Prozesse zeigen, wie sich Plattformen und Trends gegenseitig beeinflussen. Audio-Memes sind kurze Tonsequenzen (Musik, gesprochener Text o.Ä.), die zur Vertonung von Videoclips herangezogen werden können. Die Tonsequenzen können den Inhalt entweder ergänzen, untermauern oder auch konterkarieren und tragen damit maßgeblich zu deren Bedeutung bei (ebd.). Narrative Memes sind bestimmte Erzählweisen, die imitiert werden, wie GRWMs, Checklisten, Tänze, Challenges o.Ä. (ebd.). Darüber hinaus lassen sich auch ästhetische Memes identifizieren, etwa wiederkehrende visuelle Codes wie helle Farbpaletten, bestimmte Einrichtungsgegenstände und -stile oder bestimmte ästhetische Gestaltungstechniken. Mit diesen Ästhetiken wird Bedeutung überliefert, die zur Bestimmung des Inhalts beiträgt.

2.1.1. #ThatGirl als affektive Hashtag-Öffentlichkeit

Hashtags sind von Social-Media-Plattformen nicht mehr wegzudenken und längst zu deren Sinnbild geworden. Sie übernehmen eine gesellschaftlich-strukturierende Funktion und tragen zur Etablierung und zum Erhalt digitaler Öffentlichkeiten und Subkulturen bei. Hashtags fungieren in der (digitalen) Kommunikation als Rahmen, die es ermöglichen, lose Gruppen in vernetzte Öffentlichkeiten zu verwandeln (Papacharissi, 2016, S. 308). Der Hashtag bietet allen Internetnutzer:innen die Möglichkeit, online Verknüpfungen zu schaffen, ohne über Programmierwissen zu verfügen und ermöglicht ihnen den Eintritt in die soziale, partizipative Sphäre des Internets (Jung & Kempf, 2023, S. 28). Hashtags sind konstitutiv für die Kommunikationsweise auf Social-Media-Plattformen.

Das Verwenden von und das Klicken auf Hashtags dient primär der Beschlagwortung von Inhalten: Es erzeugt Timelines, die Kontexte enthalten, die in einem gemeinsamen thematischen Zusammenhang stehen (Dürscheid & Lippuner, 2022, S. 477). Auch offline, im analogen Raum, dient der Hashtag der Bündelung von Aufmerksamkeit und hat eine starke Signalwirkung (Dürscheid & Lippuner, 2022, S. 491). Der Hashtag erfüllt somit sowohl in digitalen als auch in analogen Öffentlichkeiten eine sozial strukturierende Funktion und ist in ökonomische, politische, soziale und kulturelle Prozesse eingebunden (Drüeke, 2015, S. 27). Auch die Bedeutung des Hashtags an sich ist an diese Dimensionen gekoppelt (ebd.).

Zizi Papacharissi (2015, 2016) fasst Hashtag-Öffentlichkeiten als vernetzte und affektive Öffentlichkeiten (Papacharissi, 2015, S. 126; Papacharissi, 2016, S. 308). Derartige Öffentlichkeiten konstruieren und dekonstruieren sich auf Basis von geteilten Gefühlen der Zugehörigkeit und Solidarität und versammeln sich auf digitalen Plattformen, die die Zirkulation, Artikulation und Partizipation affektiver Inhalte und Botschaften begünstigen (Papacharissi, 2016, S. 308, 310). Auch TikTok ist als solcher Raum affektiver Öffentlichkeit zu verstehen. Papacharissi (2015) versteht derlei Social-Media-Plattformen als hybride Räume, in denen Dichotomien, wie öffentlich vs. privat, Individualität vs. Kollektivität, Transformation vs. Kommerzialisierung miteinander verschränkt sind (Papacharissi, 2015, S. 25). Die Inhalte, die innerhalb affektiver Öffentlichkeiten zirkulieren, lassen sich reproduzieren, remixen und stitchen, sie sind skalierbar, verfügen über Potential viral zu gehen und sind in Narrative transformierbar, die in Hashtags oder Algorithmen organisiert sind (Papacharissi, 2015, S. 126).

Vernetzte Öffentlichkeiten bestehen aus Individuen, die in verschiedene soziale Kontexte eingebettet sind, die sich überschneiden können, aber nicht müssen (Krijnen et al. 2022, S. 2, 3). Individuen können Teil verschiedener Netzwerke sein, in sie eintreten und sie wieder verlassen. Das Veröffentlichen von Inhalten in diesen Netzwerken impliziert, dass das postende Individuum reflektierende, vernetzte Arbeit leistet, die aus dem Kontext der Erfahrungen des Individuums entsteht (ebd.).

Affekte spielen eine zentrale Rolle für das Verständnis von Social-Media-Plattformen, besonders, um zu erfragen, wie und warum Menschen von bestimmten Themen angezogen werden (Lechner, 2020, S. 20). Sie bestimmen maßgeblich, wie Nutzer:innen auf Inhalte reagieren, strukturieren soziale Dynamiken und sind an der Produktion des Sozialen beteiligt (Lechner, 2020, S. 23). Da Social-Media-Plattformen nicht außerhalb gesellschaftlicher Machtverhältnisse operieren, sind auch die dort zirkulierenden Inhalte von Ungleichheiten, Exklusion und Diskriminierung geprägt (ebd.). Vor diesem Hintergrund lässt sich #ThatGirl als Teil viraler Femininität verstehen, der ein exklusives und normativ begrenztes Bild von Weiblichkeit reproduziert und unter (Hashtag-)aktivistischem Deckmantel sucht,

postfeministische Logiken zu verbreiten. In Anschluss an Sarah Banet-Weiser (2018) vermittelt #ThatGirl dabei ein post- und popfeministisches Verständnis von Empowerment, das primär dazu ermutigt, statt eines besseren feministischen Subjekts, ein besseres ökonomisches Subjekt zu werden (Banet-Weiser, 2018, S. 17, 20).

Die unter #ThatGirl formierte Öffentlichkeit ist nicht als politisch-aktivistisch im klassischen Sinne zu verstehen, weist jedoch zentrale Merkmale affektiver Öffentlichkeiten auf, wie sie Papacharissi beschreibt. #ThatGirl ist von Affekt getragen, genauer gesagt wird von Affekt mitbestimmt, der maßgeblich zur Konstitution des Gefühls von Zusammenhalt beiträgt (Papacharissi, 2015, S. 127). Die Beschaffenheit der Öffentlichkeit variiert je nach Thema, soziokulturellem Kontext, politischem und wirtschaftlichem System und der Medialität der Plattform selbst. Die Diskurse, die stattfinden, werden auch durch die Plattform und ihre Nutzung bestimmt (ebd.). Affektive Öffentlichkeiten ermöglichen in diesem Sinne verbindendes, jedoch nicht notwendigerweise kollektives Handeln (Papacharissi, 2015, S. 128). Verbindendes Handeln entsteht durch gewisse wiederkehrende Praktiken und Narrative, die eine (Hashtag-) Gemeinschaft beschreiben. Inhalte appellieren dabei weniger an Rationalität als an Emotionen, was affektive Identifikation und Anschlussfähigkeit erzeugt (Papacharissi, 2015, S. 131).

Wie bereits erwähnt, operiert die Öffentlichkeit, die sich unter #ThatGirl formiert, unter einem vermeintlich empowernden Deckmantel, ohne tatsächlich kollektiv-politische Wirkung zu entfalten. An dieser Stelle sei auf Nathan Rambukkana (2015) verwiesen, der Hashtags als Schnittstelle zwischen Neoliberalismus und Aktivismus beschreibt, da sie Aufmerksamkeit bündeln und zugleich ökonomisch verwertbar machen (Rambukkana, 2015, S. 42). Er bezeichnet Hashtags als „rebellische“, „widerspenstige“ Zeichen, „(...) weil sie die Aufmerksamkeit für Marken, Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsideen auf beiläufige, von der Gemeinschaft der potenziellen Kunden mitgetragene Weise, verdichten“ (Rambukkana, 2015, S. 42). Damit ordnet sich der Hashtag in neoliberal-postfeministische Logiken ein, die ökonomische Aspekte von Empowerment und damit auch die Kommodifizierung dessen betonen. Mit dem Hashtag #ThatGirl werden gewisse Produkte, Ästhetiken und Narrative verbunden und vermittelt, die den Hashtag #ThatGirl auf verschiedenen Ebenen konsumierbar machen. Der Hashtag macht als kommodifizierendes Vorzeichen den Begriff „That Girl“ gewissermaßen selbst zur Ware (Jung & Kempf, 2023, S. 40). #ThatGirl wird selbst zum Konsumobjekt.

2.1.2. Digitaler Kapitalismus, Plattformkapitalismus und Überwachungskapitalismus

Die Analyse von Social-Media-Plattformen ist untrennbar mit einer Auseinandersetzung mit kapitalistischen Produktions- und Verwertungslogiken verbunden. Der folgende Abschnitt verortet TikTok als Teil digitaler kapitalistischer Ökonomien und beleuchtet, wie sich plattformökonomische Logiken auf Sichtbarkeit, Inhalte und Subjektivierungsprozesse auswirken.

Nick Srnicek (2018) beschreibt mit dem Begriff des Plattformkapitalismus eine neue Form kapitalistischer Organisation, in der digitale Prozesse fortan das hegemoniale Modell bilden (Srnicek, 2018, S. 11, 102; Altenried, 2021, S. 54; Zuboff, 2019, 22). Plattformen sind längst zu unverzichtbaren Infrastrukturen des Alltags geworden, die Bereiche wie Konsum, Arbeit, Beziehungen, Gesundheit oder Bildung strukturieren und gesellschaftlich transformierend wirken (Altenried, 2021, S. 12, 57). Von wesentlicher Bedeutung für die Funktions- und Akkumulationsweise von Plattformen sind Netzwerkeffekte: Mit steigender Nutzer:innenzahl nimmt sowohl der funktionale Nutzen als auch der ökonomische Wert der Plattform zu (Srnicek, 2018, S. 48). Wachstum und Skalierung sind damit strukturell eingeschrieben.

Das zentrale Handelsgut des Plattformkapitalismus sind Daten (Zuboff, 2019, 22; Srnicek, 2018, S. 102). Shoshana Zuboff (2019) beschreibt diese Logik als Überwachungskapitalismus, in dem Plattformen eine extraktivistische Funktion erfüllen, indem sie Nutzer:innendaten extrahieren, ökonomisch verwerten und zur Vorhersage und Einflussnahme auf Verhalten nutzbar machen (Zuboff, 2019, S. 22, 23). Ziel ist nicht mehr allein die Beobachtung menschlichen Verhaltens, sondern dessen Steuerung und Automatisierung (ebd.). Nutzer:innen werden so zugleich zu Rohstofflieferant:innen und Objekten ökonomischer Kontrolle, während Unternehmen die eigentlichen Profiteure dieser Datenökonomien darstellen (Zuboff, 2019, S. 25).

Diese Plattformökonomien sind wie andere kapitalistische Wirtschaftsformen von Macht- und Wissensasymmetrien geprägt und verstärken und reproduzieren bestehende strukturelle Ungleichheiten (Zuboff, 2019, S. 26). Zudem sind Plattformen durch Phänomen wie digitale Prekarisierung, mangelnder Datenschutz und plattformbasierte Diskriminierung gekennzeichnet (Pentzien, 2021, S. 274). Besonders algorithmusbasierte Plattformen wie TikTok, die Sichtbarkeit, Reichweite und ökonomische Chancen ungleich strukturieren, verstärken bestehende Privilegien und Ausschlüsse (Burchell, 2023, S. 18). Zudem ist TikTok durch eine hohe Taktung von Produktion und Konsum gekennzeichnet, die eine permanente Aufmerksamkeit und Reaktionsfähigkeit erfordert. Diese Beschleunigung folgt einem kapitalistischen Expansionsethos, in dem Effizienz, Sichtbarkeit und kontinuierliche Aktivität zentrale Wertmaßstäbe darstellen (Burchell, 2023, S. 18). TikTok ist damit nicht nur kultureller

Raum, sondern eine ökonomisch strukturierte Infrastruktur, die Inhalte in kapitalistische Verwertungslogiken einbettet und damit beeinflusst.

2.1.3. Ökonomie der Sichtbarkeit und die Figur des „Girls“

Banet-Weiser (2018) beschreibt Social-Media-Plattformen als zentrale Orte einer „Ökonomie der Sichtbarkeit“, in der Aufmerksamkeit, Reichweite und affektive Anschlussfähigkeit zu ökonomischen Ressourcen werden (Banet-Weiser, 2018, S. 27). Sichtbarkeit fungiert dabei nicht als neutraler Zustand, sondern als umkämpfte und ungleich verteilte Ressource, die über algorithmische Selektionsmechanismen und affektive Dynamiken strukturiert wird (ebd.)

Ökonomien der Sichtbarkeit sind geschlechtsspezifisch strukturiert: Zentrale „Produkte“ sind vor allem weiblich gelesene, cis-heterosexuelle Körper, die als visuelle und affektive Ressourcen von Aufmerksamkeit fungieren (Banet-Weiser, 2018, S. 28). Als Netzwerköffentlichkeit fordern Plattformen Nutzer:innen dazu auf, diese Körper zu betrachten, auf sie zu reagieren und sie zu bewerten (ebd.). Sichtbarkeit wird damit an Körper gebunden, die anschlussfähig und damit ökonomisch verwertbar sind. Besonders sichtbar werden in diesem Kontext spezifische Subjektfiguren viraler Weiblichkeit, die jung, *weiß* und erfolgreich sind und heteronormativ wirksam werden (ebd.). Andere Körper werden marginalisiert oder bleiben unsichtbar (hooks, 2014, s. 25ff).

Auf übergeordneter Ebene lassen sich diese Subjektfiguren als Ausprägungen der diskursiven Figur des „Girls“ verstehen (Butler, 1990, nach Currie et al., 2009, S. 27). „Girl“ bzw. „Girlhood“ bezeichnet dabei keine biologisch abgrenzbare Lebensphase, sondern eine kulturelle, diskursive Formation, in der Weiblichkeit über Jugendlichkeit, Kontrolliertheit, Positivität und Selbstdisziplin markiert wird (ebd.; Harris, 2004, S. 14ff.). Das „Girl“ fungiert somit als besonders anschlussfähige Subjektfigur, die neoliberale Werte wie Ehrgeiz, Disziplin, Leistungsbereitschaft, Positivität und Individualismus in sich vereint (Harris, 2004, S. 14ff.).

In Anlehnung an Anita Harris (2004) bezeichnet Banet-Weiser die Subjektfiguren viraler Weiblichkeit, die auf Plattformen, die meiste Sichtbarkeit akkumulieren, als „Can-Do-Girls“ (Banet-Weiser, 2018, S. 28). Diese Figur steht für vorwiegend *weiße*, unternehmerische, cis-heterosexuelle Frauen der Mittelschicht, die Themen wie Empowerment, Selbstbewusstsein, Optimierung und Kapazität verkörpern (ebd.). Diese Werte zirkulieren in der Ökonomie der Sichtbarkeit als symbolische Güter und können auch im #ThatGirl-Diskurs identifiziert werden (Banet-Weiser, 2018, S. 27).

Im Gegensatz dazu stehen die von Harris als „At-Risk-Girls“ bezeichneten Subjekte: Häufig Schwarze Frauen, Angehörige der Arbeiter:innen- oder unteren Mittelschicht oder anderweitig als prekär markierte Subjekte, deren Sichtbarkeit auf Plattformen deutlich geringer ausfällt oder problematisierend gerahmt wird (ebd.). Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit gehen mit

unterschiedlichen Formen der Überwachung, Bewertung und Regulierung einher und folgen strukturellen Ungleichheitslinien entlang von Klasse, *Race* und Körnernormen (ebd.).

Die permanente Sichtbarmachung und Überwachung des weiblichen Körpers zeigen, dass Frauen in besonderem Maße vom Plattform- und Überwachungskapitalismus betroffen sind. Damit einher gehen eine ständige Selbstüberwachung und Anpassung des Körpers, um ökonomisch produktiv und konsumierbar gleichzeitig zu sein. Das optimierte Selbst wird so zur Voraussetzung von Anerkennung und Sichtbarkeit.

Die Logiken von Sichtbarkeit und algorithmischer Selektion beeinflussen nicht nur die Inhalte, sondern tragen zur Produktion gewissen Normen und Subjektpositionen bei, die wiederum die Entstehung idealisierter Lebensformen begünstigen, die im digitalen Raum global zirkulieren und verbreitet werden. Vor diesem Hintergrund rücken Fragen von Selbstoptimierung und Subjektivierung im digitalen Kapitalismus in den Fokus.

2.2. Selbstoptimierung und Subjektivierung im digitalen Kapitalismus

Die zuvor beschriebenen Plattformlogiken machen deutlich, dass Sichtbarkeit und Partizipation auf TikTok an spezifische normative Erwartungen gebunden sind. Um zu verstehen, welche Formen von Subjektivierung in diesem Umfeld hervorgebracht und stabilisiert werden, wendet sich das folgende Kapitel theoretischen Ansätzen zu Selbstoptimierung, Macht und Gouvernementalität zu.

Im Zentrum stehen dabei zentrale theoretische Konzepte der Macht- und Subjektivierungstheorie, insbesondere Ansätze der Biomacht bzw. Biopolitik aus feministischem Blickwinkel, die es ermöglichen, die im späteren Analyseteil herausgearbeiteten Dynamiken im Spannungsfeld von Neoliberalismus und hegemonialen, patriarchalen Normvorstellungen zu verorten. Subjektivierung bezeichnet

„(...) dabei die paradoxen Prozesse der Unterwerfung von Menschen durch Machtverhältnisse (v.a. durch Normierungs- und Normalisierungsprozesse) und ihrer gleichzeitigen Hervorbringung als Subjekte durch ebendiese Machtverhältnisse“ (Füty, 2019, S. 24f.).

Der Begriff der Hegemonie bzw. „hegemonial“ wird im Folgenden im Sinne Antonio Gramscis als Form kultureller Dominanz gefasst, die nicht primär über Zwang, sondern über Zustimmung, Normalisierung und Alltagspraktiken stabilisiert wird. TikTok wird dabei als popkultureller Raum als „Arena der Hegemonie“ (Storey, 2003, S. 48ff.) verstanden, in der Dominanzverhältnisse umkämpft und fortlaufend ausgehandelt werden (ebd.; Storey, 2003, nach Lechner, 2020, S. 46). Der Begriff wird zudem verwendet, um die in dieser Arena zirkulierenden und hervorgebrachten Weiblichkeits- und Körperideale zu beschreiben, die als

Bewertungsmaßstab fungieren und andere Ausprägungen hierarchisieren (Connell & Messerschmidt, 2005).

2.2.1. Biomacht, Psychopolitik und neoliberale Selbstführung

Die Begriffe Biomacht respektive Biopolitik¹⁰ wurden Mitte der 1970er Jahre von Michel Foucault geprägt und bezeichnen Machtformen, die nicht primär repressiv wirken, sondern auf die Regulierung, Optimierung und Produktivität des Lebens abzielen (Glade, 2022, o.S.). Foucault definiert Biomacht nach Tamás Jules Fűtty (2019) als körperliche und verhaltensorientierte Selbst- und Fremdregulierung und Normalisierung des menschlichen Körpers auf individueller und bevölkerungsbezogener Ebene (Fűtty, 2019, S. 32). Biomacht operiert als Disziplinarmacht, die den Körper in ein System von Normen einspannt und ihn an die Anforderungen kapitalistischer Produktions- und Akkumulationslogiken anpasst (Han, 2014, S. 33, Gehring, 2006, S. 10). Normen fungieren dabei als statistische Standards und regulative Ideale, an denen sich Individuen orientieren und an die sie sich mittels Selbstdisziplin angleichen müssen (Sanders, 2017, S. 45). Die Kernkompetenz der Biomacht ist die Kapitalisierung von Körpern (Gehring, 2006, S. 34). Da der weibliche Körper per definitionem als mangelhaft, unvollständig und hässlich gilt, unterliegt er einem permanenten Optimierungszwang, um sich an die Ideale des patriarchalen und neoliberalen Körperbildes anzunähern. In diesem Sinne unterwirft die Biomacht alle menschlichen Verhältnisse den Geboten der Lebensproduktion und -verbesserung, mit dem Ziel der Erwirtschaftung biologisch gewonnener Zeit, um dem kapitalistischen Akkumulationsprozess möglichst lange erhalten zu bleiben (ebd.).

Im Kontext neoliberaler Gesellschaften erfährt Biomacht eine spezifische Dynamik, wie Rachel Sanders (2017) ausführt. Mit dem Aufkommen des Neoliberalismus als dominanter politischer Rationalität verschiebt sich die Verantwortung zunehmend vom Staat auf das Individuum (Sanders, 2017, S. 40). Foucault beschreibt diesen Prozess als Gouvernamentalität und bezeichnet damit eine Form des „Regierens aus der Ferne“, die Subjekte dazu anhält, sich selbst im Sinne gesellschaftlicher Normen zu regulieren (Sanders, 2017, S. 40). Das Individuum wird selbst zum:r Unternehmer:in – zum „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling, 2007) – und übernimmt Eigenverantwortung für seine:ihre Handlungen und deren Auswirkungen (ebd.). Die Quintessenz dieser Entwicklung liegt in der Erkenntnis der Individuen, dass sie allein für das eigene Wohlbefinden und dessen stetige Verbesserung verantwortlich sind (Rottenberg, 2014, S. 421). In der Konsequenz werden gesellschaftliche und strukturelle Machtstrukturen und daraus resultierende Ungleichheiten systematisch

¹⁰ Anm.: Die beiden Begriffe können laut Fenner (2019) synonym verwendet werden (Fenner, 2019, S. 136).

ausgeblendet und ignoriert, während der kapitalistische Mythos „jeder ist seines Glückes Schmied“ aufrechterhalten und zum Zeitgeist erhoben wird.

Gouvernementalität erleichtert nicht nur das Regieren von Individuen, sondern führt auch zur Entstehung eines neuen Moralregimes, wie Catherine Rottenberg (2014) beschreibt (ebd.). Dieses neue Moralregime knüpft Moralität eng an Eigenverantwortung und Effizienz und damit auch an die Fähigkeit des:der Einzelnen, autonome und im neoliberalen Sinne vernünftige Entscheidungen zu treffen (Rottenberg, 2014, S. 421). Von zentraler Bedeutung ist dabei auch der Begriff der Selbstregulierung (Füty, 2019, S. 32). Selbstregulierung bezeichnet „(...) die Regulierung von Verhalten auf der Ebene von Individuen und Bevölkerungen“ (Füty, 2019, S. 32). Sie dient der Etablierung historisch-gesellschaftlich gültiger Vorstellungen von Moral und normierter Subjektivität (ebd.).

Diese Logiken führen zur Imagination des Selbst als „Kunstwerk“, als unendliches Projekt, an dem immer weitergearbeitet und das ständig verbessert werden muss (Banet-Weiser 2018, S. 77). Körper und Psyche werden dabei in eine permanente Produktionsstätte transformiert, in der Selbstdisziplin, Effizienz und Sichtbarkeit zentrale Werte darstellen. Das Selbst wird kommodifiziert und zunehmend als Marke oder Produkt gedacht, um im kapitalistischen Akkumulationsregime weiterhin reüssieren zu können (ebd.). Das Ziel ist nicht nur ein optimierter Körper, sondern ein insgesamt und in jedem Bereich optimiertes Leben (Banet-Weiser, 2018, S. 77).

Byung-Chul Han (2014) knüpft an Foucaults Überlegungen an und entwickelt mit dem Begriff der Psychopolitik eine Analyse neoliberaler Machtformen, die sich verstärkt auf psychische Ressourcen richten (ebd.). Während Biomacht historisch vor allem als Körperpolitik verstanden werden kann, rückt Psychopolitik Affekte, Motivation und innere Antriebe als zentrale Produktivkräfte des zeitgenössischen Kapitalismus in den Fokus (Han, 2014, S. 39). Macht wirkt dabei nicht über Zwang oder Verbot, sondern über Freiwilligkeit, Selbstverwirklichung und das Versprechen individueller Freiheit. Han (2014) beschreibt diese Form der Macht als „smarte Macht“, die sich an die Psyche der Subjekte anpasst und zur aktiven Teilnahme, Selbstauskunft und Selbstoptimierung auffordert (Han, 2014, S. 26f.). Im Zentrum der Psychopolitik steht das Subjekt als „Ich-Projekt“, das sich permanent überwacht, bewertet und verbessert (Han, 2014, S. 9). Leistungs- und Optimierungszwänge werden internalisiert und als Ausdruck persönlicher Ambition und Selbstbestimmung gedeutet. Die Kontrolle erfolgt zunehmend intrinsisch: Das Subjekt überwacht sich selbst, motiviert sich und sanktioniert eigenes „Versagen“. Freiheit wird so zur Bedingung der Selbstunterwerfung.

In der vorliegenden Arbeit wird von einem ganzheitlichen, phänomenologischen Körperverständnis ausgegangen, das behauptet, dass im neoliberal-kapitalistischen

Produktionsprozess der Gegenwartsgesellschaft Körper und Psyche/Geist nicht als völlig distinkte Entitäten verstanden werden können. Die daraus entstehende Subjektivität markiert eine Abwendung des Cartesischen Dualismus, der Körper und Geist als unabhängig voneinander existierende Substanzen fasst (Spektrum.de, o.D.).

Vassilis Charitsis et al. (2019) betonen, dass diese Trennung obsolet wird, weil „(...) sowohl der Geist als auch der Körper in wertproduzierende Prozesse involviert sind, die die gesamte menschliche Existenz produktiv machen“ (Charitsis et al., 2019, S. 351). Selbstbewusstsein, Motivation und emotionale Stabilität gewinnen damit ebenso ökonomische Relevanz wie körperliche Disziplin, Gesundheit und Attraktivität. Der enge Nexus zwischen Körper und Psyche zeigt sich besonders in (post-)feministischen Diskursen rund um Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen. Selbstbewusstsein steht in dieser Logik als psychische Eigenschaft in unmittelbarer Verbindung zum Körper (sie sind quasi co-abhängig). Banet-Weiser (2018) zeigt, dass Selbstvertrauen im Zeitalter des „Confidence Chic“ Voraussetzung für ein positives Körperempfinden ist und zugleich durch Sichtbarkeit und ästhetische Arbeit bestätigt werden muss (Banet-Weiser, 2018, S. 74). Mangelnde Körperzufriedenheit ist demnach als Resultat mangelnden Selbstbewusstseins zu interpretieren (Favaro et al., 2017, S. 286). So entsteht die Vorstellung einer weiblichen Toxizität, der ein bedingungslos selbstbewusstes Subjekt entgegenzuhalten sei (Favaro et al., 2017, S. 287). Konzepte wie „Confidence Chic“ (Favaro et al., 2017) und das „Makeover Paradigma“ (Gill, 2007, S. 149) verdeutlichen die Verbindung von psychischer und ästhetischer Selbstoptimierung (ebd.). Als Teil der zeitgenössischen Populärkultur bezeichnet das „Makeover Paradigma“ geschlechts-, *race*- und klassenspezifische Vorstellungen von Selbstoptimierung und Selbsttransformation als Königsweg zum „guten Leben“, der eine Umgestaltung von Körper und Psyche umfasst (Gill, 2016, S. 607; Elias & Gill, 2018, S. 64; Gill, 2020, in Banet-Weiser et al., 2020, S. 5).

In digital-kapitalistischen Strukturen wird der Druck zur kontinuierlichen Selbstoptimierung und -transformation durch sogenannte „Self-Tracking“-Technologien intensiviert. Sie dienen dazu, den Status der Transformation überprüf- und nachvollziehbar zu machen. Digitales Self-Tracking kann im foucaultschen Sinne als „Technologie des Selbst“ (Foucault, 1988, S. 18) verstanden werden, also als Technik, bzw. Instrument, das es Individuen ermöglicht, ihr Verhalten, ihre Gedanken und ihren Körper zu beobachten, zu reflektieren und in weiterer Folge gezielt zu transformieren, um einen bestimmten, als optimal oder normgerecht definierten Zustand zu erreichen (ebd.; Sanders, 2017, S. 39). In diesem Zusammenhang können Technologien des Selbst als Bestandteil des Subjektivierungsprozesses verstanden werden (ebd.). Self-Tracking reguliert Körper und Geist und trägt zur Stärkung der Biomacht und zur Entstehung des sogenannten „Quantified Self“ bei (Sanders, 2017, S. 42; Han, 2014, S. 82).

Der Begriff des Quantified Self beschreibt die individuelle Selbstvermessung von Körper und Geist und basiert auf dem Glauben, die Vermess- und Quantifizierbarkeit des Lebens (Han, 2014, S. 82f.). Selbstvermessung und Selbstkontrolle sollen dabei der körperlichen und geistigen Leistungssteigerung dienen, so Han (Han, 2014, S. 83). Körper und Geist werden zu unternehmerischen Projekten, deren Daten gesammelt, ausgewertet und angepasst werden (Charitsis et al., 2019, S. 349). Die gesammelten Daten tragen nicht nur zur Verbesserung der Fähigkeiten der Tracking-Apps und Geräte bei, sie geben auch Auskunft über Bewegungsmuster der Benutzer:innen und führen so zu einer ständigen Anpassung und Verbesserung der Verhaltensregulierung und Normen (Sanders, 2017, S. 42.). Die kontrollierten Daten werden von den Benutzer:innen selbst veröffentlicht und ausgetauscht (Han, 2014, S. 84). Self-Tracking wird so zu einem Werkzeug der Selbstüberwachung: Das moderne Subjekt agiert als unternehmerisches Selbst, das sich selbst überwacht und zugleich ausbeutet (ebd.).

Charitsis et al. (2019) beschreiben basierend darauf, wie die Extraktion der körperlichen Werte via Self-Tracking Apps der Generierung von „digitalem Biokapital“ dient, das zur Ausweitung kapitalistischer Logiken auf immer mehr Lebensbereiche beiträgt (Charitsis et al., 2019, S. 352). Der daraus entstehende „Biokapitalismus“ (Charitsis et al., 2019, S. 352) integriert menschliches und soziales Leben in ökonomische Verwertungsprozesse und forciert so eine umfassende Kommerzialisierung des Lebens und des Selbst (ebd.).

Um die Verzahnung von Biomacht, Psychopolitik und neoliberaler Selbstführung zu veranschaulichen, lohnt sich ein kurzer Blick auf alltägliche Beispiele digitaler Self-Tracking-Technologien, die Selbstoptimierung mess- und vergleichbar machen.

Exkurs: Beispiele digitaler Self-Tracking Technologien

Ein prominentes Beispiel digitaler Normierungspraktiken ist der Body-Mass-Index (kurz: BMI), der Körper in konstruierte, normative Kategorien wie „Untergewichtig“, „Normalgewichtig“ und „Übergewichtig“ einteilt (Klose, 2020, o.S.). Diese Einteilung reproduziert Bewertungen und Stigmatisierungen, indem sie zwischen „gesunden“ und „pathologischen“ Körpern unterscheidet und damit auch zwischen vermeintlich verantwortungsvollem und verantwortungslosem Umgang mit dem eigenen Körper (ebd.). In diese Logik fallen auch die empfohlenen täglichen 10.000 Schritte („daily 10K steps“), die zur Senkung des BMI dienen sollen. Mittlerweile gilt diese Vorgabe jedoch eher als Marketingstrategie, denn als gesundheitlich begründet (Thomas, 2022). Ihre Einhaltung erfordert Disziplin und Techniken der Überwachung und Nachverfolgung. Gemeinsam mit den 10.000 Schritten wurden und werden Tracking-Geräte wie Schrittzähler oder Apps verkauft, die der Selbstüberwachung und -disziplinierung dienen.

Inzwischen existieren auch spezifische Anwendungen, die den Lebensstil des #ThatGirl direkt adressieren. Die App „THAT GIRL Original“ verspricht Nutzer:innen „(...) alle notwendigen Werkzeuge, die dir helfen, THAT GIRL zu werden“ (THAT GIRL Original App). Dazu zählen Workout-Tracker, Tipps für tägliche Routinen, Tipps für die optimale Hautpflege und Hautpflege-Tracking, positive Affirmationen, Meditationen, Trink-Erinnerungen, Tools zur Steigerung der Konzentration u.v.m. Alle Aktivitäten werden statistisch erfasst und als Fortschritte dargestellt, wodurch „Erfolge“ mess- und vergleichbar gemacht werden. Zielgruppe der App sind „motivierte und selbstbewusste Frauen, die genau wissen, was sie wollen“ (THAT GIRL Original App). Um die Vollversion der App nutzen zu können, muss sie um 59,99 US-Dollar erworben werden. Diese nicht unerhebliche finanzielle Hürde betont die Exklusivität und die klassistische Dimension, die dem Prozess des #ThatGirl-Werdens innewohnt. Dass #ThatGirl längst kein Nischenphänomen auf TikTok mehr ist, sondern sinnbildlich für die ideale, neoliberale Frau steht – das markiert besonders der letzte Satz der App-Beschreibung: „Denk daran: Mit ThatGirl wirst du zu der Art Mädchen, mit der niemand sonst konkurrieren kann. Viel Glück! ;)“ (THAT GIRL Original App). Hinter dieser Botschaft verbirgt sich nicht nur das neoliberale Leistungsversprechen individueller Selbstverantwortung, sondern auch die elitäre Annahme, dass nicht jede Frau bzw. jedes Mädchen #ThatGirl werden kann: Erst durch Selbstdisziplin und Arbeit wird ein Mädchen zu „diesem“ Mädchen.

2.2.2. Vorstellungen vom „guten Leben“¹¹ – Grausamer Optimismus

Der Antrieb der beschriebenen permanenten Selbstoptimierung, der der Biomacht zugrunde liegt, lässt sich als Festhalten an Vorstellungen des „guten Lebens“ begreifen. Die Vorstellung des „guten Lebens“ bezeichnet hier ein kollektives, gesellschaftliches¹² Gedankenkonstrukt, das von neoliberalen Strukturen und Ideen von Selbstverwirklichung, Selbstoptimierung, kapitalistischen Produktionsweisen etc. geprägt ist (Greensmith & Forese, 2021, S. 87). Besonders in neoliberalen Gesellschaften des Globalen Nordens gilt dabei die Annahme, dass Selbstbestimmung und harte Arbeit in Bildung, Beruf und Beziehung zum „guten Leben“ führen (Carlton, 2022, S. 28). Die Verantwortung für dessen Erreichung wird dabei vollständig dem Subjekt zugeschrieben und von strukturellen Bedingungen entkoppelt (Greensmith & Forese, 2021, S. 87). Im Rahmen kapitalistischer Logiken wird das „gute Leben“ als knappes Gut verstanden, das nicht allgemein verfügbar ist. Strukturelle Probleme und Ungleichheiten, die das Erreichen des „guten Lebens“ erschweren oder verunmöglichen, werden dabei sukzessive ausgeblendet (ebd.). Diese neoliberale Konzeption des „guten Lebens“ ist eng mit

¹¹ Anm.: Der Begriff des „guten Lebens“ wird hier im Anschluss an Lauren Berlant (2011) analytisch verwendet und ist Abzugrenzen von Konzeption von Entwicklung, wie sie etwa im Kontext von Buen Vivir diskutiert wird. Zur Markierung dient die Schreibweise unter Anführungszeichen.

¹² Anm.: Vor allem in westlichen, neoliberalen Gesellschaften.

postfeministischen Sensibilitäten (s. Kapitel 2.3.1.) verknüpft, die Unterwerfung und Benachteiligung von Frauen und Mädchen aufrechterhält und verstärkt (Greensmith & Forese, 2021, S. 88; Carlton, 2022, S. 31).

Lauren Berlant (2011) versteht das „guten Leben“ als Fantasie, an die Subjekte gebunden bleiben, obwohl sie häufig mit Erschöpfung, Abnutzung und Leiden einhergeht und macht damit dessen Fragilität, Exklusivität und die dem Ideal inhärente Chancenungleichheit sichtbar (Berlant, 2011, S. 27f.; Carlton, 2022, S. 28). Das Festhalten an dieser Fantasie bezeichnet Berlant (2011) als „grausamen Optimismus“ (ebd.). Sie beschreibt damit eine affektive Bindung an Zukunfts- und Glücksvorstellungen, die Hoffnung, Sinn oder Verbesserung versprechen, zugleich jedoch die Möglichkeit eines gelingenden Lebens behindern und unmögliche Glücksfantasien stabilisieren, die das Festhalten am Ideal des „guten Lebens“ aufrechterhalten (Berlant, 2011, S. 1f.; Greensmith & Forese, 2021, S. 87). Für Frauen und Mädchen erweist sich der Mechanismus des „grausamen Optimismus“ als besonders wirksam und manifestiert sich häufig im post-/popfeministischen Mantra der „Girl Power“ (Greensmith & Forese, 2021, S. 90). Der Begriff „Girl Power“ betont Individualität, Stärke und Handlungsfähigkeit von Mädchen und Frauen und lenkt gleichzeitig von unterdrückenden Strukturen ab und verschiebt die Verantwortung für ein „gutes Leben“ auf Subjektebene (ebd.). So erzeugen „Girl-Power“-Diskurse eine scheinbare Empowerment-Logik, die Kollektivierung verhindert und bestehende kapitalistisch-patriarchale Strukturen stabilisiert.

Auch #ThatGirl lässt sich, wie im weiteren Verlauf der Arbeit deutlich wird, als grausam-optimistisches Narrativ eines „guten Lebens“ lesen. Das Streben nach dem #ThatGirl-Ideal verspricht Erfolg, Gesundheit, Schönheit und Selbstkontrolle und richtet sich damit an die Anforderungen der kapitalistisch-patriarchalen Gegenwartsgesellschaft und der ihren inhärenten Biomacht-Ansprüchen. Die Figur des #ThatGirl impliziert kontinuierliche Arbeit am Selbst und fortlaufende Optimierung von Körper und Geist. Dabei unterliegt #ThatGirl einer doppelten Überwachung: Einerseits dokumentiert es seinen Optimierungsprozess auf Plattformen wie TikTok und setzt sich der Bewertung durch andere aus, andererseits internalisiert sie diese Kontrolle durch Selbstüberwachung.

2.2.3. Biomacht, Patriarchat und die Normierung weiblicher Körper

Die vorangehenden Ausführungen haben die Bedeutung und Auswirkungen von Biomacht auf den (weiblichen) Körper bereits verdeutlicht. Biomacht ist nach Sanders (2017) untrennbar mit dem Patriarchat verbunden und kann als patriarchale Macht bezeichnet werden. Beide Machtformen wirken über Normen, durchdringen gesellschaftliche Lebensbereiche und stabilisieren traditionelle, heteronormative Geschlechterordnungen (Sanders, 2017, S. 40f.). Der weibliche Körper ist ein zentraler Ort, an dem sich die patriarchale Biomacht materialisiert.

Sie wirkt maßregelnd auf den weiblichen Körper ein, was in einer starren, korsettierten Normierung und Idealisierung des weiblichen Körpers und dessen, was als „gesunder“ und „schöner“ weiblicher Körper akzeptiert wird, resultiert (Sanders, 2017, S. 48). Diese Normierungen führen zu einer Idealisierung bestimmter Körperformen und -praktiken, während Abweichungen davon als defizitär, unzulässig oder verbesserungsbedürftig markiert werden. Weibliche Körper werden so zu Objekten kontinuierlicher Bewertung, Regulierung und Optimierung. Orbach (2017) begreift den weiblichen Körper als sozial und kulturell konstruierte Gebilde, die in einem komplexen Geflecht aus Klasse, Gender, *Race* und weiterer Faktoren entstehen, was auch im Rahmen von #ThatGirl sichtbar wird (Orbach, 2017, S. vii).

Die herrschenden Körpernormen werden unter anderem von der Beauty-Industrie gespeist, die als patriarchal-kapitalistisches Unterdrückungssystem basierend auf *weißer* Überlegenheit fungiert (Lechner, 2020, S. 23). Sie fordern weibliche Subjekte dazu auf, ihre Körper entlang visueller Regeln zu formen, indem bestimmte körperliche Praktiken und Verhaltensweisen übernommen werden, die eine patriarchal akzeptierte, heterosexuell begehrenswerte, weibliche Erscheinung herstellen sollen (Sanders, 2017, S. 48). Die Umsetzung dieser Normen erfordert spezifisches Wissen sowie den Einsatz disziplinierender Technologien (wie Haarentfernung oder Hautpflege), durch die Körper als intelligent und „wünschenswert weiblich“ codiert werden (Sanders, 2017, S. 50). Auch Praktiken, besonders bestimmte Schönheits-, Gesundheits- oder Care-Praktiken, die subjektiv als privat, freiwillig oder selbstbestimmt wahrgenommen werden, sind daher stets in Normierungsprozesse eingebunden und können nicht losgelöst von Machtverhältnissen verstanden werden (Glade, 2022, o.S.)

Susie Orbach (2017) beschreibt diese äußerliche, technische Disziplinierung des weiblichen Körpers als Kolonisierung und bezeichnet den weiblichen Körper als Ort der Ausbeutung (Orbach, 2017, S. IX). Der Körper wird zum „Rohstoff der Selbstoptimierung“, der vom Subjekt aktiv und eigenverantwortlich durch den Einsatz ungleich verteilter Ressourcen im Sinne vorherrschender Körperideale bearbeitet werden soll (Greif & Safert, 2017, S. 31, in Lechner, 2020, S. 25). Dies verdeutlicht einmal mehr die ausbeuterische und extraktivistische Dimension neoliberaler Selbstoptimierung. Fenner (2019) definiert Selbstoptimierung als „(...) Selbstverbesserung eines Objektes hin zum bestmöglichen, vollkommenen Zustand“ (Fenner, 2019, S. 11). Dieser Zustand entpuppt sich jedoch als Illusion. Selbstoptimierung ist in eine Dynamik endloser Leistungs- und Produktivitätssteigerung eingebunden und bleibt damit prinzipiell unabschließbar (Glade, 2022, o.S.). Der Charakter dieser Ideologie ist von Elementen der protestantischen Arbeitsethik geprägt. Im 21. Jahrhundert hat sich die Selbstoptimierung zu einer Art „säkularen Religion mit dem Credo des Fortschrittsoptimismus“ entwickelt, die potenziell alle Lebensbereiche durchdringt (von Felden, 2020, S. 6; Fenner,

2019, S. 9, 12; Han, 2014, S. 44). Die Fähigkeit zur grenzenlosen Leistungssteigerung wird zum „neuen Evangelium“ – dem Imperativ der Selbstoptimierung – auserkoren (Han, 2014, S. 44, 46).

Dieser Imperativ ist geschlechtlich codiert und richtet sich überwiegend an Frauen, deren Körper und Subjektivität in besonderem Maße adressiert und reguliert werden (Elias et al., 2017, S. 24). Frauen werden zu „ästhetischen Unternehmerinnen“ (Elias et al., 2017, S. 39) sozialisiert, die heterosexuelle Feminität im Sinne von „doing Gender“ produzieren und zeitgleich auch reproduzieren (ebd.). Der weibliche Körper fungiert damit als zentrale Schnittstelle, an der patriarchale Biomacht, neoliberale Selbstoptimierung und geschlechtliche Normierung zusammenwirken.

Im Kontext sozialer Medien werden diese Prozesse durch das digitale Sichtbarkeitsregime verstärkt. Social-Media-Plattformen fungieren, wie bereits erwähnt, als Räume, in denen Körper sichtbar gemacht, bewertet und vergleichbar werden. Banet-Weiser (2017) weist darauf hin, dass digitale Selbstdarstellungen gleichzeitig zur Produktion und Reproduktion normativer Körper- und Geschlechterbilder beitragen und Selbstregulation fördern (Banet-Weiser, 2017, S. 273). Die Körper der Creatorinnen werden nicht nur am Display der Rezipient:innen ausgestellt, sondern werden selbst zum Display, das den Willen, die Disziplin und die Arbeit, die in den erwirtschafteten Körpern stecken, sichtbar macht (Glade, 2022, o.S.). Zudem trägt die körperbezogene Arbeit der Creatorinnen zur Aufrechterhaltung des digitalen Profils und der Sicherstellung des Platzes im Akkumulationssystem der „visuellen Wirtschaft“ bei (Burchell, 2023, o.S.).

2.2.4. Self-Care als Instrument von Biomacht und Gouvernamentalität

Als weiteren analytisch bedeutsamen Begrifflichkeit gilt es, das Konzept „Self-Care“¹³ zu erwähnen. Im Rahmen von #ThatGirl kann Self-Care als übergeordnete Logik verstanden werden, in der sich zentrale Imperative neoliberaler Selbstführung bündeln. Eigenschaften und Anforderungen, die an das Subjekt gestellt werden, verdichten sich im Konzept Self-Care.

Seinen Ursprung hat der Begriff in Schwarzen Frauen- und Bürgerrechtsbewegungen (Wiens & MacDonald, 2021, S. 221). Self-Care steht in diesem Kontext für die Kontrolle über die eigene Gesundheit und Lebenszeit und formuliert als politische Praxis eine Antwort auf die Versäumnisse eines *weißen*, patriarchalen Systems, wie Audre Lorde (1988) in *A Burst of*

¹³ Anm.: Im Rahmen dieser Arbeit wird der englische Begriff „Self-Care“ beibehalten und dem deutschen Äquivalent „Selbstfürsorge“ vorgezogen, da Self-Care als zentrales, konstituierendes und rahmengebendes Konzept für das Phänomen #ThatGirl verstanden wird.

Light beschreibt (Lorde, 1988, nach Kim & Schalk, 2021, S. 326; Wiens & MacDonald, 2021, S. 221, 233). Lordes Verständnis von Self-Care richtet sich gegen normative, kapitalistische Zeitlogiken und umfasst körperliche und psychische Dimensionen (Kim & Schalk, 2021, S. 329). Ziel ist es, die Qualität und Quantität der verbleibenden (Lebens-)Zeit zu sichern und damit zugleich auf eine Welt hinzuarbeiten, die der Gewalt kapitalistischer Verhältnisse entgegensteht (Kim & Schalk, 2021, S. 334).

Die heutige Verwendung des Begriffs im medialen Mainstream macht eine inhaltliche Verschiebung und hegemoniale Aneignung des Begriffs deutlich: Self-Care wird aus seinem politischen Kontext losgelöst, de-kollektiviert und als privatisierte Praxis neu gerahmt, wodurch strukturellen Ungleichheiten und Ursprünge von Self-Care tendenziell verdeckt und überschrieben werden.

Im gegenwärtigen viralen digitalen Kontext wird Self-Care überwiegend postfeministisch-neoliberal umgedeutet und übernimmt eine disziplinierende Funktion. In seiner massenmedialen Zirkulation ist der Begriff eng an Imperative von Arbeit und Produktivität geknüpft, dient der Selbstoptimierung und letztlich der Steigerung der individuellen Arbeitsfähigkeit (Kim & Schalk, 2021, S. 334). Jina B. Kim und Sami Schalk (2021) verorten diese Umdeutung in einer breiteren gesellschaftlichen Tendenz, öffentliche und kollektive Fürsorgestrukturen abzubauen und Care-Arbeit zu depolitisieren, indem sie in den individuellen Verantwortungsbereich verschoben wird (ebd.).

Susanna Rosenbaum und Ruti Talmor (2022) knüpfen daran an und bezeichnen Self-Care als ambivalentes Konzept, das zugleich Marketinginstrument, Zufluchtsort in und vor Konsumgütern sowie vermeintliches Heilmittel für Produktivität und gegen Burnout ist (Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 362). Self-Care steht damit gleichermaßen für Produktion und Konsum, Arbeit und Freizeit und durchdringt damit gewissermaßen alle Lebensbereiche (Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 366). Als Konzept, das im Bereich Wellness angesiedelt ist, umfasst es Praktiken wie Yoga, Meditation und Massage ebenso wie Konsumgüter und -routinen, etwa Gesichtsmasken oder Saftkuren (ebd.). Die enge Verknüpfung mit Konsum rahmt Self-Care als „produktive“ Methode, sich um Körper und/oder Seele zu kümmern (Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 362).

Vor allem in Verbindung mit dem oben erwähnten Makeover-Paradigma und der Verschränkung mit Beauty- und Wellnessindustrie ist Self-Care als Bestandteil populärer postfeministischer Diskurse zu verstehen (Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 366). Self-Care teilt dabei einen diskursiven Bedeutungszusammenhang mit Phänomenen wie "Love your body", "Body Positivity" und "Confidence Chic", die Frauen als autonome, frei wählende, sich

permanent selbstregulierende Akteurinnen adressieren, deren Wert an ihre Fähigkeit zur Selbstoptimierung gekoppelt wird (Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 366).

An dieser Stelle ist auf die Anschlussfähigkeit an Foucaults Verständnis der „Sorge um das Selbst“ hinzuweisen, wie sie Rosenbaum und Talmor (2022) beschreiben. Als asketische Praxis ist sie eine „Ausübung des Selbst auf das Selbst“, die auf eine Transformation hin zu einem bestimmten Modus des Seins zielt (Foucault, 1997, nach Rosenbaum & Talmor, 2022, S. 365). Die dadurch entstehende Subjektivität ist jedoch nicht frei gewählt, sondern hegemonialen Prozessen unterworfen (Foucault, 1997, nach Rosenbaum & Taylor, 2022, S. 362, 365). Self-Care lässt sich damit als Technik der Gouvernamentalität begreifen, durch die Subjekte zur eigenverantwortlichen Regulation von Körper, Psyche und Lebensführung angehalten werden.

2.3. #ThatGirl im Kontext relevanter feministischer Konzepte

Die zuvor entwickelten Überlegungen zu Macht, Selbstoptimierung und normsetzenden Subjektivierungsprozessen machen bereits deutlich, dass #ThatGirl in kulturelle Aushandlungen um Weiblichkeit gebettet ist. Diese Aushandlungen werden maßgeblich von feministischen Diskursen geprägt, die die zeitgenössische Produktion normativer Weiblichkeitsideale prägen. Um die im #ThatGirl-Diskurs wirksam werdenden Weiblichkeitsnormen theoretisch fassen zu können, richtet sich das folgende Kapitel auf zentrale feministische Diskurse und Theoriepositionen, die im Phänomen zusammenfließen. Im Zentrum stehen postfeministische, populär- und neoliberal feministische Sensibilitäten und Diskussionen um weißen Feminismus, die wichtige Bezugspunkte für das Verständnis der im Phänomen wirksam werdenden Weiblichkeitsnormen darstellen.

Vor dem Hintergrund eines feministischen Verständnisses, das Feminismus nicht als individuelles Empowerment-Projekt, sondern als kollektive Praxis zur Beendigung sexistischer Ausbeutung und Unterdrückung begreift (hooks, 2014, S. 1), werden die folgenden Diskurse nicht als emanzipatorische Positionen, sondern als analytische Bezugspunkte verstanden.

Die angesprochenen feministischen Kontexte sind komplex und eng miteinander verwoben. Ihre Grenzen sind nicht klar definierbar; sie überlappen sich und tragen zur Entstehung einer komplexen Struktur bei (Banet-Weiser, 2020, S. 10). Um #ThatGirl zu fassen, ist weniger die Unterscheidung als vielmehr das Zusammenspiel dieser Sensibilitäten entscheidend (ebd.). Banet-Weiser (2020) argumentiert, dass Postfeminismus, neoliberaler und populärer Feminismus parallel bestehen und sich wechselseitig verstärken (ebd.). Alle drei fokussieren auf persönliche Entscheidungen und unternehmerische Selbstverantwortung – zentrale

Logiken des Neoliberalismus (ebd.). Im Folgenden werden die einzelnen Ausprägungen beschreiben und in Bezug auf #ThatGirl reflektiert.

2.3.1. Postfeminismus als Sensibilität

Seit der Entstehung des Begriffs „Postfeminismus“ in den 1980er Jahren hat sich dessen Bedeutung gewandelt. Im aktuellen Verständnis wird Postfeminismus überwiegend als „kulturelle Sensibilität“ begriffen, also als Set wiederkehrender, beobachtbarer Muster, Bilder und Praktiken, die im popkulturellen Kontext zirkulieren und besonders neoliberale Werte wie Individualismus, Wahlfreiheit und subjektive Handlungsfähigkeit betonen (Gill, 2020, in Banet-Weiser et al., 2020, S. 5). Postfeminismus ist als Sensibilität kein klar umrissenes Konzept, sondern eine hegemoniale Denkweise, die feministische Errungenschaften aufgreift, um sie in marktförmige und konsumorientierte Strukturen einzubetten (ebd.).

Neben der Lesart als Sensibilität lassen sich die Lesarten von Postfeminismus in drei Stränge fassen:

1. Als epistemologischer Bruch mit dem *weißen*, privilegierten Feminismus der zweiten Welle und als Forderung nach Intersektionalität (André, 2022, S. 145).
2. Als Bezeichnung für die dritte Welle des Feminismus in den 1990ern bzw. die vierte Welle, von der im Kontext der Verbreitung des Internets Ende des 20./ Anfang des 21. Jahrhunderts gesprochen wird (André, 2022, S. 146; Munro, 2013, S. 24).
3. Als „Backlash“ gegen feministische Errungenschaften (Faludi, 1995). Neoliberale Einflüsse, wachsender Individualismus, Selbstüberwachung und -verantwortung und ein Erstarken traditionalistischer Tendenzen führen zu einer Ablehnung des Feminismus (André, 2022, S. 146). Angela McRobbie (2004) spricht in diesem Zusammenhang von einem „undoing“¹⁴ (McRobbie, 2004, S. 255) des Feminismus und beschreibt später die Etablierung eines „neuen Geschlechtervertrags“, der Frauen Sichtbarkeit über Konsum und kulturelle Teilhabe eröffnet (McRobbie, 2016, S. 73).

Dieser Trend ist nicht nur im aktuellen Rechtsruck in Europa und USA, sondern auch auf Social-Media-Plattformen in Trends wie #TradWife oder #StayatHomeGirlfriend spürbar, die zeitgleich mit #ThatGirl entstanden sind. Die Hashtags inszenieren Care-Arbeit und Unterordnung als freiwillige, bewusste Wahl (Bauer & Rösch, 2023, S. 68; Kätzlmeier, 2023, o.S.). Die Inhalte verknüpfen ideologischen Traditionalismus mit Self-Care-Kultur und tragen so zu einer Ästhetisierung und Kommerzialisierung des Traditionalismus bei (ebd.). Anders als bei #ThatGirl ist Self-Care bei #TradWife oder #StayatHomeGirlfriend nicht an Empowerment

¹⁴ Deutsch: „Rückgängig machen“ (Eigene Übersetzung)

oder „Girl-Power“ geknüpft, sondern mit einer Abkehr vom Feminismus und einer Hinwendung zu antifeministischen Ideologien. Die Ideologie basiert auf einem depolitisierten, patriarchalen, cis-heteronormativen Weltbild und Geschlechterverständnis (Bauer & Rösch, 2023, S. 63, 70). Feminismus wird als toxische „feminist hustle culture“ angeprangert, die Frauen unter Druck setzt und „(...) von ihrer Weiblichkeit trenne und (...) aus ihrer vermeintlichen oder gottgegebenen Rolle als Hausfrau und Mutter dränge“ (Bauer & Rösch, 2023, S. 70). Antifeminismus wird als Gegenentwurf und als „(...) Möglichkeit für ein entschleunigtes Leben“ (ebd.) stilisiert (ebd.). Die Hashtags sind häufig mit Vorstellungen normativen *Weißseins* verknüpft und propagieren radikales, rechtes Gedankengut (Bauer & Rösch, 2023, S. 65).

Schließlich folgt die bereits beschriebene Lesart als Sensibilität, die nicht nur kulturell, sondern auch affektiv wirksam wird. Rosalind Gill (2017) zeigt, dass postfeministische Diskurse eine Gefühlsstruktur erzeugen, in der Frauen bestimmte Emotionen wie Unsicherheit oder Wut verdrängen müssen, um den Imperativen von Optimismus und Selbstkontrolle entsprechen zu können (Gill, 2017, S. 619). Postfeminismus wird so zu einer Form des geschlechtsspezifischen Neoliberalismus, der zunehmend selbstverständlich, normativ und hegemonial wirkt (ebd.).

#ThatGirl reproduziert diese Logiken sichtbar: Wie im weiteren Verlauf der Arbeit deutlich wird, inszenieren die Inhalte, Selbstoptimierung, Wahlfreiheit und Konsum als Ausdruck weiblicher Selbstbestimmung und erzeugen so ein Spannungsverhältnis, dass zum einen Vorstellung von vermeintlichem Empowerment und Self-Care vermittelt und gleichzeitig an starre normative Praktiken geknüpft ist. Der Begriff der postfeministische Sensibilität beschreibt die Verortung medialer Phänomene auf einem Spektrum zwischen neoliberaler Vereinnahmung und möglich subversiven Potenzialen (André, 2022, S. 147).

Simidele Dosekun (2015) erweitert die Perspektive der postfeministischen Sensibilität, kritisiert jedoch sowohl deren westliche Zentrierung als auch die ihr zugrunde liegenden neoliberalen und individualisierten Logiken (Dosekun, 2015, S. 960, 964, 969). Sie hebt die Relevanz einer transnationalen Perspektive hervor und betont die Bedeutung von Klasse als zentrale postfeministische Kategorie (ebd.). In *For Western Girls Only?: Post-Feminism as transnational Culture* (2015) beschreibt sie, dass postfeministische Praktiken auch von klassenprivilegierten Frauen im Globalen Süden übernommen werden, sofern sie über ausreichend materielles und imaginatives Kapital verfügen (Dosekun, 2015, S. 962). Die Zirkulation entsprechender Inhalte auf Social-Media-Plattformen macht Postfeminismus zu einem transnational verbreiteten und gleichzeitig normativ ausschließendem Phänomen, dessen Zugang dennoch an Kriterien wie Konsumfähigkeit, Körpnormen und Heteronormativität gebunden bleibt (Dosekun, 2015, S. 960ff.). Aus diesem Grunde plädiert

Dosekun (2015) dafür, Postfeminismus nicht als rein westliche, sondern als westlich geprägte und politisch ambivalente transnationale Kultur zu verstehen, die weiterhin feministischer Kritik bedarf (Dosekun, 2015, S. 961, 969).¹⁵

Elisabeth Lechner (2020) warnt vor einer Überdehnung des Begriffs des Postfeminismus (Lechner, 2020, S. 65). Wenn „alles“ postfeministisch ist, verliere der Begriff seine analytische Schärfe (ebd.). Sie erklärt das Konzept des Popfeminismus dafür als geeigneter. Im folgenden Abschnitt soll näher darauf eingegangen werden.

2.3.2. Popfeminismus

Der Begriff „Popfeminismus“ (Eismann, 2007) entstand im Deutschland der frühen 2000er Jahre und beschreibt den Nexus zwischen Feminismus und der Populärkultur und macht gleichzeitig den gegenseitigen Einfluss dieser beiden Sphären aufeinander deutlich (Lechner, 2020, S. 49f.). Populärkultur wird dabei als zentraler Ort verstanden, an dem feministische Bedeutungen ausgehandelt und beschrieben werden (Lechner, 2020, S. 46). Laut Carrie Smith-Prei (2016) kann die Verwobenheit von Popfeminismus und Popkultur als Kreislauf verstanden werden: Der Popfeminismus benutzt den Feminismus, um Popkultur neu zu codieren und Popkultur wird genutzt, um Feminismus neu zu schreiben (Smith-Prei, 2016, S. 56).

Social-Media-Plattformen fungieren heute als zentrale Orte popkultureller Produktion. Auf TikTok zirkulieren Trends, die unterschiedliche Vorstellungen von Weiblichkeit erzeugen (Krijnen et al., 2022, S. 206). Sie werden unterschiedlich stark sichtbar, was laut Banet-Weiser (2018) mit der Ökonomie der Sichtbarkeit zu erklären ist (ebd.; s. Kapitel 2.1.3.). Die Ökonomie der Sichtbarkeit führt innerhalb des Popfeminismus dazu, dass bestehende Macht- und Ungleichheitsverhältnisse nicht grundlegend infrage gestellt werden (Banet-Weiser, 2018, S. 11, 13, 17). Populärer Feminismus ist damit als mitkonstitutiv für kapitalistische Praktiken und Werte zu verstehen und fördert liberal-feministisch informierte Feminismen, die Sichtbarkeit gegenüber struktureller Veränderung priorisieren (Banet-Weiser, 2020, S. 11f.). Sichtbarkeit allein ist damit kein Garant für Diversität, Inklusion oder soziale Gerechtigkeit, da Repräsentation. Nicht mit struktureller Transformation gleichzusetzen ist (Banet-Weiser, 2018, S. 17, 25).

¹⁵ Anm.: Das #ThatGirl-Material, das Basis der Analyse der vorliegenden Arbeit bildet, ist überwiegend *weiß*. Dosekuns (2015) transnationale Perspektive ist dennoch relevant, besonders in der Reflexion der algorithmischen Funktionsweise TikToks, die primär westlich-*weiße* Varianten sichtbar machen. Dieser Befund verweist, wie im weiteren Verlauf der Arbeit deutlich wird, auf Plattformlogiken und algorithmisch erzeugte *Weißheit*.

Darüber hinaus analysiert Banet-Weiser (2018) Popfeminismus im Zusammenspiel mit populärer Misogynie (Banet-Weiser, 2018, S. 1). Populäre Misogynie bezeichnet die Instrumentalisierung von Frauen als Objekte, was eine systematische Abwertung und Entmenschlichung von Frauen zur Folge hat (ebd.). Die algorithmischen Logiken des Plattformkapitalismus schaffen einen technologischen und ökonomischen Kontext, der die Gleichzeitigkeit von populärem Feminismus und populärer Frauenfeindlichkeit ermöglicht (Banet-Weiser, 2018, S. 1; Banet-Weiser, 2020, S. 12). Social-Media-Plattformen exponieren weibliche Körper, machen sie bewertbar und verstärken so deren Vulnerabilität und Sichtbarkeit zugleich. Die Interaktionsmechanismen der Plattformen fordern Nutzer:innen dazu auf, Körper zu bewerten, zu beurteilen und damit weiterhin die Intelligenz des Algorithmus mit Informationen über die Wahrnehmung weiblicher Körper zu füttern (Banet-Weiser, 2018, S. 27; Gill, 2023, S. 49). So trägt die technische Funktionsweise der Plattformen in Kombination mit der großen Öffentlichkeit, die sie bieten, zur Reproduktion von misogynem Gedankengut und Inhalten bei. Diesem Mechanismus geht auch Gill (2023) in *Perfect: Feeling judged on Social Media* (2023) nach. Ihre Analysen unterstreichen, dass sich junge Frauen auf Social-Media-Plattformen ständig beobachtet und beurteilt fühlen, was dazu führt, dass sie in Angst leben, Fehler zu begehen, die von anderen direkt kommentiert und angesprochen werden können (Gill, 2023, S. XVI).

Dieses Spannungsfeld erzeugt Imperative von Empowerment und Selbstbewusstsein, mit denen Frauen der Gegenwartsgesellschaft konfrontiert sind. Die toxischen Strukturen, in denen Popfeminismus eingebunden ist, führen zur Etablierung ebenfalls toxischer Lösungsstrategien, die im Sinne des grausamen Optimismus auf absurde Art und Weise als (weibliche) Überlebensstrategien fungieren. Gill und Orgad (2015) sprechen in diesem Zusammenhang von einer kontemporären „Selbstbewusstseins-Bewegung“¹⁶ (Gill & Orgad, 2015, S. 48). In Banet-Weisers (2018) Auffassung von Popfeminismus drehen sich die Begriffe „Selbstbewusstsein“ und „Empowerment“¹⁷ um ein „ökonomisches Vertrauen“ in den Glauben „im kapitalistischen Kontext ökonomisch erfolgreich zu sein“ (Banet-Weiser, 2018, S. 93). Popfeministische Diskurse gehen dabei häufig von einem angeblichen Mangel an weiblichem Selbstbewusstsein aus, der mittels Empowerment und individueller Selbstoptimierung behoben werden muss, um erfolgreicher zu werden (Banet-Weiser, 2018, S. 27, 128). Dabei wird attestiert, dass Frauen weniger von sich selbst erwarten als Männer (Banet-Weiser, 2018, S. 128). Selbstvertrauen wird dabei als primäre, gar einzige Lösung für geschlechtsspezifische

¹⁶ Original: „Confidence Movement“ (Gill & Orgad, 2015, S. 48)

¹⁷ Anm.: Der Begriff Empowerment (Deutsch: Selbstermächtigung) wird in der vorliegenden Arbeit verwendet. Auch in deutschsprachigen Diskursen ist die Verwendung des englischen Begriffs mittlerweile Usus. Empowerment ist nach Banet-Weisers (2018) Auffassung von Popfeminismus eng an unternehmerische und kapitalistische Eigenschaften und Individualismus geknüpft. Empowerment kann im Gegensatz dazu auch als wichtiger Begriff des aktivistischen Feminismus verstanden werden und fungiert dort vor allem unter „Female“ oder „Women“ Empowerment kollektivierend und verbindend und ist als aktivistisch-feministischer Kampfbegriff zu verstehen.

Ungleichheiten positioniert, die nur von Männern und Frauen als Individuen abhängen und nicht von strukturellen Kontexten beeinflusst werden (Banet-Weiser, 2018, S. 93).

Empowerment wird zu einer konsumierbaren Praxis, die von einer „Selbstbewusstseins-Industrie“ getragen wird, die sich allein darauf konzentriert, Frauen und Mädchen Produkte zu verkaufen, die sie vermeintlich selbstbewusster machen (Banet-Weiser, 2018, S. 49). Die „Selbstbewusstseins-Industrie“ (ebd.) vermarktet alles – von Ratgeberliteratur, über Menstruationsprodukte, hin zu Sportschuhen und Lippenstiften (ebd.). Wenn Selbstvertrauen und Empowerment in der popfeministischen Ökonomie der Sichtbarkeit zirkulieren, werden sie zu exklusiven Waren gemacht, die vorwiegend für *weiße*, cis-geschlechtliche, mittelständische, able-bodied Frauen verfügbar sind (Banet-Weiser, 2018, S. 128). Mangelndes weibliches Selbstbewusstsein wird damit zu einem individuellen Problem und nicht als strukturell-gesellschaftliches Problem des Patriarchats angesehen und verliert damit als hochrelevantes feministisches Thema der Gegenwart an Bedeutung (ebd.; s. Kapitel 2.2.1). Banet-Weiser (2018) betont abschließend, dass Selbstbewusstsein oder Selbstvertrauen, statt als Mittel zur Infragestellung patriarchaler Strukturen, zum populärfeministischen Auftrag für Frauen wird, sich selbst gut zu fühlen und gleichzeitig zu einem Instrument der populären Frauenfeindlichkeit wird, die patriarchale Strukturen stützt (ebd.).

2.3.3. Neoliberaler Feminismus

Populärer Feminismus und neoliberaler Feminismus sind eng miteinander verschränkt (Rottenberg, 2020, in Banet-Weiser et al., 2020, S. 8). Popfeminismus kann im Sinne Banet-Weisers als „Plattform“ verstanden werden, über die neoliberale Logiken wie Individualisierung, Unternehmertum und Marktorientierung zirkulieren (ebd.). Catherine Rottenberg (2018) argumentiert in *The rise of neoliberal feminism* (2018), dass feministische Themen zunehmend populär und Mainstream werden und dabei häufig mit einer Zuwendung zu neoliberalen und neokonservativen politischen und wirtschaftlichen Agenden einhergehen (Rottenberg, 2018, S. 11). Wie im populären Feminismus sind auch im neoliberalen Feminismus Selbstbewusstsein und individualistisches Empowerment zentrale Begriffe. Diese Verknüpfung führt zu einer Verwässerung des Feminismus-Begriffs und beraubt ihn seines oppositionellen Potentials (Petersson McIntyre, 2020, S. 1060). Denn: Wenn alles irgendwie feministisch ist, dann ist nichts mehr feministisch. Zudem führt der starke Fokus auf Selbstbewusstsein, Self-Care und die damit einhergehende Selbstfürsorge zu einer kritischen Perspektive auf den eigenen Gefühlszustand, der endlos gemessen, bewertet und anschließend optimiert werden soll (Rottenberg, 2018, S. 123).

Neoliberaler Feminismus ist nach Rottenberg (2018) als zeitgenössischen Schlüsseldiskurs zu verstehen, der mit dem Anspruch eines (ökonomischen) Gleichgewichts zwischen Männern und Frauen versucht, strukturelle Ungleichheit zu „zerlegen“, indem er Individualisierung und Selbstverantwortung fördert (Rottenberg, 2018, S. 21). Neoliberaler Feminismus zeichnet sich durch ein hohes Maß an Exklusivität aus, das *Weißsein*, Klassenprivilegien und Heteronormativität stabilisiert und inszeniert sich zugleich als post-rassistisch und LGBTQIA+-freundlich, solange das Ideal der „Karrierefrau“ erfüllt wird (Rottenberg, 2018, S. 20).

Damit schafft der neoliberale Feminismus ein neues feministisches Subjekts, das im Sinne der Biomacht Selbstverantwortung übernimmt und über unternehmerisches Potenzial verfügt, indem es auf sich selbst und die Optimierung seiner Ressourcen konzentriert ist (Rottenberg, 2018, S. 59, 79; Rottenberg, 2014, S. 428). „Having it all“¹⁸ wird zum angestrebten Ziel, das Erfolg, Glück und das Führen eines „guten Lebens“ in Berlants (2011) Definition beinhaltet (Berlant, 2011; Rottenberg, 2018, S. 27).

Daran knüpft McRobbies (2015) Konzept des „Perfekten“ an, das eine gesteigerte Form der Selbstregulierung beschreibt, die unterstützt durch Technologien der Selbstvermessung zum „guten Leben“ führen soll (McRobbie, 2015, S. 9). Das „Perfekte“ wird durch Fragen wie: Wurden die Routinen eingehalten? Wurde gesünder gegessen? Wurde produktiv gearbeitet? strukturiert. Sie spiegeln genau jene Praktiken wider, die #ThatGirl-Inhalte vermitteln, wie noch zu zeigen sein wird. McRobbie (2015) bezeichnet das „Perfekte“ als quasi-feministisch und betont dabei, dass der Zwang zu Perfektion und Selbstregulierung Formen von Gewalt und Antifeminismus enthält, die sich hinter meritokratischen Idealen verbergen und neue Praktiken der geschlechtsspezifischen Gouvernamentalität widerspiegeln (McRobbie, 2015, S. 17). Gill (2023) greift das Konzept auf, beschreibt damit den Druck, den primär junge Frauen verspüren, auf Social-Media-Plattformen „perfekt“ zu sein (Gill, 2023, S. 51). Sie versteht das Konzept des Perfekten dabei als Ausdruck neoliberaler Schönheit, die sich ausweitet, intensiviert und zunehmend nach innen verlagert (Gill, 2023, S. 76). In der Konsequenz erhält der Begriff der Perfektion den Status eines „moralischen Imperativs“, der junge Frauen dazu auffordert, immer "das Beste" Leben zu führen (Gill, 2023, S. 51). Die Kategorie des Perfekten ist nicht allein ästhetisch oder bewertend zu fassen, sondern auch durch Faktoren wie *race*, Klasse, Geschlecht, Sexualität und Behinderung geprägt (Gill, 2023, S. 58).

Eng mit dem neoliberalen Feminismus verbunden ist auch der „Choice Feminismus“¹⁹, der den Akt der „freien“ Wahl, ungeachtet des Inhalts, als feministische Handlung versteht (Petersson McIntyre, 2020, S. 1063). Dahinter steht die Idee, dass das Recht auf Wahlfreiheit Handlungen

¹⁸ Anm.: „Having it all“ (Deutsch Etwa: „alles haben“) beschreibt das angestrebte Ziel, Karriere und Familie unter einen Hut zu bekommen und beschreibt laut Rottenberg vor allem US-amerikanische Frauen der Mittelklasse, die „having it all“ als Form von Empowerment verstehen (Rottenberg, 2018, S. 24, 27).

¹⁹ Deutsch etwa: Wahl-Feminismus, Feminismus der Wahl/Wahlfreiheit/ Entscheidung

motivieren kann, die Frauen auf individueller Ebene, besonders in Bezug auf ihren Konsum, ihre Karriere und ihren unternehmerischen Bemühungen zugutekommen (Petersson McIntyre, 2020, S. 1062). Choice Feminismus bzw. der Fokus auf die individuelle Wahl wird häufig von Influencerinnen oder Creatorinnen benutzt, um ihre Handlungen zu legitimieren und als vermeintlich feministisch zu markieren, wie Magdalena Petersson McIntyres (2020) Studie ergab. Die befragten Influencerinnen betonen, Feminismus bedeute vor allem, für die eigenen Entscheidungen respektiert zu werden (Petersson McIntyre, 2020, S. 1075).

Wie der neoliberale Feminismus wird auch der Choice Feminismus wegen der Betonung von Individualismus, patriarchalen Strukturen und fehlendem Kollektivbezug kritisiert. Der Fokus auf Individualität und Wahlfreiheit konstruiert Frauen als scheinbar emanzipierte Subjekte, die für ihr Wohlbefinden und ihre Entscheidungen selbst verantwortlich gemacht werden (ebd.). Strukturelle Bedingungen, die Entscheidungen beeinflussen können, bleiben ausgeblendet. Attraktiv wird dieser Wahl-Feminismus, weil er als Ausdruck von Gouvernamentalität in Verbindung mit Selbstkontrolle, Autorität und Souveränität, trotz begrenzter Möglichkeiten Handlungsfähigkeit suggeriert (Petersson McIntyre, 2020, S. 1074). Der Reiz liegt im Gefühl von Handlungsfähigkeit trotz begrenzter Wahlmöglichkeiten (ebd.). Dadurch wird Feminismus zu einem exklusiven Privileg, das nur gelebt werden kann, wenn es strukturell möglich ist (Petersson McIntyre, 2020, S. 1075).

Neben der Wahl ist „Balance“ ein weiterer zentraler Begriff des neuen neoliberalen feministischen Subjekts. Balance bezeichnet die Ausgewogenheit zwischen Familie und Beruf, die zur Definition der idealen „modernen, befreiten Mittelklasse Frau“ wird (Rottenberg, 2018, S. 89, 91). Vor allem junge Frauen werden dazu angehalten, frühzeitig in Selbstoptimierung und Karriere zu investieren, um später Familie, Freizeit und beruflichen Erfolg vereinbaren zu können (ebd.). Damit wird das heteronormative binäre Geschlechtersystem weiterhin als unangefochtene Norm aufrechterhalten und Frauen die alleinige Bringschuld für Care-Arbeit attestiert. Im neoliberalen Feminismus müssen Frauen weiterhin allein für ihr Wohlergehen und das ihrer Familie sorgen und stehen dabei unter einer Doppelbelastung.

#ThatGirl verstärkt die Logiken des neoliberalen- und des Choice-Feminismus. Das Phänomen ruft junge Frauen dazu auf, sich um sich selbst zu kümmern und Verantwortung für ihr eigenes Wohlergehen und Fortkommen allein zu tragen. Zwischenmenschliche Beziehungen, die als zentrales Element von Wohlbefinden gelten, treten zugunsten von Konsum, Routinen und Produktivität zurück. Die Creatorinnen werden, wie viele andere Lifestyle-Influencerinnen, für ihre Schönheit, ihre Schönheitsarbeit, ihren Konsum, ihre Meinung und ihr Entrepreneurship gefeiert (Petersson McIntyre, 2020, S. 1061). Self-Care und der Erhalt eines normschönen Körpers werden als Ausdruck von Feminismus und weiblicher

Selbstbestimmung gelesen (ebd.). Grenzen zwischen Arbeit, Konsum, Privatheit und Öffentlichkeit verschwimmen und alltägliche Lebenserfahrungen werden kommodifiziert (ebd.). Formate wie VLOGS oder Get-Ready-With-Mes bieten Follower:innen Strategien zur Nachahmung und etablieren Creatorinnen als ideale neoliberale Subjekte (Mahoney, 2022, S. 522).

2.3.4. Weißer Feminismus

Abschließend soll auf weißen Feminismus eingegangen werden. Der Begriff bezeichnet feministische Rahmungen, die *weiße*, westliche Erfahrungswelten und Normen universalisieren und dadurch intersektionale Machtverhältnisse nur begrenzt adressieren. Der Abschnitt konturiert diese Perspektive und skizziert ihre Relevanz für die Analyse viraler Weiblichkeitskonzepte in digitalen Plattformkulturen.

Weißer Feminismus kann nach Koa Beck (2021) als Sensibilität bzw. Ideologie verstanden werden, die eine Gleichstellung der Geschlechter zum Ziel hat, die mittels persönlicher Autonomie, individuellen Wohlstand und ständiger Selbstoptimierung erreicht werden soll (Beck, 2021, S. 12). Wie der neoliberale Feminismus und teils auch der populäre Feminismus, stellt der *weiße* Feminismus bestehende strukturelle Ungleichheiten und Machtpolitiken nicht infrage, sondern trägt zu deren Reproduktion bei (Beck, 2021, S. 13f.). Die Gleichstellung der Geschlechter wird dabei eher in der Anhäufung von individueller Macht als in deren Umverteilung verankert und kann dementsprechend von unterschiedlichen Subjekten ungeachtet von *Race*, Hintergrund, Zugehörigkeit oder Identität praktiziert werden (Beck, 2021, S. 13). Beim weißen Feminismus handelt es sich somit um eine Geisteshaltung (ebd.). Seine Wurzeln hat der *weiße* Feminismus tief in den historischen und sozialen Strukturen des Westens, in denen *weiße* Frauen zwar von geschlechtsspezifischer Diskriminierung betroffen sind, aber dennoch von *weißen* Privilegien profitieren (Beck, 2021, S. 12). Charakteristisch ist dabei die Homogenisierung feministischer Erfahrungen als *weiße* Erfahrungen (Beck, 2021, S. 38). Das Privileg des *Weißseins* wird ausgeblendet und Erfahrungen rassifizierter Frauen werden marginalisiert oder unsichtbar gemacht (Moon & Holling, 2020, S. 253ff.). Die tatsächliche Integration Schwarzer Perspektiven würde bestehende Machtgefüge, die die eigenen (*weißen*) Privilegien sichern, irritieren und deshalb ausgeblendet werden (Beck, 2021, S. 39). Es entsteht nicht nur eine unterdrückerische strukturelle, sondern auch eine diskursive Gewalt, der nur durch die radikale Sichtbarmachung Schwarzer Perspektiven und Machtumverteilung entgegengetreten werden kann (ebd.).

Weißer Feminismus perpetuiert Muster *weißer* Vorherrschaft, kapitalistischer Ideale wie unternehmerischer Aufstieg, Leistung, produktive sowie unmenschliche Arbeitspraktiken und

Ausbeutung (Beck, 2021, S. 13f.). Beck (2021) kritisiert das „Eroberer“-Narrativ das dieser Logik zugrunde liegt (Beck, 2021, S. 57f). Frauen seien dazu angehalten, sich mittels neoliberalen Individualismus Kapital, Geld, Einfluss und Macht zu „erobern“ (ebd.). Der Begriff „erobern“ wird dabei durchwegs positiv besetzt, schreibt jedoch gleichzeitig koloniale Denkweisen fort, in denen Unterdrückung, Beherrschung und Ausbeutung normalisiert werden (ebd.). Das „emanzipative Moment“ besteht darin, dass Frauen diese Grundsätze nun so praktizieren dürfen und sollen, wie Männer es schon immer getan haben (ebd.). Frauen werden damit nicht mehr nur vom System ausgebeutet, sondern werden gleichzeitig zu Ausbeuterinnen ihrer selbst und anderer.

Auch hier wird das Individuum – das Selbst – ins Zentrum gerückt. Das „Ich“ wird zur zentralen Akteurin des weißen Feminismus, die ein hohes Maß an Disziplin und einen unbändigen Willen zur Selbstoptimierung an den Tag legen muss, um Probleme auf individueller Ebene zu lösen (Beck, 2021, S. 14). Frauen of Color hingegen sind nicht durch Individualismus, sondern durch Kollektivismus und dementsprechend Andersartigkeit gekennzeichnet (Moon & Holling, 2020, S. 255). Im weißen Feminismus werden Frauen als Opfer der *weißen*, männlichen Hegemonie allein angesehen, die Verantwortung, die *weiße* Frauen für die Produktion und Reproduktion *weißer* Vorherrschaft haben, wird ignoriert (Moon & Holling, 2020, S. 254). Damit tarnt sich der *weiße* Feminismus als befreiende Bewegung, die vorgibt, alle Frauen zu repräsentieren. Durch die systematische Ausblendung Schwarzer Perspektiven und Schwarzer Frauen fokussiert weißer Feminismus dennoch größtenteils die Bedürfnisse *weißer* Frauen und trägt damit zur Aufrechterhaltung paternalistischer, unterdrückerischer Strukturen bei (Moon & Holling, 2020, S. 258).

3. Forschungsdesign

Ausgehend von diesen theoretischen Überlegungen wird im Folgenden das Forschungsdesign vorgestellt, das die analytische Annäherung an #ThatGirl leitet. Die Analyse folgt einem explorativen, qualitativ-interpretativen Forschungsansatz. Im Mittelpunkt steht nicht die quantitative Reichweite des Phänomens, sondern die Rekonstruktion der Bedeutungen, Normen und Machtverhältnisse, die in den Videos übermittelt und im Rahmen des Hashtags sichtbar werden. Das Forschungsinteresse gilt der Verschränkung von Diskursen zu Produktivität, Gesundheit, Körper, Schönheit, Ordnung und Weiblichkeit, die in einem kommodifizierten Verständnis von Self-Care zusammenfließen und im #ThatGirl Phänomen sichtbar werden. Die plattformspezifische Logik TikToks wird dabei als strukturierender Kontext mitgedacht, jedoch nicht als eigenständiger Untersuchungsgegenstand empirisch rekonstruiert.

3.1. Forschungsfragen

Um die diskursive Gestaltung des Phänomens #ThatGirl umfassend fassen zu können, wurde folgende Forschungsfrage formuliert, die den Forschungsprozess leiten und begleiten soll:

Wie formiert das TikTok-Phänomen #ThatGirl im Kontext neoliberaler Selbstführung ein normatives Ideal hegemonialer, weiß codierter Weiblichkeit und wie werden soziale Ungleichheiten dabei ästhetisch stabilisiert oder unsichtbar gemacht?

Ergänzend wurden folgende Subfragen formuliert:

1. Welche visuellen, auditiven und narrativen Praktiken tragen zur Formierung dieses normativen Weiblichkeitsideals bei?
2. Welche Normen von Körper, Gesundheit, Produktivität, Schönheit und Ordnung werden dabei als selbstverständlich gesetzt?
3. Welche Ausschlüsse (z.B. Klasse, *Whiteness*, Körnernormen) werden dadurch naturalisiert oder individualisiert?

3.2. Korpusbildung und Auswahlkriterien

Das untersuchte Material besteht aus einer gezielten Auswahl von TikTok-Videos, die bei der Suche nach dem Hashtag #ThatGirl erscheinen. Die Auswahl erfolgte zwischen Juni 2024 und Dezember 2024 und orientiert sich an etablierten Vorgehensweisen der Social-Media-Forschung (Sweeny-Romero, 2022; Zhao & Abidin, 2023; Sykes, 2024). Dabei wurden die ersten 100 Videos der Kategorie „Top“ gesichtet, die TikTok als besonders relevant ausweisen. Da die „Top“-Kategorie des TikTok-Algorithmus personalisiert ausgespielt wird,

sind die Ergebnisse nicht reproduzierbar und variieren je nach Zeitpunkt, Region und Nutzungsverhalten. Daher handelt es sich bei der Korpusbildung um eine Momentaufnahme, die auf eine dichte Beschreibung diskursiver Strukturen abzielt und nicht verallgemeinert werden kann. Die Videos wurden gespeichert und mehrfach gesichtet, um eine fokussierte Analyse zu ermöglichen (Sykes, 2024, S. 7). Das finale Datenset umfasst 80 Videos. Ausgewählt wurden VLOGS oder GRWMs visuelle und/oder verbale Repräsentationen eines neoliberalen/kommodifizierten Verständnisses von Self-Care präsentieren (z. B. Hautpflege, Sport, Kochen, Aufräumen, Putzen, Körperpflege, Einkaufen, Arbeiten/Lernen, Journaling).

Neben explizit mit dem Hashtag #ThatGirl markierten Videos wurden auch Beiträge berücksichtigt, die den Begriff „That Girl“ prominent im Bild- oder Audiomaterial verwenden oder verwandte Hashtags wie #ThatGirlRoutine oder #ThatGirlAesthetic nutzen. So wird die diskursive Breite des Phänomens abgebildet, ohne andere „X-Girl“-Trends systematisch zu analysieren. Die Auswahl orientiert sich an der plattformspezifischen Logik von TikTok, indem sie demonstriert, welche Videos bei der Suche nach dem Hashtag #ThatGirl wirklich ausgespielt werden. Sie erfolgte auch bewusst unter dem Vorhaben, das Spektrum des Diskurses realitätsnah abzubilden und ein möglichst umfassendes Bild von #ThatGirl zeichnen und analysieren zu können. Da auf TikTok mehrere „X-Girl“-Hashtags und Subkulturen kursieren, sind einige der Videos zusätzlich mit anderen Hashtags wie #CleanGirl, #HealthyGirl oder #ItGirl markiert. Diese sind teilweise nicht klar voneinander abzugrenzen, sondern teilen einen gemeinsamen Bedeutungsraum. Das macht nicht nur die Fluidität von Online-Trends, sondern auch die Dynamik und Plattformlogik von TikTok sichtbar. Trotz der Überschneidungen werden die erwähnten anderen Trends im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht näher behandelt.

In Anlehnung an Isabel Sykes (2024) und an die ethischen Empfehlungen für Social-Media-Forschung von Ahmed et al. (2017) wurden personenbezogene Informationen wie Nutzernamen und Handles aus dem Datensatz entfernt (Ahmed et al., 2017, nach Sykes, 2024, S. 7). Der Fokus der Analyse liegt damit nicht auf einzelnen Creatorinnen, sondern auf der diskursiven Struktur des Phänomens (Abidin, 2020, nach Sykes, 2024, S. 7). Die Datensammlung erfolgte über meinen persönlichen TikTok-Account. In Anlehnung an Brianna Wiens und Shana MacDonald (2021), wird diese Praxis als Teil einer intersektional-feministischen Forschungsperspektive verstanden, die die eigene soziale Positionierung und ethnographische Erfahrung im digitalen Feld reflektiert (Wiens & MacDonald, 2021, S. 223). Dieser Ansatz geht davon aus, dass Forschende dem Untersuchungsgegenstand nie gänzlich neutral oder objektiv gegenüberstehen, sondern selbst in die Plattformlogiken eingebunden sind (Wiens & MacDonald, 2021, S. 224).

Das basierend auf den erläuterten Auswahlverfahren generierte Korpus zeigt überwiegend *weiße* Creatorinnen. Diese Homogenität ist charakteristisch für den #ThatGirl-Diskurs selbst und ist nicht als Resultat der Auswahl zu verstehen, sondern als Effekt der Plattformlogiken und Sichtbarkeitsökonomien, die *Whiteness* begünstigen. Entsprechend analysiert die Arbeit primär eine westlich-*weiße* Ausprägung postfeministischer Subjektivität. Transnationale und klassenbezogene Dimensionen werden theoretisch berücksichtigt und reflektiert (Dosekun, 2015). Eine Generalisierung auf nicht-westliche Kontexte wird nicht behauptet.

3.3. Methodik

Auf Grundlage des beschriebenen Korpus wird im Folgenden das methodische Vorgehen dargelegt, das die analytische Erschließung der visuellen und diskursiven Dynamiken des Materials ermöglicht.

Die Analyse orientiert sich an der visuellen Diskursanalyse nach Gillian Rose (2022) und an der Foucaultschen Diskursanalyse nach Rainer Diaz-Bone (2018). Der Fokus liegt darauf zu rekonstruieren, wie im Rahmen von #ThatGirl diskursive, visuelle und affektive Elemente miteinander verschränkt sind und welche Subjektpositionen, Normen und Machtlogiken daraus hervorgehen. Ziel ist es nicht, vorab definierte Hypothesen zu überprüfen, sondern offen für Bedeutungsstrukturen, visuelle Codes und Formen der Machtrepräsentation im digitalen Material zu bleiben. Die Methodik verbindet diskurstheoretische Perspektiven mit intersektionalen Perspektiven und einem Close Reading audiovisueller Inhalte. Diese kombinierte Herangehensweise erlaubt es, die Inhalte als verkörperte, affektive und visuelle mediale Praktiken zu lesen, in denen Geschlecht, Macht und Subjektivierung ausgehandelt werden.

Die Analyse erfolgt in vier übergeordneten Schritten. Zunächst wurden die Videos des Korpus einer detaillierten Beschreibung unterzogen. Dafür wurde jedes Video zunächst mithilfe der Mise-en-Scène-Analyse nach John Gibbs (2002) beschrieben, um visuelle, auditive und narrative Elemente systematisch zu erfassen. Auf diese Art und Weise konnten wiederkehrende Muster, Narrative, Begriffe und Schlüsselthemen identifiziert werden, die in einem nächsten Schritt systematisch in Kategorien überführt wurden (Rose, 2022, S. 230). Diese methodische Vorgehensweise bildet die Grundlage für die spätere Analyse der diskursiven Zusammensetzung von #ThatGirl. Das Material wurde mehrfach gesichtet und einem kritischen Leseprozess unterzogen. Auffällige Inhalte, Muster und visuelle Zeichen wurden dokumentiert und in einem iterativen, abduktiven Verfahren in übergeordnete Kategorien zusammengeführt (Diaz-Bone, 2018, S. 54). Der abduktive Zugang erlaubt es,

theoretisch fundierte und zugleich materialnahe Kategorien zu entwickeln, die als analytisches Raster dienen können. Die Kategorien lauten:

- Körper- & Ästhetische Arbeit
- Gesundheit & Wellness
- Emotionale & mentale Balance
- Produktivität & Selbstoptimierung
- Ordnung & Struktur
- Ästhetik & Lifestyle
- Schlaf & Regeneration
- Konsum

Auf Basis der kategoriengeleiteten Sichtung kristallisierten sich fünf dominante diskursive Felder heraus, die als zentrale Analyserahmen dienen. Sie werden als diskursive Felder verstanden, die Technologien des Selbst (Foucault, 1988, S. 18) als zentrale Subjektivierungsweisen bündeln, durch die das Phänomen #ThatGirl strukturiert wird:

- 1. Audiovisuelle Gestaltung: Videoästhetik**
- 2. Routine & Transformation: Das Dogma des „Becoming“**
- 3. Gesundheit & Wellness: Healthismus als Lifestyle**
- 4. Schönheitsarbeit als Disziplin: #ThatGirl als ästhetische Unternehmerin**
- 5. Ordnung & Raum: Häusliche Subjektivierung im #ThatGirl-Diskurs**

Die fünf diskursiven Felder werden als diskursive Ordnungen verstanden, die normative Vorstellungen von Weiblichkeit, Körper, Lebensführung und Subjektivierung strukturieren und damit Machtverhältnisse stabilisieren. In ihrer wechselseitigen Verflechtung konstruieren sie die diskursive Figur #ThatGirl.

3.3.1. Diskursanalyse

Die Diskursanalyse wird in der vorliegenden Arbeit nicht als bloßes methodisches Mittel verstanden, sondern als erkenntnistheoretischer Zugang, der die Machtwirkungen von Wissen, Sprache und Bildern sichtbar macht (Ehlers, 2017, S. 57).

Foucault versteht den Diskurs als eine produktive Form von Macht und als eine Gruppe von Aussagen, die demselben Formationssystem zugeordnet sind (Rose, 2022, S. 217; Fütty, 2019, S. 156). Diskurse können dabei als überindividuelle Strukturen bezeichnet werden, die regulieren, welche Aussagen, Themen und Bedeutungen gesellschaftlich akzeptiert und artikulierbar sind (Diaz-Bone, 2018, S. 52). Sie sind nicht eindeutig voneinander abgrenzbar, sondern stehen in Bezug zueinander (ebd.). Diskurse materialisieren sich in visuellen und

verbalen Bildern und Texten in den Praktiken, die diese Bilder und Texte schaffen (Rose, 2022, S. 216).

Visualität wird dabei selbst als diskursive Praxis verstanden: Bilder produzieren Sichtbarkeit, Subjektpositionen und Ausschlüsse (ebd.). Besonders im Rahmen der feministischen Forschung wird damit analysiert, wie bestimmte Körper auf bestimmte Weise sichtbar gemacht werden (ebd.). Diskursive Formationen ordnen Bedeutungen relational, sowohl innerhalb des Diskurses als auch in Abgrenzung zu dem, was ausgeschlossen wird. So werden Subjektpositionen immer durch die Konstitution eines „Anderen“ stabilisiert (ebd.). Diaz-Bone (2018) beschreibt in Auseinandersetzung mit Foucaults Überlegungen in „Überwachen und Strafen“:

„(...) Foucault zeigt, wie das Disziplinarsystem systematisch die jeweils ‚anderen‘ sozialen Kollektive, Milieus und Gruppen mit konstituiert (...). Soziale Ungleichheit wird in (...) verschiedener Form als durch die Verbindung von Dispositiven und Diskursen in langfristigen sozialen Prozessen generiert und so institutionalisiert gedeutet.“ (Diaz-Bone, 2018, S. 59).

In diesem Zitat wird auch die zentrale Bedeutung von Macht evident. Wissen und Macht sind zentrale Konzepte der Foucaultschen Diskursanalyse (Ehlers, 2017, S. 55). Wissen bestimmt, was als sagbar gilt, und entfaltet seine Wirkung durch diskursive Praktiken, deren Ausübung über Machtbeziehungen und -techniken gesteuert werden (ebd.). Diskurse wirken disziplinierend, indem sie normative Denk- und Handlungsmuster hervorbringen, ohne dabei notwendigerweise repressiv zu sein (Fütty, 2019, S. 24; Rose, 2022, S. 217). So können Diskurse als machtvoll verstanden werden, durch die Subjekte hervorgebracht und gesellschaftliche Normen stabilisiert werden (ebd.). Macht wird dabei nicht als ausschließlich hierarchisches Verhältnis gedacht, sondern als relationales Geflecht, das durch diskursive Praktiken alltäglich wirksam wird. In diesem Sinne kommt Diskursen ein strukturierender, quasi-institutioneller Charakter zu, der soziale Ordnungen hervorbringt (Diaz-Bone, 2018, S. 52).

Die postkolonial-feministische Diskursanalyse richtet ihren Blick darauf, wie dominante Wissensordnungen, Geschichtsnarrative und Identitätskategorien diskursiv erzeugt, verfestigt und weitergetragen werden (Fütty, 2019, S. 24). Vor diesem Hintergrund eignet sich diese Analyseform besonders für die Untersuchung von #ThatGirl auf TikTok, da gerade Social-Media-Plattformen Räume darstellen, in denen normative Vorstellungen von Weiblichkeit, Körper, Produktivität und Lebensführung nicht nur zirkulieren, sondern aktiv hervorgebracht und reproduziert werden. Überdies bietet die Diskursanalyse besonders im Rahmen der Ungleichheitsforschung innovative und einsichtsvolle Perspektiven, da sie Diskurse als kollektive Wissenspraktiken versteht und nicht allein auf materielle Ressourcen fokussiert ist (Diaz-Bone, 2018, S. 55).

#ThatGirl ist ein komplexes Phänomen, das sich durch die Verwobenheit verschiedener diskursiver Praktiken und Narrative auszeichnet. Die einzelnen diskursiven Felder sind nicht isoliert, sondern eng miteinander verflochten. Die meisten Videos des Korpus sind deshalb nicht nur einer der oben genannten Kategorien zuzuordnen, sondern weisen Merkmale der anderen Kategorien auf und sind nicht isoliert zu betrachten. Interdiskursivität beschreibt, wie unterschiedliche Diskurse sich überlagern und gegenseitig strukturieren (Diaz-Bone, 2018, S. 53). Diese Verwobenheit ist konstitutiv für das Phänomen #ThatGirl und prägt die Konstruktion von Weiblichkeit als kohärentes, aber hochgradig normiertes Subjektangebot.

3.3.2. Mise en Scène

Die Mise-en-Scène Analysetechnik ermöglicht eine systematische technische und inhaltliche Beschreibung der Videos im Korpus. Dabei werden visuelle, auditive und sprachliche Elemente systematisch erfasst (Gibbs, 2002). Analysiert werden unter anderem Requisiten, räumliche Anordnungen, zeitliche Strukturen, Ton sowie die narrative Gestaltung (Rose, 2022, S. 77). Diese Elemente prägen wesentlich die Art und Weise, wie Bedeutung erzeugt und vermittelt wird.

Im Fokus der Analyse standen insbesondere folgende Dimensionen:

Schnitt und Kameraperspektive

Hier wurde besonders auf die zeitliche Anordnung und Reihenfolge der einzelnen Szenen geachtet. Die Videos sind alle kurz (meist fünf bis 60 Sekunden) und zeigen in dieser kurzen Zeit viel Inhalt. Es wurde analysiert, wie spezifische audiovisuelle Gestaltungstechniken zur Bedeutungsproduktion beitragen. Sie wurden wie folgt beobachtet:

Farbe und Licht

Analysiert wurden wiederkehrende Farbcodes, Lichtstimmungen und atmosphärische Effekte sowie ihre symbolische und affektive Wirkung.

Bewegung und Körperinszenierung

Untersucht wurde, wie die Körper der Creatorinnen inszeniert werden, welche Rollen ihm innerhalb der Bildkomposition zukommen und wie Bewegung als Träger von Bedeutung fungieren, insbesondere in fragmentierten Darstellungsformen.

Räumlichkeit und Einrichtung

Berücksichtigt wurden die Drehorte und die visuelle Gestaltung von Innenräumen. Besonderes Augenmerk lag auf wiederkehrenden Objekten, Ordnungsstrukturen und materiellen Symbolen, die soziale und kulturelle Bedeutungen transportieren.

Sound

Analysiert wurde die Tonspur der Videos, einschließlich Musik, Voice-Over, Umgebungsgeräusche und Stille. Besonders geachtet wurde auf die affektive Dimension des Sounds, also darauf, wie über Klang, Rhythmus und Audioästhetik emotionale Stimmungen erzeugt und körperlich-affektive Resonanzen hervorgebracht werden.

3.3.3. Intersektionalität

Neben der visuellen und diskursanalytischen Perspektive ist ein Zugang erforderlich, der die Wechselwirkung verschiedener sozialer Ungleichheitsdimensionen analytisch berücksichtigt und sichtbar macht.

Intersektionalität wird in dieser Arbeit als methodisches Analyseinstrument verstanden, das die komplexe Verschränkung sozialer Machtachsen wie Geschlecht, Klasse, Ethnizität, Körpernormen und Alter sichtbar macht (Hill Collins & Bilge, 2016). Erweitert werden diese Dimensionen um Lookismus als weitere, zu berücksichtigende Diskriminierungsform, da Zuschreibungen von Attraktivität bzw. Schönheit im #ThatGirl-Diskurs mit Geschlecht, Klasse, Körpernormen und *racialisierten* Schönheitsidealen verschränkt sind und soziale Ausschlüsse strukturieren.

„Lookismus bezeichnet die Stereotypisierung und Diskriminierung von Menschen aufgrund ihres Äußeren. Während als attraktiv geltende Menschen Privilegien genießen, werden weniger attraktive ökonomisch benachteiligt, gesellschaftlich abgewertet und ausgegrenzt“ (Lechner, 2020, S. 21).

Soziale Ungleichheiten werden dabei nicht isoliert, sondern relational in ihren Wechselwirkungen betrachtet. In Anlehnung an Dosekun (2024) wird reflektiert, wie auch kritische Forschung Gefahr läuft, *Whiteness* unbewusst zu reproduzieren („methodological whiteness“²⁰), was zu einer Reifizierung von *Weißsein* beiträgt (Dosekun, 2024, S. 297f.).

Die Analyse versucht dieser Tendenz durch die bewusste Reflexion der Auswahlpraxis, Kontextualisierung der Plattformlogik und durch die Sichtbarmachung von Ausschlüssen entgegenzuwirken. Zugleich wird Intersektionalität nicht nur zur Kritik hegemonialer Strukturen genutzt, sondern auch, um die Handlungsmacht marginalisierter Subjekte anzuerkennen. Wie Dosekun (2024) betont, ist es verkürzend und respektlos, das Engagement von Frauen of Color mit *weißen* Ästhetiken als bloße „Mimikry“ oder „Verlust von Authentizität“ zu lesen

²⁰ Anm.: Der Begriff „methodological whiteness“ bezeichnet eine Forschungspraxis, die *Weißsein* als unhinterfragte Norm reproduziert – etwa durch Auswahl, Interpretation oder Theoriebildung und dadurch rassifizierte Perspektiven marginalisiert (Dosekun, 2024, S. 307ff.)

(Dosekun, 2024, S. 307). Vielmehr gilt es, diese Aneignungen als selbstbestimmte, reflexive Praktiken zu verstehen, die in einem von *Weißsein* dominierten kulturellen Raum stattfinden und diesen zugleich transformieren können (ebd.).

Da im #ThatGirl-Diskurs überwiegend *weiße* und klassenspezifische Lebensstile sichtbar werden, ist es notwendig, die eigene Situiertheit im Forschungsprozess mitzudenken. Als *weiße*, akademisch sozialisierte und in mehrfacher Hinsicht privilegierte Forscherin bewege ich mich innerhalb jener Machstrukturen, die auch die untersuchten Inhalte prägen. Die Analyse versteht sich daher als situiertes Wissen (Haraway, 1988), das anerkennt, dass Wahrnehmung und Interpretation stets perspektivisch sind. Reflexivität ist hier Teil des intersektionalen Forschungsprozesses und dient dazu, analytische Entscheidungen, Sichtbarkeiten und Schwerpunktsetzungen transparent zu machen und zu vermeiden, dass die Analyse ungewollt jene Ausschlüsse reproduziert, die sie sichtbar machen will.

3.3.4. Digitale Ethnografie als feministische Forschungspraxis

Den geeigneten Rahmen für die nötige Reflexivität bietet die Methode der digitalen Ethnographie. Sie wurde ergänzend durchgeführt, um die in der visuellen Diskursanalyse identifizierten Muster in ihrem plattformspezifischen Kontext zu verorten. Die digitale Ethnographie wird in dieser Arbeit als ergänzender methodischer Zugang verstanden, um TikTok als sozialen und algorithmisch strukturierten Erfahrungsraum zu fassen (Postill & Pink, 2012, S. 125). Gerade für feministische Forschung, die sich mit Fragen von Subjektivierung, Sichtbarkeit und Macht auseinandersetzt, ermöglicht dieser Ansatz, digitale Praktiken in ihrer Verflechtung mit alltäglichen, verkörperten Erfahrungen zu analysieren. John Postill und Sarah Pink (2012) verstehen Social-Media-Plattformen als „(...) ein soziales, experimentelles und mobiles Umfeld für die Feldarbeit“ (Postill & Pink, 2012, S. 125). Die digitale Ethnographie umfasst daher nicht nur das Sammeln von Online-Materialien, sondern auch das Mitverfolgen und Beobachten an digitalen Praktiken. Das Feld wird dabei als „ethnografischer Ort“ verstanden, der sich durch digitale Routen, Routinen und Verflechtungen konstituiert (Postill & Pink, 2012, S. 128).

Die digitale Ethnographie umfasste ein systematisches Scrollen des Hashtags #ThatGirl über einen Zeitraum von fünf Monaten (Juni-Oktober 2024) sowie die Beobachtung algorithmisch vorgeschlagener Inhalte und Kommentare. Eine aktive Interaktion fand nicht statt, es handelte sich um eine nicht-teilnehmende Beobachtung. Ziel war es nicht, einen eigenständigen Datensatz zu erheben, sondern die Materialanalyse durch kontextuelle und reflexive Einsichten zu ergänzen. Dabei zeigte sich, dass der TikTok-Algorithmus Inhalte stark personalisiert ausspielt. Interaktionen wie Scrollverhalten, Speichern oder Verweildauer

beeinflussen die Sichtbarkeit von Inhalten. So können Synergien entstehen, die zur Entstehung von Echokammern²¹ beitragen können.

Für die feministische Forschung ist dieser Zugang zentral, da er die Situiertheit der Forschenden ernst nimmt und digitale Praktiken als Teil alltäglicher und sozial eingebetteter Prozesse begreift.

²¹ Def.: Der Begriff „Echokammern“ wurde von Sunstein (2001) geprägt und beschreibt Umgebungen, in denen die Meinung, politische Einstellung oder der Glaube von Nutzer:innen zu einem Thema durch wiederholte Interaktion mit Gleichaltrigen oder Quellen mit ähnlichen Tendenzen und Einstellungen verstärkt wird (Hartmann et al., 2025: S. 52)

4. Die diskursive Figur #ThatGirl

Auf Grundlage des theoretischen Rahmens und des beschriebenen methodischen Vorgehens wird im folgenden Kapitel die Analyse der unter dem Hashtag #ThatGirl verbreiteten TikTok-Videos vorgenommen. Ziel ist es, jene diskursiven Formationen zu rekonstruieren, die das Phänomen strukturieren und die visuelle, affektive und normative Produktion von Weiblichkeit im digitalen Raum prägen. Die Analyse ist entlang der fünf identifizierten diskursiven Felder gegliedert, die als heuristische Strukturierung des Materials dienen und es ermöglichen, die ästhetischen, körperbezogenen und moralischen Logiken von #ThatGirl systematisch zu fassen.

Diese diskursiven Formationen oder Felder sind nicht als voneinander abgegrenzte, abgeschlossene Kategorien zu verstehen, sondern als interdiskursiv verflochtene Bereiche, in denen sich Bedeutungen überlagern und wechselseitig stabilisieren. Die Überschneidungen zwischen Körper, Raum, Zeit, Ästhetik und Moral bilden den zentralen Mechanismus, durch den sich neoliberale Weiblichkeitsnormen in #ThatGirl materialisieren. Wiederholung wird dabei als diskursive Strategie verstanden. Durch ihre Reproduktion in unterschiedlichen Kontexten wird die neoliberale und hegemoniale Grammatik der weiblichen Selbstkonstruktion von #ThatGirl sichtbar.

Im ersten Schritt wird die audiovisuelle Gestaltung der Inhalte untersucht, bevor in den folgenden Abschnitten Routinen und Transformationsnarrative, vorherrschende Gesundheits- und Wellnessdiskurse, ästhetisch disziplinierende Körperpraktiken und Ordnung und häusliche Subjektivierung als zentrale Bereiche der Bedeutungsproduktion analysiert werden.

4.1. Audiovisuelle Gestaltung – Videoästhetik

Visualität produziert Diskurse und ist maßgeblich an der Formierung diskursiver Phänomene beteiligt (Rose, 2022, S. 216). Die visuelle Form transportiert nicht nur Bedeutungen, sondern prägt gemeinsam mit sprachlichen und auditiven Elementen die diskursive Struktur. Diskurse entstehen durch das Zusammenspiel von Text und Bild und durch die Praktiken, die dieses Zusammenspiel hervorbringt (ebd.). Da es sich beim vorliegenden Material um Videos handelt, ist nicht nur die visuelle Beschaffenheit, sondern auch die auditive Gestaltung von zentraler Bedeutung. Obwohl Videos auch ohne Ton funktionieren können (einige der Videos im Korpus verfügen über keinen Ton), übernimmt der Ton ebenso wie die visuelle Ausgestaltung eine konstitutive Funktion. Im Folgenden werden, die aus der Analyse des Korpus abstrahierten, wiederkehrenden Muster der audiovisuellen Gestaltung der #ThatGirl Videos präsentiert und in Kontext gesetzt.

Ästhetik bzw. „aesthetics“ ist ein zentraler Begriff bei #ThatGirl und umfasst sowohl die visuelle Gestaltung als auch die zugrundeliegende digitale Subkultur. Unter Ästhetik ist jedoch auch die formale bzw. gestalterische Zusammensetzung einer digitalen Subkultur zu verstehen, die ihren Wiedererkennungswert steigert und die Applikabilität garantiert. Gleichzeitig vermittelt sie in digitalen Subkulturen auch, was als schön und erstrebenswert gilt und was getan werden muss, um an der jeweiligen Ästhetik/digitalen Subkultur teilhaben zu können.

4.1.1. Visuelle Gestaltungsmuster

Zunächst werden die visuellen Gestaltungsmuster in den Blick genommen, bevor auditive Kompositionsmuster betrachtet werden.

Schnitttechnik

Ein wiederkehrendes, zentrales visuelles Kompositionsmuster vieler #ThatGirl-Videos ist die Verwendung schneller Schnitte, die Alltagshandlungen in schnell aneinandergereihte Sequenzen überführen. Damit werden in Form von Mini-VLOGS tägliche Routinen dargestellt (Boffone, 2022, S. 108). Diese Schnitttechnik zeichnet sich durch eine schnelle und hohe Dichte und Abfolge verschiedener Szenen oder Standbildern aus. Die hohe Schnittfrequenz ist nicht nur ein ästhetisches Mittel, sondern auch eine plattformtypische Praxis, die auf TikTok und besonders im Rahmen von #ThatGirl häufig verwendet wird, um in möglichst kurzer Zeit, möglichst viel Inhalt zu transportieren, die Sichtbarkeit zu erhöhen und algorithmisch bevorzugt zu werden. Nahezu alle Videos des Korpus folgen diesem Muster.

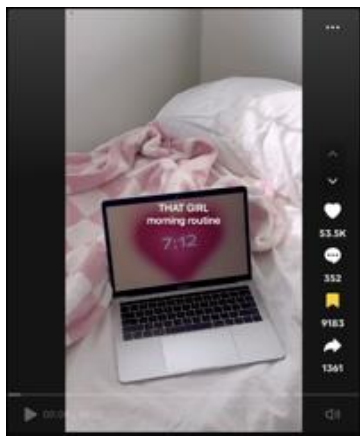
Diese Art der Schnittabfolge macht die Strukturiertheit des Tagesablaufs eines #ThatGirls sichtbar und unterstreicht stakkatoartig die ausgeübte und gleichzeitig vermittelte Produktivität. Produktiv in Szene gesetzt werden vor allem häusliche Tätigkeiten (Aufräumen, Putzen, Kochen), körperbezogene Arbeit (Skincare, Sport) und selbstreflexive Praktiken (Journaling, Meditation).

Die Schnitte ermöglichen der Creatorin auch einen gewissen Gestaltungsspielraum hinsichtlich der dargestellten und ausgeblendeten Inhalte. Ein Beispiel ist das Fehlen von Hinweisen darauf, wie Szenen arrangiert oder kuratiert werden. Des Weiteren werden die potenziellen Anstrengungen (z.B.: Schweiß), die mit den Handlungen assoziiert sein könnten, nicht dargestellt. Alle „schmutzigen“ oder mühsamen Aspekte werden systematisch ausgeblendet (Sykes, 2024, S. 9). Andere „Imperfektionen“, wie Lohnarbeit, Gewalt, Krankheit oder Ähnliches werden ebenso ausgeblendet und scheinen im Leben eines #ThatGirls nicht zu existieren. Die Schnitttechniken kreieren ein makellooses Bild, das in das Konzept des „Perfekten“, also den Drang auf Social-Media-Plattformen als perfekt zu erscheinen, einzahlte (Gill, 2023, S. 51).

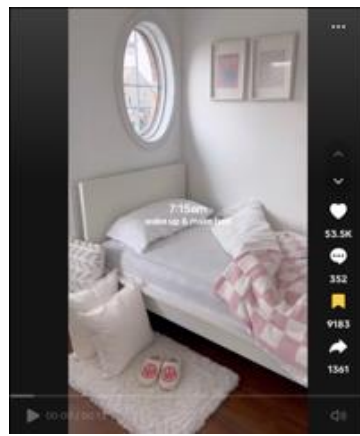
Auch mögliche Pausen werden nicht gezeigt, wodurch eine Ästhetik permanenter Aktivität, Produktivität und Selbstdisziplin entsteht, die den Imperativ zur Selbstoptimierung im Sinne postfeministischer Gouvernamentalität sichtbar macht (Rottenberg, 2014, S. 421; McRobbie, 2015, S. 17). Diese stark strukturierende Schnitttechnik spiegelt nicht nur die Effizienz und Selbststeuerung des optimierten, weiblichen Subjekts wider, indem die genaue Abfolge und einzelnen Schritte sichtbar gemacht werden, sondern fungiert auch als visuelle Umsetzung einer Technologie des Selbst, die den Konsument:innen zeigt, welche disziplinierenden Maßnahmen vorgenommen werden müssen, um #ThatGirl zu werden. Die Step-by-Step-VLOGS dienen als leicht konsumierbare Vorlage für das Leben als produktives, weibliches Subjekt. Selbstoptimierung erscheint im Sinne von Selbststrukturierung zugleich auf inhaltlicher und auf technisch-gestalterischer Ebene.

Besonders deutlich ist dieses Gestaltungsprinzip unter anderem in Video 28. Bei einer Länge von 13 Sekunden ist das Video in 28 Schnitte unterteilt, die neun verschiedene Handlungen zeigen. Pro Sekunde erfolgen also durchschnittlich 2,15 Schnitte. Die ausgewiesene Kürze des Videos ist als plattformökonomische Eigenheit zu werten, die schnelle Konsumierbarkeit fördert und dazu animiert, innerhalb kurzer Zeit weitere Videos zu konsumieren. Zudem führt die hohe Schnittdichte in einem kurzen Zeitfenster zu einer wiederholten Wiedergabe des Videos, um alle Elemente des Inhalts voll erfassen zu können, was wiederum zu mehr Sichtbarkeit führt (Zulli & Zulli, 2022, S. 1878). Die schnelle Schnitttechnik ist also auch als ökonomisch relevante Praxis zu verstehen, die Inhalte schnell und leicht konsumierbar und einfach zu verarbeiten macht und so den Erfolg der Creatorinnen auf der Plattform sicherstellt.

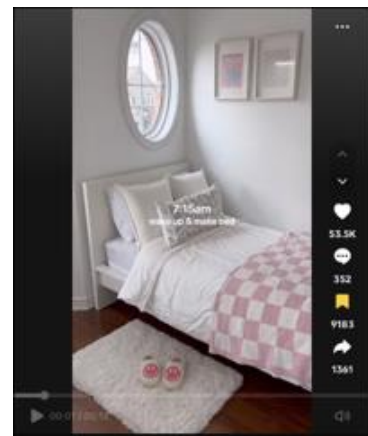
Folgende Abbildungen zeigen die ersten fünf Schnitte von Video 28 (s. Abb. 1a-1e) und stellen eine verdichtete Morgenroutine dar.



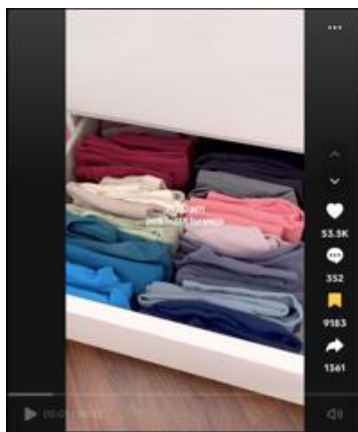
(a)



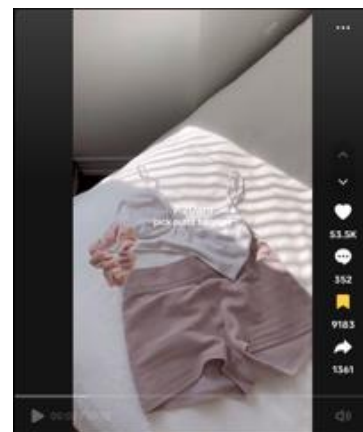
(b)



(c)



(d)

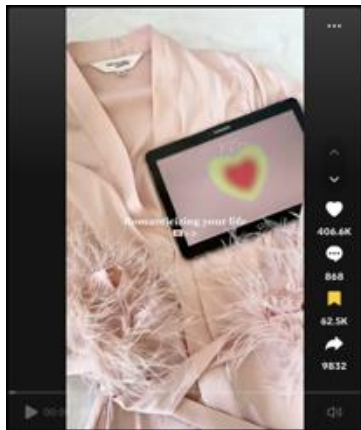


(e)

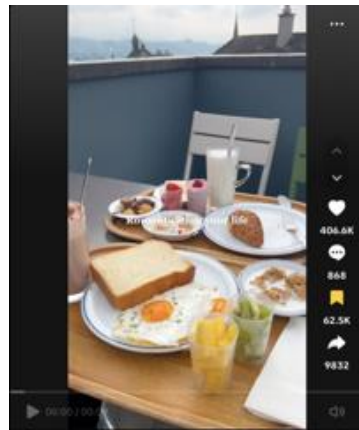
Abbildung 1: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28): (a)-(e)

Die schnellen Schnitte werden nicht nur für die Darstellung von Routinen genutzt, sondern auch, um Videos im Moodboard-Stil zu erstellen (s. Abb. 2a-2h). Dabei werden einzelne dynamische und/oder statische Videoelemente in schneller Abfolge aneinander geschnitten, sodass eine Art Videocollage entsteht. Die einzelnen Elemente sind visuell aufeinander abgestimmt, indem sie etwa einem einheitlichen Farbschema folgen. Im Rahmen der Recherche wurde beobachtet, dass Videos im Moodboard-Stil weniger auf die Nachvollziehbarkeit und Prozesshaftigkeit der dargestellten Routinen abzielen, als die ästhetische Inszenierung des angestrebten Lebens als #ThatGirl in den Vordergrund stellen. Im Stile eines Pinterest Moodboards dienen diese Videos als visueller Reminder dafür, wie ein optimierter Alltag aussehen könnte und präsentieren die Vorstellung optimierten „guten“ Lebens als #ThatGirl (Rossie, 2019, S. 1080). Folgende Abbildungen zeigen die erste Sekunde von Video 87, das diesem Gestaltungsprinzip folgt.

Die erste Sekunde des Videos besteht aus sechs aneinander geschnittenen verschiedenen Sequenzen, die angestrebte stilistische Kohärenz und Ästhetisierung eines optimierten „romantisierten“ Alltags verbildlichen. Amanda Rossie (2019) beschreibt Moodboards auf Pinterest als „aspirational content“, also als erstrebenswerte Inhalte, die es Nutzer:innen erlauben, Zukunftsfantasien eines angestrebten, „besseren“ Lebens zu konstruieren und zu verfolgen (Rossie, 2019, S. 1080).



(a)



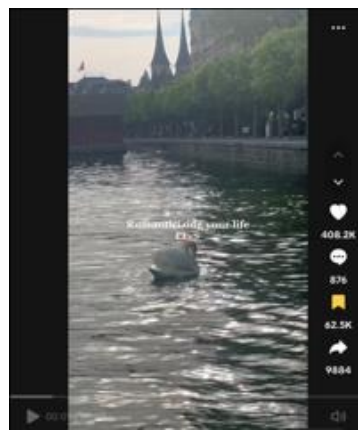
(b)



(c)



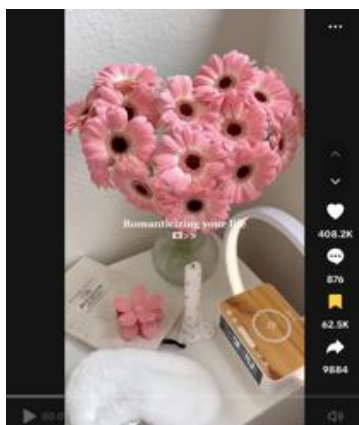
(d)



(e)



(f)



(g)



(h)

Timestamps

Neben spezifischen Schnitttechniken unterstützen Timestamps (Deutsch: Zeitstempel) die visuelle Strukturierung des Tages und dienen der Markierung konkreter Zeiträume: „07:15 am wake up & make bed“²² (s. Abb. 1b, 1c) und „07:20 am pick outfit for yoga“²³ (s. Abb. 1d, 1e). Oft sind den timestamps kurze Beschreibungen angefügt, die meist im Imperativ formuliert sind, was den disziplinierenden Charakter betont.

Die Zeitstempel fügen sich passend in die #ThatGirl Ästhetik ein: Es wird immer dieselbe weiße, einfache Schrift verwendet. Als visuelle Markierungen dienen sie der Segmentierung des dargestellten Alltags und fungieren gleichzeitig als implizite Anleitungen zur zeitlichen Selbstorganisation nach #ThatGirl-Vorbild. Sie erzeugen eine Chronologie, die den Tagesverlauf in produktive, rezipierbare Einheiten aufteilt. Timestamps dienen nicht nur der zeitlichen Orientierung, sondern auch der Planbarkeit und Kontrolle der dargestellten Routine. Damit verstärken Zeitstempel den normierenden Charakter der Videos, indem sie eine Taktung des Lebens visualisieren, die Effizienz, Produktivität und Selbstdisziplin in den Mittelpunkt stellt. Zeitstempel können im biopolitischen Sinne als temporalspezifische Subjektivierungstechniken verstanden werden, die als zeitliche Codes eine genaue Anleitung zur optimierten Selbstführung bieten (Portschy et al., 2019, S. 73). Die Verwendung von timestamps macht Zeit quantifizierbar, kontrollierbar und vergleichbar – für sich selbst und für andere. Die visuelle Darstellung der genauen zeitlichen Abfolge der Tätigkeiten kann somit als Werkzeug der Selbstüberwachung im Sinne des „Quantified Self“ verstanden werden (Sanders, 2017, S. 42; Han, 2014, S. 82; s. Kapitel 2.2.1.).

Farben

Betrachtet man die Abbildungen des Beispielsvideos 28, fällt auf, dass die Farbgestaltung ein weiteres zentrales Element der #ThatGirl-Ästhetik ist. Diese gestalterischen Elemente finden sich im gesamten Korpus wieder und tragen so maßgeblich zur Etablierung einer ästhetischen Norm von #ThatGirl bei. Die Verwendung bestimmter Farben spiegelt sich meist in der Einrichtung, Klamotten und Produkten, die verwendet oder gezeigt werden, wider. Dominierend sind vorrangig die Farben Weiß, Rosa und Pastelltöne wie Lila, Gelb und Hellblau oder weitere neutrale Farben wie Beige, Grau, Schwarz. In Abbildung 1a-1e ist ein überwiegend weißer Raum mit rosa Details zu sehen, was auch in der Kleidung aufgegriffen wird (s. Abb. 1a-1e). Die Kombination natürlicher Farben mit Pastelltönen gilt als stilprägend für #ThatGirl und wird in Zusammenhang mit minimalistischer Einrichtung und Dekoration und

²² Deutsch.: 07:15 Uhr Aufwachen & Bett machen (Eigene Übersetzung)

²³ Deutsch: 07:20 Uhr Outfit für Yoga aussuchen (Eigene Übersetzung)

einer aufgeräumten Umgebung als „ThatGirl Ästhetik“ (#thatgirlaesthetic) bezeichnet (Sykes, 2024, S. 8; Sweeny-Romero, 2022, S. 109).

Die regelmäßige Verwendung und Darstellung der Farbe Rosa knüpft an ein hyperfeminines, traditionelles Weiblichkeitsbild an, das die Vorstellung von geschlechtlicher Binarität impliziert. Rosa wird häufig mit Zartheit/Sanftheit, Weiblichkeit und Jugendlichkeit konnotiert, Beige und Grau vermitteln Natürlichkeit, Einfachheit und Unaufdringlichkeit. Weiß steht für Reinheit, Klarheit, Sterilität, Unschuld und Vollkommenheit. Gemeinsam erzeugen diese Farben ein Bild von Sanftheit, Ordnung und Reinheit, das ein enges Spektrum idealisierter Weiblichkeit reproduziert. Gleichzeitig wird damit eine gewisse visuelle Disziplinierung überliefert, die sich in der Raumgestaltung und in der Auswahl der Kleidung manifestiert. Rosa gilt als zentrales Farbschema zeitgenössischer „Girlhood“ und Weiblichkeit und ist eng mit Niedlichkeit als ästhetischer Kategorie verbunden, die sich durch Kleinheit, Einfachheit, Weichheit und Biegsamkeit auszeichnet (Alexandersson & Kalonaityte, 2021, S. 421). So wird, auch auf rein ästhetisch-gestalterischer Ebene, ein Bild von erstrebenswerter, traditioneller Weiblichkeit erzeugt, die ästhetische Diversität ausblendet und einen engen Rahmen für visuelle Gestaltung und Teilnahme am Diskurs vorgibt.

Die dominante Präsenz der Farbe Weiß steht nicht nur symbolhaft für die Relevanz von Sauberkeit und Ordnung im Leben eines #ThatGirl, sondern vermittelt eine ästhetisch codierte Vorstellung von „moralischer Reinheit“. Weiß fungiert im #ThatGirl-Diskus als visuelle Rhetorik einer gepflegten, „cleanen“ Weiblichkeit und unterstützt damit *weiß* codierte, kolonial geprägte Weiblichkeitsbilder (Sykes, 2024, S. 9f.). Die Farbgestaltung ist somit nicht als rein dekorativ oder gar zufällig zu verstehen, sondern trägt zur Konstruktion eines normativen Subjekts bei. Zudem ist Weiß historisch in koloniale, rassifizierende und klassistische Strukturen gebettet und mit Vorstellungen von Licht, Reinheit, Neutralität und Unsichtbarkeit verbunden, die auf christlich- und aufklärerisch-hegemonialen Idealen beruhen (Haehnel, 2023, S. 23). Weiß wurde mit Hygiene, Fortschritt und Zivilisation assoziiert und damit als Marker von Überlegenheit und Normativität konstruiert (McClintock, 1995, S. 141f.). In dieser Logik erscheint Weiß oft nicht als Farbe per se, sondern vermeintlich neutraler Hintergrund, der Zugehörigkeit markiert, Ausschlüsse sichtbar macht und so eine zentrale Rolle in der Herstellung gesellschaftlicher Vorstellungen von *Weißsein* spielt (Dyer, 1997, nach Haehnel, 2023, S. 23). Weiß wirkt bis heute als visuelles Machtinstrument und ist eng mit westlichen Gesundheitsdiskursen verknüpft, in denen es für Reinheit, Hygiene, Unschuld, Weiblichkeit und Kontrolle steht (Haehnel, 2023, S. 57ff.). Die Verbindung von Weiß und Gesundheit produziert eine binäre Logik, in der Weiß als steril und geordnet erscheint und sich von „Gefahr“, „Schmutz“ oder „Krankheit“ abgrenzt (Haehnel, 2023, S. 60). Gesundheit, Sauberkeit

und Hygiene zeigen sich dadurch als Effekte einer Differenzlogik, die das „Andere“ – also Krankheit, Schmutz, Unordnung – hervorbringt und abwertet (Haehnel, 2023, S. 57).

In einem Kommentar in der britischen Zeitung „The Guardian“ beschreibt Sarah Manavis (2023) Influencerinnen, die einer überwiegend weißen und beigen Ästhetik folgen als „beige-fluencer“ (Manavis, 2023). Beige versteht sie als Chiffre für die Darstellung eines „langweiligen“, unaufgeregten, häuslichen Lebensstils, der als erstrebenswert inszeniert wird. Zugleich sieht sie darin einen Drang und ein Verlangen nach Kontrolle über das eigene Leben und eine Hinwendung zu konservativen Idealen (ebd.).

Licht

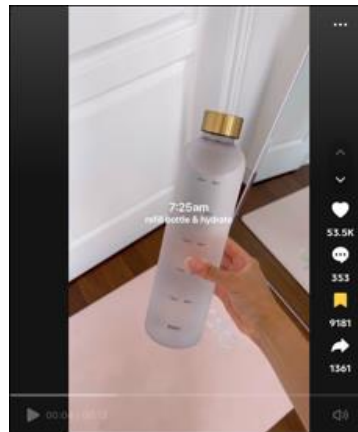
Neben Farben fungiert auch der Einsatz von Licht als Träger symbolischer Ordnung. Ein Großteil der Videos nutzt natürliches, warmes (Sonnen-)Licht, das als wiederkehrendes Kompositionsmuster erscheint (s. Abb. 1b, 1c, 1e). Fenster, durch die Sonnenstrahlen fallen, Spiegelreflexionen oder Blicke nach draußen in die Natur erzeugen eine Atmosphäre von Ruhe und Natürlichkeit, die den Produktivitätsimperativ konterkariert.

Die Lichtführung erfüllt nicht nur ästhetische, sondern auch ideologische Funktionen: Sie strukturiert das Sichtbare, leitet die Wahrnehmung, verfügt über einen bestimmten affektiven Gehalt und macht so bestimmte Lebensformen begehrenswert (Rose, 2022, S. 125f). Die Sonnenstrahlen erzeugen ein Gefühl von Wärme und lenken den Fokus auf Entspannung, die letztlich doch mit Produktivität in Verbindung steht und so ein neoliberales Verständnis von Self-Care etabliert. Ferner schaffen die kurzen visuellen Verweise auf die Natur eine Art Verbindung zwischen Innenwelt, also dem Selbst und Außenwelt, also der Natur und dem Zuhause, was Weiblichkeit im bürgerlich-traditionellen, patriarchalen Sinne mit Natürlichkeit und Privatheit verbindet (Orlikowski, 2018, S. 62, 66). Zudem akzentuieren die Sonnenstrahlen auf scheinbar natürliche Weise, was ins Auge fallen soll, und betonen zugleich, was nicht sichtbar ist: otentielle Staubkörner, Schmutz oder andere Partikel. Das verdeutlicht die Arbeit, die im Hintergrund und in Vorbereitung auf die Video-Drehs stattfindet.

Kameraperspektive

Neben Schnitt, Farbe und Licht sind die gewählte Kameraperspektive und die Positionierung der handelnden Figur zentrale Aspekte der visuellen Gestaltungsmechanismen von #ThatGirl. Um das diskursive Phänomen #ThatGirl intersektional begreifbar zu machen, ist es notwendig, die Rolle des weiblichen Körpers näher zu beleuchten. Wie bereits erwähnt, kann #ThatGirl als sich reproduzierendes und reproduzierbares Phänomen, als disziplinierende Technologie verstanden werden, weil mit den überlieferten Inhalten und den technischen (audiovisuellen) Praktiken, die diese Inhalte hervorbringen, eine imaginierte, begehrenswerte, ideale

Weiblichkeit und damit auch Körperlichkeit übermittelt wird. Bis auf wenige Ausnahmen ist der weibliche Körper, zumindest Teile des weiblichen Körpers, in allen analysierten Videos von #ThatGirl präsent. Häufig werden Einstellungen gewählt, die den Körper in Fragmenten darstellen, etwa Detailaufnahmen von Händen, Bauch und Beinen, Gesichtern oder Haaren. Der Fokus auf einzelne Körperpartien übernimmt zweierlei Funktionen. Zum einen dient er der Verstärkung des POV-Effekts (s. Abb. 3a).



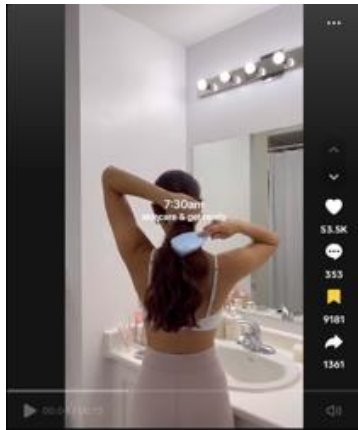
(a)

Abbildung 3: Ausschnitt aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28): (a)

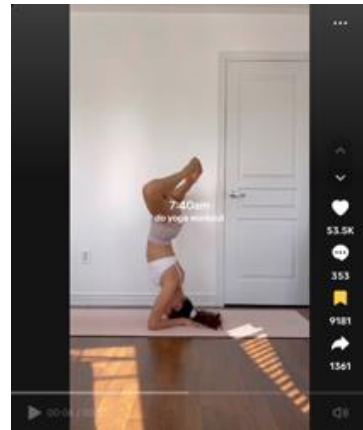
In der POV-Einstellung nimmt die Kamera die Perspektive der wahrnehmenden Figur ein, um zu zeigen, was die Figur sieht und deren Erfahrungen und Handlungen für die Rezipierenden direkt nachvollziehbar zu machen (Scheurer, 2023, o.S.). Gleichzeitig vermitteln POV-Fragmente Nähe und Kontrolle: Die Rezipient:innen „sehen“ durch die Augen der Creatorin, als würden sie selbst gerade produktiv handeln – Zähne putzen, Kaffee zubereiten, Wasser auffüllen etc.

So wird suggeriert, dass der gezeigte Lebensstil nicht nur beobachtet, sondern übernommen und nachvollzogen werden kann und soll und stützt damit die implizite Aufforderung zur Selbstoptimierung, die dem #ThatGirl-Diskurs eingeschrieben ist. Synchron dazu entsteht die Illusion, dass die gezeigten Schritte und damit im übertragenen Sinne der gesamte #ThatGirl Lifestyle einfach applizierbar seien, ohne die tatsächlich benötigte Arbeit, Zeit und Ressourcen, die dahinterstehen, sichtbar zu machen.

Die andere Funktion, die die fragmentierte Darstellung des Körpers erfüllt, ist der Fokus auf jeweils zu optimierenden Körperteil (s. Abb. 4a, 4b)



(a)



(b)

Abbildung 4: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 28): (a)-(b)

Bei Abbildung 15 liegt der Fokus deutlich auf dem Kopf und den Armen, die die Haare (als wichtiges, identitätskonstruierendes Körperteil bei #ThatGirl) kämmen. Die Kameraeinstellung ist halbnah, was den Fokus auf den spezifischen Körperteil und die dort verrichtete optimierende Handlung verdeutlicht. Diese Darstellung, also Fokus auf den Hinterkopf und Haare kämmen, ist ein im gesamten Korpus häufig beobachtetes, wiederkehrendes Gestaltungselement. Die fragmentierte Darstellung des Körpers konstruiert den Körper als „Baustelle“ und verweist darauf, welche Stellen des Körpers im Sinne des „Körpers als Projekt“ (Shilling, 2012, S. 6ff.; Banet-Weiser, 2018, S. 77) optimierbar sind (ebd.).

Damit wird nicht nur deutlich, wie die Platzierung und visuelle Inszenierung des Körpers im digitalen Raum zur Entstehung einer gewissen Ästhetik, eines visuellen #ThatGirl-Regimes beiträgt, sondern auch, wie der Körper durch nötige, repetitive und imitierbare Optimierungsschritte selbst zum Display stetiger Selbstdisziplin und -kontrolle wird (Glade, 2022, o.S.).

Neben der fragmentierten Darstellung des weiblichen Körpers in Nahaufnahmen, lässt sich im Korpus ein weiteres visuelles Muster beobachten: die Inszenierung des Körpers in Totalen, also die Darstellung des ganzen Körpers, insbesondere im Kontext sportlicher Aktivitäten wie Yoga in Abbildung 4b. Mit Ganzkörperdarstellungen inszenieren sich die Creatorinnen und ihre Körper als funktional und diszipliniert und visualisieren damit gleichzeitig ein normatives Ideal des weiblichen Körpers.

4.1.2. Auditive Kompositionsmuster

Neben den visuellen sind auditive Kompositionsmuster für die ästhetische Inszenierung des #ThatGirl-Diskurses relevant. Ein Großteil der Videos im Korpus ist mit Musik, Affirmationssprüchen, Zitaten oder ASMR-Sounds unterlegt. Die auditive Untermalung der

gefilmten Szene wird gezielt eingesetzt, um die im Video vermittelten Affekte zu strukturieren und zu verstärken.

Musikalische Rahmung

Häufig zu beobachten ist der Einsatz von schneller, beschleunigter Popmusik oder energetischen Remixes. Diese musikalische Rahmung unterstützt die beschriebenen stakkatoartigen Schnittfolgen rhythmisch und verstärkt eine Dynamik, die von Aktivität, Schnelligkeit, Effizienz und Produktivität geprägt ist (s. Video 7, 29, 43). Das so entstehende audiovisuelle Tempo evoziert zudem eine ästhetisierte Beschleunigung der gezeigten, alltäglichen Routinen und Handlungen.

Im Gegensatz dazu finden sich im Korpus auch einige Videos, die langsame oder gezielt verlangsamte Musik (z.B.: „Girls just wanna have fun“ in einer langsamen Version; s. Video 37, 56) einsetzen, um Momente der Achtsamkeit und Ruhe zu inszenieren (s. Video 73, 82, 89). Die musikalische Verlangsamung steht nicht gegensätzlich zum Produktivitäts-Imperativ, sondern lenkt den Fokus auf Self-Care als zentrale Prämisse von #ThatGirl. Die Musik erzeugt ein affektives Milieu, das Entschleunigung als funktionalen Bestandteil des leistungsfähigen Selbst suggeriert. Die Verwendung von musikalischen Versatzstücken zur auditiven Gestaltung der Videos, übernimmt motivierende und regulierende Funktionen.

Motivationssprüche, Affirmationen und Zitate aus Serien

„Motivierende“ Sprüche, Affirmationen oder Zitate aus der Popkultur, meist aus Filmen oder Serien der 1990er und 2000er, die in der postfeministischen Literatur häufig behandelt werden, wie Zitate aus *Sex and the City*, *Gilmore Girls* oder *Gossip Girl* (Nash & Grant, 2015; Stern, 2012).

Die verwendeten Zitate sind als Imperative formuliert, die direkt an die Rezipierenden appellieren und zur kontinuierlichen Arbeit am Selbst aufrufen. Hier einige Beispiele:

- „Always remember excuses make today easier but tomorrow harder, discipline makes today hard, but tomorrow easier“²⁴ (s. Video 86)
- “Every morning you have two choices: continue to sleep with your dreams, or wake up and chase them”²⁵ (s. Video 62)
- “If you spend your time chasing butterflies, they will fly away. But if you spend your time making a beautiful garden, the butterflies will come to you. And if they don’t, you’ll still have a beautiful garden.”²⁶ (s. Video 51)

²⁴ Deutsch: „Denke immer daran, Ausreden zu finden, erleichtert das Heute, und rächt sich morgen. Disziplin macht das heute schwer, und zahlt sich morgen aus“ (Eigene Übersetzung)

²⁵ Deutsch: „Du hast jeden Morgen die Wahl: Schlafe weiterhin in deinen Träumen oder wache auf und beginn, sie zu verfolgen“ (Eigene Übersetzung)

²⁶ Deutsch: „Wenn du deine Zeit damit verbringst, Schmetterlinge zu fangen, werden sie wegfliegen. Aber wenn du deine Zeit damit verbringst, einen schönen Garten zu pflanzen, werden die Schmetterlinge zu dir kommen. Und wenn sie nicht kommen, hast du immer noch einen schönen Garten“ (Eigene Übersetzung)

- „After all computers crash, people die, relationships fall apart. All you can do is breathe & reboot“²⁷ (s. Video 42, 50)

ASMR

Häufig im Datensatz zu finden, ist die Verwendung von ASMR²⁸ Techniken. Mittels ASMR werden banale und alltägliche Geräusche (z.B. fließendes Wasser, Geräusch einer abstellenden Kaffeetasse, Papierblättern) betont (Smith & Snider, 2019, S. 41). Die sensorisch aufgeladenen Alltagsgeräusche erzeugen eine intime Atmosphäre, die Nähe und Verbundenheit suggeriert (Smith & Snider, 2019, S. 42). Meist ist jeder Schnitt mit einem Geräusch verbunden, die Alltagsgeräusche passen sich also der Schnittgeschwindigkeit und der allgemeinen Geschwindigkeit des Videos an und verstärken somit den Eindruck von Effizienz, Schnelligkeit und Produktivität. So werden die einzelnen Schritte der gezeigten Routinen auch auf auditiver Ebene effizient abgearbeitet. Oftmals wird ASMR in Verbindung mit Hintergrundmusik verwendet, was ebenfalls zur Vermittlung einer entspannten Atmosphäre beitragen kann (s. Video 6).

Die ästhetisch-technische Gestaltung der Videos legt den Grundstein für die diskursive Formation von #ThatGirl. Im folgenden Kapitel wird gezeigt, wie die Ästhetik mit Routine verbunden wird und so zur Methode und zur täglichen Praxis der Selbstoptimierung wird.

4.2. Routine & Transformation: Das Dogma des „Becoming“

Routinen fungieren im #ThatGirl-Diskurs als Sub-Diskurse und Machtmechanismen. Sie formen das disziplinierte und kontrollierte Subjekt #ThatGirl auf zwei Ebenen und bilden so eine zentrale Technologie des Selbst im Rahmen der Identitätskonstruktion von #ThatGirl.

Auf einer Makroebene ist die einheitliche Ästhetik, die mit den Routinen entsteht und überliefert wird, zentral für den plattformökonomischen (wiedererkennungswert) von #ThatGirl. Die ästhetisierte Darstellung alltäglicher Praktiken konstruiert den routinierten Alltag des #ThatGirls als ästhetisch ansprechend, markiert ihn so als vermeintlich erstrebenswert und macht ihn konsumierbar.

Auf einer Mikroebene konstruieren die einzelnen Schritte der Routinen, die mit wenig abweichenden Varianten der immer gleichen Formel folgen, das, was im Rahmen von #ThatGirl als „idealer“ Alltag eines „perfekten“ weiblichen Subjekts entworfen wird. Die

²⁷ Deutsch: Computer stürzen ab, Menschen sterben, Beziehungen gehen in die Brüche. Alles, was du tun kannst, ist atmen und neustarten (Eigene Übersetzung)

²⁸ Anm.: ASMR steht für „Autonomous Sensory Median Response“ (Deutsch: Autonome sensorische Medianreaktion). ASMR beschreibt ein Kribbelgefühl, das manche Menschen auf der Haut spüren, vor allem an Kopf und Hals, ausgelöst durch bestimmte Geräusche wie Flüstern, Bürsten, Klappern von Gegenständen (Smith & Snider, 2019, S. 41)

Routinen offenbaren, was wann getan werden muss, um dieses Ideal aufrechterhalten und in erster Linie erreichen zu können.

Psychologisch gelten Routinen als sinnstiftende, adaptive und automatisierte Handlungsabfolgen, die zu Wohlbefinden und Struktur im alltäglichen Leben beitragen (Heintzelman & King, 2019, S. 688f.). Bestimmte routinierte Verhaltensweisen stehen in einem größeren kulturellen Kontext, so Samantha J. Heintzelman und Laura A. King (ebd.). Fasst man #ThatGirl als „online aesthetic“, also als vorwiegend virtuell verbreitete Subkultur, so sind auch die in den Videos vermittelten Routinen Teil eines kulturellen Kontextes, der über TikTok vermittelt wird. Darüber hinaus kann der Konsum der Routinen-Videos selbst zur Routine bzw. zum Alltag der Rezipierenden werden.

Routinen dienen #ThatGirl als „methodisches Mittel“ (Sykes, 2024) dazu, #ThatGirl zu werden (Sykes, 2024, S. 10). Sie sind nicht nur der Weg, sondern gewissermaßen auch das Ziel und dienen als Vehikel eines umfassenden Transformationsimperativs, das nicht nur eine vollständige Umgestaltung und Optimierung des Selbst verspricht, sondern auch ein produktiveres und „gutes“ Leben.

Die Analyse des Korpus zeigt, dass am häufigsten Morgenroutinen gezeigt werden. Dabei filmen sich die Creatorinnen bei ihrem täglichen, morgendlichen Ablauf und zeigen, wie man als #ThatGirl produktiv in den Tag startet. Die dargestellten Routinen verfolgen alle dasselbe Ziel und bestehen aus ähnlichen Schritten: Früh aufstehen, Bett machen, Sport machen, gesund frühstücken, Hautpflege, Journaling. In ihrer Ausgestaltung können sie jedoch verschiedene Formen annehmen und appellieren an unterschiedliche affektive Ebenen: Einigen betonen die Ästhetisierung des Tagesablaufs (s. Video 65), anderen die für die tägliche Wiederholung der Routinen nötige Disziplin (s. Video 40) deutlich wird. Abendroutinen kommen ebenfalls vor, werden aber seltener gezeigt.

4.2.1. Video 40 – Routine als ästhetisch codierte Technologie des Selbst

Video 40 wurde am 07.05.2024 veröffentlicht und mit der Caption: „That girl morning routine ☺👉“ versehen. Die verwendeten Hashtags rahmen den Inhalt als motivierende und produktive Morgenroutine, die in einen gewissen ästhetischen Rahmen gebettet ist (z.B. #thatgirl, #morningroutine, #productivity, #motivation, #lifestyle, #aesthetic) (s. Video 40). Die gezeigte Routine besteht aus sieben Sequenzen, die, wie im Rahmen des Forschungsprozesses beobachtet werden konnte, die klassische #ThatGirl Morgenroutine bilden.

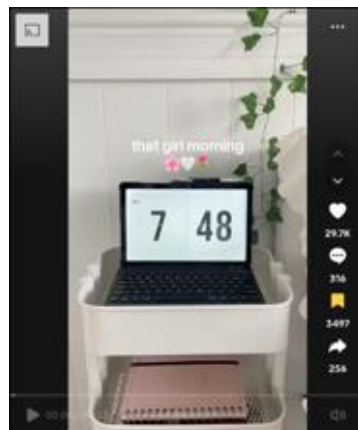
Video 40 zeigt eine prototypische #ThatGirl-Morgenroutine und bündelt die im Diskurs etablierten Routine-Schritte und -Abläufe besonders deutlich. Deshalb wird der Ablauf

zunächst detailliert beschrieben. Die Rekonstruktion ist bereits als Teil der Analyse zu verstehen.

Close Reading des Videos

Video 40 inszeniert in 23 Sekunden und 39 Schnitten eine lineare, aufbauende Morgenroutine, bestehend aus Weckmoment, Bettmachen, Outfit, Yoga, Haut-/Körperpflege, Frühstück und Journaling. Die einzelnen Schritte der Routine weisen eine hohe visuelle Kohärenz auf, die sich besonders durch die Verwendung eines einheitlichen Farbcodes gestaltet (s. Kapitel 4.1.1.). Die Farben Weiß, Rosa, Lila und Grün dominieren die Szenerie und spiegeln sich in jeder Sequenz sowohl in der Einrichtung als auch in den Klamotten und den gezeigten und verwendeten Produkten wider.

Die Morgenroutine startet mit dem Klingeln des Weckers, der die Uhrzeit 07:48 Uhr anzeigt. Bereits hier wird Zeitdisziplin ästhetisch gerahmt. Statt eines analogen Weckers wird die Zeit auf einem aufgeklappten Laptop angezeigt, der auf einem weißen Nachtkästchen vor einer weißen Wand platziert ist; ein herab rankender Efeu-Zweig und ein rosafarbenes Notizbuch setzen farbliche Akzente. Technik erscheint damit nicht nur funktional, sondern als Bestandteil ästhetischer Inszenierung und visueller Kontrolle (s. Abb. 15a).



(a)

Abbildung 5: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40): (a)

Unmittelbar im Anschluss daran wird das Bett gemacht. Der Prozess des Aufwachens wird lediglich angedeutet, indem die Creatorin in Rückenansicht, sich streckend auf dem Bett zu sehen ist und vom Sonnenlicht angestrahlt wird, das besonders ihre Haare betont. Das Sonnenlicht fällt zuerst auf das ungemachte, dann auf das gemachte Bett und markiert so den Übergang von Unordnung zu Kontrolle. Müdigkeit, Unordnung, vermeintlich unperfekte, unkontrollierte Körperlichkeit bleiben ausgespart. Diese Auslassung suggeriert, dass Selbstkontrolle und ästhetische Ordnung mit dem Öffnen der Augen einsetzen und bis zum Einschlafen aufrechtzuerhalten sind und trägt so zur Illusion von #ThatGirl als perfektes

neoliberales weibliches Subjekt bei (Elias et al., 2017, S. 23; s. Kapitel 2.3.3.). Im Kontext von #ThatGirl fungiert das Bettmachen in Morgenroutinen häufig als ritualisierte Grundhandlung, die Produktivität und Disziplin direkt zu Beginn des Tages einläuten sollen. Bettmachen wird dabei meist als „erster Schritt zum Erfolg“ codiert, was normative Erwartungen erzeugt: Wer diesen Schritt nicht vollzieht, gilt dann als unproduktiv, faul oder als Versager:in (Stokowski, 2019, o.S.).

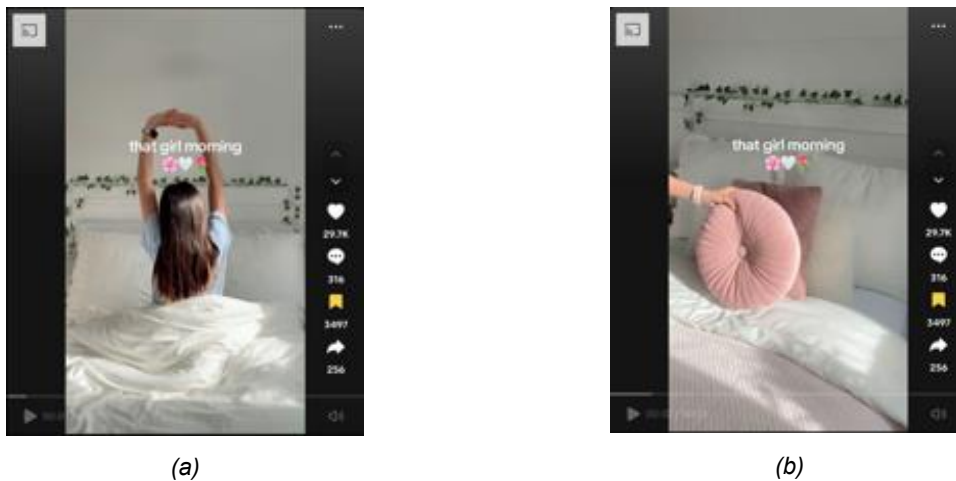
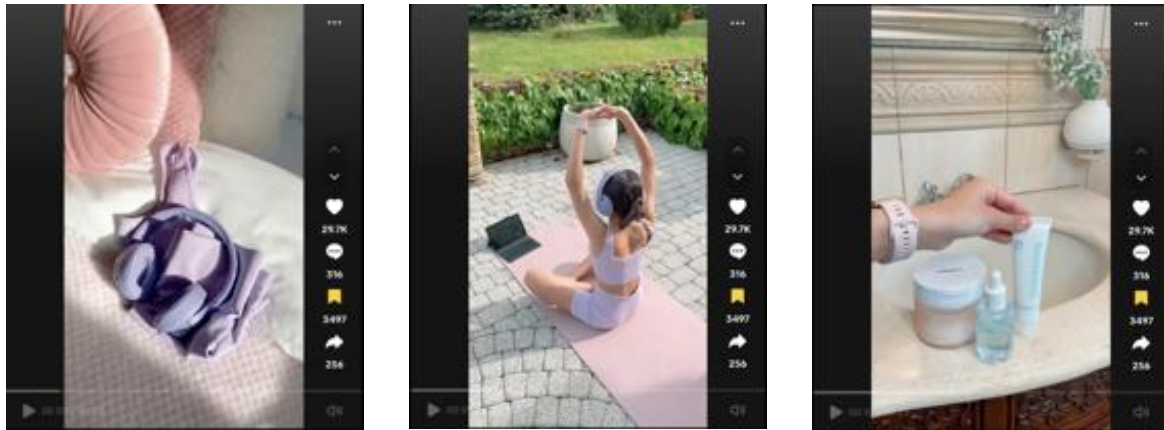


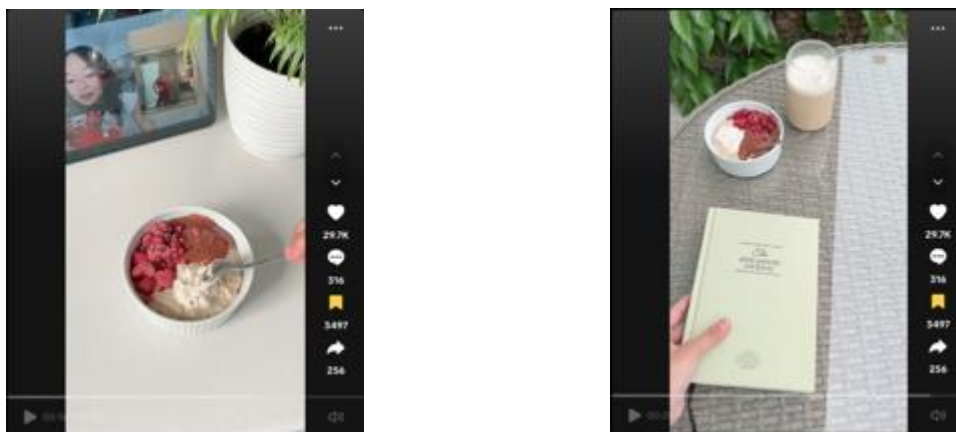
Abbildung 6: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40): (a), (b)

In der dritten Sequenz folgt die Präsentation der Kleidung, bestehend aus einem lilafarbenen Sportoutfit, das sich in das Farbschema der Einrichtung einfügt. Auch hier fungiert das Sonnenlicht als Marker für Aktivität. Die Sequenz leitet in die Sportroutine über, die aus einer Yoga-Einheit auf der Terrasse besteht. Die Rückansicht der Körperinszenierung verschiebt den Fokus weg von individueller Anstrengung hin zur ästhetischen Gesamtkomposition, in der die farbliche Kohärenz Setting, Körper und Gegenstände miteinander verbindet (s. Abb. 7b). Auffallend ist auch der gepflegte Garten im Hintergrund, der zum einen eine Atmosphäre von Ruhe, Natürlichkeit und Sanftheit erzeugt und gleichzeitig als Marker für Klasse zu verstehen ist. Die fünfte Sequenz zeigt die Pflegeroutine (mehrteilige Haut-/Körperpflege). Dabei präsentiert die Creatorin drei Pflegeprodukte und deutet deren Anwendung an. Die Produkte fügen sich farblich ebenso in die helle Umgebung ein.



(a) (b) (c)
 Abbildung 7: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 40): (a)-(c)

Darauf folgt die Zubereitung eines Frühstücks, das typischerweise aus Porridge mit Beeren und einem Kaffee besteht. Das Frühstück wird auf einem weißen Tisch präsentiert. Parallel wird das Frühstück mit Content-Konsum gerahmt (iPad mit Vlog/Tutorial im passenden Stil). Vermutlich handelt es sich dabei um einen Vlog oder ein Tutorial, das stilistisch dem eigenen Content ähnelt (s. Abb. 8a). Die Szene legt nahe, dass die Creatorin Inhalte konsumiert, die ihrem eigenen Lebensstil entsprechen und ihn gewissermaßen affirmativ rahmen. Das abschließende Journaling im Freien schließt den Zyklus als sichtbare Technologie der Selbstführung, die Zeit, Raum, Körper und Affekt miteinander verbindet.



(a) (b)
 Abbildung 8: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial 40): (a), (b)

Die Routine als ästhetisch codierte Selbsttechnik

In der Gesamtschau erscheint die Routine in Video 40 weniger als funktionale Abfolge einzelner Handlungen, sondern vielmehr als ästhetisch kuratierter Gesamtprozess. Farben, Kameraeinstellung, Komposition und Licht erzeugen ein Setting, ästhetisierter Disziplin. Darüber hinaus werden mit dem Setting Klassen- und Exklusivitätscodes kommuniziert, die charakteristisch für die Entstehung der klassischen #ThatGirl Routine sind: Das Praktizieren

von Yoga im eigenen Garten, kuratierte Einrichtung, Klamotten und Produkte – all das zeigt, dass die Creatorin über ausreichend Zeit, Raum und Kapital verfügt, um ihren vermeintlichen Alltag so zu gestalten und zu präsentieren. Hier wird deutlich: Das Leben nach der „perfekten“ Routine als #ThatGirl ist nicht allein durch die Wiederholung der Praktiken, sondern an Privilegien gebunden.

Der dominierende einheitliche Farbcode, die Darstellungsweise im Schritt-für-Schritt-Format und die minimalistische, aber großzügig in Szene gesetzte Umgebung überführt das Video in die oben beschriebene „ThatGirl Ästhetik“ (Sweeny-Romero, 2022, in: Boffone, 2022, S. 109 s. Kapitel 4.1.1). Die Ästhetik wird damit selbst zum Bestandteil der Routine und kann als narrative Struktur, als ästhetisches Meme verstanden werden, das zur diskursiven Gestaltung von #ThatGirl beiträgt. Der einheitliche Look macht die Creatorin nicht nur zur Durchführenden der Routine, sondern markiert sie durch die Wahl der Kleidung, durch ihr Styling und die Inszenierung ihres Körpers im Rahmen des Videos selbst als integralen, produktiven Teil der ästhetisierten Praxis. Das Selbst wird damit als kuratiertes Projekt inszeniert, das sich über ästhetische Kontrolle und die performative Darstellung von Disziplinen definiert.

Die ästhetisierte Routine wird so zum Machtinstrument innerhalb des #ThatGirl-Diskurses, das auf subtile Art und Weise deutlich macht, wie sich #ThatGirl als diszipliniertes und kontrolliertes Subjekt zeigt und verhält und wie in weiterer Folge ein „gutes Leben“ in diesem Sinne aussieht. Je gleichförmiger die Darstellung der ästhetischen Routine, desto stärker wird die Zugehörigkeit zum #ThatGirl-Ideal signalisiert. Die visuelle Einheitlichkeit wird so zur Voraussetzung für algorithmische Sichtbarkeit und macht das Subjekt als Marke, Produkt und anzustrebendes Ideal anschlussfähig und konsumierbar.

„Authentizität“ als ästhetische Ressource

Die visuelle Kohärenz, die der Routine Bedeutung verleiht, soll auf affektiver Ebene zudem einen Anschein von Natürlichkeit und „Echtheit“ erzeugen und #ThatGirl als glaubwürdiges und erstrebenswertes Ideal konstruieren. Diese visuelle Einheitlichkeit ist jedoch kein Zufallsprodukt eines besonders ausgewogenen und daher „einheitlichen“ Lebens, sondern hochgradig kuratiert und strategisch hergestellt. Sie dient als affektiver Marker, der Balance, Kontrolle, Ausgewogenheit als Zeichen eines „guten“ Lebensstils darstellen soll. Es geht darum zu signalisieren, dass #ThatGirl das Leben „im Griff“ hat. Ästhetik dient dabei als strategische Ressource für Authentizität, die die Glaubwürdigkeit von #ThatGirl absichern soll. Die #ThatGirl-Ästhetik macht das Phänomen erkennbar, dechiffierbar und im Rahmen der beschriebenen Plattformlogik, die einheitlichen Content belohnt, sichtbar. Die ästhetisierten Routinen sind damit nicht nur Ausdruck individueller Disziplin, sondern zirkulieren als visuell kohärente Inhalte innerhalb einer „Ökonomie der Sichtbarkeit“ (Banet-Weiser, 2018; s. Kapitel

2.1.3.). Die Darstellung von ästhetisierten Routinen, wie in Video 40, kann so als Teil dessen verstanden werden, was Stephanie Genz (2015) als „Authentizitäts-Arbeit“ bezeichnet (Genz, 2015, S. 548). Mittels derer konstruiert sich das Selbst als Marke und positioniert sich im diskurstheoretischen Sinne als Subjekt (ebd.). Im Kontext von #ThatGirl entsteht ein „Authentizitäts-Mythos“ (Duffy, 2016, S. 453): Über die Darstellung vermeintlich banaler Tätigkeiten, wie aufstehen, frühstücken, duschen, wirken die gezeigten Routinen alltäglich und erreichbar. Diese Pseudo-Alltäglichkeit dient der Nachahmbarkeit und verschleiert gleichzeitig den exklusiven Charakter. Somit erzeugen ästhetisierte Routinen wie in Video 40 keine wirkliche Authentizität, sondern die Illusion einer „perfekten“ Authentizität und Realität, die jedoch höchst kuratiert und arrangiert und an Privilegien geknüpft ist.

Wiederkehrende visuelle Symbole

Die dargestellte Weckzeit und das Bett in Video 40 fungieren als wiederkehrende visuelle Symbole innerhalb des #ThatGirl Diskurses. Als alltägliche Gegenstände vermittelt sie affektiv Nähe und erhöht die Identifikation, was gleichzeitig zur Aufrechterhaltung des „Authentizitäts-Mythos“ beiträgt. Innerhalb des #ThatGirl-Diskurses sind diese Gegenstände mit Bedeutung aufgeladen, bzw. erzeugen Bedeutung, indem sie in einen Kontext von Produktivität und Selbstoptimierung gebettet sind.

Die dargestellte Weckzeit – 07:48 Uhr – kann als diskursives Signal verstanden werden. Weckzeiten werden in den #ThatGirl-TikToks häufiger dargestellt und rangieren meist zwischen 05:30 Uhr und 08:00 Uhr. Frühaufstehen wird so als moralische Norm etabliert und zum ersten Credo eines jeden #ThatGirl. Die wiederholte Darstellung dieser Uhrzeiten trägt zu ihrer Normalisierung bei und signalisiert: Die „richtige“ Uhrzeit, um den Tag zu starten, ist zwischen 05:00 Uhr und 08:00 Uhr (allerspätestens stehen #ThatGirls um 09:00 Uhr auf). Zeit wird hier nicht nur als ökonomische Ressource verstanden, sondern als moralisches Maß, das Produktivität und Selbstkontrolle symbolisiert (Portschy et al., 2019, S. 73). Produktivität wird somit unmittelbar an Zeit geknüpft, die wiederum präsentiert und kontrolliert wird. Die visuelle Wiederholung dieser Uhrzeiten erzeugt eine Ästhetik der Disziplin, die früh aufstehen als moralisch integer, motiviert und leistungsfähig markiert, während spät aufstehen, implizit als faul, unkontrolliert und unmoralisch konstruiert wird (Stokowski, 2019, o.S.) und damit den unsichtbaren Gegenpol zu #ThatGirl bildet. Die Präsenz der immer gleichen Uhrzeiten verleiht den dargestellten Routinen einen selbstkontrollierenden Charakter und stellt die Kontrolle der Zeit²⁹ in den Vordergrund. Dieser Umgang mit Zeit wird zur disziplinierenden Praxis, die den Körper in biopolitische Rhythmen einbindet. Zeit fungiert dabei als affektives und moralisches Ordnungsprinzip, über das insbesondere Geschlecht und Produktivität reguliert werden

²⁹ Anm.: Die Kontrolle der Zeit kann im Sinne Foucaults als Technik der Disziplinarmacht verstanden werden, mithilfe derer die Körpertätigkeiten und kontrolliert werden können und die dauerhafte Unterwerfung ihrer Kräfte ermöglicht und nützlich macht (Foucault nach Breite, 2023, S. 43; Portschy et al., 2019, S. 85)

(Foeken, 2024, S. 5). In Video 40 wird deutlich, wie im Rahmen von #ThatGirl zeitliche Disziplin mittels morgendlicher Routinen ästhetisiert und so weibliche Produktivität moralisch aufgeladen wird.

Das makellos gemachte weiße Bett markiert wiederum die Pflicht, den Tag strukturiert und kontrolliert zu beginnen. Der Fokus auf die minimalistische, ordentliche und ästhetische einheitliche Umgebung steht symbolisch für die Kontrolle über den Raum, in dem sich #ThatGirl bewegt, und damit über das Selbst. Das gemachte Bett fungiert im #ThatGirl-Diskurs als symbolischer Beweis für Produktivität und signalisiert Kontrolle über den eigenen Alltag. Bett und Weckzeit fungieren nicht als Symbol für Ruhe und Rückzug, sondern als Kulisse einer disziplinierten Selbstoptimierung, in der auch Schlaf und Regeneration nicht als natürliche Bedürfnisse, sondern als disziplinierte und disziplinierende Elemente eines kommerzialisierten Self-Care Projekts gerahmt werden (Leonard & Negra, 2020, S. 43f.).

Die ästhetisierte Routine und das neoliberale „Becoming“

Die Verschränkung von Routine und Ästhetik lässt sich in Anlehnung an Rebecca Colemans Lesart des Deleuzeschen „Becoming“ (2008) als Prozess der Hervorbringung normativer Subjektivität verstehen (Coleman, 2008). Während „Werden“ bei Deleuze als offener, nicht essentialistischer Prozess gedacht ist, wird dieser Gedanke in der neoliberalen Logik von #ThatGirl vereinnahmt und in ein zielgerichtetes „Werde-die-beste-Version-deiner-selbst“ transformiert. Das Werden verliert hier seine Offenheit und wird zur moralischen Pflicht, zur täglichen Selbstdisziplinierung im Dienste von Produktivität, Schönheit und Gesundheit (Coleman, 2008, S. 170 ff.).

In Video 40 wird dieses normative Werden sichtbar, indem Zeit durch frühes Aufstehen, Raum durch minimalistische Ordnung und Körper durch performative Disziplin ästhetisch reguliert werden. So materialisiert sich das Ideal weiblicher Selbstkontrolle und Optimierung in einer visuell kohärenten Form. Je stringenter und einheitlicher diese Ästhetik, desto sichtbarer die Disziplin und Selbstbeherrschung und desto deutlicher die Markierung des Subjekts als „#ThatGirl“. #ThatGirl erscheint so als Assemblage aus Routinen, Bildern und Affekten, die bestimmte Körper- und Selbstentwürfe ermöglichen und andere ausschließen (Coleman, 2008, S. 174f.). Das „Werden“ wird zum ästhetisch codierten Prozess neoliberaler Selbstoptimierung. Die sorgfältige Inszenierung via Kleidung, Setting, Farbpalette und Bildsprache macht die Praktiken marktfähig, generiert Likes und Follower und integriert die Creatorin selbst in ein „produktives“ Routinen-Image. Sichtbarkeit wird so zur Währung, über die Disziplin, Lebensstil und Körpernormen kapitalisiert und ein bestimmtes Ideal weiblicher Selbstoptimierung privilegiert wird.

4.2.2. Video 87 – Die Romantisierung des transformierten Selbst

Während Video 40 den Prozess der disziplinierten Selbsttransformation zeigt, inszeniert Video 87 das vermeintliche Ergebnis dieser Arbeit am Selbst: Das idealisierte Leben eines „fertigen“ #ThatGirls. Die Caption: „Don't be scared to romanticise your life, take care of yourself, go outside and have fun!!“³⁰ rahmt das Video als vermeintlich empowernde Handlungsanweisung, die das Leben als #ThatGirl mit Selbstfürsorge, Mut und Vergnügen verknüpft und dazu aufruft, sich zu trauen sein eigenes Leben zu romantisieren.

In schnellen Schnitten werden Ausschnitte eines scheinbar perfekten Alltags: ein rosa Satin-Morgenmantel mit einem Tablet, das die Uhrzeit 07:28 Uhr anzeigt, Frühstück auf dem Balkon mit Blick auf den See, Journaling, Hautpflegeprodukte, Chia-Pudding, Starbucks-Becher, Kerzen, Blumen, neue Schuhe (s. Abb. 2a-2h). Die dominierenden Farben entsprechen der typischen #ThatGirl-Ästhetik. Damit entsteht eine visuelle Homogenität, die die Ästhetisierung des eigenen Lebens in den Vordergrund rückt. Die schnelle Aneinanderreihung der einzelnen Sequenzen und die einheitliche ästhetische Gestaltung lassen das Video wie ein bewegtes Pinterest-Moodboard wirken (s. 4.1.1.). Damit fungiert es als Inspirationsquelle für einen anzustrebenden, exklusiven Lebensstil.

Das romantisierte Leben in Video 87 erscheint als Belohnung für vorangegangene Selbstdisziplin und fordert dazu auf, in sich selbst zu investieren. Diese Aufforderung macht das Ich zum kapitalistischen Projekt und zur Unternehmerin des Selbst, deren Ziel Gewinnmaximierung und die optimale Ausschöpfung und Optimierung bestehender Ressourcen ist (Bröckling, 2007; S. Kapitel 2.2.1). Das romantisierte Leben ist damit kein Ausdruck individueller Zufriedenheit, die durch alltägliche, selbstfürsorgliche Handlungen erreicht werden kann, sondern wird als sichtbares Zeichen sozialer Zugehörigkeit und Klasse inszeniert. #ThatGirl wird damit zum Muster des „Perfekten“ (McRobbie, 2015; Gill, 2023; s. Kapitel 2.2.3).

Der Begriff „romantisieren“ trägt bereits eine idealisierende, ästhetisierende, letztlich utopische Perspektive in sich und aktiviert traditionelle, normative Vorstellungen von Weiblichkeit und Girlhood. Da ein solches Leben nur unter Bedingungen materieller Sicherheit, zeitlicher Verfügbarkeit und sozialer Privilegien möglich ist, kann das in Video 87 entworfene Ideal eines „romantisierten Lebens“ als „grausamer Optimismus“ (Berlant, 2011; s. Kapitel 2.2.2.) verstanden werden. Glück und Selbstwert sind an Disziplin, Ästhetik und Konsum gebunden, wodurch ein exklusives und individualistisches Ideal geschaffen wird, das als vermeintlich erreichbar dargestellt wird und strukturelle Barrieren unsichtbar macht. Bemerkenswert ist, dass Romantik im klassischen Sinne – etwa Verweise auf Partnerschaften oder andere

³⁰ Deutsch: Hab keine Angst davor dein Leben zu romantisieren, pass auch dich auf, geh raus und hab Spaß!
(Eigene Übersetzung)

Beziehungen – kaum vorkommt. #ThatGirl erscheint als für sich lebendes, isoliertes, selbstbezogenes Subjekt, dessen Individualismus charakteristisch ist.

Video 87 fungiert damit als Endpunkt und Motor von #ThatGirl. Es zeigt den scheinbar vollendeten Lifestyle, der Rezipientinnen in einen permanenten Optimierungs- und Investitionsprozess einbindet und suggeriert gleichzeitig, dass ein romantisierendes Leben nach #ThatGirl für jede erreichbar sein – wenn man sich nur „traut“ an sich zu arbeiten.

4.2.3. Video 65 – Das Selbst als Projekt

Während Video 40 zeigt, wie die ästhetische Aufladung zur Normierung von #ThatGirl beiträgt, macht Video 65 ein weiteres narratives Muster von Routinen im #ThatGirl-Diskurs sichtbar: Routinen vermitteln Disziplin und Kontrolle nicht nur als ästhetisch kuratiertes Gesamtkonzept, sondern folgen – im Sinne des oben beschriebenen Makeover-Paradigmas – einem Transformationsimperativ, der als normative, globale und kulturelle Erwartung an Frauen gestellt wird und dazu anhält, an sich selbst zu arbeiten, um ein optimales Leben zu führen (Gill, 2007, S. 149; Elias & Gill, 2018, S. 64; Riley et al., 2023, S. 50 s. Kapitel 2.2.1). Diese Arbeit am Selbst umfasst, im Sinne der Bio- und Psychopolitik, physische und psychische Prozesse, die dazu dienen, Körper und Leben hegemonialen Schönheits- und Weiblichkeitsidealen anzupassen (ebd.). Der Transformationsimperativ kann als Subjektivierungstechnologie bezeichnet werden (Riley & Evans, 2018, S. 209).

Close-Reading des Videos

Video 65 wurde am 10.05.2024 veröffentlicht und zeigt in neun Sekunden und 13 schnellen Schnitten, collageartig verschiedene Sequenzen, die eine Routine ergeben. Sie ist gerahmt durch die Caption „don't give up on yourself, work on yourself, become a project“³¹ und Hashtags, die Produktivität, Disziplin und neoliberale Self-Care miteinander verbinden und affektiv aufladen: #motivation, #mindset, #thatgirl, #selfcare, #mindsetmotivation, #discipline, #consistency, #healthyliving, #wellnessjourney etc.

Die erste Sequenz zeigt die Creatorin an ihrem Laptop arbeitend in einem Café sitzend. Während dieser Szene ist der Satz: „What project are you working on?“³² in der typischen weißen Schrift eingeblendet. Die darauffolgenden Bilder beantworten diese Frage und zeigen das Projekt, an dem die Creatorin arbeitet – sich selbst. Es folgen schnell aneinandergereihte Sequenzen, die die Creatorin beim Sport (Yoga, Fitness, Laufen), beim Beten, beim Journaling, beim Lesen, die gesundes Essen und Sportklamotten zeigen. Während dieser Sequenzen ist in der weißen Schrift: „Myself.“ als Antwort eingeblendet. Einige Tätigkeiten

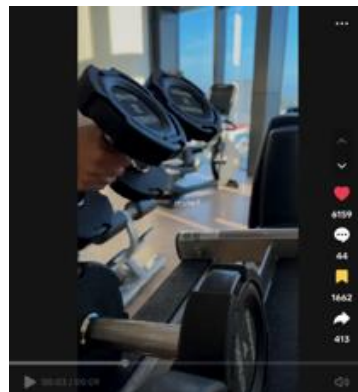
³¹ Deutsch: „Gib dich nicht auf, arbeite an dir selbst und werde zum Projekt“ (Eigene Übersetzung)

³² Deutsch: „An welchem Projekt arbeitest du gerade?“ (Eigene Übersetzung)

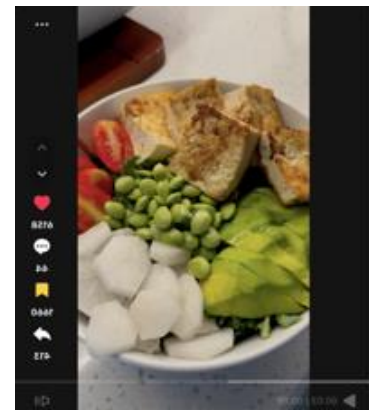
werden dabei häufiger dargestellt als andere und damit stärker in den Fokus gerückt, was sie für die Routine relevanter erscheinen lassen. Sport wird am häufigsten dargestellt, darauf folgt das Gebet und schließlich der Verweis auf gesunde Ernährung und Lesen von Ratgeberliteratur bzw. Journaling jeweils zweimal. Video 65 unterscheidet sich in seiner visuellen Ausgestaltung von der typischen #ThatGirl-Ästhetik. Die gedeckte Farbpalette aus beige und grau rückt die Tätigkeiten selbst in den Fokus. Das Video ist durchgängig in einen warmen, lichtdurchfluteten Ton getaucht, der es affektiv rahmt und eine Atmosphäre von Ruhe und Wohlfühl erzeugt, die mit Positivität verknüpft ist. Insgesamt rückt die visuelle Inszenierung in den Hintergrund, wodurch das zentrale Narrativ der Selbsttransformation, das #ThatGirl zugrunde liegt und mit den Routinen übermittelt wird, stärker betont wird. Die Neutralität der Töne kann als Bühne für produktive Routinen und als ästhetischer Rahmen für den Optimierungsgedanken und -anspruch gedeutet werden.



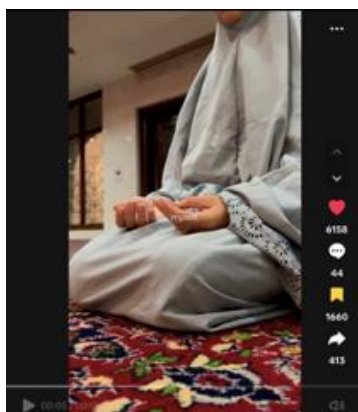
(a)



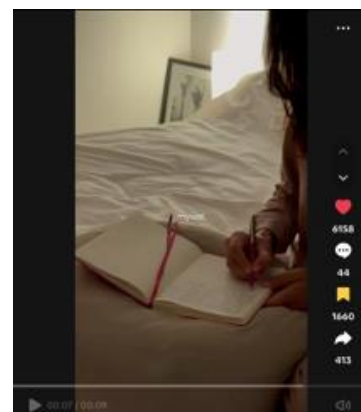
(b)



(c)



(d)



(e)

Abbildung 9: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 65): (a)-(e)

Das Ich als Projekt

In Videos, die wie das Beispielvideo 65 die Transformation hin zu #ThatGirl durch Routinen inszenieren, dominieren häufig gedeckte Farben wie Beige, Grau oder Weiß. Diese Farbwahl erzeugt eine visuelle Atmosphäre der Ruhe, Kontrolle und Ordnung, die die disziplinierte Selbstführung im #ThatGirl-Diskurs unterstreicht. Gleichzeitig konstruiert diese neutrale

Ästhetik die dargestellte Weiblichkeit als rational, strukturiert und leistungsorientiert und damit als perfektes, weibliches neoliberales Subjekt (Elias et al., 2017, S. 23; s. Kapitel 2.2.1). Die abweichende ästhetische Gestaltung in Video 65 verdeutlicht, dass #ThatGirl nicht als reine Oberflächenästhetik zu verstehen ist. Sie zeigt vielmehr, dass #ThatGirl ein Transformationsimperativ zugrunde liegt, der Routinen als optimierende Schritte rahmt, mit denen sich das Subjekt formt und zur sichtbaren Marke seiner eigenen Disziplin wird (Banet-Weiser, 2018, S. 77; s. Kapitel 2.2.1.).

In Video 65 wird das Selbst als kontinuierlich zu bearbeitendes Projekt konstruiert. Dies kann im Sinne Banet-Weisers (2018) als Ausdruck eines neoliberalen Selbstverständnisses gedeutet werden kann, bei dem das Subjekt zum „Kunstwerk“ wird, zu einem unendlichen Projekt, das ständig verbessert, diszipliniert und vermarktet werden muss, um im (digitalen) Kapitalismus zu reüssieren (Shilling, 2012, S. 6ff; Banet-Weiser, 2017; s. Kapitel 2.2.1). Die zentrale Aussage des Videos, der eingeblendete Text, „What project are you working on?“ – „Myself.“ fungiert dabei als affirmativer Leitsatz, als rahmender Imperativ.

Die Frage „An welchem Projekt arbeitest du?“ fungiert als Metapher, die unternehmerische Logiken in den Alltag importiert und Vorstellungen zielgerichteter Produktivität evoziert. So kann die anfängliche Café-Szene als Symbol der „Hustle Culture“³³ gelesen werden, die die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit verwässert (Burgess et al., 2022, S. 908). Das Selbst wird als unternehmerische Einheit konstruiert und (wirtschaftliche) Produktivität wird als Zeichen des „guten Lebens“ interpretiert. Die Vorstellung, sich selbst als Projekt zu betrachten, verstärkt damit die individualistische Vorstellung, mit ausreichend Produktivität alles erreichen zu können. Erfolg, Selbstwert und Selbstverwirklichung werden als persönliche Aufgabe und individuelle Verantwortung inszeniert, während strukturelle Rahmenbedingungen wie soziale, ökonomische und kulturelle Ungleichheiten ausgeblendet bleiben. Das Empowerment, das im Rahmen von #ThatGirl, wie durch Video 65 vermittelt wird, fungiert, wie in Kapitel 2.3.2. beschrieben, pseudo-emanzipativ: Es vermittelt Autonomie und Selbstermächtigung, verschleiert dabei gleichzeitig bestehende Ungleichheiten und verstärkt den Druck, persönlichen „Mangel“ als individuelles Versagen zu interpretieren (ebd.; Banet-Weiser, 2018, S. 49ff.).

Die eingeblendete Antwort – „Myself“ – und die darauffolgenden Sequenzen verdeutlichen: Das Projekt, an dem gearbeitet wird, ist das Selbst. In Video 65 wird damit explizit, was in vielen #ThatGirl Videos implizit mitschwingt: Die Routinen, die #ThatGirl durchführt, dienen

³³ Anm.: Der Begriff „Hustle Culture“ beschreibt eine Mentalität, die ständige Produktivität, sowohl im Arbeits-, als auch im Privatleben propagiert (Stangl, o.D.). In der Hustle Culture herrscht der Glaube vor, dass jede Handlung ein positives Ergebnis hervorbringen, also produktiv sein sollte. Es geht um permanente Selbstoptimierung und darum, immer weiterzukommen (Burgess et al., 2022, S. 911). Hustle Culture wird besonders über digitale Phänomene, wie #ThatGirl auf Social-Media-Plattformen verbreitet (Achmad & Lubna, 2023, S. 80).

der permanenten Selbsttransformation bzw.-optimierung. Ziel ist, den Status #ThatGirl als Ideal „perfekter“ Feminität zu erreichen (McRobbie, 2015; Gill, 2023; s. Kapitel 2.3.3.). Die gezeigten Sequenzen markieren das Selbst zugleich als Arbeitsprojekt und als Arbeitsstätte. Körperliche, mentale und spirituelle Praktiken verschmelzen zu produktiven Prozessen, die das „unperfekte“ Selbst in das Produkt #ThatGirl überführen. Die erwähnten Handlungen können damit als im kapitalistischen Sinne produktive Prozesse verstanden werden und machen #ThatGirl zur Unternehmerin ihrer Selbst (Bröckling, 2007). Die gezeigten Routinen – Arbeit, Sport, Ernährung, Gebet, Lesen, Journaling – reihen sich damit in ein umfassendes Programm der Selbstgestaltung ein, das sich im popfeministischen Sinne nahtlos in die Logik des „Lebens als Kunstwerk“ (Banet-Weiser, 2018, S. 77; s. Kapitel 2.2.1.) einfügt.

Transformation und Selbstkontrolle

Die Formel „work on yourself, become a project“ positioniert die Transformation des Selbst als moralische Pflicht, die erfolgt, um einen bestimmten angestrebten Status von Zufriedenheit, Glück, Reinheit, Weisheit, Perfektion und Unsterblichkeit zu erlangen (Riley & Evans, 2018, S. 209). Die Idee des Selbst als endloses Projekt stellt das Selbst als genuin unfertige und unvollkommene Aufgabe dar, die es fortlaufend zu optimieren gilt. In Video 65 wird die Verbindung von Moral und Selbstoptimierung durch spirituelle Arbeit in Form von Beten und Mindset-Arbeit bzw. selbstkontrollierender Arbeit in Form von Journaling oder dem Lesen von Ratgeberliteratur deutlich. Beten ist kein fixer Bestandteil der klassischen #ThatGirl-Routine, tritt jedoch immer wieder, in christlicher und muslimischer Form, auf. In Verbindung mit Moral unterstreicht das Gebet als Teil der Selbstoptimierungs-Routine den fast dogmatisch anmutenden Charakter, den Routinen im #ThatGirl-Diskurs übernehmen. Die einzelnen Schritte der Routine übernehmen mit ihren imperativen Formulierungen die Funktion „moderner Gebote“ auf dem Weg zum vermeintlich richtigen, guten Leben, dessen Offenbarung #ThatGirl selbst ist.

Journaling ist wiederum im #ThatGirl-Diskurs als fester Bestandteil der Routine etabliert und fungiert als technologiebasierte Selbstbeobachtung. Ursprünglich dem Tagebuch ähnlich wird es hier zur Technologie der Selbstkontrolle (Self-Tracking) und zum Tool analogen Self-Trackings (s. Kapitel 2.2.1.). Journaling dient nicht nur dazu, die eigene Gefühlswelt zu reflektieren, sondern auch dazu, den Grad der eigenen Selbstoptimierung zu überwachen. Ein unter #ThatGirl verbreitetes und beliebtes Journal, welches auch in Video 65 zur Anwendung kommt, ist das „The Five Minute Journal Health & Fitness Edition“. Mittels Fragen wie „How did I take care of myself today?“ oder „Things I will do for my well-being and healthy living“ und „I am grateful for“ wird die Gefühlswelt reflektiert (NICHE BEAUTY, o.D.). Daneben finden sich hauptsächlich Felder, in denen Schlafenszeiten, Stimmung, Energie-Level und

Wasserkonsum getrackt werden können (ebd.). Das Journal soll die eigene „Self-Care-Reise“ begleiten und bei der Transformation zu einem „glücklicheren, gesünderen Leben“ helfen (ebd.). Das Journal wird zum Self-Care Instrument, das Fortschritte auf dem Weg zum optimierten Selbst (#ThatGirl) messbar macht. Gleichzeitig macht diese Praxis deutlich, wie Self-Care #ThatGirl-Diskurs kommodifiziert und an Konsum gekoppelt wird.

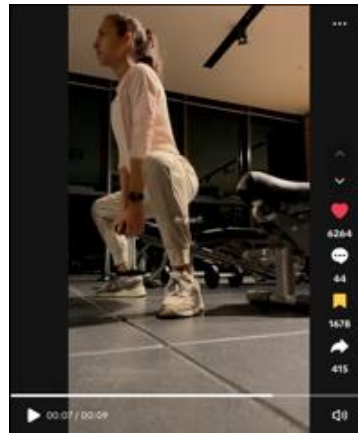
Der routinisierte Körper

Wie bereits erwähnt, werden innerhalb der #ThatGirl-Videos einige Tätigkeiten häufiger dargestellt als andere. Besonders sportliche Aktivitäten werden innerhalb einzelner Videos wiederholt dargestellt, was auf die Dringlichkeit von Sport im Transformationsprozess hindeutet. Gleichzeitig unterstreicht die wiederholte Darstellung, den ritualisierten Charakter der Transformation: Sie findet nicht spontan statt, sondern systematisch und visuell kontrolliert. Das „Ich als Projekt“ wird durch tägliche Arbeit am Körper sichtbar gemacht. Die Wiederholung der Routinen und spezifischer Tätigkeiten innerhalb dieser Routinen wird zum aktiven Teil des Subjektivierungsprozesses eines #ThatGirl.

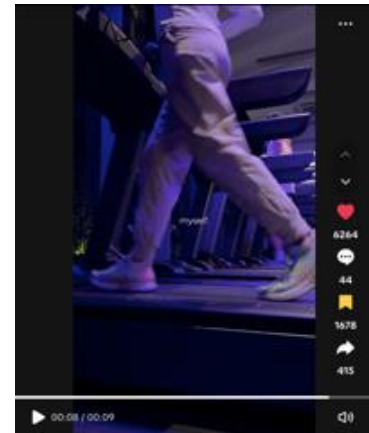
Video 65 stellt Sport damit ein zentrales Vehikel des Transformationsprozesses dar. Die wiederholten sportlichen Praktiken formen nicht nur eine bestimmte Routine, sondern auch den Körper, der diese Routine durchführt und Symbol für seinen „Erfolg“ steht. Der Körper wird er zum aktiven Part, der Transformation und zum sichtbaren Maßstab ihres Erfolgs. In den Abbildungen sieht man den Körper in Bewegung als Ganzkörperaufnahme (s. Abb. 10a, 10b), oder fragmentarisch fokussiert auf die Beine (s. Abb. 10c, 10d).



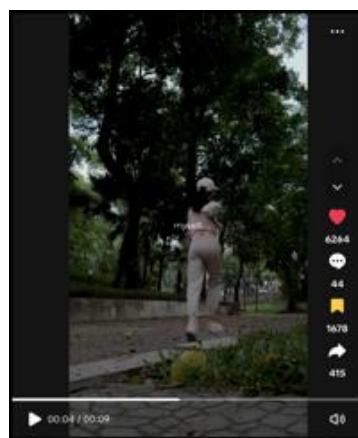
(a)



(b)



(c)



(d)

Abbildung 10: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 65): (a)-(d)

Der Körper der Creatorin in Video 65 entspricht den im Korpus und im gesamten #ThatGirl-Diskurs dominanten, beobachteten Körpernormen: Er ist dünn, normschön, *weiß*, (gesellschaftlich) als able-bodied (also als körperlich uneingeschränkt und leistungsfähig) markiert; kombiniert mit langen, glatten Haaren und einem unauffälligen, schlichten Kleidungsstil. Körperliche Ideale, allem voran dünn sein bzw. Schlankheit, werden in Video 65 im Speziellen, aber auch im Diskurs allgemein, nicht bzw. selten explizit als struktureller Anlass zur Transformation benannt, sind aber durch die visuelle Wiederholung und Inszenierung implizit präsent und dadurch wirkmächtig. Es wird ein Körperideal kommuniziert, ohne es direkt zu verbalisieren. Schlankheit fungiert dabei als ästhetischer und symbolischer Code, der Disziplin, Selbstkontrolle, Produktivität und Moral und Klasse signalisiert (Riley et al., 2023, S. 60; Harjunen, 2017, S. 35, 88). Das vermittelte Körperideal erscheint nicht nur als vermeintliches Ergebnis, sondern auch als Voraussetzung und Beleg für das Funktionieren der Routinen. In dieser Logik wird der dünne Körper zur Aufgabe und zur Verkörperung des „Ich als Projekt“. Routinen formen nicht nur den Körper, sondern machen ihn zum sichtbaren Marker für Disziplin, Leistungsfähigkeit und Selbstverantwortung. Diese Inszenierung demonstriert biopolitische bzw. psychopolitische Selbststeuerungsmechanismen, mittels derer

körperliche Normen internalisiert und vermeintliche Transformation sichtbar gemacht, geteilt und kapitalisiert wird (Sanders, 2017; Orbach, 2017; s. Kapitel 2.2.3).

In diesem Kapitel wurde gezeigt, wie die ritualisierte Wiederholung alltäglicher Handlungen #ThatGirl zu einer Figur ständiger Selbstoptimierung macht. Ästhetische und körperliche Transformationsansprüche greifen dabei ineinander und prägen Routinen, die als zentrale Disziplinierungs- und Subjektivierungsmechanismen im biopolitischen Sinne wirken. Während Routinen auf der Ebene von Produktivität als methodische Grundlage der Selbstdisziplin fungieren, finden sie im #ThatGirl-Diskurs häufig im Kontext von „Gesundheit“ und Wellness statt. Routinen dienen also nicht nur dazu, #ThatGirl als diszipliniertes, sondern zugleich als „gesundes“, weibliches Subjekt zu positionieren. Das folgende Kapitel untersucht daher, wie Gesundheit und Wellness im Rahmen von #ThatGirl konstruiert, ästhetisiert, moralisiert und diskursiv konstruiert werden.

4.3. *Gesundheit*³⁴ & Wellness: Healthismus als Lifestyle

Ein *gesundes* Leben zu führen, erscheint für #ThatGirl zentral. Das #ThatGirl zugrundeliegende und im Diskurs entfaltende Gesundheitsverständnis lässt sich als „postfeministischer Healthismus“ beschreiben (Beijbom et al., 2023, S. 5; Riley et al., 2018, S. 70). Dem Verständnis zufolge wird weibliche *Gesundheit* zur moralischen Pflicht und an „having it all“-Narrative geknüpft (Beijbom et al., 2023, S. 11, 14). Im Kontext neoliberaler Gouvernementalität wird *Gesundheit* so zur permanenten Aufgabe des (weiblichen) Subjekts und verlangt individuelle Verantwortung und Selbstoptimierung (Brunnett et al., 2016, S. 602). Das Individuum erscheint als selbstregulierendes System, das *Gesundheit* durch disziplinierten Konsum und die Aneignung normativer Gesundheitspraktiken aktiv produziert, wodurch intersektionale Ausschlüsse sichtbar werden (Brunnett et al., 2016, S. 215). Die Individualisierung führt dazu, dass Gesundheit im Diskurs an Privilegien, Normen und Konsum geknüpft und zur individuellen Aufgabe gemacht wird; sie wird zur exklusiven Ware und damit zur Klassenfrage. Zudem ist das vermittelte Gesundheitsverständnis stark von neoliberalen Logiken geprägt, die *Gesundheit* als ganzheitlichen, physischen und psychischen Zustand und als Ausdruck individueller Anpassungsfähigkeit, Selbstregulierung, Leistungsfähigkeit und Lebensführung begreifen (Brunnett et al., 2016, S. 207, 213f., 602; Riley & Evans, 2018, S. 207 s. Kapitel 2.2.1., 2.2.3.).

³⁴ Anm.: Gesundheit wird im Folgenden in Anlehnung an Brunnett et al. (2016) als Konzept bzw. Konstruktion verstanden. Um das nachvollziehbar zu machen, wird *Gesundheit* in dieser Bedeutung kursiv geschrieben (Brunnett et al., 2016, S. 207). „Gesundheit“ bzw. „gesund“ (in Anführungszeichen) bezeichnet hingegen die im Diskurs dargestellten ästhetisch und kulturell konstruierten Formen von Gesundheit, die kritisch als normative Zuschreibungen gelesen werden.

Im postfeministischen Healthismus wird *Gesundheit* nicht primär als medizinisch-biologischer Zustand verstanden, sondern mit normativen Vorstellungen von Schönheit, Schlankheit und Jugendlichkeit verknüpft sowie an ein idealisiertes Konsumverhalten gebunden, das diese Vorstellungen absichern soll (ebd.). Innerhalb der zeitgenössischen Wellness-Kultur erscheint Wellness als ganzheitliches Lebensprojekt, das körperliche, psychische und spirituelle Dimensionen umfasst und wird häufig synonym als neoliberaler Gesundheitsbegriff verwendet (Baker, 2022, S. 11). In der #ThatGirl-Community verschmelzen Wellness, Selbstoptimierung und Ästhetik zu einem performativen Lebensstil, der *Gesundheit* zur moralischen Verpflichtung und als sichtbares Zeichen für ein „gelungenes Selbst“ inszeniert.

Im Korpus lassen sich mehrere Videos identifizieren, die sich hauptsächlich mit dem Themenfeld *Gesundheit* auseinandersetzen. Video 56 rahmt auf Makroebene *Gesundheit* als exklusiven Lifestyle und ästhetisches Ideal; Video 13 überführt dies auf Mikroebene in einen numerisch strukturierten Handlungsprozess: Gesundheit wird hier zur quantifizierbaren Größe und über konkrete, in Schritte gefasste Praktiken operationalisiert, die das Subjekt disziplinieren und den „gesunden“ Körper performativ herstellen.

4.3.1. Video 56 - #ThatGirl als Lifestyle- bzw. Wellness-Guru

Video 56 illustriert exemplarisch, wie Gesundheit im Rahmen des #ThatGirl-Diskurses im Sinne des postfeministischen Healthismus lesbar wird. Das Video konstruiert das Idealbild eines „gesunden“ weiblichen Lebensstils und generiert dabei besonders auf der ästhetisch-visuellen Ebene Bedeutung.

Close Reading des Videos

Video 56 (veröffentlicht am 21.05.2024) wurde mit der Caption „Favourite era so far ☺“ und Hashtags wie #healthyhabits, #healthylifestyle, #cleangirl, #thatgirl, #mindset, #selflove, #growth, #routine, #selfconfidence, #motivational, #selfcare, etc. versehen. Sie weisen bereits auf ein individualisiertes Gesundheitsverständnis hin, das Gesundheit mit neoliberalen Werten wie Wachstum, Produktivität und Disziplin verbindet und *Gesundheit* als kontinuierlichen Prozess der Selbstoptimierung markiert.

Das sechs-sekündige Video nutzt das genretypische, collage-artigen Erzählmuster: 17 schnelle Schnitte und Bildwechsel präsentieren den *gesunden* Alltag der Creatorin, der als Schablone für das Leben als „gesundes“ #ThatGirl dienen soll. Während des gesamten Videos ist die Überschrift „healthy girl era >>>“ eingeblendet. Zu den „gesunden“ Tätigkeiten in Video 56 zählen: Yoga (zu Hause oder im Yogastudio), Spazieren, Arbeiten, Journaling, Lesen, gesundes Essen, Matcha/Eiskaffee trinken, Körperpflege, Supplements, Scrollen auf Pinterest

und Yoga-Tutorials. Wiederholte Sequenzen (v.a. Yoga, Arbeiten, Kaffee) markieren die darin gezeigten Tätigkeiten als zentral.

Im Video dominieren helle, neutrale Farbtöne wie Weiß und Beige. Die Szenen sind hell ausgeleuchtet. Sonnenlicht wird als atmosphärischer Marker eingesetzt. Die Farb- und Lichtkomposition evoziert Leichtigkeit, Reinheit und Ordnung.

Auf auditiver Ebene kontrastiert eine langsame Cover-Version von „Girls just wanna have fun“ die schnellen Schnitte. Die Kombination erzeugt eine ambivalente Mischung aus Produktivität und Entspannung, die das zeitgenössische, spätkapitalistische Verständnis von Wellness, das im Rahmen von #ThatGirl vermittelt wird, ergänzt (Baker, 2022, S. 7, 81). Die Wahl dieses Songs rahmt *Gesundheit* zugleich als feminisierte, ästhetisierte Freizeitpraxis: Die visuelle Selbstdisziplin der „healthy girl era“ wird durch die auditive Untermalung affektiv aufgeladen und als entspannende, freiwillige Entscheidung inszeniert. *Gesundheit* erscheint nicht als strukturell eingebettete oder sozial verhandelte Kategorie, sondern als konsumierbares Hobby. Gleichzeitig wird „weiblicher Spaß“ an moralische Kategorien (Gesundheit, Routine, Disziplin, Alleinsein) geknüpft, was patriarchale Ideale von Weiblichkeit unterstützt und jedem widerständigen Potenzial entbehrt.

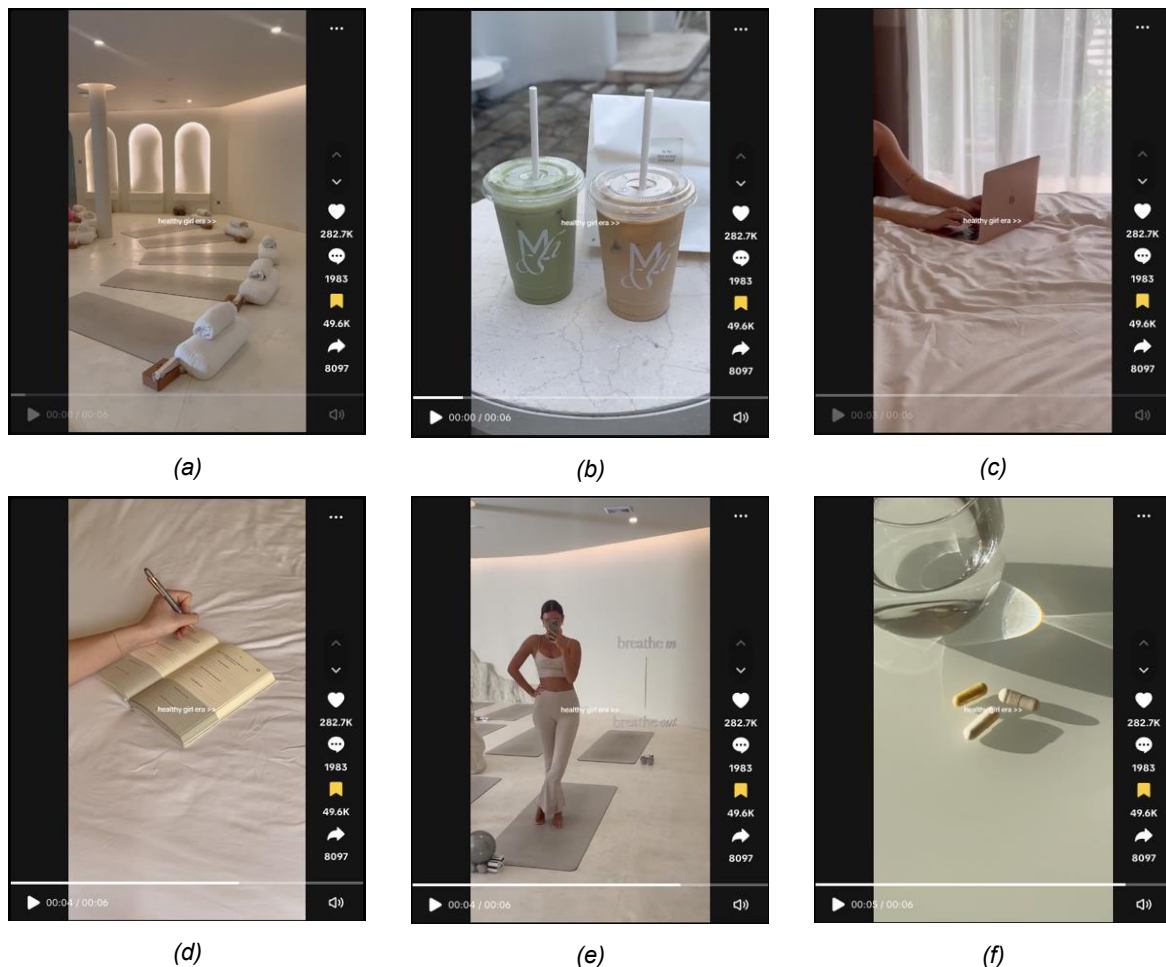


Abbildung 11: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 56): (a)-(f)

Die „healthy girl era“

Betrachtet man zunächst die Caption und die im Video eingeblendete Überschrift, wird das Selbstverständnis von #ThatGirl als „healthy girl“ - als *gesundes* Mädchen deutlich. In Verbindung mit dem Begriff „era“³⁵ wird *Gesundheit* als fluider, erstrebenswerter Zustand inszeniert, der ebenso wie #ThatGirl durch einen prozesshaften Charakter gekennzeichnet ist und dem Transformationsnarrativ folgt. Das Video kann so als Anleitung bzw. Schablone für den Eintritt in ein gelungenes Leben als #ThatGirl in der „healthy girl era“ gelesen werden.

Im Video wird der Begriff „healthy girl era“ um die Zeichen „>>>“ ergänzt. „>>>“ ist ein bekanntes Zeichen auf Social-Media-Plattformen und bedeutet so viel wie „besser als“ oder „das Beste“. Die Nutzung des Zeichens in Kombination mit „healthy girl era“ kategorisiert das *gesunde* #ThatGirl als „healthy girl“ als überlegen, als „beste Version“, und schafft somit eine Hierarchie, deren Spitze das Subjekt #ThatGirl bildet.

Gleichzeitig markiert der Begriff „era“ die produktive Kraft, die zum Erreichen und Erhalten dieses Lifestyles investiert werden muss. *Gesundheit* erscheint im Diskurs so als Ergebnis aktiver Arbeit, die an gewisse Privilegien und an neoliberale und westlich geprägten Vorstellungen von Moral, Produktivität, Glück und Selbstverantwortung gebunden sind. *Gesundheit* wird so vom biologischen zum kulturellen Bedürfnis, das hegemoniale Vorstellungen und Macht reflektiert (Brunnett et al., 2016, S. 210) und gleichzeitig gesundheitliche Probleme, Hürden oder Tatsachen, mit denen Frauen konfrontiert sind, allgemein ausblendet.

#ThatGirl als Wellness-Guru

Wie die „healthy girl era“ auszusehen hat, zeigt die Creatorin in Video 56. Die Creatorin übernimmt die Funktion als zentrale Vermittlungsfigur eines normierten Gesundheitsideals und verkörpert, was Stephanie Alice Baker (2022) als „Lifestyle-“ bzw. „Wellness-Guru“³⁶ beschreibt (Baker, 2022, S. 75f). Dabei handelt es sich um eine Figur, die *Gesundheit* als Ergebnis persönlicher Leistung, ästhetischer Praxis und ökonomischen Kapitals präsentiert (ebd.).

Die wiederholte Verwendung von POV-Kameraeinstellungen, etwa beim Betreten des Yogastudios, Kaffeetrinken, Journaling oder Einnehmen der Supplements, lässt die Rezipierenden durch die Augen der Creatorin blicken (s. Abb. 11a, 11b, 11d, 11f). So wird affektiv Nähe aufgebaut und vermeintliche Authentizität erzeugt, was den dargestellten

³⁵ Deutsch: Ära (Eigene Übersetzung)

³⁶ Def.: Als Wellness-Guru bezeichnet Baker (2022) eine nicht zertifizierte, aber medial legitimierte Figur, die über soziale Medien Lifestyle und Gesundheitsroutinen vermittelt, die auf ganzheitliche Selbstoptimierung entlang emotionaler, körperlicher und spiritueller Dimensionen abzielt (Baker, 2022, S. 75f.).

„gesunden“ Lifestyle erstrebenswert erscheinen lässt (Duffy, 2016, S. 435). Diese scheinbare Nähe legitimiert die Creatorin zugleich als Expertin, ihr im Video gezeigter Alltag wird zum Musterbeispiel des „gesunden“ Lebens in der „healthy girl era“. Was als persönlicher Einblick erscheint, ist jedoch eine strategisch kuratierte Erzählung, die nach plattformlogischen Maßstäben Affekt erzeugen soll und *Gesundheit* im Zwecke der Selbstvermarktung inszeniert (ebd.). Die Creatorin präsentiert sich nicht als medizinische Expertin, sondern überführt *Gesundheit* in eine konsumierbare Routine. In diesem Sinne erfüllt die Creatorin als Wellness-Guru eine doppelte Funktion: Sie zeigt zum einen, wie man ein „gesundes“ Leben lebt und übersetzt dieses Ideal gleichzeitig in eine visuell kohärente Routine, die sie als Teil der #ThatGirl markiert und algorithmisch sichtbar macht. So wird Sichtbarkeit generiert, was zur ökonomischen Zirkulation der Inhalte beiträgt und gleichzeitig den Guru-Status der Creatorin und von #ThatGirl im Allgemeinen gleichsam legitimiert (Riley et al. 2023).

Gesundheit & Wellness als konsumierbarer Lifestyle

Video 56 zeigt eindrücklich, wie *Gesundheit* im #ThatGirl-Diskurs zu einer konsumierbaren Praxis wird. *Gesundheit* erscheint als Ergebnis mikroökonomischer Handlungen, die visuell als „gesund“ markiert werden. Kommodifizierte Räume (helle Yogastudios; s. 11a, 11b, 11e), Produkte (Matcha, MacBook, Supplements; s. 11b, 11c, 11f) und Routinen (Yoga, Journaling, Arbeiten; s. 11a, 11c, 11d, 11e) werden zu visuellen Chiffren des postfeministisch-healthistischen Gesundheitsideals. *Gesundheit* wird im Rahmen von #ThatGirl damit auch zum Ergebnis der „richtigen“ mikroökonomischen Handlungen und Entscheidungen.

Yoga wurde im Korpus als fester Bestandteil vieler #ThatGirl-Routinen beobachtet und kann als Symbol für die Rolle von *Gesundheit* als konstruktiver Teil der #ThatGirl-Identität gelesen werden. Wie in Video 56, wird Yoga von #ThatGirl häufig in großen, hellen Studios oder ästhetisierten Räumen praktiziert (s. Abb. 11a, 11e). Diese Inszenierung rahmt Yoga als kommodifizierte Wellness-Praxis, deren Zugang an ökonomische, zeitliche und räumliche Ressourcen gebunden ist. Das Setting, indem Yoga praktiziert wird, erzeugt eine Ästhetik, die *Gesundheit* mit Ruhe, Reinheit und Exklusivität verbindet und sie so als Klassenmarker lesbar macht. Diese Inszenierung spiegelt zugleich die westliche Aneignung von Yoga wider, die, wie Karen Wilkes (2024) und Sabrina Strings et al. (2019) zeigen, von privilegierten *weißen* Frauen dominiert wird und in diesem Kontext als biopolitische Technologie der Weiblichkeit fungiert, die *weiße* Frauen diszipliniert und ihre Körper normiert (Wilkes, 2024, S. 921; Strings et al., 2019, S. 346). In Video 56 wird diese Dynamik sichtbar: Yoga wird als Akt ästhetischer Selbstkontrolle inszeniert, was das kolonial geprägte Erbe der Praxis in die neoliberale Ästhetik des #ThatGirl-Diskurses übersetzt.

Daneben finden sich weitere Lifestyle-Symbole im Video, die im Korpus wiederholt beobachtet werden konnten. MacBook, Apple-Kopfhörer und Journal binden *Gesundheit* an Produktivität, Effizienz und Markenästhetik. In der Tradition des Healthismus erweitern sie den Gesundheitsbegriff auf alltägliche Bereiche und machen das Verfolgen neoliberaler Werte zur Voraussetzung für einen *gesunden* Lebensstil. Gleichzeitig markieren sie den exklusiven Lebensstil, den #ThatGirl definiert (Banet-Weiser, 2018, S. 276). Coffee-to-go und Matcha (s. Abb. 11b) funktionieren ähnlich und verbinden Gesundheit mit mobilisierter Produktivität (Coffee-to-go) und Achtsamkeit bzw. Natürlichkeit (Matcha) und können als wiederkehrende Symbole der gegenwärtigen Wellness-Kultur verstanden werden.

Ergänzt wird der dargestellte „bewusste“ und „gesunde“ Konsum durch Supplements bzw. Nahrungsergänzungsmittel (s. Abb. 11f), die im Gesundheitskontext von #ThatGirl häufig empfohlen werden. Welche Präparate eingenommen werden sollen, wird nicht erwähnt. Im Fokus steht allein die Handlung. Trotz häufig fehlender wissenschaftlicher Evidenz erscheinen Supplements als „Investment“ in die eigene Gesundheit und reflektieren die Innenseite des Konsumimperativs (Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR), 2023, o.S.; Kruckenhauser, 2024, o.S.). Die individuelle Verantwortung für *Gesundheit* wird damit vom sichtbaren Äußeren ins Innere verlagert. *Gesundheit* wird damit zum mikroökonomischen Projekt, das #ThatGirl als disziplinierte, selbstunternehmerische Konsumentin positioniert.

Gesundheit als Wahl

Im Video erscheint *Gesundheit* nicht nur als Lifestyle, sondern wird über Hashtags wie #healthyhabits und das Zeigen alltäglicher Tätigkeiten wie oben erwähnt, als „alltägliche Gewohnheit“ normalisiert. Dies erzeugt einen subtilen Erwartungsdruck, sämtliche Handlungen am Maßstab von *Gesundheit* und Selbstoptimierung auszurichten. Die alltäglichen Tätigkeiten erhalten einen disziplinierenden und selbstkontrollierenden Charakter und werden in einen Produktionsprozess eingebunden, der *Gesundheit* als Kapital mit dem Ziel der Aufrechterhaltung des eigenen Wohlbefindens und der Selbstoptimierung akkumuliert.

Gesundheit wird damit als aktiv herzustellende Lebensweise inszeniert. „Gesund“ zu leben erscheint als bewusste, individuelle Entscheidung und wird damit zur moralischen Verpflichtung (Beijbom et al., 2023, S. 6). Wie Video 56 zeigt, ist Gesundheit bei #ThatGirl jedoch primär an Konsum und damit an ökonomisches Kapital gebunden. Sie wird so von ihren strukturellen Bedingungen losgelöst und in eine Choice-Ideologie überführt, die in Anlehnung an „Choice Feminismus“, die vermeintliche Freiheit der Wahl zum individualistischen Machtinstrument erhebt (Petersson McIntyre, 2020; s. Kapitel 2.3.3.). Ein „gesundes“ Leben zu führen, wird so von „richtigen“ (Kauf-)Entscheidungen abhängig gemacht, während

ausgeblendet bleibt, dass Wahlfreiheit selbst eine prekäre Ressource ist, die nicht allen uneingeschränkt zur Verfügung steht und von Privilegien abhängt (Wilkes, 2024, S. 922).

Die Praktiken der „healthy girl era“ setzen Zugang zu Zeit, Geld und Raum voraus und markieren *Gesundheit* als klassenspezifisches Privileg. Inszenierungen als vermeintlich alltägliche Gewohnheit suggerieren Nähe, werden aber durch die Anbindung an Marktlogik und Kaufkraft ad absurdum geführt. Die Fähigkeit, „gesund“ zu wählen, bleibt ein Privileg, das *Gesundheit* im Rahmen von #ThatGirl zum exklusiven Statussymbol macht. So erzeugt die vermeintliche Freiheit der Wahl genau jene Abhängigkeiten, die sie als überwindbar erklärt.

Diese Logik der Wahlfreiheit lässt das Subjekt #ThatGirl als autonomes und effizientes Subjekt erscheinen, das seine *Gesundheit* durch bewusste Entscheidungen erfolgreich steuert (Baker, 2022, S. 94). Die vermeintliche Wahlfreiheit macht *Gesundheit* zur moralischen Pflicht bzw. Norm, während Krankheit und Erschöpfung als Folge von „falschen“ Entscheidungen und als persönliches Versagen codiert werden.

Gesund, rein, erhaben

Die ästhetische Gestaltung von Video 56 setzt die moralische Codierung von Gesundheit fort. Ordnung, Reinheit und Helligkeit, die vor allem über die gezeigten Räume und Einrichtung produziert werden, erscheinen als Zeichen der „richtigen“ Wahl. Der „gesunde“ Alltag wird als hell, strahlend und rein inszeniert. Gesundheit wird damit zum ästhetischen Projekt, dessen Evidenz über visuelle Kohärenz hergestellt wird, die auf Vorstellungen eines hegemonialen, westlich geprägten Gesundheitsideals fußt, das primär über die Verwendung der Farbe Weiß vermittelt wird (s. Kapitel 4.1.1.).

Im Rahmen von #ThatGirl entsteht eine normative *Gesundheits*-Ästhetik, die die „healthy girl era“ als exklusiv und normschön markiert. Die so etablierte „cleane“³⁷ Ästhetik fungiert hier als visueller Marker für Reinheit, Selbstdisziplin und Moral und kann als Zeichen von „Performing Whiteness“³⁸ gelesen werden (Haehnel, 2023, S. 23). Sie wird somit zum kulturellen und sozialen Distinktionsmerkmal, das *Gesundheit* an einen bestimmten, ästhetischen und klassenspezifischen Lebensstil knüpft.

Die Creatorin fügt sich als weiß gekleidete, visuell kontrollierte Figur in diese Umgebung ein und wird zum personifizierten Symbol der *Gesundheits*-Ästhetik (s. Abb. 11e). Der Spiegel reflektiert den Körper als „gesundes“ Ideal und bestätigt ihn als Träger der

³⁷ Anm.: „Clean“ fungiert in Social-Media Trends wie #ThatGirl oder #CleanGirl als ästhetischer Code von Reinheit, Natürlichkeit und Minimalismus. Der Begriff setzt eine Dichotomie von „sauber“ vs. „schmutzig“ voraus und trägt damit zur Reproduktion sozialer Ausschlüsse (z.B. entlang von Klasse, Ethnizität, Geschlecht und Körpernormen) bei. Während der #CleanGirl-Trend diesen Code primär über einen minimalistischen Schönheitslook inszeniert, ist „clean“ im #ThatGirl-Diskurs darüber hinaus in eine Selbstoptimierungs- und Disziplinierungsästhetik eingebettet.

³⁸ Anm.: Haehnel (2023) beschreibt damit den performativen Prozess stetigen Weißwerdens mittels alltäglicher Handlungen, sozialer Praktiken und kultureller Normen und betont dabei die Rolle von Farben (Haehnel, 2023, S. 20).

Gesundheitsideologie. Der visuelle Gleichklang zwischen Raum und Körper markiert die Creatorin als „gesundes“ Subjekt, dessen Zustand ästhetisch, als Ergebnis korrekter Entscheidungen präsentiert wird. Gleichzeitig wird damit ihre (autoritäre) Position als Wellness-Guru gefestigt.

4.3.2. Video 13 – Gesundheit als quantifizierbarer Prozess

Während Video 56 zeigt, wie #ThatGirl das Idealbild eines *gesunden* Lebensstils vor allem auf ästhetischer Ebene konstruiert, inszeniert Video 13 *Gesundheit* als quantifizierbaren Prozess, der über klar definierte Schritte und numerische Vorgaben disziplinierend wirkt.

Close Reading des Videos

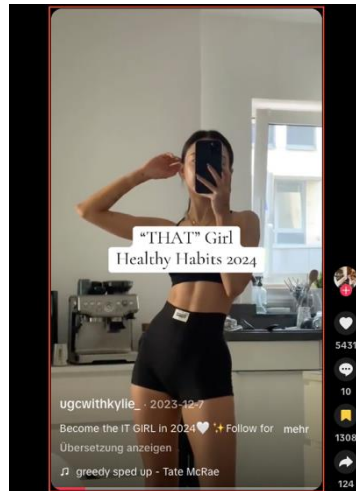
Video 13 (12.07.2023) trägt die Caption „Become the IT GIRL in 2024 🌟🌟 Follow for more! 🌟🌟.“³⁹ Der Titel, der im Video eingeblendet ist, lautet „‘THAT GIRL’ Healthy Habits 2024“⁴⁰, was den inhaltlichen Rahmen des Videos bereits absteckt. Hashtags wie #selflove #selfcare #itgirl #beauty #thatgirl #fitness #glowup2024 #healthyhabits und #healthylifestyle wirken als affektive Marker, die Gefühle von Motivation, Begehrlichkeit und moralischer Selbstverpflichtung mobilisieren, indem sie *Gesundheit* als positiv besetztes Ziel rahmen, das mittels Selbstoptimierung vermeintlich erreicht werden kann. Das Ziel ist es, ein „Glow up“⁴¹ zu durchleben und so zu #ThatGirl zu werden.

Das neun-sekündige Video folgt einer linearen Erzählweise und zeigt in fünf Schritten, welche „Gewohnheiten“ („habits“) durchzuführen sind, um zu #ThatGirl zu werden. Dabei wechseln sich POV-Kameraeinstellungen mit Einstellungen ab, die die Creatorin in Bewegung zeigen. Die eröffnende Sequenz zeigt die Creatorin im Spiegel. Sie trägt ein schwarzes Sportoutfit und präsentiert ihren schlanken, trainierten Körper. Im Hintergrund ist eine helle Küche mit weißen Möbeln zu sehen. Der Schriftzug „‘THAT’ Girl Healthy Habits 2024“ ist in der Bildmitte eingeblendet. Diese erste Sequenz präsentiert sich eher statisch, während die darauffolgenden dynamisch sind und so die „gesunden Gewohnheiten“ nicht nur plakativ darstellen, sondern gleichzeitig deren Durchführung veranschaulichen. Folgende „gesunde Gewohnheiten“ werden im Video in numerischer Reihenfolge dargestellt:

³⁹ Deutsch: „Werde das IT GIRL im Jahr 2024. Folge für mehr“ (Eigene Übersetzung)

⁴⁰ Deutsch: „‘THAT GIRL’ gesunde Gewohnheiten 2024“ (Eigene Übersetzung)

⁴¹ Def.: „Glow-Up“ (Deutsch: aufleuchten) bezeichnet einen meist körperlichen oder ästhetischen Transformationsprozess, der in sozialen Medien als sichtbares Zeichen von Erfolg, Selbstoptimierung und sozialer Anerkennung inszeniert wird. Der Trend verknüpft Gesundheit und Schönheit mit Disziplin und Konsum und repliziert dabei normative Körper- und Gesundheitsideale, indem er Veränderung als Voraussetzung für Wert und Empowerment präsentiert (Walser, 2023).



(a)

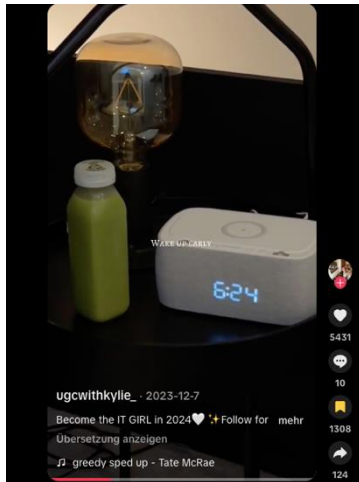
Abbildung 12: Ausschnitt aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13): (a)

1. „Wake up early“⁴² – visualisiert durch einen weißen Wecker, der die Uhrzeit 06:24 Uhr anzeigt. Daneben ist ein grüner Smoothie zu sehen (s. Abb. 13a).
2. „Workout 3-4 times a week“⁴³ - In der Bildmitte ist die Creatorin beim Durchführen von Bauchübungen im Fitnessstudio zu sehen, ihre Körpermitte ist im Fokus. Sie trägt Schwarz-Weiße Sportkleidung, im Raum im Hintergrund dominieren ebenfalls die Farben Schwarz und Weiß. Es folgt ein Schnitt zu einer anderen Einstellung, bei der besonders die Körperrückseite und Beine der Creatorin beim Ausführen einer Fitnessübung im Fokus sind (s. Abb. 13b, 13c).
3. „Eat healthy & balanced“⁴⁴ - Die Szene besteht aus zwei Schnitten, die zwei verschiedene Mahlzeiten zeigen. Zuerst sieht man einen Salat mit einer Scheibe Brot und einem grünen Getränk auf einem weißen Tisch. Danach sieht man zwei kleine Schokokuchen auf einem weißen Teller angerichtet (s. Abb. 13d, 13e).

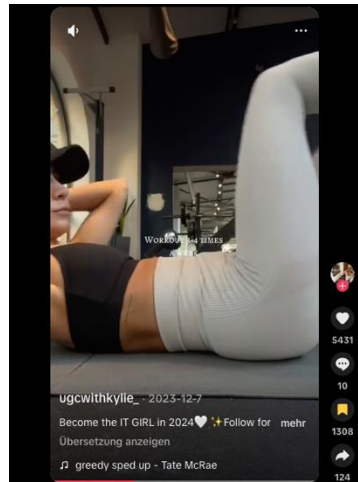
⁴² Deutsch: Stehe früh auf (Eigene Übersetzung)

⁴³ Deutsch: Trainiere 3-4 Mal die Woche (Eigene Übersetzung)

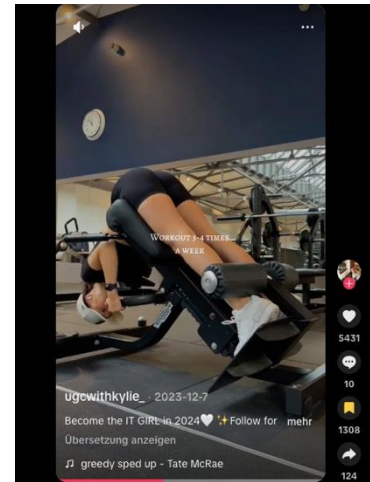
⁴⁴ Deutsch: Iss gesund und ausgewogen (Eigene Übersetzung)



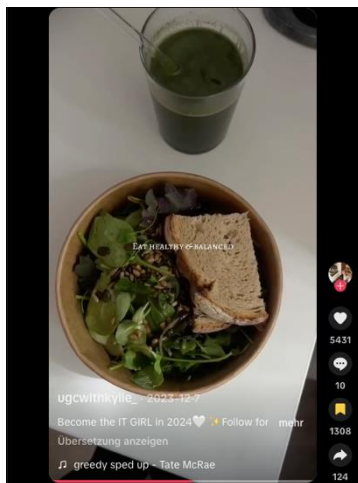
(a)



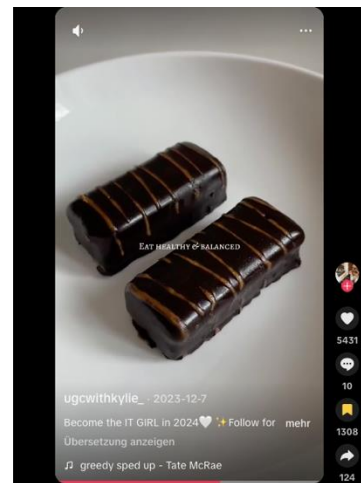
(b)



(c)



(d)



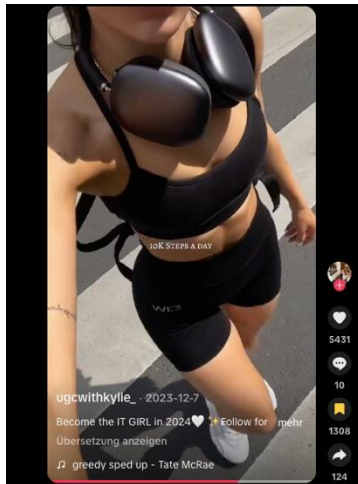
(e)

Abbildung 13. Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13): (a)-(e)

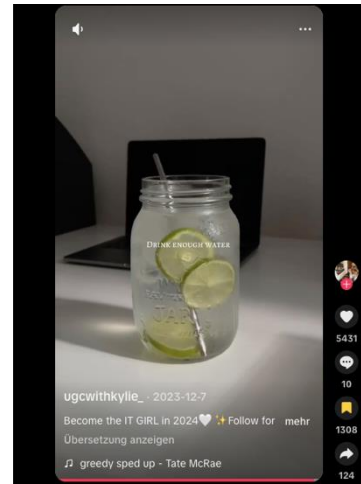
4. „10K Steps a day“⁴⁵ - Hier filmt sich die Creatorin selbst von oben beim Spaziergehen. Sie trägt ein schwarzes Sportoutfit, weiße Schuhe und schwarze Kopfhörer (s. Abb. 14a).
5. „Drink enough water“⁴⁶: Die Creatorin füllt Wasser in eine grüne Wasserflasche. In einer zweiten Szene sieht man ein großes Glas Wasser mit Limettenscheiben auf einem weißen Tisch stehen. Im Hintergrund befindet sich ein Laptop (s. Abb. 14b).

⁴⁵ Deutsch: 10.000 Schritte pro Tag (Eigene Übersetzung)

⁴⁶ Deutsch: Trinke ausreichend Wasser (Eigene Übersetzung)



(a)



(b)

Abbildung 14: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 13): (a), (b)

Das gesamte Video ist in einer klaren, minimalistischen Farbpalette aus Schwarz, Weiß und Grün gehalten. Der einheitliche Farbcode wird insbesondere über die Kleidung der Creatorin, die Einrichtung, Gegenstände und Räume im Hintergrund sowie die Nahrungsmittel vermittelt. Die Schwarz-Weiße schlichte Sportkleidung rahmt den Körper als ästhetisch kontrolliertes Objekt und lenkt die Aufmerksamkeit weniger auf die Kleidung als auf den Körper selbst. Schwarz evoziert Vorstellungen von Eleganz, Zurückhaltung und Ernsthaftigkeit, was mit neoliberalen Tugenden wie Moral und Disziplin verbunden werden kann. In Kombination verbinden Schwarz und Weiß die zentralen Eigenschaften von #ThatGirl als diszipliniert, kontrolliert, moralisch und „clean“. Grün findet sich in der präsentierten Nahrung und kann als visueller Marker von „clean eating“ und als Zeichen von Natürlichkeit, Frische und Gesundheit gelesen werden.

„Gesundheit“ als routinierte Gewohnheit

Schon die paratextuelle Gestaltung trägt zur diskursiven Verortung des Videos bei. „Become the IT Girl in 2024“ macht deutlich, dass „Gesundheit“ nicht als Ist-Zustand, sondern als Prozess, als „Werden“ verstanden wird (s. Kapitel 4.2.1.). „Gesundheit“ wird mit bestimmten, normativen Vorstellungen von Körperlichkeit verknüpft und in einen produktiven Arbeitsprozess überführt. Die Formulierung „healthy habits“ verbindet „Gesundheit“ mit Gewohnheit und unterstreicht erneut das Verständnis von „Gesundheit“ als Eigenverantwortung und individuelle Pflicht. Gleichzeitig verschleiert sie die Arbeit, die hinter der Entstehung von #ThatGirl als *gesundem* Subjekt steht. Die Vorstellung, dass „Gesundheit“ durch das mechanische Befolgen „gesunder Gewohnheiten“ erreichbar sei, operationalisiert sie und blendet soziale, psychische und strukturelle Einflüsse aus. Es wird suggeriert: Wer die im Video präsentierten „healthy habits“ praktiziert, wird „gesund“, erfolgreich und eine

optimierte Version seiner selbst. Ein „gesundes“ Leben zu führen, wird zur Frage von Disziplin, Leistungsfähigkeit und Moral.

Sowohl die Aufzählungen der „healthy habits“ als auch die Caption sind in Form von Imperativen formuliert. Die Befehlsstruktur verleiht den Paratexten und auch dem Video selbst einen Anleitungscharakter und zählt auf die oben erwähnte Logik des Transformationsimperativs ein, das zur dauernden Selbstoptimierung auffordert (s. Kapitel 4.2.1).

„Gesundheit“ als numerische Größe – Quantified Self

Die nummerierte Darstellung der einzelnen Schritte der Routine, übersetzt „Gesundheit“ in eine skalierbare Größe. Schon die Einteilung in fünf „healthy habits“ konstruiert „Gesundheit“ als kontrollierbaren und vermeintlich endlichen Prozess. Die Quantifizierung reduziert das eigene Wohlbefinden auf ein Set individueller Handlungen, die verglichen, bewertet und reproduziert werden können, und überführt „Gesundheit“ in eine neoliberale Logik von Effizienz und Selbstoptimierung (s. Kapitel 2.2.1.). #ThatGirl erscheint so als rationales, selbstverantwortliches Subjekt, das seine „Gesundheit“ aktiv steuert und fortlaufend verbessert. Die Tendenz, das eigene Selbst über Zahlen, Daten und messbare Routinen zu objektivieren und zu bewerten, positioniert #ThatGirl als Verkörperung des „Quantified Self“ (Sanders, 2017, S. 42; Han, 2014, S. 82; s. Kapitel 2.2.1).

Das erste „healthy habit“ - „Früh aufstehen“ (s. Abb. 13a) erweitert den in Kapitel 4.2.1. beschriebenen Konnex zwischen Zeit, Disziplin und Moral um die Dimension „Gesundheit“ (ebd.). Frühaufstehen wird nicht nur tugendhaft, sondern in healthistischer Logik auch als „gesund“ gerahmt (Beijbom et al., 2023, S. 5f.; Riley & Evans, 2018, S. 208). „Gesundheit“ wird so zur moralischen Kategorie gemacht, die sich über zeitliche Ordnung und Selbstkontrolle ausdrückt; wer die „gesunden Gewohnheiten“ annimmt, gilt als moralisch, wer sie nicht ausführt, wird in derselben Logik implizit als faul, undiszipliniert und damit „ungesund“ konstruiert.

Auch die Schritte zwei und vier (s. Abb. 13b, 13c, 14a) übertragen „Gesundheit“ in ein numerisches System, das körperliche Aktivitäten quantifizierbar macht. Die Zahlen „10K steps“ und „3-4 workouts“ fungieren dabei als vermeintlich objektive Beweise für Disziplin und Erfolg und definieren, was als ausreichend, „richtig“ und „gesund“ gilt. Die wiederholbare Struktur dieser Schritte ermöglicht Vergleich, Kontrolle und Reproduktion. Die Einhaltung der numerischen Angaben wird dabei als scheinbar sichtbarer Ausdruck eines „gesunden“ Körpers vermittelt. Visuell übersetzt wird der in Szene gesetzte Körper der Creatorin zum „Beweis“ für die Wirksamkeit dieser Imperative und repräsentiert kein universell erreichbares Ideal, sondern

das Resultat normativer Selbstführung. Der Körper wird zur Oberfläche der Selbstvermessung und -optimierung und zur Projektionsfläche dessen, was für #ThatGirl als „gesunde“ Norm gilt.

Auf affektiver Ebene erhält das Video damit einen quasi-empowernden Gehalt im post-/pop-feministischen Sinne, der vorgibt, der Weg zum „idealen“, dünnen und „gesunden“ Körper und weiter zum „guten“ und „gesunden“ Leben als #ThatGirl, liege allein in der disziplinierten Verfolgung dieser Routinen. Tatsächlich wird darin jedoch nur eine Form des grausamen Optimismus manifest, der strukturelle Einflüsse und Hindernisse ausblendet (Banet-Weiser, 2018; Berlant, 2011; s. Kapitel 2.3.2; 2.2.2.).

Die Körpermitte als Symbol neoliberaler Disziplin

Video 13 inszeniert den Körper als zentralen Marker für „Gesundheit“ und Disziplin. Der dünne Körper erscheint als Kernmerkmal des Gesundheitsideals im #ThatGirl-Diskurs und fungiert nicht nur als Ergebnis von Routinen und Disziplin, sondern als moralisch codiertes Zeichen neoliberaler Selbstführung (Riley et al., 2018; Fahs et al., 2017). Die im #ThatGirl-Diskurs sichtbaren Körper sind schlank bis sichtbar durchtrainiert, jung, haarlos, frei von Schweiß, Unreinheiten oder sonstigen vermeintlichen Makeln, ohne sichtbare Behinderungen, *weiß* und entsprechen damit einem heteronormativen Idealbild weiblicher Körper. Der Körper der Creatorin entspricht den hegemonialen Anforderungen an einen „normalen“ und „gesunden“ weiblichen Körper, die Körpern Kapital verleihen, das sie mächtig, sichtbar und erstrebenswert macht (Lechner, 2020, S. 22; Riley et al., 2023, S. 81).

Eine Auffälligkeit, die in Video 13 beispielhaft zu beobachten ist, ist die wiederholte visuelle Fokussierung von Bauch und Beinen, die sich als zentrales Motiv durch das Video zieht. Bereits die erste Sequenz zeigt die Creatorin im bauchfreien Sportoutfit vor dem Spiegel; das einfallende Licht betont die Bauchmuskeln und lenkt die Aufmerksamkeit gezielt auf die Körpermitte, die zum Symbol der disziplinierten und *gesunden* Lebensführung wird (s. Abb. 12a). Die wiederkehrenden Nahaufnahmen der Körpermitte, beim Workout, Spaziergang oder im Spiegel, entsprechen dem „checklist gaze“ (s. Abb. 13b, 13c, 14a; Elias et al., 2017, S. 27), einer visuellen Praxis, die den weiblichen Körper in einzelne, bewertbare Zonen zerlegt und systematisch auf Konformität mit Schönheitsnormen prüft (ebd.).

Louise Nicole Hanson et al. (2024) zeigen in ihrer länderübergreifenden Studie, dass Körpnormen in westlichen Kontexten eng mit soziokulturellen Schönheitsidealen verknüpft sind, in denen Schlankheit und ein athletischer Körper als zentrale Maßstäbe körperlicher Attraktivität und sozialer Akzeptanz fungieren (Hanson et al., 2024, S. 8, 12). Vor dem Hintergrund des in dieser Arbeit verwendeten Hegemoniebegriffs lassen sich diese Befunde als Ausdruck eines westlich-hegemonial wirksamen Schönheitsideals einordnen, dessen

Internalisierung insbesondere bei jungen Frauen mit erhöhtem soziokulturellem Druck einhergeht (ebd.). Auf diese Weise werden dominante Schönheitsnormen beständig reproduziert und der Schönheitsdruck in der jungen, weiblichen Zielgruppe verstärkt. Dünne, sichtbar trainierte Körper gelten als moralisch gut und diszipliniert und dicke als faul, schlecht und zügellos (Fahs et al., 2017, S. 85).

Die zentral platzierte und durchtrainierte Körpermitte wird zur codierten Oberfläche neoliberaler Selbsttechnologien, auf der #ThatGirl „Gesundheit“ als Resultat von Disziplin, Selbstoptimierung und moralischer Selbstverantwortung performativ sichtbar macht. Auf übergeordneter Ebene kann die durchtrainierte Körpermitte im #ThatGirl-Diskurs als Symbol verstanden werden, an dem normative Vorstellungen von Weiblichkeit, Produktivität, *Gesundheit* und Selbstkontrolle zusammenfließen.

Auffällig ist zudem, was nicht gezeigt wird: Die Creatorin bewegt sich ohne sichtbaren Schweiß, ohne Erschöpfung und scheinbar ohne Pausen. Die Bewegungen wirken kontrolliert und mühelos. Körperliche Disziplin erscheint so als scheinbar selbstverständlich. Die reale Anstrengung wird nicht nur visuell ausgeblendet, sondern durch die Videogestaltung mechanisch getilgt. Es entsteht der Eindruck, als sei „Gesundheit“ und alles, was damit zusammenhängt, ohne Mühe erreichbar, sofern die „richtigen“ Routinen befolgt werden. Die Creatorin kuratiert ihr eigenes Bild so, dass die körperliche Arbeit, die hinter der Inszenierung steckt, unsichtbar bleibt, was den Körper weniger als lebendigen, atmenden Organismus, sondern als glatte, „perfekte“ und stets kontrollierte und niemals widerspenstige Oberfläche erscheinen lässt.

Die visuelle Reinheit, die durch die Abwesenheit von Körperbehaarung, Schweiß oder anderen „Makeln“ markiert wird, wird dabei als hygienisch und damit als „gesund“ bewertet (Lesnik-Oberstein, 2013, S. 6; Paul, 2021, S. 200). Diese Ästhetik ist eng mit Vorstellungen *weißer*, bürgerlicher Weiblichkeit verknüpft, in der Reinheit, Kontrolle und visuelle Ordnung zentrale Werte sind (Sykes, 2024, S. 9).

Schließlich funktioniert die wiederholte Inszenierung derselben Körperausschnitte auch als visuelle Selbstüberwachung. Das Video stellt nicht nur eine Anleitung für Rezipientinnen dar, sondern kann der Creatorin selbst als Rückversicherung dienen. Die Darstellung des Körpers wird so zu einem performativen Akt, der das Subjekt als diszipliniert, kontrolliert und „sichtbar gesund“ positioniert. Das Subjekt macht sich selbst zum Objekt, indem es sich im Dienste eines hegemonial-healthistischen Gesundheitsideals selbst überwacht, bewertet und optimiert. So wird die Inszenierung des „gesunden“ Selbst im Rahmen von #ThatGirl zur Technologie des Selbst (s. Kapitel 2.2.1.).

Der „perfekte“ Körper in Bewegung

Neben der Fragmentierung zeigt das Video den Körper auch in Bewegung – etwa beim Training oder beim Spazieren (s. Abb. 13b, 13c, 14a). Diese Darstellungen visualisieren die permanente Arbeit am Selbst, die im #ThatGirl-Diskurs als Voraussetzung eines „gesunden“ und disziplinierten Lebens gilt. Bewegung wird nicht als Selbstzweck inszeniert, sondern als Mittel zur Herstellung eines normierten Körpers. Die Creatorin zeigt sich während der „Produktion“ ihres Körpers und visualisiert zugleich das, was Coleman (2008), als „becoming“ des Körpers beschreibt. Wie bereits in Kapitel 4.2.1. erläutert, wird Colemans Konzept des offenen, prozessualen Werdens im neoliberalen Kontext von #ThatGirl in ein normatives „Werde-die-beste-Version-deiner-selbst“ transformiert (ebd.). Vor diesem Hintergrund verdeutlicht die visuelle Inszenierung zweierlei: Zum einen, wie Bilder Körper und insbesondere normierte Körper theoretisch hervorbringen (Coleman, 2008, S. 175), und zum anderen, wie Ausschnitte des Körpers bzw. bestimmter Körperteile in Bewegung das manifeste Entstehen bzw. „Werden“ dieses normierten Körpers zeigen.

Die Schritte sind somit nicht nur ein Ziel an sich, sondern dienen der Herstellung eines normativen „perfekten“ und „gesunden“ Körpers und damit, nach den Regeln der Ökonomie der Sichtbarkeit (Banet-Weiser, 2017; s. Kapitel 2.1.3, 2.3.2), auch der sozialen Anerkennung im digitalen Raum.

Die Betonung des dünnen Körpers in Bewegung stabilisiert zudem die in #ThatGirl zentrale Gleichsetzung von Schlankheit und „Gesundheit“. Im Rahmen des postfeministischen Healthismus gilt der dünne Körper per se als Symbol für „Gesundheit“ (Riley et al. 2018, S. 81). „Gesundheit“ wird damit direkt an das Erscheinungsbild geknüpft und Schlankheit fungiert als performativer Nachweis, die *gesundheitlichen* Imperative erfolgreich umgesetzt zu haben (Harjunen, 2017, S. 68).

Clean Eating

Der kontrollierte, „gesunde“ #ThatGirl-Körper entsteht nicht nur durch disziplinierte Bewegung, sondern auch durch regulierte Ernährung, wie in Video 13 deutlich wird. Bereits die erste Szene signalisiert, mit dem neben dem Wecker platzierten grüne Smoothie, die Integration „gesunder“ Ernährung in den Tagesablauf (s. Abb. 13a). Der grüne Smoothie (s. Abb. 13a, 13d) fungiert als Symbol eines neoliberalen Gesundheitsverständnisses, das „Gesundheit“ konsumierbar macht und an Effizienz und Produktivität koppelt. Als schnell zubereitete Ersatzmahlzeit, ist er typischer Bestandteil kuratierter Morgenroutinen und Marker für „Clean Eating“⁴⁷, zugleich Ausdruck eines privilegierten, disziplinierten Lebensstils (Wilkes, 2024, S. 921, 924).

⁴⁷ Anm.: „Clean Eating“ bezeichnet eine Ernährungsform, die sich vor allem durch den Verzicht verarbeiteter Lebensmittel auszeichnet (Nicholls & Gilchrist, 2022, S. 1, 2). Als Online-Trend, der in den 2010er Jahren auf Social-Media-Plattformen entstand, ist „Clean Eating“ nicht allein als Ernährungsweise, sondern als Lebensstil zu

Weitere Lebensmittel, wie ein Salat mit Vollkornbrot, Zitronenwasser und zwei kleine Schokokuchen (s. Abb.: 13d, 14a, 14b) verankern „Clean Eating“ als zentrales Element der Transformation zu #ThatGirl. Die sterile Bildkomposition der Lebensmittel vor „dem weißen Hintergrund inszeniert Reinheit und Kontrolle. „Clean Eating“ wird im Rahmen von #ThatGirl als ästhetisch und moralisch kontrollierende Praxis dargestellt, in der „bewusste“ Ernährung als Beweis weiblicher Selbstbeherrschung und Tugend gilt. Diese Ideale sind an klassistische Ideale *weißer* Weiblichkeit gebunden (Wilkes, 2024, S. 923).

Der visuelle Wechsel zwischen Salat und Schokokuchen suggeriert eine vermeintliche Balance, die jedoch klar zugunsten des „Clean Eating“ ausfällt. Der Schokokuchen symbolisiert einen kalkulierten Bruch, der die Disziplin des Subjekts nicht infrage stellt, sondern bestätigt. Der so inszenierte „kontrollierte Genuss“, kann als „Technik *weißer* Weiblichkeit“ (Wilkes, 2024) gelesen werden, die durch die simultane Inszenierung von Normalität und Ausnahme, Nahbarkeit und moralische Überlegenheit erzeugen soll (Wilkes, 2024, S. 916).

Die Kontrolle der Ernährung über „Clean Eating“ wird implizit an Vorstellungen von Moral, Eigenverantwortung und freie Wahl gekoppelt, die von allen verlangt werden, aber nicht allen zugänglich sind. Der Verzehr der „richtigen“ Nahrung wird zum strategischen Mittel, um das Ideal des „perfekten“ „gesunden“ Subjekts anzunähern, für das #ThatGirl exemplarisch steht.

Im Kontext von „Gesundheit“ & Wellness positioniert sich #ThatGirl als „gesundes“ und moralisches Subjekt. *Gesundheit* wird dabei über Konsumästhetik und Körperlichkeit inszeniert, die von Normativität und Ausschlüssen geprägt sind. Die Vorstellung eines „gesunden“ Körpers ist eng mit hegemonialen Schönheitsidealen und Moral verknüpft. Dabei gelten Schlankheit, „Reinheit“ und Kontrolle als Insignien eines „gesunden“, weiblichen Körpers.

4.4. Schönheitsarbeit als Disziplin: #ThatGirl als ästhetische Unternehmerin

An die zuvor herausgearbeitete Verbindung von Gesundheit, Disziplin und Konsum schließt Schönheitsarbeit als spezifische Form ästhetischer Arbeit an, die im #ThatGirl-Diskurs als zentrale Self-Care-Technik dient. Während „Gesundheit“ als Voraussetzung für Schönheit erscheint, wird Schönheitsarbeit zugleich zur Bedingung algorithmischer Sichtbarkeit und damit zu einem zentralen Mechanismus neoliberaler Selbstvermarktung. Je stärker eine Creatorin dem #ThatGirl-Schönheitsideal entspricht, desto größer ist ihre algorithmische

verstehen, der fest im neoliberalen Gesundheitsdiskurs verankert ist und gewisse Weiblichkeits-, und Körpernormen prägt und bestimmt und damit auch im visuellen und ideologischen Kosmos von #ThatGirl vertreten ist (ebd.).

Anschlussfähigkeit und damit ihre potenzielle Sichtbarkeit (Elias et al., 2017, S. 39). Um sich diesem Schönheitsnormen anzupassen, agiert #ThatGirl als ästhetische Unternehmerin ihrer Selbst und macht das eigene Erscheinungsbild zum Arbeitsort, an dem ritualisierte ästhetische Praktiken verrichtet werden, um soziales, ökonomisches und kulturelles Kapital innerhalb plattformökonomischer Strukturen zu generieren (Elias et al., 2017, S. 34f, 39).

Unter dem Begriff Schönheitsarbeit lassen sich Praktiken fassen, „(...) durch die Körper mithilfe von Disziplin, Kontrolle und Konsum kontinuierlich verschönert, gepflegt und bewertet werden“ (Elias et al., 2017, S. 3). Sie fungiert als spezifische, performative Form neoliberaler Subjektivierung, in der Frauen, als für ihr Aussehen selbstverantwortliche ästhetische Unternehmerinnen adressiert werden (Elias et al., 2017, S. 5; Orbach in Elias et al., 2017, S. VII). In postfeministischen Kontexten wird diese Arbeit häufig entpolitisiert und als Selbstliebe, Self-Care oder Empowerment gerahmt, obwohl sie auf sozialen, ökonomischen und rassifizierten Normen beruht (Dosekun, 2017, S. 177; Banet-Weiser, 2015, S. 274). Diese affektive Rahmung verdeckt die materiellen Voraussetzungen von Schönheitsarbeit wie Zeit, Geld und Wissen, und die disziplinierende und normierende Wirkung der Praktiken selbst (Lechner, 2020, S. 25).

Im untersuchten Korpus fehlen Körper, die von den im Diskurs konstruierten Normen abweichen: Dicke Körper, Körper mit Behinderungen, sichtbarer Körperbehaarung, Tattoos, Piercings oder kurzen Haaren sind ebenso abwesend wie Schwarze Creatorinnen. Innerhalb des algorithmischen Systems TikToks wird Konformität (plattform-)ökonomisch belohnt und Differenz unsichtbar macht. Damit werden lookistische Strukturen sichtbar, die Körper entlang von Klasse, Ethnizität und Attraktivitätsnormen hierarchisieren (Lechner, 2020, S. 21f.). In den analysierten TikTok-Videos materialisieren sich diese Normen und lassen ein eng abgestecktes Schönheitsideal entstehen, das hegemonial wirkt und durch spezifische Techniken hervorgebracht wird. Bei #ThatGirl konzentriert sich Schönheitsarbeit vor allem auf die sichtbaren Körperoberflächen wie Gesicht, Haut und Haare. Mehrstufige Haut- und Haarpflegerroutinen inszenieren eine idealisierte, „cleane“ Weiblichkeit, die alltäglich, mühelos und „natürlich“ erscheinen soll, obwohl sie hochgradig kuratiert, zeitintensiv und produktbasiert ist (Elias et al. 2017, S. 34f.).

Im Folgenden wird analysiert, wie Hautpflege-Routinen im #ThatGirl-Diskurs als Teil eines normativen Self-Care-Regimes inszeniert werden, das Arbeit am Gesicht als Ausdruck von Disziplin und Zugehörigkeit präsentiert. Es wird gezeigt, welche Vorstellungen von Weiblichkeit durch diese Praktiken (re)produziert werden und wie sie mit Konsum, Klassenzugehörigkeit

und rassifizierte Körpernormen verwoben sind und welches Schönheitsideal dabei entworfen wird.

4.4.1. Video 11 – Die klassische Skincare⁴⁸-Routine

In Video 11 wird die Relevanz von Skincare als Hauptteil der Schönheitsarbeit, die #ThatGirl verrichtet, deutlich. Gleichzeitig wird sichtbar, wie Hautpflege zur subjektivierenden Technologie des Selbst wird und welches normierte Schönheitsideal damit vermittelt wird.

Close Reading des Videos

Video 11 vom 04. 08. 2024 zeigt in 50 Sekunden und 65 Sequenzen eine detaillierte Hautpflegeroutine bestehend aus 16 Schritten. Die Caption lautet „asmr Skincare routine 🧴💧🧖“ und wird durch Hashtags wie #asmr, #skincare, #thatgirl, #thatgirlaesthetic, #cleangirl, #viral, #fyp ergänzt. Während der ersten fünf Sekunden ist die Texteinblendung „THAT GIRL skincare routine“ sichtbar.

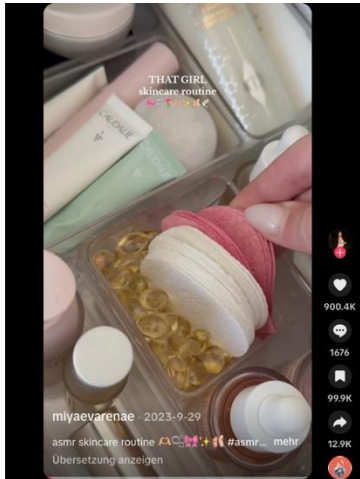
Jeder der 16 Schritte bildet eine eigene Sequenz, in der ein neues Produkt verwendet wird. In mehreren Einstellungen sind zusätzlich zahlreiche weitere Produkte im Hintergrund sichtbar, was die Produktfülle als Teil der Subjektivierung von #ThatGirl betont. Die Hautpflege-Routine folgt einem repetitiven visuellen Schema: Zunächst wird das Pflegeprodukt aus einem breiten Produktportfolio ausgewählt, anschließend vorbereitet und im dritten Schritt aufgetragen bzw. angewendet. Dieses Schema ist typisch für Skincare-Routinen und wurde im gesamten Korpus beobachtet.

Visuell reiht sich das Video in die typische, beschriebene #ThatGirl-Ästhetik ein (s. Kapitel 4.1.1.). Natürliches Sonnenlicht wird gezielt eingesetzt und akzentuiert besonders die Hautoberfläche. Insgesamt entsteht eine Bildkomposition, die über Helligkeit, Farbkohärenz und rhythmische Schnitte eine Atmosphäre von Reinheit, ästhetischer Kontrolle und Hyperfemininität erzeugt (s. Abb. 15a-15k).

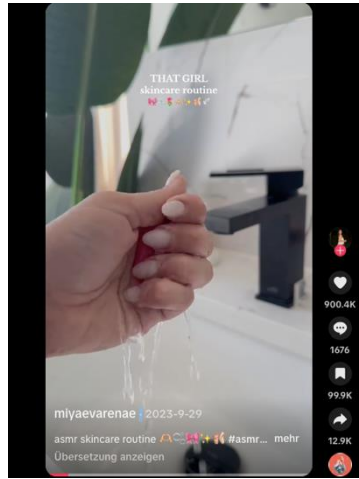
Auditiv ist das Video mit dem Song „Dance You Outta My Head“ von Cat Janice unterlegt, der eine positive Grundstimmung erzeugt und die aufwendige Pflegeroutine affektiv als mühelos und angenehm rahmt und zu dem Self-Care Versprechen beiträgt. Trotz der Kennzeichnung des Videos als „asmr skincare routine“, sind keine klassischen ASMR-Geräusche zu hören, die entsprechenden Bewegungen, etwa das Tippen auf Verpackungen, werden visuell angedeutet. Dies deutet darauf hin, dass die ursprünglichen ASMR-Töne durch Musik ersetzt

⁴⁸ Anm.: Die Begriffe „Hautpflege“ und „Skincare“ werden in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet. Der englischsprachige Begriff „Skincare“ ist im deutschsprachigen Mediendiskurs etabliert und wird insbesondere in popkulturellen Kontexten regelmäßig verwendet.

wurden. Der verwendete Sound ist ein viraler TikTok-Sound, der in 4,8 Millionen Beiträgen genutzt wurde⁴⁹ und kann als strategisches Mittel der Steigerung von Sichtbarkeit und algorithmischer Anschlussfähigkeit verstanden werden (Abdin, 2021, S. 7ff.).



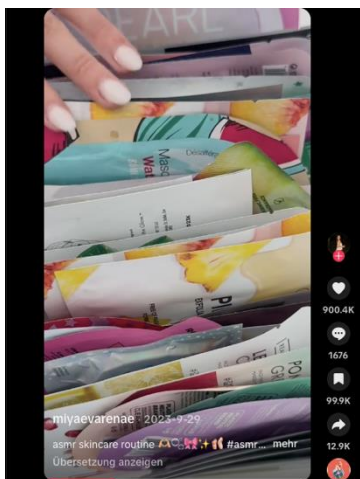
(a)



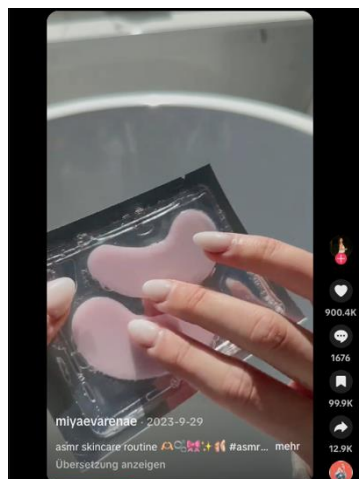
(b)



(c)



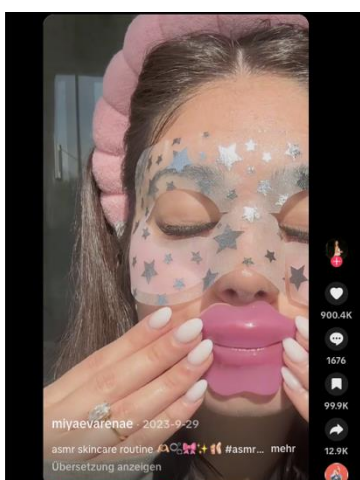
(d)



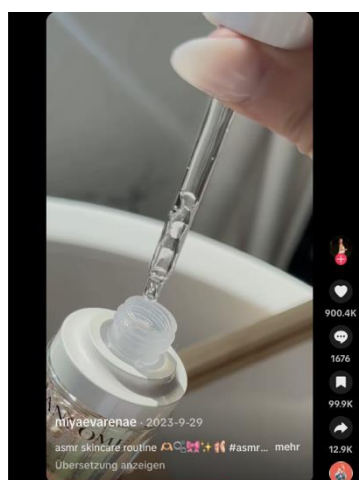
(e)



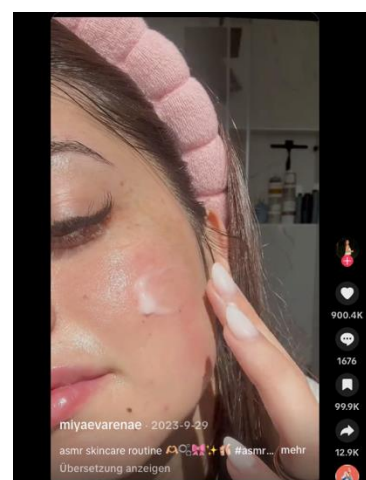
(f)



(g)

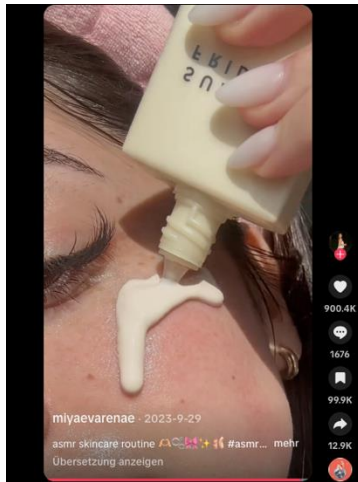


(h)

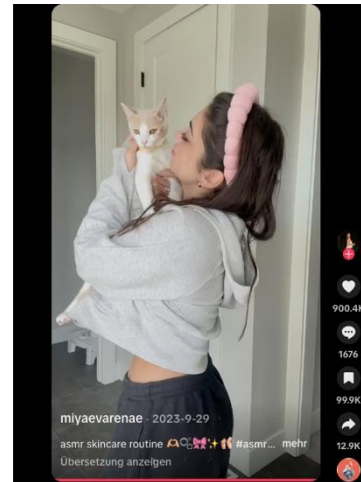


(i)

⁴⁹ Anm.: laut TikTok-Angabe auf der Audiodetailseite am 15. Oktober 2025.



(j)



(k)

Abbildung 15: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 11): (a)-(k)

Die Rationalisierung der Schönheitsarbeit: Das Gesicht als Produktionsort

Die in Video 11 dargestellte Skincare-Routine inszeniert Schönheitsarbeit als präzise strukturierte, standardisierte und wiederholbare Praxis. Die Schritt-für-Schritt-Logik macht die ästhetische Arbeit nachvollziehbar und konsumierbar. Innerhalb der Schritt-für-Schritt-Logik entfaltet sich eine wiederkehrende Drei-Schritt-Abfolge bestehend aus Auswahl, Vorbereitung, Auftrag. Sie überführt die Praktiken der Schönheitsarbeit in eine tayloristische Produktionslogik, in der Schönheit nicht als individueller Zustand erscheint, sondern als normiertes Ergebnis kontrollierter Prozesse, was gemeinsam mit der rhythmisierten Schnittfolge visuell Effizienz produziert und die Creatorin (und #ThatGirl) als diszipliniertes, selbstreguliertes Subjekt markiert (Elias et al. 2017, S. 39).

Den Beginn des „Produktionsprozess Schönheit“ macht die Auswahl der Produkte (s. 15a, 15d, 15e). Die Inszenierung der Produktfülle, aus der gewählt wird, suggeriert Kompetenz, Konsumfähigkeit und Wahlfreiheit. Mit der Darstellung der Produktwahl bezieht die Creatorin die Rezipierenden in den Entscheidungs- und Vorbereitungsprozess mit ein, was als Chiffre für Alltäglichkeit gelesen werden kann, und Nähe und Authentizität erzeugen soll (Banet-Weiser, 2018, S. 276). Schönheitsarbeit wird so als selbstverständlicher, angenehmer Teil des täglichen Lebens und der #ThatGirl-Routine gerahmt (ebd.).

Gleichzeitig positioniert die standardisierte Abfolge, ähnlich wie im vorigen Kapitel bereits dargelegt, die Creatorin als Expertin verkörperter Schönheitsarbeit. #ThatGirl kann damit nicht nur als Lifestyle- bzw. Wellness-Guru, sondern auch als „Schönheits-Guru“ verstanden werden. Sie entscheidet und demonstriert gezielt, welche Produkte wie zu kombinieren sind, um zu #ThatGirl zu werden. Die Anwendung selbst wird konkret dokumentiert und ästhetisch aufgeladen: Das Einmassieren von Cremes, das Auflegen von Masken und das Auftragen von Seren wird in ruhigen, gleichmäßigen Bewegungen und Nahaufnahmen als kontrollierte,

beinahe meditative Handlung gezeigt. So wird die physische Arbeit ästhetisiert, von ihrem Arbeitscharakter entkoppelt und zur Self-Care Praxis umgedeutet. Der ritualisierte Ablauf rahmt Schönheit als Ergebnis von Wissen, Disziplin und Konsum und verankert sie in neoliberalen Vorstellungen von Arbeit, Moral und Leistung. Weibliche Leistungsfähigkeit wird an die Fähigkeit geknüpft, den eigenen Look möglichst nahe an hegemoniale Schönheitsnormen anzupassen. Je näher das Subjekt dem Ideal erscheint, desto kompetenter und leistungsfähiger gilt es und vice versa. #ThatGirl erscheint so als ästhetische Unternehmerin des Selbst, die sich durch performative Selbstpflege öffentlich als kontrolliertes, verantwortungsbewusstes Subjekt zeigt (Elias et al., 2017, S. 39).

Als zentrale Produktionsstätte der Schönheitsarbeit in Video 11 fungiert das Gesicht, das mittels der durchgeführten Routinen fragmentiert und so in einzelne, bearbeitbare Zonen unterteilt wird. Bei der Anwendung der Produkte liegt der Fokus jeweils auf der Gesichtspartie, an der gerade gearbeitet wird. In Video 11 sind das abwechselnd Wangen, Augen und Lippen (s. Abb. 15c, 15f, 15g, 15i, 15j). Das Gesicht wird zum „Rohstoff der Selbstoptimierung“ (Greif & Sarfert, 2017, S. 31), zu einer Ressource, die erhalten werden muss, dem #ThatGirl-Schönheitsideal weiter entsprechen zu können. Das Gesicht wird zur Arbeitsfläche, auf der Schönheit Schritt für Schritt produziert wird und avanciert damit zum Produktionsort einer normierten Weiblichkeit, die stets darum bemüht ist, hegemonialen, patriarchal geprägten Anforderungen zu entsprechen. Gleichzeitig wird das Gesicht zum Spiegel des Resultats und fungiert in weiterer Folge als Kapital, das zur Steigerung der Sichtbarkeit beiträgt.

Natürlich, „leuchtend“, makellos: Das #ThatGirl-Schönheitsideal

Video 11 macht das oben angedeutete im #ThatGirl-Diskurs konstruierte und zirkulierende Schönheitsideal exemplarisch sichtbar. Dieses Ideal wird konstituiert sich vor allem über Merkmale wie makellose, glatte, junge, strahlende Haut sowie glänzendes, langes Haar. Eigenschaften, die als visuelle Chiffren dienen, durch die #ThatGirl als Verkörperung „natürlicher Schönheit“ (Rhodes, 2006, nach Nicholls & Gilchrist, 2022, nach S. 117) lesbar wird und als attraktive, begehrte weibliche Figur erscheint (ebd.).

Die Wirkung des Ideals wird wesentlich von der videoästhetischen Inszenierung beeinflusst. Insbesondere Lichtführung und Nahaufnahmen verstärken den Eindruck von Glätte, Reinheit und Strahlkraft der Haut. Das Licht lenkt den Blick auf die glatte, reine, *weiße* und jugendliche Haut der Creatorin und lässt sie buchstäblich leuchten. Gleichzeitig bringt das Licht die aufgetragenen Produkte zum Glänzen (s. Abb. 15c, 15i, 15j). Besonders das Auftragen von Seren und Cremes wird in Szene gesetzt, indem gezeigt wird, wie die Flüssigkeiten über die Haut perlen und dabei der Glanz reflektiert wird, was die Wirksamkeit der Produkte betonen

soll. Die Kombination aus Bewegung, Licht und Glanz markiert die Hautpflege als wirksamen, nachhaltigen Prozess.

Diese Lichtinszenierung im Rahmen der Schönheitsarbeit ist im Korpus als Stilmittel wiederholt zu beobachten und bindet #ThatGirl diskursiv an das Konzept der „leuchtenden Weiblichkeit“⁵⁰ (Nicholls & Gilchrist, 2022; Wilkes, 2024). „Leuchtende Weiblichkeit“ kann als Ausdruck hegemonialer Vorstellungen „natürlicher Schönheit“ verstanden werden, die *weiße* Weiblichkeit als Ideal versteht und *Weißsein* damit zur impliziten Voraussetzung für Schönheit macht (Wilkes, 2024, S. 925). Der gezielte Einsatz von (Sonnen-)Licht dient dabei dazu, das Idealbild der *weißen* Frau zu betonen und sie symbolisch zu „erleuchten“ (Nicholls & Gilchrist, 2022, S. 117; Wilkes, 2024, S. 924). Die glänzende Haut fungiert als sichtbarer Ausdruck eines vermeintlichen „inneren Leuchtens“ *weißer* Frauen und produziert ein Bild *weißer* Weiblichkeit, das *Weißsein* nicht nur als normativ, sondern als geradezu übernatürlich erscheinen lässt (Wilkes, 2024, S. 928). Auf affektiver Ebene erzeugt das Sonnenlicht Wärme und Positivität und verstärkt die Vorstellung von #ThatGirl als das „perfekte“ feminine, *weiße* Subjekt. Die Nahaufnahmen der reinen, glatten Haut konstruieren zudem Nähe und Transparenz und rahmen #ThatGirl als makellose Oberfläche, die nichts zu verbergen hat.

Auffällig ist dabei, dass sich die Creatorinnen, wie auch in Video 11, in ihren Videos meist ungeschminkt zeigen. Diese Inszenierung verstärkt die Simulation von Natürlichkeit und das Ideal einer scheinbar mühelosen „natürlichen Schönheit“. Gleichzeitig ist die Natürlichkeit jedoch konstruiert und wird durch eine Vielzahl eingesetzter Produkte, ritualisierter Abfolge der Pflege und audiovisuelle Gestaltung hervorgebracht. Die Farbgestaltung mit *Weiß* als Symbol für Sauberkeit und Neutralität und Rosa und Pastelltönen als Codes für Sanftheit und hyperfeminine Weiblichkeit übersetzt diese Werte visuell. Sichtbare ästhetische Eingriffe wie etwa Wimpernverlängerungen, manikürte Fingernägel und präzise geformte Augenbrauen destabilisieren dieses Ideal jedoch und legen die materielle und zeitintensive Arbeit offen, die notwendig ist, um „Natürlichkeit“ überhaupt herzustellen (s. Abb. 15b). Natürlichkeit erscheint somit nicht als gegebener Zustand, sondern als Resultat disziplinierter Praxis, kontrollierten Konsums und permanenter Selbstüberwachung. Diese Logik entspricht Dosekuns „ästhetischer Wachsamkeit“⁵¹ (2017), mit der sie eine Form kontinuierlicher Selbstüberwachung beschreibt, die darauf abzielt, stets „natürlich perfekt“ zu erscheinen (Dosekun, 2017, S. 182).

Eng mit dieser konstruierten Natürlichkeit verbunden ist die Inszenierung von Makellosigkeit. Das in Video 11 vermittelte Schönheitsideal stützt sich zentral auf die Darstellung von

⁵⁰ Anm.: Eigene Übersetzung. Die originale Bezeichnung lautet „glowing femininity“ (Nicholls & Gilchrist, 2022: S. 117; Wilkes, 2024: S. 928)

⁵¹ Anm.: Original: „aesthetic vigilance“ (Dosekun, 2017: S. 182)

Makellosigkeit, die ebenfalls über die glatten, scheinbar perfekten Hautoberflächen transportiert wird (s. Abb. 15c, 15, 15g, 15i, 15j). Nahaufnahmen fokussieren glatte Zonen wie Stirn, Wangen und Lippen und blenden systematisch alles aus, was als „unrein“ oder „unperfekt“ gelten könnte, wie Hautunreinheiten, Körperbehaarung, Falten oder andere Irritationen. Diese visuelle Abwesenheit ist nicht zufällig, sondern konstitutiv für die Konstruktion des Ideals #ThatGirl. Erst durch die Tilgung des „Unreinen“ entsteht das Bild des „Perfekten“. Das Nichtgezeigte fungiert damit als implizite Gegenfolie, vor deren Hintergrund Disziplin, Kontrolle und Optimierung sichtbar werden. Das „Andere“, „Hässliche“, „Unreine“, „Unkontrollierte“ werden implizit, als das markiert, was es durch ästhetische Praktiken zu tilgen gilt.

Bemerkenswert ist dabei, dass das Video zwar detailliert dokumentiert, wie Produkte ausgewählt und aufgetragen werden, dass „Davor“ jedoch vollständig verschwindet. Das „Nachher“ erscheint nicht als Ergebnis von Arbeit, sondern als natürlicher Zustand. Diese ästhetische Strategie verschleiert den Arbeitscharakter, der hinter dem Schönheitsideal steckt und stabilisiert es zugleich. Glätte, Reinheit und „Natürlichkeit“ und Makellosigkeit werden zu Zeichen gelungener Selbstführung, Selbstkontrolle und Zugehörigkeit. In dieser Logik ist Schönheit in ein kapitalistisches Regime der Sichtbarkeit eingebunden, in dem die glatte, reine Haut und glatte, „reine“ und „natürliche“ Körper nicht nur zum Attraktivitätsmaßstab, sondern zur Voraussetzung sozialer und digitaler Sichtbarkeit im #ThatGirl-Diskurs werden. Schönheit erscheint als biopolitische Ressource, die durch Arbeit, Disziplin und Konsum hervorgebracht wird und zugleich Voraussetzung sozialer und digitaler Sichtbarkeit im #ThatGirl-Diskurs ist. Gerade diese Entkopplung von Arbeit und Ergebnis führt dazu, dass ästhetische Arbeit nicht als solche anerkannt, sondern als Self-Care umgedeutet und ästhetisiert wird. Dadurch wird nicht nur die Anstrengung unsichtbar gemacht und als authentischer Ausdruck des Selbst ästhetisiert, sondern auch der größere kulturelle Kontext, in den das Schönheitsideal und die Schönheitsarbeit gebettet sind, ausgeblendet. Verantwortung verschiebt sich dadurch auf das Individuum: Sichtbarkeit, Konformität und Erfolg erscheinen als Ergebnis persönlicher Wahl oder Disziplin und nicht als Resultat voraussetzungsreicher, normierter Praktiken. Dem Schönheitsideal zu entsprechen, wird in dieser Logik, ähnlich wie ein „gesundes“ Leben zu führen, zur moralischen Verpflichtung und zum Beweis eines „guten Lebens“. In diesem Sinne lässt sich das #ThatGirl-Schönheitsideal als Ausdruck eines „grausamen Optimismus“ lesen, der Natürlichkeit, Selbstliebe und Zugehörigkeit verspricht zugleich jedoch an ein strukturell unerreichbares Ideal bindet und den Kreislauf permanenter Selbstoptimierung stabilisiert (Berlant, 2011; s. Kapitel 2.2.2).

Hegemoniale Vorstellungen von „Natürlichkeit“ und Makellosigkeit, wie sie hier überliefert werden, sind historisch mit Konzepten *weißer*, bürgerlicher Weiblichkeit verknüpft, in denen Anmut, Reinheit und Selbstkontrolle als normative Eigenschaften von Schönheit gelten (Wilkes, 2024, S. 925). Für Schwarze Frauen hingegen ist „Natürlichkeit“ historisch häufig mit kolonialen Zuschreibungen von „Unkontrolliertheit“, „Widerspenstigkeit“ und „Wildheit“ verbunden, wodurch sie implizit systematisch außerhalb des hegemonialen Ideals positioniert werden (Joseph-Salisbury & Connelly, 2018, o.S.). Diese rassifizierte Logik stabilisiert *Weißsein* als universale Norm des „perfekten“ Weiblichen und schließt zugleich andere Formen von Körperlichkeit aus. Im Korpus entsprechen nahezu alle gezeigten Figuren diesem Ideal; wenige Ausnahmen, in denen Schwarze Creatorinnen als #ThatGirl auftreten, orientieren sich häufig an den im Diskurs zirkulierenden visuellen Codes.

Die #ThatGirl Konsumästhetik

Das Ideal „natürlicher“ Makellosigkeit wird wesentlich über die materielle Präsenz von Produkten hergestellt. Schönheit wird damit untrennbar an Konsum gebunden.

Die Creatorin verwendet für jede Gesichtspartie jeweils eigene Produkte (z.B. Augenpads, Augenmaske, Lippenmaske, Gesichtsmaske). Die Produktfülle wird ästhetisch inszeniert: Die Verpackungen der Produkte sind in Weiß, Rosa, Mint oder Hellgelb gehalten und reihen sich damit in die typische #ThatGirl-Ästhetik ein. Zudem sind sie sortiert und geordnet gelagert, was Schönheit und Schönheitsarbeit mit Ordnung und Kontrolle verbindet (s. Abb. 15a, 15d). Gleichzeitig findet eine Fetischisierung der Produkte statt: Ihre glänzenden Oberflächen, ihre ritualisierte Anwendung und ihre affektive Aufladung lassen sie zu Symbolen moralischer und ästhetischer Reinheit werden. Die produktfokussierte Inszenierung von Schönheitsarbeit verdeckt den Arbeitsaspekt und bindet Schönheit an Besitz und Anwendung konkreter Produkte (McClintock, 1995; Gill, 2007; Elias et al., 2017).

Sichtbar platzierte Marken, die immer wiederkehren (z.B. Lancôme, Claudalie, Gisou, Summer Fridays) fungieren als Zugehörigkeitsmarker und etablieren #ThatGirl als Lifestyle-Marke, deren Wert sich über Konsumgüter und Markenbewusstsein definiert und so Weiblichkeit unmittelbar an Konsum knüpft (Wiens & MacDonald, 2021, S. 220). Solche Inszenierungen überführen Self-Care in eine kommodifizierte Lebenspraxis, in der Wohlbefinden und Selbstfürsorge über Konsumobjekte vermittelt werden (Wiens & MacDonald, 2021, S. 220f.). Die Produkte fungieren als materielle Marker von Selbstwert und Klassenzugehörigkeit. Der Besitz und die Verwendung vieler Pflegeprodukte verdeutlichen den Willen zur Optimierung und zahlen in die „invest in yourself“⁵²-Erzählung ein, die ökonomische Investitionen werden

⁵² Anm.: Dieses Narrativ ist innerhalb der Kosmetik-Industrie altbekannt. So wirbt beispielsweise L'Oréal Paris seit Jahrzehnten mit dem Slogan „Weil wir es uns wert sind“ und verknüpft damit auch den Konsum und Besitz

mit moralischer Selbstverantwortung und Selbstliebe verbinden. Wer sich selbst genug wert ist, investiert in sich selbst und damit in sein Aussehen. Schönheit bzw. Attraktivität wird damit gleichzeitig auch mit weiblichem Selbstwert gleichgesetzt, der wiederum an eine spezifische Klassenzugehörigkeit gebunden wird, was Ausschlüsse kreiert und Schönheit zu einem exklusiven Produkt macht. Die gezielte Wahl und Verwendung bestimmter Produkte wird so zum Marketing-Instrument in der Einordnung des Selbst in die Marke #ThatGirl.

4.4.2. Video 29 - Der Spiegel als Technologie der Selbstkontrolle

Während Video 11 die Arbeitsprozesse, Konsumlogiken und das Schönheitsideal der #ThatGirl-Schönheitsarbeit sichtbar macht, verdeutlicht Video 29 die zentrale Rolle des Spiegels als Kontrollinstanz. Es zeigt, wie Schönheitspraktiken nicht nur durch Produkte und Routinen, sondern durch mediale Selbstbezüglichkeit und permanente Selbstüberwachung strukturiert werden.

Close Reading des Videos

Video 29, veröffentlicht am 27.05.2023, zeigt in 27 Sekunden eine kuratierte Abendroutine, bestehend aus Haut-, Haar- und Haarpflege, Teezubereitung und Zubettgehen. Die einzelnen Schritte sind mit Zeitstempeln versehen, was die verrichtete Schönheitsarbeit als planbaren, messbaren und reproduzierbaren Produktionsprozess rahmt und Schönheitsarbeit in eine Logik von Effizienz, Disziplin und Selbstoptimierung überführt. Im Video dominiert eine hyperfeminine Ästhetik, geprägt durch die Farben Rosa und Pink, bei zugleich sichtbarer Markenpräsenz. Das zentrale Element des Videos ist jedoch der Spiegel, der das permanente Gegenüber der Creatorin bildet.

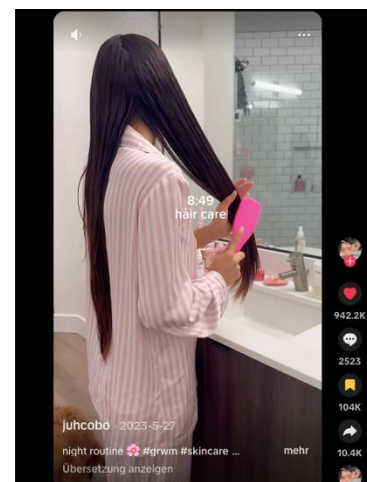
bestimmter Kosmetikprodukte an den weiblichen Selbstwert und macht ihn so zum Verkaufsargument (L'Oréal Paris, n.d.).



(a)



(b)



(c)



(d)

Abbildung 16: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 29): (a)-(d)

Der Spiegel als Kontrollinstanz

In mehreren Sequenzen erscheinen Körper und Gesicht der Creatorin ausschließlich über die Spiegelreflexion (s. Abb. 16a-16c). Diese Perspektive erzeugt zum einen Nähe und Intimität und fungiert zugleich als Instrument der Selbstüberwachung. Im #ThatGirl-Diskurs ist der Spiegel als zentrales, wiederkehrendes und bedeutsames Element zu beobachten. Er ist fester Bestandteil der Räume, in denen TikToks produziert werden und taucht im gesamten Korpus wiederholt auf. Dabei erfüllt er mehrere Funktionen. Zum einen reflektiert er das etablierte Schönheitsideal, verstärkt die Normierung dessen und ist Beweisträger des Erfolgs der ästhetischen Unternehmerin; zum anderen fungiert er als einziges „Gegenüber“ im Raum und wirkt als Korrektiv und als Kontrollinstrument und ermöglicht er der Creatorin die permanente Überwachung und Beobachtung des eigenen Körpers und die Evaluation hinsichtlich des angestrebten #ThatGirl-Status. Der Blick in den Spiegel materialisiert den internalisierten, kontrollierenden Blick von außen, dem weibliche Subjekte in der digitalen

Öffentlichkeit unterworfen sind (Gill, 2007, S. 154ff.). Er mahnt zur fortwährenden Optimierung des Selbst nach den Regeln des #ThatGirl-Diskurses.

Darüber hinaus trägt der Spiegel zur Objektivierung des Selbst bei, indem er es optisch reflektiert und sowohl für die Creatorin als auch für die Rezipierenden konsumierbar und kontrollierbar macht. Diese doppelte Konsumierbarkeit folgt der Logik des Warenfetischismus, wie Anne McClintock (1995) ihn beschreibt. Der Spiegel löscht die Spuren der Arbeit und ersetzt sie durch eine polierte Oberfläche, auf der sich Objekte scheinbar von selbst vervielfältigen. Es entsteht eine „Ökonomie der Selbsterzeugung“ (McClintock, 1995, S. 138), in der Gesicht und der Körper zur Bühne der Warenpräsentation werden (ebd.). Die Spiegeloberfläche verwischt die Grenze zwischen Privatem und Öffentlichem und ersetzt die materiellen Spuren der Arbeit durch die Inszenierung von Ordnung, Reichtum und Kontrolle (ebd.). Weiblichkeit erhält so einen Ausstellungswert, der sich aus Sichtbarkeit, Schönheit und Präsentation speist. (ebd.)

Haare als Marker von Norm, Klasse und Zugehörigkeit

Ergänzend zur Gesichtspflege rückt Video 29 auch die Haare als zentrales Objekt ästhetischer Arbeit in den Fokus. Das lange, glatte und glänzende Haar wird inszeniert, gebürstet und mit Haaröl behandelt (s. Abb. 16c). Haare fungieren ebenso wie Haut als visuelle Marker von Disziplin, Kontrollierbarkeit und Klassenzugehörigkeit. Wie in Video 29 sind die Haare von #ThatGirl fast ausschließlich lang, glänzend und glatt bis wellig; andere Haarformen wie krauses, stark gelocktes oder kurzes Haar sind kaum sichtbar. Wie Schnackenberg (2016) betont, ist Haartextur ein kulturell bedeutungsvolles Symbol von Feminität und ethnischer Zugehörigkeit (Schnackenberg, 2016, S. 104). Die Dominanz glatter Haare reproduziert ein *weißes*, eurozentrisches Schönheitsideal, das rassifizierte Körper dazu drängt, sich diesen Normen anzupassen, um am Diskurs teilhaben zu können (ebd.). Gleichzeitig unterdrückt dieses Schönheitsideal individuelle Diversität und stabilisiert hegemoniale Normen.

Video 29 zeigt als komplementäres Beispiel zu Video 11, wie Schönheitsarbeit im #ThatGirl-Diskurs nicht allein durch die Nutzung verschiedener Produkte und das Einhalten spezifischer Routinen konstruiert wird, sondern wesentlich durch mediale Selbstbezüglichkeit und Selbstdisziplinierung durch den Spiegel strukturiert ist. Beide Videos verdeutlichen, wie ästhetische Unternehmerinnenschaft im Diskurs performativ erzeugt wird.

4.5. Ordnung & Raum: Häusliche Subjektivierung im #ThatGirl-Diskurs

Ästhetische Arbeit beschränkt sich bei #ThatGirl nicht auf Körper und Gesicht, sondern erweitert sich auf den Raum, in dem sich die Creatorinnen bewegen. Hausarbeit wird zur

symbolischen Erweiterung der Gesichts- und Körperpflege und übersetzt die Arbeit am Äußeren in ästhetische Arbeit am Heim, die ebenfalls normierten „Schönheitsidealen“ unterliegt.

Unter „ästhetische Arbeit am Heim“ werden klassische Tätigkeiten der Hausarbeit⁵³ wie Putzen, Aufräumen oder die Gestaltung und Instandhaltung des Wohnraums verstanden. Diese Tätigkeiten sind Teil unbezahlter, reproduktiver Care-Arbeit, die das soziale Leben sichert, zugleich aber gesellschaftlich entwertet und historisch weiblich codiert ist (Duffy, 2016, S. 444). Auf Social-Media erfährt Hausarbeit eine diskursive Umdeutung: „Cleanfluencerinnen“ inszenieren sie als affektiv aufgeladene Praxis, als „Me-Time“, Hobby oder gar therapeutische Praxis (Casey & Littler, 2021, S. 489; Sykes, 2024, S. 2f.). Damit wird sie aus ihrem politischen Kontext gelöst und in einen Rahmen neoliberaler Self-Care, individueller, ästhetischer Selbstoptimierung überführt (s. Kapitel 2.2.4.). Indem sie der Anpassung an ein spezifisches, neoliberales Ideal dient, ist diese Verschiebung im Sinne neoliberaler Gouvernamentalität lesbar (Rottenberg, 2014; s. Kapitel 2.2.1.).

In der Gegenwartsgesellschaft gelten Ordnung und Sauberkeit als sozial erwünschte Zustände und werden mit psychischer Gesundheit, Kontrolle und Glück verknüpft (Schultheiß, 2023). Die Ordnungspraktiken fungieren als Technologien des Selbst, durch die das Subjekt sich selbst diszipliniert, optimiert und die Norm des #ThatGirl anpasst (Foucault, 1988, S. 18; s. Kapitel 2.2.1.).

#ThatGirl zeigt sich im Korpus überwiegend in hellen, minimalistischen, großzügigen geschnittenen Wohnräumen, die an westliche Vorstellungen eines „geeigneten“ Zuhauses anschließen: ruhig, lichtdurchflutet und mit Naturbezug (Heinz & Hunter, 2022, S. 261). Solche Räume materialisieren das Ideal einer „weißen, heteronormativen Mittelschicht-Ordnung“ (ebd.), ohne dies explizit zu benennen und verankern #ThatGirl visuell in einer Ästhetik von *Whiteness*, Wohlstand und Ordnung. Der Wohnraum ist somit kein neutraler Rückzugsort, sondern als politischer Raum, in dem Macht-, Klassen-, und Geschlechterverhältnisse sichtbar werden (Heinz & Hunter, 2022, S. 260). Das Heim wird zur Bühne neoliberaler Selbstverwirklichung, auf der Ordnung, Sauberkeit und Konsum als moralische und ästhetische Tugenden performt, und *Whiteness* und Klasse sichtbar werden (ebd.).

Vor diesem Hintergrund untersucht das folgende Kapitel, wie Hausarbeit im #ThatGirl-Diskurs entpolitisiert und visuell und affektiv inszeniert wird und wie diese Praktiken zur Konstruktion eines normierten, feminisierten Subjekts beitragen.

⁵³ Anm.: Wenn im Text von konkreten häuslichen Praktiken die Rede ist, wird der Begriff Hausarbeit bzw. Care-Praktiken verwendet. Wird hingegen die politische oder gesellschaftliche Dimension dieser Tätigkeiten thematisiert, erfolgt die Bezeichnung Care-Arbeit.

Video 6 – Ästhetisierung von Ordnung und Hausarbeit

Video 6 inszeniert eine sogenannte „Sunday-Reset“⁵⁴-Routine, in der alltägliche Hausarbeit als ruhiges, nahezu meditatives Ritual inszeniert wird. Das Video zeigt exemplarisch, wie Hausarbeit und die Herstellung eines ästhetisch einheitlichen Wohnraums im #ThatGirl-Diskurs zur visuellen Metapher innerer Selbstkontrolle werden und wie der Wohnraum als Erweiterung des ästhetisch disziplinierten Selbst erscheinen.

Close Reading des Videos

Video 6 wurde am 26.11.2023 veröffentlicht und trägt die Caption: „a slow & peaceful Sunday reset“⁵⁵. Der On-Screen-Text „pov: cleaning is your therapy“⁵⁶ rahmt in der ersten Sequenz die Handlung explizit als „therapeutischen“ Prozess. In 26 Sekunden zeigt das eine Abfolge kurzer, klar strukturierter Szenen häuslicher Tätigkeiten, die in ruhigem Rhythmus aneinander geschnitten sind. Gezeigt werden u.a. das Falten und Einsortieren von Wäsche, Staubsaugen, Reinigen von Schminktisch und Badezimmer, Ordnen von Produkten und Geschirrspülen. Dabei wechselt die Kamera zwischen Vogelperspektive, halbnahen Aufnahmen und POV-Einstellungen, wodurch ein Wechselspiel zwischen Balance und Intimität entsteht. Die Rezipierenden werden sowohl in eine beobachtende als auch in eine nachvollziehende Position versetzt, während zugleich die selbstkontrollierende Dimension der Inszenierung sichtbar wird (s. Kapitel 4.1.1.). Die Routine endet mit der Zubereitung eines Kaffees und dem Anzünden von Kerzen, was die Routine als Moment der Ruhe und Selbstfürsorge rahmen. Hashtags wie #asmr, #sundayreset, #cleantok, #aesthetic, #thatgirl, #resetroutine verknüpfen Weiblichkeit mit Ordnung, Heilung, Konsum und Ästhetik.

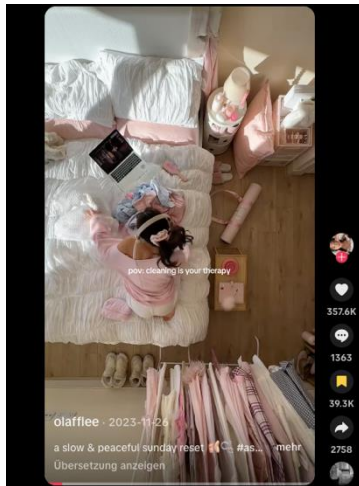
Die einzelnen Tätigkeiten werden von ASMR-Sounds und einer ruhigen Instrumentalmusik begleitet. Die Überbetonung der alltäglichen Geräusche erzeugt Nähe und trägt zur Konstruktion einer ruhigen Atmosphäre bei, wodurch Hausarbeit affektiv als Form von Self-Care gerahmt wird. In Anlehnung an Sykes (2024) erzeugen die sensorischen Stimuli in Kombination mit visuellen Gestaltungsmitteln, also monochromer Farbgebung, inszenierter Einfall des Sonnenlichts und eine geordnete Umgebung, eine „entspannende Monotonie“, die den Eindruck eines „soften“, ruhigen und hyperfemininen häuslichen Raums erweckt (Sykes, 2024, S. 10).

⁵⁴ Deutsch: „Ein langsamer und friedlicher Sonntags-Reset“ (Eigene Übersetzung)

⁵⁵ Deutsch: „Ein langsamer und friedlicher Sonntags-Reset“ (Eigene Übersetzung)

⁵⁶ Deutsch: „Putzen ist deine Therapie“ (Eigene Übersetzung)

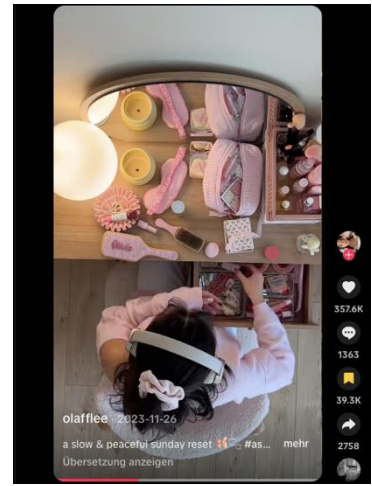
Diese Atmosphäre wird durch den szenischen Einsatz von Tageslicht verstärkt, das die Räume hell ausleuchtet und die Sauberkeit symbolhaft hervorhebt. Es fällt gezielt auf glatte, saubere Oberflächen wie Bett, Boden, Badezimmerfliesen oder -spiegel. Verschmutzung und Unordnung bleiben unsichtbar. Der visuelle Farbcode ist monochrom und von Weiß-, Rosa- und Beigetönen dominiert. Er durchzieht Kleidung, Einrichtung, Produkte und Accessoires und lässt Raum und Creatorin zu einer ästhetischen Einheit verschmelzen. Diese daraus entstehende visuelle Kohärenz erzeugt ein Gefühl von Harmonie, Ordnung und Kontrolle.



(a)



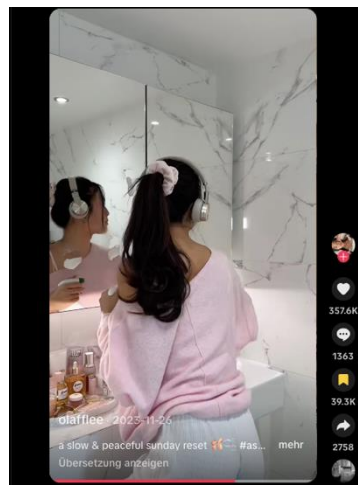
(b)



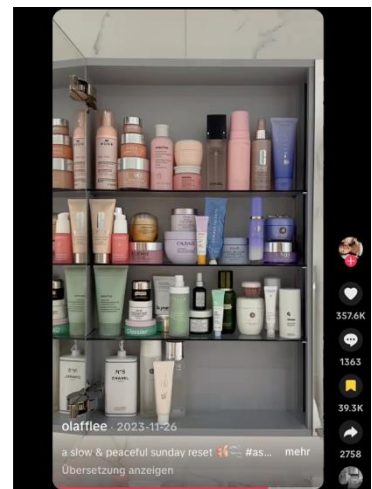
(c)



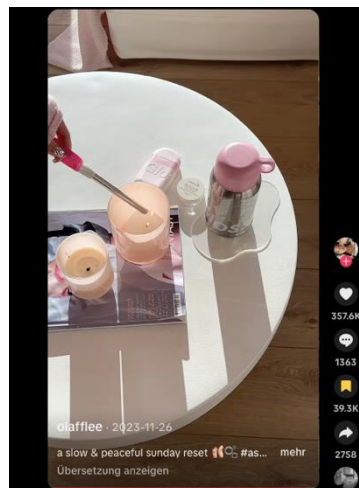
(d)



(e)



(f)



(g)

Abbildung 17: Ausschnitte aus TikTok-Video (Primärmaterial Video 6): (a)-(g)

Raumästhetik als Spiegel von #ThatGirl

In der Gesamtbetrachtung von Video 6 fällt eine ausgeprägte ästhetische Einheitlichkeit auf, die vor allem durch die Farbgestaltung und das Licht überliefert wird. Besonders in Abbildung

17a, 17c und 17e wird die farbliche Anpassung der Creatorin an den Raum, in dem sie sich bewegt, deutlich. Diese visuelle Kohärenz lässt Körper und Raum zu einer Einheit verschmelzen. Der Raum fungiert nicht nur Kulisse, sondern eine gestalterische Erweiterung des Körpers, auf deren Oberfläche Ordnung, Reinheit und Kontrolle sichtbar werden.

Diese vom Körper auf den Raum übergehende Ästhetik ist zentral für die Konstruktion von #ThatGirl und wurde im Korpus wiederholt beobachtet. Wie in Kapitel 4.2.1. gezeigt, dienen Routinen als strukturelles Vehikel zur Etablierung einer konsistenten #ThatGirl-Ästhetik, die Wiedererkennbarkeit und Viralität erzeugt (ebd.). Video 6 verdeutlicht, dass der Raum, in dem sich #ThatGirl bewegt und produziert, nicht nur Hintergrund der Handlung ist, sondern aktiver Bestandteil des Subjektivierungsprozesses ist (Heinz & Hunter, 2022, S. 261). Die Arbeit am Raum wird zu einer Form der Arbeit am Selbst und lässt sich analog zur Schönheitsarbeit an Gesicht und Körper verstehen. Praktiken wie Putzen, Falten, Sortieren und Arrangieren reproduzieren die Logiken von Glättung, Ordnung und Kontrolle, die der Herstellung eines angestrebten Idealzustands dienen (s. Kapitel 4.4.1.). Wie die Haut gepflegt wird, wird auch der Raum gereinigt, geordnet und zur „makellosen“ Oberfläche eines kontrollierten Selbst transformiert. Der Wohnraum wird damit zur erweiterten Projektionsfläche weiblicher Disziplin und überträgt die normierten Vorstellungen von Reinheit und Makellosigkeit vom Körper auf die Umgebung, in der sich der Körper bewegt und formt. Die Gestaltung des Raums folgt denselben ästhetischen Prinzipien wie die Schönheitsarbeit: Glatt, hell, leuchtend, *weiß*, minimalistisch und zugleich produktüberladen, „makellos“ und hyperfeminin. So wird der Raum zur materiellen Oberfläche des kontrollierten, ästhetischen Selbst.

Die auf diesem Ideal beruhende Raumästhetik verweist, wie das im vorigen Abschnitt beschriebene Schönheitsideal, auf einen spezifischen Klassen-, Geschlechts- und Rassifizierungskontext. Der im Video präsentierte Wohnraum ist hell, großzügig, sorgfältig kuratiert und ausgestattet, visuell homogen gestaltet und entspricht damit der oben beschriebenen westlichen Imagination eines „guten“ Heims und verankert #ThatGirl in einer *weißen* Mittelschichtsordnung (Heinz & Hunter, 2022, 260ff.). Die ästhetische Homogenität eines „*weißen* Zuhauses“⁵⁷ (Heinz & Hunter, 2022, S. 263), wie es auch in Video 6 präsentiert wird, setzt das Vorhandensein von spezifischem ökonomischen, kulturellen und zeitlichen Kapital voraus und fungiert damit als klassenspezifisch exklusivierende Hausarbeitspraxis (ebd.). Die „*cleane*“ Raumästhetik, die, wie Video 6 verdeutlicht, im #ThatGirl-Diskurs etabliert wird, ästhetisiert *Whiteness* als normative Referenz und blendet Differenzen aus: Alternative Wohnästhetiken, kleinerer Wohnraum, hohe räumliche Verdichtung, geteilte Zimmer oder Ähnliches tauchen im Diskurs kaum auf und erscheinen dadurch als Abweichung. Die visuell

⁵⁷ Anm.: Original „whitely home“ (Heinz, 2021, S. 263)

und affektiv vermittelte Ruhe des Raums basiert auf Voraussetzungen wie planbaren Tagesstrukturen, großen, hellen Räumen, kuratiertem Besitz und der Möglichkeit, Care- und Reinigungsarbeit auszulagern. All diese Bedingungen sind ungleich verteilt. Dadurch reproduziert der idealisierte Raum, in dem #ThatGirl entstehen und sich entfalten kann, klassistische Ausschlüsse und stabilisiert rassifizierte Vorstellungen von Reinheit, Ordnung und kontrollierter Weiblichkeit.

Auffällig ist zudem, dass der vorhandene Raum von der Creatorin allein genutzt wird. Hinweise auf Mitbewohner: innen, Partner:innen oder familiäre Strukturen fehlen. Diese bewusste Isolation bzw. Singularisierung ist im Korpus durchgängig und inszeniert Isolation als tugendhafte Disziplin und Form von Self-Care (Patouras & Sharp, 2025, S. 7). #ThatGirl hat die vollständige Kontrolle über die Räume, in denen sie lebt. Sie verrichtet Care-Arbeit ausschließlich für sich selbst. Abhängigkeiten, geteilte Verantwortlichkeiten oder andere „Störungen“ kommen in der Inszenierung nicht vor. Das Heim wird als geschlossenes, vollständig kontrollierbares System dargestellt, das den Eindruck eines autarken, überschaubaren Umfelds erzeugt, in dem Routinen nahtlos und ungestört vollzogen werden können.

Die in diesem störungsfreien Raum verrichtete Care-Arbeit wird zudem mit Begriffen wie „slow“ und „peaceful“ belegt und affektiv mit Self-Care verknüpft. Affektiv wird sie damit weniger als Arbeit, denn als entspannende, entschleunigende Praxis gerahmt. Die damit entstehende Verschmelzung von Self-Care und Hausarbeit zahlt auf traditionelle, paternalistische Weiblichkeitsbilder ein, die weibliche Subjektivierung im Privatraum verortet und mit traditionell weiblich codierter Care-Arbeit verbinden.

Die enge Verschränkung von Körper und Raum aktualisiert zugleich, was McRobbie und Garber (1975) als „Bedroom Culture“ beschrieben haben (Kennedy, 2020, S. 1072f.). Bei #ThatGirl wird das Schlafzimmer zur Bühne, auf der neoliberale Weiblichkeit performt, diszipliniert und kapitalisierbar gemacht wird (ebd.). Video 6 zeigt exemplarisch, wie sich #ThatGirl in Einklang mit ihrem Zuhause, in einem ästhetisch kontrollierten, feminisierten Raum, als ästhetisch kontrolliertes weibliches Subjekt konstruiert. Der Rückzug ins Heim erscheint dabei nicht als Einschränkung, sondern als Ausdruck von Selbstbestimmung und Erfolg, wodurch traditionelle Vorstellungen häuslicher Weiblichkeit in den ästhetischen Codes von Produktivität und Self-Care neu verpackt werden.

„Cleaning is my therapy“ – Care-Arbeit als Therapie

Der On-Screen-Text „POV: cleaning is your therapy“ markiert Hausarbeit als heilende Maßnahme. Die im Video verrichtete Hausarbeit erscheint als symbolisch reinigende

Handlung, die Ordnung im Außen herstellt und so zugleich Ordnung im Inneren suggeriert. Care-Arbeit wird zum Mittel emotionaler Selbstregulation und stützt die Konstruktion von #ThatGirl als kontrolliertes, *gesundes* und moralisches Subjekt (Casey & Littler, 2021, S. 493). Innerhalb dieser Logik wird ein sauberes, geordnetes Zuhause zur Voraussetzung für mentales Wohlbefinden. Ordnung und mentale Gesundheit werden miteinander verbunden, was an Vorstellungen des postfeministischen Healthismus anschließt (Beijbom et al., 2023, S. 5; Riley et al., 2018, S. 70, s. Kapitel 4.3.). Der gepflegte, kuratierte Raum in Video 6 fungiert als sichtbarer Beweis für die Disziplin und kontinuierliche Arbeit, die in die Herstellung und Aufrechterhaltung der #ThatGirl-Ästhetik investiert wird. Ordnung über den eigenen Raum und damit über das Selbst wird so zum Zeichen von Kontrolle, Stabilität und psychischer Stärke.

Die „Therapeutisierung“ von Care-Arbeit im #ThatGirl-Diskurs trägt zugleich zu einer impliziten Pathologisierung von Weiblichkeit bei, die Weiblichkeit häufig als genuin defizitär und verbesserungswürdig konstruiert (Banet-Weiser, 2018, S. 127f.). „Cleaning is your therapy“ positioniert Hausarbeit als Antidot für ein potenziell defizitäres weibliches Selbst. In dieser Bildsprache aktualisieren sich paternalistische Vorstellungen der „guten Hausfrau“ (Mies, 1986, nach Casey & Littler, 2021, S.492), deren moralischer Wert an die Fähigkeit geknüpft ist, den privaten Raum zu pflegen, zu kontrollieren und affektiv zu stabilisieren (Mies, 1986, nach Casey & Littler, 2021, S. 491).

Ergänzt wird diese Logik durch den in der Caption verwendeten Begriff „Sunday-Reset“. Der Begriff ergänzt die Therapeutisierung von Hausarbeit und besetzt sie mit einer kathartischen Funktion: Der Sonntag soll genutzt werden, um den Haushalt und damit indirekt das Selbst, „zurückzusetzen“, um „unbelastet“ und produktiv in die neue Woche starten zu können. Hausarbeit erscheint so nicht nur als Therapeutikum, sondern als vorbereitende Voraussetzung für Produktivität, Stabilität und ein „gesundes“ und „gutes“ Leben, während ihr Charakter als alltägliche, reproduktive Arbeit visuell und kulturell in den Hintergrund tritt.

Die Ästhetisierung der Hausarbeit individualisiert die gezeigten Praktiken als Self-Care-Rituale. Strukturelle Bedingungen, wie Zeitdruck, Mehrfachbelastung oder geteilte Verantwortlichkeiten, bleiben unsichtbar (Sykes, 2024, S. 3). Gleichzeitig reiht sich die Inszenierung von Care-Arbeit als Therapie bei #ThatGirl in die Logik neoliberaler Psychopolitik ein, die kollektive Heilung durch individualisierte Praktiken, in diesem Falle Putzen und Aufräumen, ersetzt (Han, 2014; s. Kapitel 2.2.1.). Wer Ordnung hält, gilt als moralisch, diszipliniert, „gesund“ und damit als perfektes neoliberales Subjekt (Elias et al., 2017, S. 23).

„Magical Housework Femininity“⁵⁸

⁵⁸ Anm.: Casey & Littler (2021) verwenden den Begriff „magical housework femininity“ (Deutsch etwa: magische Häuslichkeitsfeminität) um eine bestimmte diskursive Formation von Weiblichkeit zu beschreiben, in der häusliche Arbeit ästhetisiert, entpolitisiert und als mühelos, therapeutisch und moralisch aufgeladen dargestellt

Bei genauer Betrachtung der in Video 6 dargestellten Haushalts-Praktiken fällt die vollständige Abwesenheit von Schmutz, Mühe und Arbeit auf. Die Creatorin saugt staubfreie Flächen, spült sauberes Geschirr und putzt einen makellosen Spiegel (s. Abb. 17a-17d). Die Kamera fokussiert glänzende, reflektierende Oberflächen und zeigt die Reinigungsakte in einem Raum, der bereits vollständig geordnet und sauber erscheint. Damit wirkt die Ordnung im Raum, als wäre es der natürliche Zustand weiblicher Existenz und weniger ein Produkt von Arbeit, was Hausarbeit zur „Schein“-Arbeit werden lässt.

Die Inszenierung entspricht dem, was Emma Casey und Jo Littler (2021) als „magical housework femininity“ beschreiben (Casey & Littler, 2021, S. 500). Die „Magie“ besteht in der Erzeugung der Illusion einer genuin sauberen, geordneten Häuslichkeit, die sich ohne sichtbare Arbeit immer wieder selbst herstellt. Die eigentliche Reinigungs- und Versorgungsarbeit wird entweder vorgelagert, externalisiert oder im Schnitt unsichtbar gemacht, was Ordnung als mühelosen Zustand erscheinen lässt, während die dafür nötigen Ressourcen und Arbeitsprozesse unsichtbar bleiben (ebd.; Sykes, 2024, S. 9). Auf diese Weise werden Klassenprivilegien wie zeitliches, räumliches und ökonomisches Kapital ästhetisch als „natürlicher“ Lebensstil inszeniert. Die Creatorin verkörpert als #ThatGirl damit ein Subjekt, dessen Reinheit und Ordnung nicht als Ergebnis von Anstrengung, sondern als natürlicher Teil der eigenen Identität inszeniert werden. Schmutz, Staub und Mühe gelten gleichermaßen als konträre Eigenschaften und haben keinen Platz im Leben eines #ThatGirls.

Besonders die in Video 6 inszenierten reflektierenden Oberflächen (der polierte Spiegel und die silberglänzenden Küchenutensilien, s. Abb. 17c, 17d), dienen als visuelle Codes dieser Logik. Sie markieren (Un-) Sichtbarkeit, Kontrolle und Selbstbeobachtung und aktualisieren gleichzeitig koloniale Vorstellungen, nach denen spiegelnde, „saubere“ Oberflächen im Haushalt als Zeichen zivilisatorischer Reinheit und Disziplin inszeniert wurden (McClintok, 1995, S. 137f.). Die glänzenden, nahezu transparent anmutenden Oberflächen fungieren, analog zur „strahlenden“ Haut, als häusliche, visuelle Projektionsflächen des Ideals der „leuchtenden“ *weißen* Weiblichkeit (Wilkes, 2024, S. 925; s. Kapitel 4.4.1). Der glänzende, saubere Spiegel wird dabei zum Markenzeichen des „perfekten“, kontrollierten weiblichen Subjekts. Die Unmöglichkeit, dieses Ideal tatsächlich zu erreichen, bleibt unsichtbar, weil der mühelose Glanz der Oberflächen den Aufwand und die Anstrengungen verdeckt, die zur Herstellung erforderlich sind. Das Video verdichtet diese Illusion zu einer performativen Form der „magical housework femininity“, in der Reinheit, Moral und Weiblichkeit zu einem ästhetischen Mythos verschmelzen: Das Subjekt präsentiert seine Disziplin als Schönheit und seine Arbeit als Zauber.

wird (Casey & Littler, 2021, S. 500). Für die Einhaltung analytischer Genauigkeit wird die englische Bezeichnung beibehalten.

Video 6 verdeutlicht, wie #ThatGirl eine visuelle Ästhetik von Sauberkeit und Ordnung hervorbringt und Hausarbeit gleichsam als ästhetische Selbstoptimierung inszeniert. Gleichzeitig macht diese visuelle Ästhetik gewisse klassistisch, geschlechtlich und rassifiziert strukturierte Normen im #ThatGirl-Diskurs sichtbar, reproduziert und stabilisiert sie. Die Inszenierung häuslicher Routinen als „therapeutisch“ und „beruhigend“ entpolitisiert Care-Arbeit, naturalisiert *Whiteness*- und Mittelschichtscodes und verschiebt reproduktive Arbeit in ein ästhetisch-moralisches Ideal. Insgesamt entsteht ein Ideal häuslicher Subjektivierung, das Kontrolle, Ordnung, Sauberkeit, Konsum und hyperfeminine Ästhetiken miteinander verbindet.

Die Close-Readings und Interpretationen der Beispielfideos haben gezeigt, wie gewisse Körper-, Raum- und Moralvorstellungen im #ThatGirl-Diskurs ineinandergreifen und ein einheitliches ästhetisches Regime bilden. In diesem Regime verschmelzen Versprechen von Ästhetik, Produktivität, Gesundheit, Schönheit und Häuslichkeit zu einem als ideal markierten Weiblichkeitsentwurf, der durch Routinen und visuelle Codes stabilisiert wird. In der Zusammenschau wird deutlich, dass die analysierten Videos ein Subjekt hervorbringen, das durch konformes Auftreten und algorithmisch begünstigte Sichtbarkeit Kapital akkumuliert und als normative Referenz für „richtige“ Weiblichkeit fungiert. Diese Position verleiht #ThatGirl eine ästhetisch-disziplinierende Macht, mit der sie nicht nur definiert, was als erstrebenswert gilt, sondern auch die Maßstäbe setzt, an denen andere weibliche Subjekte sich orientieren müssen. Zugleich zeigt die Analyse, dass dieser Entwurf nur unter bestimmten materiellen, räumlichen und körperlichen Bedingungen realisierbar ist und im digitalen Raum TikToks bestehende Ungleichheiten nicht nur reproduziert, sondern auch verschärft.

5. Diskussion

Die folgende Diskussion dient der analytischen Verdichtung und theoretischen Einordnung der zentralen Ergebnisse. Ziel ist es, die rekonstruierten diskursiven Muster zusammenzuführen und ihre Bedeutung im Kontext neoliberaler Selbstführung, geschlechtsspezifischer Subjektivierungsprozesse und plattformspezifischer Machtlogiken herauszuarbeiten. In der Zusammenführung der Analyseergebnisse wird sichtbar, dass das unter #ThatGirl zirkulierende Weiblichkeitsideal als normativ wirkendes Subjektivierungsmodell gelesen werden kann, das an spezifische Voraussetzungen gebunden ist und dabei intersektionale Ausschlüsse stabilisiert.

Die nachfolgenden Kapitel fassen diese Zusammenhänge auf einer abstrahierenden Ebene, reflektieren ihre Reichweite und Begrenztheit und kontextualisieren #ThatGirl als kulturellen Ort der Aushandlung von Geschlecht, Macht und Sichtbarkeit in digitalen Plattformkulturen.

5.1. Zentrale Diskurslogiken von #ThatGirl

Die Analyse der fünf diskursiven Felder (Audiovisuelle Gestaltung: Videoästhetik, Routine & Transformation: Das Dogma des „Becoming“, Gesundheit & Wellness: Healthismus als Lifestyle, Schönheitsarbeit als Disziplin: #ThatGirl als ästhetische Unternehmerin sowie Ordnung & Raum: Häusliche Subjektivierung im #ThatGirl-Diskurs) beweist #ThatGirl als kohärentes System neoliberaler Subjektivierung. Die beschriebenen Felder sind interdiskursiv verschränkt und erzeugen einen normativen Weiblichkeitsentwurf, dessen Grundstruktur im Anschluss an Foucaults Konzept der Biomacht produktiv, normalisierend und disziplinierend gelesen werden kann (Han, 2014, S. 33; Gehring, 2006, S. 10; s. Kapitel 2.2.1.).

Im Folgenden werden die analysierten Felder entlang drei übergeordneten Muster reflektiert. Sie dienen der Synthese als heuristische Struktur und bündeln die in der Analyse gewonnenen Kenntnisse:

1. Imperativische Regime der Subjektivierung
2. Isolation als strukturelle Logik
3. Kontrolle als kulturelle Ordnung

5.1.1. Imperativische Regime der Subjektivierung

Die visuelle Diskursanalyse zeigt, wie die einzelnen diskursiven Felder Normen generieren, die unter #ThatGirl auf Social-Media-Plattformen auf TikTok zirkulieren, sich dadurch verfestigen und Macht gewinnen. Die Fähigkeit und Möglichkeit zur Anpassung an die im Diskurs vermittelten Normen bestimmt, wer #ThatGirl ist, bzw. sein kann und wer nicht. Die in den Videos dargestellten Routinen zeigen, wie ein „gutes Leben“ als #ThatGirl aussehen soll und adressieren das Subjekt gleichzeitig implizit mit Anforderungen, die für die Erreichung

dieses Lebens zu erfüllen sind. Diese Anforderungen zirkulieren als unausgesprochene, moralisch aufgeladene Imperative im diskursiven Raum: „Sei produktiv, sei diszipliniert, sei gesund, sei schön, sei sauber, sei ruhig“. Auf der Folie foucaultscher Biopolitik bzw. Biomacht lassen sich die Normen folglich als „imperativische Regime“ neoliberaler Subjektivierung lesen, die an den Imperativ des Selbstmanagements als Ausdruck von Gouvernamentalität anschließen (Sanders, 2017, S. 40; Rottenberg, 2014, S. 421; s. Kapitel 2.2.1.).

Die in der Analyse beschriebenen, wiederkehrenden Praktiken dienen der Erfüllung dieser Anforderungen. Sie fungieren als Technologien des Selbst, indem sie Körper, Raum, Zeit und Affekt strukturieren und bringen so ein spezifisches, normativ erwünschtes weibliches Subjekt hervor (Foucault, 1988, S. 18; Sanders, 2017, S. 39; s. Kapitel 2.2.1.). Dieses „perfekte“ weibliche, neoliberale Subjekt erscheint als unternehmerisch, produktiv und permanent optimierbar und wird dadurch zugleich als nie abgeschlossener, stets verbesserungswürdiger Entwurf konstituiert (Gill, 2023). Die imperativische Logik dieses Subjektmodells erzeugt ihren Gegenpol notwendigerweise mit. Wer den Ansprüchen nicht genügt und die konstruierte Norm nicht erfüllen kann, kann im Diskurs nicht als #ThatGirl sichtbar werden.

Über videoästhetische Gestaltungsweisen wird #ThatGirl bereits auf plattformtechnologischer Ebene als diszipliniertes Subjekt hervorgebracht. Einheitliche audiovisuelle Gestaltungstechniken, wiederkehrende Bildkompositionen und die ästhetisierte Darstellung von Routinen strukturieren, fungieren gemeinsam als mediale Technologien der Subjektivierung. Die Gestaltung trägt zur Entstehung eines affektiven Spannungsfeldes aus Aktivität und „ruhigen“ Momenten bei und überführt Produktivität und Disziplin in das #ThatGirl zugrundeliegende neoliberale Self-Care-Narrativ (Kim & Schalk, 2021: S. 334; s. Kapitel 2.2.4.). Der transformative Charakter des Phänomens wird dabei bereits auf technisch-gestalterischer Ebene sichtbar (s. Kapitel 4.1.1., 4.1.2.). Der gezielte Einsatz von Farben, Licht und Schnitttechniken trägt zur Entstehung der „#ThatGirl-Ästhetik“ bei, die den Rahmen für Sichtbarkeit (bzw. Unsichtbarkeit) schafft und die Wiedererkennbarkeit und Replizierbarkeit der Routinen sicherstellt (ebd.). Auf normativer Ebene aktiviert sie hegemoniale visuelle Codes *weißer* Mittelschichts-Weiblichkeit, die als anzustrebendes Ideal konstruiert und in plattformlogischen Prozessen algorithmisch verstärkt und bevorzugt wird (Boffone, 2022, S. 19; Heinz & Hunter, 2022, 260ff).

Die Routinen selbst wandeln die Imperative in konsumierbare Formate um. Sie erscheinen im Diskurs nicht als bloße Alltagspraktiken, sondern als methodische Mittel der Selbsttransformation, die Körper, Zeit und Verhalten in standardisierte Schemata überführen (s. Kapitel 4.2.1.). Ihre ästhetische Inszenierung folgt einer visuellen Ordnung, die selbst zur Routine wird. Auch auf Ebene der Ästhetik dienen Routinen damit als Mittel der Regulierung und Selbstkontrolle und machen #ThatGirl zum konsumierbaren Produkt. Darüber hinaus

wirken Routinen im #ThatGirl-Kontext disziplinierend und aktivieren den Transformationsimperativ, der das Subjekt als stets unzureichend und permanent optimierungsbedürftig modelliert (s. Kapitel 4.2.2.). In ihrer Nachahmbarkeit erscheinen die scheinbar „neutralen“ Routinen jedoch exklusiv und setzen sozioökonomische Sicherheit, flexible Arbeitsbedingungen und Entlastung von Care-Verpflichtungen voraus. Klasse bildet so die stille Infrastruktur des Transformationsimperativs, bleibt im Diskurs jedoch unsichtbar (Riley et al., 2023, S. 50; s. Kapitel 4.2.2.).

#ThatGirl passt mittels routinisierter Handlungen nicht nur ihren Alltag, sondern auch ihr Aussehen und ihren Körper den geforderten Imperativen an. *Gesundheit* wird im Rahmen von #ThatGirl als (selbst-)kontrollierende Technologie des Selbst wirksam, die über hegemoniale und normative Körperbilder und konsumierbare Wellness-Praktiken hergestellt wird. „Gesundheit“ erscheint bei #ThatGirl im postfeministisch-healthistischen Sinne als individuelle Pflicht und als ästhetisch codierter Lifestyle (s. Kapitel 4.3.1.). *Gesundheit* wird dabei als messbare, ästhetische und performative Leistung dargestellt (s. Kapitel 4.3.2.). Dünne, *weiße*, jugendliche, able-bodied Körper werden als „gesund“ und „normal“ markiert, während andere Körperformen implizit als nicht #ThatGirl-konform gewertet werden. Als ästhetische Kategorie wird „Gesundheit“ so zur Voraussetzung für Sichtbarkeit, Anerkennung und Zugehörigkeit. In weiterer Folge wird *Gesundheit* zur moralischen Verpflichtung, die als Ausdruck individueller Disziplin verstanden wird.

Die Individualisierung von Verantwortung verschleiert strukturelle Prekarität und entpolitisiert weibliche *Gesundheit*. Wie aktuelle Daten zum *European Gender Health Gap* zeigen, sind Frauen und Mädchen überproportional von fehlender medizinischer Versorgung, Fehldiagnosen und chronischer Belastung betroffen (Amand-Eeckhout, 2025). Aspekte, die im #ThatGirl-Diskurs ausgeblendet bleiben und die Individualisierung der Gesundheitsverantwortung aufrechterhalten.

Eng mit der im #ThatGirl-Diskurs zirkulierenden Bedeutung von „Gesundheit“ ist Schönheitsarbeit verbunden. Schönheitsarbeit wird zur zentralen Vermittlungsinstanz, über die normative gesundheitliche, moralische und ästhetische Kontrollanforderungen an den Körper zusammengeführt und umgesetzt werden. Das im Diskurs entworfene Schönheitsideal deckt sich mit den Vorstellungen eines „gesunden“ weiblichen Körpers. Schönheits- und Gesundheitsideal basieren auf denselben normierten und *weiß*-codierten Anforderungen an weibliche Körper. Darüber hinaus ist das im #ThatGirl-Diskurs entfaltete Schönheitsideal dezidiert cis-feminin gerahmt. Die dargestellte Weiblichkeit ist klar in einer heteronormativen, binären Geschlechterordnung verankert und schließt queere, trans und nicht-binäre Ausdrucksformen von Feminität aus (Butler, 2007). #ThatGirl erscheint damit nicht nur als

normschön und weiß codiert, sondern auch als Ausdruck eines eng gefassten, cis-gendered Weiblichkeitsideals, das alternative Körperlichkeit und Begehrensformen unsichtbar macht und Abweichungen von hegemonialer, cis-heteronormativer Föminität stigmatisiert (Schippers, 2007, S. 92f.)

Die basierend darauf etablierten Schönheitsnormen wirken lookistisch, hochselektiv und exklusiv (Lechner, 2020, S. 21; s. Kapitel 3.3.3.). Hergestellt werden sie durch Praktiken, die eine „cleane“ Ästhetik erzeugen, die durch glatte, leuchtende, „makellose“ Haut gekennzeichnet ist und Vorstellungen „natürlicher“ Schönheit aktiviert, die historisch an *Weißsein* gekoppelt sind (Wilkes, 2024, S. 925; s. Kapitel 4.4.1.).

Als ästhetische Unternehmerin ihrer Selbst, ist #ThatGirl permanent darum bemüht, ihr Äußeres zu kontrollieren und an die Normen anzupassen. Unter Rückgriff auf videoästhetische Gestaltungsprinzipien werden mittels zeit- und kostenintensiven Pflegeroutinen „Natürlichkeit“ und „Makellosigkeit“ als Idealbilder der leuchtenden, kontrollierten Weiblichkeit hergestellt (s. Kapitel 4.4.1.). Schönheitsarbeit wird damit ebenso so zur zentralen Technologie des Selbst, über die das Subjekt seine Zugehörigkeit zu dem hegemonial codierten Ideal der „perfekten“ weiblichen Erscheinung bestätigt. Schönheitsarbeit ist im #ThatGirl-Diskurs untrennbar mit Konsum, Disziplin und permanenter Selbstoptimierung verbunden. Damit werden nicht nur normative Vorstellungen von Weiblichkeit stabilisiert, sondern auch klassifizierende Grenzziehungen aktualisiert und ästhetisiert.

Die Logik der Selbstkontrolle und -optimierung beschränkt sich im #ThatGirl-Diskurs nicht auf den Körper, sondern setzt sich im Wohnraum fort, in dem das Subjekt lebt und sich inszeniert. Die Ästhetisierung des Wohnraums wirkt biopolitisch ordnend, indem das kontrollierte Äußere das kontrollierte Selbst widerspiegeln soll. Ordnung, Sauberkeit und Routinisierung von Hausarbeit fungieren als moralische Marker des weiblichen Subjekts (s. Kapitel 4.5.). Auch hier greifen lookistische, klassistische, heteronormative und rassifizierende Normierungsmechanismen ineinander: Die Inszenierung makelloser Wohnräume und routinierter Hausarbeit basieren auf denselben hegemonialen Vorstellungen wie das oben erwähnte Schönheits- und Gesundheitsideal; sie aktivieren nur klassistische, heteronormative und *weiß* codierte Vorstellungen des idealen Wohnraums und verdeutlichen, wie Selbstkontrolle über die Kontrolle über den Raum produziert wird. Zugleich wird Hausarbeit therapeutisiert, individualisiert und als identitätsstiftende Praxis konstruiert und dadurch entpolitisiert, während klassistische, patriarchale und historisch gewachsene Geschlechternormen re-aktualisiert werden. Weiblichkeit wird so an Privatheit und Care-Arbeit rückgebunden.

Self-Care als biopolitische Rahmung der Imperative

In der Rückschau auf die Analyse lässt sich die diskursive Struktur von #ThatGirl insgesamt als Ausdruck eines neoliberalen Verständnisses von Self-Care, wie es in Kapitel 2.2.4. beschrieben wurde, lesen. Während Self-Care in Schwarzen, feministisch-aktivistischen Kontexten als kollektive Praxis des Überlebens und Widerstands konzipiert wurde (Lorde, 1988, nach, Kim & Schalk, 2021), erscheint es im #ThatGirl-Diskurs als individualistische Technik der Selbstoptimierung. Wie die Analyse gezeigt hat, wird Self-Care im Kontext von #ThatGirl zur Konsumpraxis, die das Vorhandensein von ökonomischem, kulturellem und sozialem Kapital voraussetzt. Jedes der identifizierten diskursiven Felder ist an spezifische Produktsortimente und Konsumästhetiken gebunden, die als identitätsstiftend gelten. Damit wird Self-Care nicht nur neu codiert, sondern angeeignet und in seiner politischen Bedeutung grundlegend umgedeutet. Statt kollektiver Widerstandspraxis wird Self-Care zu einem exklusiven Lifestyle und zum kapitalistischen Machtinstrument. Die Sorge um strukturelle Bedingungen wird durch die Sorge um das Selbst ersetzt. Es entsteht ein Subjekt, das sich unablässig optimiert und gerade dadurch strukturelle Ungleichheiten reproduziert, indem es sie ästhetisch neutralisiert und entpolitisiert. Die Imperative und Normen zirkulieren unter #ThatGirl auf Social-Media-Plattformen, verbreiten und verfestigen sich und gewinnen dadurch an Macht. #ThatGirl kann vor diesem Hintergrund als zugespitzte Ausprägung des „Can-Do-Girls“ gelesen werden: Sie verkörpert ein optimiertes, diszipliniertes und affektiv positiv besetztes Selbst, dass Selbstführung, Konsum und ästhetische Kohärenz miteinander verbindet (Banet-Weiser, 2018, S. 28; s. Kapitel 2.1.3.).

Auf dieser Basis bilden die Imperative eine Art sakrale, quasi-religiöse Ordnung, die das Subjekt zur permanenten Selbstvermessung, -überwachung und -verbesserung aufruft (von Felden, 2020, S. 6; Fenner, 2019, S. 9, 12; Han, 2014, S. 44; s. Kapitel 2.2.). Die formulierten Imperative gewinnen dogmatischen Charakter und dienen #ThatGirl, metaphorisch als „neue Gebote“, deren Befolgung den Aufstieg in die Subjektposition #ThatGirl markiert: Ein Subjekt, das sich über disziplinierte Körper- und Affektarbeit, Selbstüberwachung, moralische Reinheit und Fokus auf das Selbst konstituiert und damit zu einer vermeintlich „besseren Version“ ihrer Selbst wird.

5.1.2. Isolation und „locked-down femininity“ als strukturelle Logik

Der Selbstfokus des Subjekts tritt als korpusübergreifendes Muster in Form von Isolation hervor. Wie im Zuge der Close Readings deutlich wurde, ist #ThatGirl durch konsequentes Alleinsein strukturiert und tritt in den Videos überwiegend alleine auf. Soziale Beziehungen, Freund:innenschaften, Partnerschaften, Familie, kollektive Care-Praktiken oder politische Vernetzung bleiben weitgehend unsichtbar. Stattdessen dominiert die Figur einer jungen Frau, die in ihren Wohnräumen, in Fitnessstudios oder Cafés allein ihre Routinen der Selbstoptimierung vollzieht.

In einigen Videos wird Alleinsein bzw. bewusste Isolation explizit als Self-Care Praxis gerahmt, während das Außen implizit als Störung erscheint (s. Video 51, 72)⁵⁹. Diese Beobachtung entspricht Stephanie Patouras und Megan Sharps Konzept der „locked-down femininity“ (2025). Mit dem Begriff bezeichnen sie eine re-traditionalisierte Form von Weiblichkeit, in der der Rückzug ins Private, Wellness, Konsum und radikale Individualisierung als moralisch richtige Reaktion auf Krisen und Unsicherheit erscheinen (Patouras & Sharp, 2025, S. 5). Während bei Patouras und Sharp die Covid-19-Lockdowns den zentralen Kontext bilden, zeigt das vorliegende Material, dass die Logik auch post-pandemisch fortbesteht. Ein Großteil der Videos des Korpus ist in den Jahren 2023 und 2024 erschienen. Isolation und Häuslichkeit erscheinen somit nicht allein als Resultat politischer und pandemischer notwendiger Einschränkung, sondern als Zeichen von Disziplin, Self-Care und Verantwortung und als moralisch richtige Lebensweise.

Diese Logik wird von der Ideologie des Choice-Feminismus stabilisiert. Auf dessen Folie kann die post-pandemische Form der „locked-down femininity“ als zeitgenössische Ausprägung neoliberaler Weiblichkeit verstanden werden (Petersson McIntyre, 2020, S. 1075; s. Kapitel 2.3.3.). Isolation wird als persönliche Entscheidung und gleichzeitig als vermeintlich „beste“ Wahl konstruiert. Damit knüpft der Trend an die Ideologie des „Choice Feminismus“ (Petersson McIntyre, 2020) an, in der jede Handlung als „eigene Entscheidung“ gerahmt und so zum scheinbar empowernden Akt und feministisch legitimiert wird (ebd.). Es entsteht ein neoliberales Weiblichkeitsideal, in dem Isolation, Häuslichkeit und Selbstdisziplin als individuelle Entscheidung und als Zeichen von Selbstoptimierung, Moral und Disziplin erscheinen. #ThatGirl inszeniert den Rückzug ins Private nicht als Einschränkung, sondern als gewünschte und ästhetisierte Lebensform, die ein hochreguliertes, kontrolliertes und biopolitisch funktionales Subjekt hervorbringt.

Die in den Videos beobachtete Abwesenheit romantischer Beziehungen kann zudem als Abgrenzung von #ThatGirl zu benachbarten Trends wie #TradWife und #StayAtHomeGirlfriend verstanden werden. Alle drei Trends sind zeitnah entstanden und fokussieren Häuslichkeit und Privatheit und romantisieren und therapeutisieren Care-Arbeit (Bauer & Rösch, 2020: S. 63, 70; s. Kapitel 2.3.1.).

Während Care-Arbeit bei #Tradwife und #StayAtHomeGirlfriend explizit, für den Partner oder die Familie verrichtet wird und somit explizit an traditionelle, heteronormative

⁵⁹ Anm.: Video 51 Tonspur: „If you spend your time chasing butterflies, they will fly away, but if you spend your time making a beautiful garden, the butterflies will come to you“ (Deutsch: „Wenn du deine Zeit damit verbringst Schmetterlinge zu jagen, fliegen sie weg. Aber wenn du deine Zeit damit verbringst, einen schönen Garten zu pflegen, werden sie zu dir kommen“)

Video 72 Tonspur: „I don't have no friends, cause I like to be in the bed. I'm for the sheets, not for the streets baby“ (Deutsch: „Ich habe keine Freund:innen, weil ich gerne im Bett bin. Ich bleibe lieber drinnen, als draußen unterwegs zu sein“)

Geschlechterordnungen gekoppelt ist, wird Häuslichkeit im Rahmen von #ThatGirl ohne relationalen Gegenpol reproduziert. Care-Praktiken zielen primär auf Selbstoptimierung und Selbstdisziplin ab. Im #ThatGirl-Diskurs wird nicht das Leben in einer traditionellen Partnerschaft, sondern die eigene, selbstfokussierte Lebensführung zentriert und „romantisiert“ (s. Kapitel 4.2.2.). Diese Verschiebung markiert keinen Bruch mit patriarchalen Normen, sondern eine Individualisierung von Care- und Disziplinierungsarbeit, durch die Weiblichkeit weiterhin an Privatheit, Selbstverantwortung und Häuslichkeit gebunden bleibt.

5.1.3. Kontrolle als kulturelle Ordnung

#ThatGirl präsentiert sich in seiner Isolation als unentwegt kontrolliertes und reguliertes Subjekt. Der diskursive Raum, in dem sich #ThatGirl bewegt, ist frei von Spontaneität, Kontrollverlust und affektiver Überschreitung. Kontrolle fungiert dabei nicht nur als Verhaltensanforderung, sondern als umfassende affektive Ordnung, die einen wünschenswerten, normierten Zustand herstellt. (Selbst-)Kontrolle zieht sich durch jedes beschriebene diskursive Feld. #ThatGirl kontrolliert ihren Körper, ihr Aussehen, den Raum, in dem sie sich bewegt, ihren Konsum, die Ästhetik und die technischen Gestaltungsmechanismen, denen die Videos folgen. In Anschluss an Jules Evans (2017) Überlegungen zur kulturellen Pathologisierung von Kontrollverlust und Ekstase lässt sich #ThatGirl als radikal kontrollierte, stets affektregulierte Figur lesen, die die Logik westlicher Kontrollkulturen internalisiert hat (Evans, 2017, o.S.). Kontrollverlust wird und wurde in modernen westlichen Gesellschaften historisch delegitimiert und pathologisiert, indem er als irrational, gefährlich oder „unzivilisiert“ markiert wurde (ebd.). Praktiken wie Sport, Journaling oder Wellness-Rituale, die potentiell Wege zur Transzendenz und Selbstauflösung sein können, werden im Rahmen von #ThatGirl umcodiert und dienen der Optimierung, Stabilisierung und Disziplinierung des Selbst (ebd.).

So bringt #ThatGirl ein auf allen Ebenen angepasstes Weiblichkeitsideal hervor. Diese Angepasstheit bzw. Kontrolliertheit manifestiert sich als umfassende ästhetische Ordnung, die Körper, Raum, Routinen, Ästhetik, ausgeübte Praktiken und Konsum gleichermaßen umfasst. Die charakteristische #ThatGirl-Ästhetik erzeugt ein visuelles Umfeld, das ebenso angepasst, harmonisch, unauffällig und konfliktfrei erscheint, wie die Körper, die sich darin bewegen.

Weiblichkeit wird im #ThatGirl-Diskurs als stille, kontrollierte und „ungefährliche“ Präsenz inszeniert. Sie stört nicht, überfordert nicht und ist nicht sichtbar widerständig. Der dünne, *weiße*, normschöne, heteronormativ-codierte weibliche Körper fügt sich nahtlos in diese Ästhetik ein und erscheint nicht nur als Schönheitsideal, sondern wird zum Ausdruck für Kontrolle, Angepasstheit und Unauffälligkeit. Den angepassten Körpern wohnt eine vermeintliche, maskierte Neutralität inne, die politisch ist: Sie privilegiert Körpertypen und Lebensstile, die hegemoniale Normen nicht irritieren, sondern stabilisieren und dadurch als

„natürlich“ und „universell“ präsentiert werden können. So formiert sich ein ideales neoliberale Subjekt, das sich selbst optimiert und biopolitisch verwertbar macht.

Dabei ist zu beachten, dass die Möglichkeit zu Kontrolle und Rückzug an Zeitbudgets, finanzielles Kapital, sicheren Wohnraum und Entlastung von Care-Verpflichtungen gebunden ist. Nur wer über diese Voraussetzungen verfügt, kann ein Leben führen, in dem diese Art der permanenten Selbstregulierung überhaupt möglich ist. Für viele marginalisierte Subjekte wie sozioökonomisch benachteiligte Personen, Arbeiterinnen, Mütter, Menschen mit Behinderung, Personen die Pflegearbeit leisten oder darauf angewiesen sind, bleibt dieser kontrollierte Lebensentwurf strukturell unerreichbar. Besonders deutlich werden diese intersektionalen Voraussetzungen im ästhetisierten Wohnraum. Er fungiert als klassistischer Marker, an den moralische Bewertungen von Disziplin, Kontrolle und Selbstverantwortung geknüpft sind. Klasse, Geschlecht, Ability und *Race* werden nicht explizit thematisiert, sondern ästhetisch sortiert: Zugehörigkeit entsteht dort, wo materielle Ressourcen und normierte Körper zusammenfallen.

In Zeiten politischer Polarisierung, autoritärer Verschiebungen und erstarkender antifeministischer Tendenzen, in denen reproduktive Rechte zurückgenommen und Care-Arbeit zunehmend wieder zur Privatsache erhoben wird, verschiebt sich das Versprechen von Stabilität weg von kollektiver Organisation hin zu individualisierten Bewältigungsformen (Fraser, 2016). #ThatGirl kann als ästhetischer Spiegel dieser gesellschaftspolitischen Entwicklungen gelesen werden. Es handelt sich dabei nicht um eine widerständige Figur, sondern um ein „beruhigendes“ normkonformes Weiblichkeitsmodell, das Ordnung, Disziplin, Häuslichkeit und Kontrolle als Antwort auf Unsicherheit bietet. Das daraus entstehende Subjekt ist zutiefst kontrolliert, reguliert und individualisiert und wirkt gerade dadurch machterhaltend, indem strukturelle Ungleichheiten ästhetisch neutralisiert und ausgeblendet werden.

Das Versprechen des „guten Lebens“: #ThatGirl als grausamer Optimismus

Mit #ThatGirl entsteht zusammenfassend ein Lebensentwurf, der durch Selbstoptimierung und -transformation eine spezifische Vision des „guten Lebens“ skizziert. Lesbar wird diese Dynamik mit Berlants Konzept des „grausamen Optimismus“ (2011), das eine affektive Bindung an ein Ideal beschreibt, das als erstrebenswert inszeniert wird, zugleich aber strukturell unerreichbar bleibt (Berlant, 2011, S. 1f.; s. Kapitel 2.2.2.).

Genau hier setzt die Wirkmacht von #ThatGirl an. Ordnung, Kontrolle, Gesundheit, Schönheit, Disziplin und Ruhe werden als universell zugängliche Voraussetzungen eines gelungenen Lebens dargestellt, obwohl sie faktisch an Klassenzugehörigkeit, rassifizierte Körpernormen

und materielle Sicherheit gebunden sind. Die Videos erzeugen das Bild eines harmonischen, kontrollierten und erfolgreichen Alltags, während jene strukturellen Bedingungen, die dieses Ideal für viele unmöglich machen, systematisch ausgeblendet bleiben.

Gerade diese Spannung macht den Diskurs affektiv bindend. Das Ideal bleibt unerreichbar und gewinnt gerade dadurch an Wirkmacht, indem es Hoffnung auf individuelle Transformation verspricht. In intersektionaler Perspektive zeigt sich, dass dieses Versprechen vor allem Subjekte adressiert, die bereits über entsprechende Ressourcen verfügen, während es für andere eine affektive Projektionsfläche bleibt, an die sie gebunden werden, ohne sie realisieren zu können. #ThatGirl fungiert damit weniger als emanzipatorische Zukunftsvision, denn als biopolitisches Arrangement, in dem Selbstführung, Selbstkontrolle und Selbstverantwortung an die Stelle kollektiver Politik und struktureller Kritik treten und so langfristig attraktiv und anschlussfähig bleiben.

5.2. Plattformlogik & Digitale Ethnographie

Die diskursiven Formationen von #ThatGirl können nicht losgelöst von Plattform verstanden werden, auf der sie entstehen und zirkulieren. Aufbauend auf den in Kapitel 2.1. dargelegten Perspektiven wird TikTok im Folgenden als institutioneller Rahmen im foucaultschen Sinne begriffen, innerhalb dessen Sichtbarkeit, Wiederholung und Affekt organisiert werden. In Anlehnung an Rose (2022) ist Visualität dabei als Praxis der Bedeutungsproduktion zu verstehen, die in spezifische Macht-Wissens-Verhältnisse eingebettet (Rose, 2022, S. 252). TikTok fungiert damit nicht als Distributionsraum, der ein neutrales Abbild sozialer Wirklichkeit liefert, sondern als institutioneller medialer Kontext, in dem Sichtbarkeit von algorithmischen Logiken, wie Wiedererkennbarkeit, ästhetischer Kohärenz und Reproduzierbarkeit bestimmt wird (Boffone, 2022, S. 19f.; Krijnen et al., 2022, S. 203; s. Kapitel 2.1.).

Die dadurch entstehende Macht, die über (Un-)Sichtbarkeit entscheidet, wirkt produktiv und normalisierend. Die Plattform operiert dabei nicht über explizite Verbote, sondern strukturiert algorithmisch, welche Formen von Weiblichkeit, Routinen, Körpern, Self-Care-Praktiken, Räumen und Ästhetiken sichtbar, wiederholbar und affektiv anschlussfähig werden. Wie die Analyse gezeigt hat, wird ästhetische Kohärenz dabei besonders belohnt. Folgend ist #ThatGirl als algorithmisch kuratierter Raum innerhalb des institutionellen Gefüges TikTok zu verstehen, indem sich ähnliche Inhalte versammeln und bestimmte Subjektpositionen privilegiert werden, während andere marginalisiert bleiben.

Die Analyse des Korpus hat gezeigt, dass die unter dem Reiter „Top“ sichtbaren Videos das Ergebnis algorithmischer Selektion sind und jene Formen von Weiblichkeit widerspiegeln, die plattformlogisch als anschlussfähig gelten. Insbesondere Normen wie *Weißsein*, Schlankheit, Able-Bodiedness, Mittelklasse-Ästhetik, Ordnung, Ruhe, Produktivität, Heteronormativität

werden algorithmisch bestätigt und überproportional repräsentiert. Durch ihre wiederholte Sichtbarkeit werden diese Normen naturalisiert und als scheinbar „selbstverständlich“ gerahmt. Algorithmische Selektion verstärkt diese Muster, indem sie wiedererkennbare und konforme Umsetzungen bevorzugt und dadurch eine ästhetische Norm stabilisiert, die #ThatGirl-Konformität an Ordnung, Kontrolle und Ruhe koppelt. Die in der Analyse beschriebene „#ThatGirl-Ästhetik“ wirkt als ästhetisches Meme, das sich in variierenden Loops durch den Feed bewegt, zur Nachahmung anregt und normativ wirksam wird (s. Kapitel 2.1.1.).

Digitale Ethnographie: Feed-Homogenisierung und methodologisches Weißsein

Die während der Korpusgenerierung durchgeführte digitale Ethnographie bestätigt diese Dynamiken: Bereits nach wenigen Tagen gezielter Interaktion mit #ThatGirl-Inhalten hat sich der Feed deutlich homogenisiert. Videos mit ähnlicher Farbpalette, ähnlichen Wohnräumen, nahezu identischen Körpern und wiederkehrenden Routinen haben dominiert. Obwohl digitale Räume formal durch Offenheit gekennzeichnet sind, entsteht auf dieser Grundlage ein algorithmischer Bias, der hegemoniale visuelle Ordnungen stabilisiert und bestehende Machtasymmetrien im digitalen Raum verlängert. Abweichende Körper, Lebensrealitäten oder Ästhetiken werden nicht explizit ausgeschlossen, aber strukturell benachteiligt. Die Reflexivität macht deutlich, wie algorithmische Strukturen Wahrnehmungen, Auswahl und Interpretationen digitaler Diskurse prägen.

Auffällig war in diesem Zusammenhang die nahezu vollständige Unsichtbarkeit Schwarzer Creatorinnen im #ThatGirl-Feed. Erst durch die gezielte Suchanfragen, etwa durch die Ergänzung von Hashtags wie #blackgirl, wurden alternative Subjektpositionen sichtbar. Die Plattform fungiert damit als technologische Ausdehnung jener hegemonialen *weißen* Weiblichkeitsnormen, die #ThatGirl ohnehin reproduziert und trägt aktiv zu ihrer Stabilisierung bei. In Anschluss an Dosekun (2024) lässt sich diese Plattformpraxis als Ausdruck „methodologischen *Weißseins*“ (Dosekun, 2024, S. 303) verstehen (ebd.). Nicht weil marginalisierte Perspektiven fehlen, sondern weil die algorithmischen und methodischen Bedingungen ihre Sichtbarmachung systematisch erschweren und so *Weißsein* als unmarkierte Norm reproduzieren. *Weiß* codierte #ThatGirl-Ästhetiken erscheinen damit nicht als spezifische Ausprägung, sondern als algorithmisch hergestellte Selbstverständlichkeit.

TikTok als Raum affektiver Öffentlichkeit

Im Anschluss an Papacharissis (2015, 2016) Konzept affektiver Öffentlichkeiten wird Zugehörigkeit bei #ThatGirl über geteilte ästhetische und emotionale Ausdrucksweisen hergestellt (Papacharissi, 2015, S. 126; s. Kapitel 2.1.1.). Die ethnographischen Beobachtungen

der Kommentarspalten zeigen, dass Rezipierende dem Diskurs mit einer Mischung aus Kritik, Bewunderung und Sehnsucht begegnen.

Kritische Kommentare thematisieren etwa die Klassenprivilegien oder die Unwirklichkeit des dargestellten Lebensstils. Besonders deutlich wird das in den Kommentaren zu Video 41, das eine Morgenroutine zeigt, die das Schwimmen im eigenen Pool inkludiert:

- „Das ist halt ein Einzelkind, ich kann mir das nicht mit meinen vier Geschwistern leisten“ (s. Video 41)
- „Ich glaub nicht, dass die arm sind“ (s. Video 41)
- „I love this routine, the problem is my home is not in this level of aesthetic LOL“⁶⁰ (s. Video 41)

Gleichzeitig sind viele dieser kritischen Einordnungen affektiv positiv überlagert und enthalten Wunschidentifikation wie:

- „Can we swap lives please?“⁶¹ (s. Video 41)
- „Wünschte [ich] wäre du“ (s. Video 41)
- „Einfach schon wieder alles PERFEKT“ (s. Video 41)
- „So ein Leben will ich auch“ (s. Video 41)

Diese Ambivalenz entspricht der Logik des grausamen Optimismus. Die Nutzer:innen erkennen die Unerreichbarkeit des Ideals, bleiben aber affektiv daran gebunden.

Zugleich kursieren Kommentarpraktiken, die algorithmische Anschlussfähigkeit bewusst adressieren:

- „commenting to stay on that girl tiktok“⁶² (s. Video 2)
- „cleaning my fyp“⁶³ (s. Video 2)

Derlei Kommentare performen Zugehörigkeit, indem sie algorithmische Signale senden, die die eigene Feed-Zusammensetzung beeinflussen sollen. Die Kommentarspalte wird damit Teil der affektiven Infrastruktur des Diskurses.

Ferner fungieren Kommentare als Konsum- und Informationsmarktplätze. Nutzer:innen fragen gezielt nach Produkten, Marken oder Links, um die dargestellten Praktiken reproduzieren zu können:

- „What jeans are those please? Looks so good“⁶⁴ (s. Video 5)
- „Song name?“⁶⁵ (s. Video 5)

⁶⁰ Deutsch: „Ich liebe diese Routine. Das Problem ist nur, dass mein Zuhause nicht annähernd so ästhetisch ist“ (Schreibfehler abgeändert)

⁶¹ Deutsch: „Können wir bitte Leben tauschen?“

⁶² Deutsch: „Ich kommentiere, um auf that girl tiktok zu bleiben“

⁶³ Deutsch: „Ich reinige meine FYP“

⁶⁴ Deutsch: „Was sind das für Jeans? Sieht so gut aus“

⁶⁵ Deutsch: „Songtitel?“

Diese Interaktionen unterstützen nicht nur die konsumorientierte Logik von #ThatGirl, sondern zeigen, wie affektive Öffentlichkeiten in plattformökonomische Wertschöpfung eingebunden sind.

Unsichtbare Plattformarbeit & „aspirational labour“⁶⁶

Des Weiteren zeigt die Analyse, dass der in den #ThatGirl-Videos präsentierte Alltag hochgradig produziert ist und auf umfangreicher, jedoch unsichtbarer Plattformarbeit beruht. Kulisse, Lichtsetzung, Schnitt, Musik, Hashtags und Interaktion mit Rezipient:innen bleiben im Diskurs weitgehend unmarkiert und werden nicht als Arbeit ausgewiesen. Gleichzeitig werden damit die Produktionsbedingungen der Inhalte selbst verdeckt.

Diese unsichtbare Plattformarbeit entspricht der Logik von „aspirational labour“: #ThatGirl-Creatorinnen produzieren ein marktfähiges, algorithmisch anschlussfähiges Selbst, dessen ökonomische Einbettung zugleich betont und verschleiert wird (Duffy, 2016, S. 446, 453). Obwohl keines der im Korpus analysierten Videos explizit als Werbung gekennzeichnet ist und nur vereinzelt Marken in den Captions verlinkt werden, bewegen sich alle Creatorinnen innerhalb einer Ökonomie der Sichtbarkeit, in der algorithmische Reichweite potenziell in ökonomisches Kapital übersetzbar ist. Gerade die fehlende Kennzeichnung von Erwerbsarbeit trägt dazu bei, den dargestellten Lebensstil als „natürlich“, authentisch und scheinbar frei von ökonomischem Kalkül erscheinen zu lassen.

Die Möglichkeit, derart ästhetisch kohärente Inhalte herzustellen, ist klassenförmig voraussetzungsreich: Zeitliche Verfügbarkeit für Routinen und Content-Produktion, kontrollierbare Wohnräume, technisches Equipment, ästhetisches Wissen sowie ein Mindestmaß an ökonomischer Sicherheit werden benötigt. Sichtbarkeit kann das Vorhandensein dieser Ressourcen wiederum stabilisieren oder ausbauen, wenn sie in Einkommen oder soziale Reichweite übersetzt wird. So verschränken sich Plattformlogik, Konsumästhetik und Klassenstruktur.

5.3. Ambivalenzen im #ThatGirl-Diskurs

Obwohl der #ThatGirl-Diskurs ein hochgradig normatives Gefüge aus Ordnung, Produktivität, Konsumästhetik und Selbstoptimierung etabliert, ist er nicht vollständig geschlossen (Diaz-Bone, 2018, S. 52; s. Kapitel 3.3.1.). Wie diskurstheoretisch anzunehmen, entstehen auch hier Verschiebungen, Brüche und Variationen, die innerhalb des diskursiven Feldes zirkulieren (ebd.).

Das folgende Kapitel dient nicht der Erweiterung der Analyse, sondern reflektiert Ambivalenzen und Variationen, die im Umfeld des #ThatGirl-Diskurses zirkulieren. Die

⁶⁶ Anm.: „Aspirational labour“ bezeichnet auf zukünftige Anerkennung, Sichtbarkeit oder ökonomischen Erfolg ausgerichtete kreative Arbeit, die häufig unbezahlt bleibt und strukturell prekär ist (Duffy, 2016, S. 446).

angeführten Beispiele wurden im Rahmen gezielter Suchbewegungen im Umfeld von #ThatGirl identifiziert. Sie dienen ausschließlich der Illustration und sind nicht Teil des analysierten Korpus. Sie sind daher nicht als Gegenbeweis zur Analyse zu verstehen, sondern als diskursive Randphänomene, die das hegemoniale Ideal variieren, kommentieren oder modulieren, ohne es grundsätzlich oder gänzlich zu verlassen.

„Realistisches“ #ThatGirl: Flexibilisierung ohne Bruch

Ein wiederkehrendes Format präsentiert die Idee eines scheinbar „realistischeren“ #ThatGirls. Diese Inhalte greifen die in der Analyse identifizierten Strukturmomente des Ideals, wie helle Räume, Körperdisziplin, routinierte Tagesabläufe, Isolation als Self-Care, vollständig auf, markieren jedoch selektive Abweichungen, wie späteres Aufstehen, sichtbare Unordnung, minimale Abweichungen vom normierten Körperbild oder unaufgeräumter Umgebung (s. Video 93). Solche Darstellungen adressieren implizit das als unerreichbar empfundene Ideal und inszenieren eine Art Flexibilisierung der Norm. Das Ziel der Selbstoptimierung bleibt bestehen, nur der Weg dorthin wird als anpassbarer gerahmt. Diese Variation erzeugt Nähe und Authentizität (Duffy, 2016, S. 447). Gleichzeitig bleibt die dem Phänomen zugrundeliegende Norm erhalten und Weiblichkeit wird weiterhin über Ordnung, Konsum, visuelle Kohärenz und Körperdisziplin hergestellt. Das „realistische“ #ThatGirl fungiert nicht als Gegenentwurf, sondern als affirmative Erweiterung, die das Ideal stabilisiert, indem sie es erreichbarer erscheinen lässt. Die im Diskurs zentrale Figur einer jungen, disziplinierten, kontrollierten und auf sich selbst gerichteten Frau bleibt aber bestehen.

„Soft Life“⁶⁷: Ambivalente Umcodierung der #ThatGirl-Ästhetik

Im Umfeld von #ThatGirl zeigte sich, dass Schwarze Creatorinnen #ThatGirl punktuell mit „Soft Life“ verknüpfen. Diese Verbindung trat nicht als dominantes Muster im Korpus auf, sondern wurde unter der Zunahme des Hashtags #blackgirl sichtbar und dient dazu, ambivalente Erweiterungen des Diskurses sichtbar zu machen.

„Soft Life“ zirkuliert im gegenwärtigen medialen Diskurs als Streben nach Ruhe, Genuss, emotionaler Entlastung und einer Reduktion von Arbeitsbelastung, insbesondere im Kontext Schwarzer weiblicher Lebensrealitäten (Fluker, 2023; Thompson Payton, 2023). Häufig wird der Diskurs als Reaktion auf historisch gewachsene Überlastung, strukturellen Rassismus und permanente Resilienzanforderungen Schwarzer Frauen gerahmt (ebd.; Oláyéle, 2023). Gleichzeitig wird in aktuellen Beiträgen darauf hingewiesen, dass „Soft Life“ zunehmend an Konsum, Luxus und individualisierte Lifestyle-Narrative gebunden ist und damit selbst tief in kapitalistische Logiken gebettet ist (ebd.).

⁶⁷ Deutsch: „Sanftes“ oder „weiches“ Leben

Ein beispielhaftes Video einer Schwarzen Creatorin verdeutlicht diese Ambivalenz. Die Creatorin markiert ihr Video mit dem Hashtag #BecomingThatGirl und formuliert explizit, ihr Leben im Sinne eines „Soft Life“ zu romantisieren: „(...) I wanna live in luxury, I wanna have a soft life.“⁶⁸ Das Video folgt weitgehend der bekannten #ThatGirl-Ästhetik. Die Creatorin betont die Neugestaltung ihres Schlafzimmers mit neutralen und weißen Farbtönen, die sie als luxuriös beschreibt und erwähnt die Relevanz von Schönheitsarbeit („Always having my nails and my toes done is an absolute must“⁶⁹) sowie das Tragen farblich abgestimmter Outfits (s. Video 100).

Soft Life erscheint hier als affektiv aufgeladenes Lebensgefühl, das über Konsum und ästhetische Ordnung hergestellt wird. Die verwendeten Praktiken und Bildsprachen überschneiden sich stark mit jenen des #ThatGirl-Diskurses, während sich die affektive Rahmung von Disziplin, Kontrolle und Produktivität hin zu Luxus, Schonung und emotionaler Entlastung verschiebt. Vor diesem Hintergrund lässt sich Soft Life als ambivalente Umcodierung der bestehenden #ThatGirl-Ästhetik lesen. Zwar eröffnen sich alternative Deutungsmöglichkeiten, doch verbleiben diese innerhalb desselben ästhetischen und plattformökonomischen Rahmens. Ob solche Aneignungen über individuelle Selbstdeutung hinaus kollektive politische Relevanz entfalten oder durch plattformspezifische Dynamiken weiter neoliberalisiert werden, bleibt auf Basis des vorliegenden Materials offen.

#RatGirl – Ironische Distanzierung vom Optimierungsimperativ

Im Umfeld des #ThatGirl-Diskurses zirkulieren mit Formaten wie #RatGirl oder #RatGirlSummer ironische Variationen, die zentrale Elemente des Ideals, insbesondere Produktivität und Transformationsimperativ, aufgreifen und unterlaufen. Diese Videos positionieren sich nicht explizit als Gegenbewegung, stehen jedoch in einem erkennbaren Spannungsverhältnis zu den im #ThatGirl-Diskurs etablierten Normen von Ordnung, Disziplin und Kontrolle.

Bereits die phonetische Nähe der Begriffe #ThatGirl und #RatGirl setzt beide Figuren implizit zueinander in Beziehung. Charakteristisch für #RatGirl-Videos ist die ironische Umdeutung von Routinen und Zeitmanagement. In einem beispielhaften Video fragt die Creatorin: „Have you engaged in any shenanigans this week? Where are you on the dilly dallying agenda? Do you have any scampering built in on the calendar?“⁷⁰ (s. Video 96). Begriffe wie „Agenda“ oder „Kalender“, die im #ThatGirl-Diskurs für Effizienz und Selbstkontrolle stehen, werden hier bewusst auf Ziellosigkeit, Trödeln und ungeplantes Verhalten bezogen.

⁶⁸ Deutsch: „Ich will im Luxus leben, ich will ein sanftes Leben haben“ (Eigene Übersetzung)

⁶⁹ Deutsch: „Gemachte Nägel und Zehennägel sind ein absolutes Muss“ (Eigene Übersetzung)

⁷⁰ Deutsch: „Hast du dich diese Woche auf irgendeinen Blödsinn eingelassen? Wo stehst du auf der Trödel-Agenda? Hast du ein bisschen Trödeln in deinen Kalender eingetragen?“

Damit inszeniert #RatGirl einen Lebensstil, der Chaos, Spontanität und Zweckfreiheit betont und sich vom disziplinierten, kontrollierten Alltag von #ThatGirl absetzt. Diese ironische Distanzierung ermöglicht temporäre Entlastung und kommentiert den Normdruck, ohne jedoch eine dauerhafte Gegenordnung zu etablieren. Auch hier bleiben die grundlegenden Logiken ästhetischer Sichtbarkeit, Individualisierung und Selbstverantwortung unangetastet.

Die betrachteten ambivalenten Formate markieren keine Auflösung des #ThatGirl-Ideals, sondern zeigen dessen Anpassungsfähigkeit. Variationen wie das „realistische“ #ThatGirl, Soft Life oder #RatGirl modulieren die affektiven Zumutungen des Ideals, ohne seine grundlegenden Logiken von Selbstverantwortung, Ästhetisierung und Individualisierung zu verlassen. Gerade diese Flexibilität trägt zur Stabilisierung des Diskurses bei. Ambivalenz erscheint damit nicht als Gegenkraft, sondern als integraler Bestandteil der Wirkmacht von #ThatGirl.

5.4. Methodische Reflexion & Limitation

Die vorliegende Analyse ist als situiertes Wissen zu verstehen und untrennbar mit der Plattform sowie meiner eigenen Position verbunden. Algorithmische Selektionsmechanismen strukturieren Sichtbarkeit, beeinflussen die Zusammensetzung des Korpus und privilegieren bestimmte Ästhetiken, Körper und Subjektpositionen. Der untersuchte Korpus bildet daher weniger eine neutrale Gesamtheit ab als vielmehr ein von TikTok produziertes Sichtbarkeitsregime. TikTok-Inhalte sind zudem als flüchtig zu verstehen, algorithmisch kuratiert und deshalb nicht reproduzierbar, sodass eine Analyse eine Momentaufnahme eines sich kontinuierlich wandelnden digitalen Diskurses darstellt.

Die vorliegenden Ergebnisse beanspruchen daher nicht, das #ThatGirl-Phänomen in seiner Gesamtheit abzubilden. Vielmehr rekonstruieren sie jene hegemonialen, ästhetisch und plattformspezifisch verstärkten Diskurslogiken, die im untersuchten Material dominieren.

Die visuelle Diskursanalyse ermöglicht eine dichte Beschreibung der visuellen und affektiven Ordnungen, ersetzt jedoch keine systematische Rezeptionserhebung. Wie Nutzer:innen die Inhalte deuten, aneignen oder zurückweisen, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht empirisch erfasst werden. Die digitale Ethnographie ermöglicht kontextsensitive Einblicke in plattformspezifische Dynamiken, ersetzt jedoch keine systematische Rezeptionserhebung. Die beobachteten Kommentarpraktiken und affektiven Reaktionen lassen Tendenzen erkennen, dienen jedoch nicht der empirischen Vermessung von Bedeutungszuschreibungen. Die intersektionale Analyse betreffend, gilt es anzumerken, dass sie zwangsläufig auf jene Position beschränkt bleibt, die der Algorithmus sichtbar macht. Perspektiven marginalisierter Creatorinnen können daher nur eingeschränkt erfasst werden. Diese Begrenzung ist dabei

weniger als Defizit der Untersuchung zu verstehen, denn als Ausdruck jener plattformspezifischen Machtverhältnisse, die selbst Gegenstand der Analyse sind. Welche Körper, Lebensrealitäten und Subjektpositionen sichtbar werden, ist Ergebnis algorithmischer Selektion und nicht allein einer individuellen Suchbewegung. Die Leerstelle subalternen Perspektiven ist damit nicht bloß eine methodische Grenze, sondern verweist auf die Wirkmacht der Plattformlogik selbst.

Affektive Einbindung und Standortgebundenheit der Forschung

Das wiederholte Konsumieren von #ThatGirl-Inhalten entfaltet auch auf der Ebene der Forschung affektive Wirkung. Diese Einbindung ist nicht als Verzerrung der Analyse zu verstehen, sondern als Teil der plattformvermittelten Erfahrungsbedingungen, unter denen Wissen über #ThatGirl überhaupt entsteht. Im Forschungstagebuch dokumentierte Momente von Faszination, Irritation und zeitweise latenter Selbstvermessung („Mache ich genug?“, „Ist meine Wohnung ordentlich genug?“) zeigen, dass die Forscherinnenposition innerhalb des von TikTok erzeugten affektiven Regimes steht.

Zugleich wird eine plattformkritische Standortgebundenheit sichtbar: Als weiß gelesene Forscherin mit rasch homogenisiertem Feed wurde deutlich, wie der Algorithmus bestimmte Ästhetiken bevorzugt und andere marginalisiert und wie man selbst von dieser ästhetisch-affektiven Ordnung beeinflusst wird. Der ethnographische Prozess machte damit sichtbar, dass Reflexivität im digitalen Feld nicht nur eine Frage der methodischen Transparenz ist, sondern eine aktive Auseinandersetzung mit den affektiven, normativen und machtdurchdrungenen Strukturen der Plattform erfordert.

Medienpolitischer und geopolitischer Kontext

Abschließend gilt zu berücksichtigen, dass TikTok als Plattform selbst immer wieder in der Kritik steht. TikTok gilt als „extrem öffentlicher digitaler Ort“ so Boffone (2022), wo Inhalte sehr ungefiltert ausgespielt und verbreitet werden (Boffone, 2022, S. 6). Das führte in der Vergangenheit dazu, dass TikTok dafür kritisiert wurde, problematischen Inhalten, wie Hassrede, rechtsextremer Propaganda oder pornographischen Inhalten, ein Forum zu bieten (Zulli & Zulli, 2022, S. 1873). Außerdem ist TikTok und in breitere Debatten um Datenschutz und politische Einflussnahme gebettet und als Ausdruck geopolitischer Rivalitäten zwischen China und den USA zu verstehen (Maheshwari & Holpouch, 2024; Perthes, 2020, S. 5). Der politische Umgang mit der Plattform kann als Ausdruck hegemonialer Machtbestrebungen im Kontext geopolitischer Konkurrenz zwischen den USA und China gelesen werden (Haris et al., 2025). Diese Entwicklungen verdeutlichen, dass TikTok nicht als neutraler sozialer Raum verstanden werden kann, sondern in Macht-, Kontroll- und Eigentumsfragen eingebettet ist, die den institutionellen Rahmen der Plattform mitprägen.

6. Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, spezifische Subjektivierungsweisen viraler Weiblichkeit auf TikTok am Hashtag #ThatGirl zu untersuchen. Im Zentrum stand dabei die Frage, wie #ThatGirl im Kontext neoliberaler Selbstführung ein normatives Ideal hegemonialer, *weiß* codierter Weiblichkeit formiert und wie soziale Ungleichheiten dabei ästhetisch stabilisiert oder unsichtbar gemacht werden. Dafür wurde analysiert, welche diskursiven, visuellen, auditiven und narrative Praktiken diese Formierung herstellen, welche Normen von Körper, Gesundheit, Produktivität, Schönheit und Ordnung dabei als selbstverständlich gesetzt werden und welche intersektionalen Ausschlüsse dadurch naturalisiert oder individualisiert werden. Gleichzeitig wurde beobachtet, wie plattformlogische Selektionsmechanismen Sichtbarkeit beeinflussen.

Die Analyse der 80 ausgewählten Videos zeigt, dass #ThatGirl als kohärentes System neoliberaler Subjektivierung gelesen werden kann, das über imperativische Regime, Isolation und eine umfassende Logik der Kontrolle strukturiert ist. Ein standardisiertes Set an Routinen, Ästhetiken und Technologien des Selbst bringt ein regulatives Weiblichkeitsideal hervor, das Disziplin, Produktivität, affektive Selbstregulierung als moralisch wünschenswert markiert. Weiblichkeit erscheint dabei als fortwährendes Projekt der Selbstoptimierung, in dem Körper, Raum, Zeit und Affekt an bestimmte Konsumpraktiken, Routinen und visuelle Ordnungen gebunden und entlang hegemonialer Codes strukturiert und reguliert werden.

Self-Care fungiert im #ThatGirl-Diskurs als biopolitische Rahmung dieser Imperative. In deutlichem Kontrast zu seiner ursprünglichen Bedeutung als kollektive Praxis des Überlebens und Widerstands erscheint Self-Care hier als individualisierte, entpolitisierte und konsumgebundene Technik der Selbstführung. Es leitet Subjekte zur vermeintlich freiwilligen Selbstpflege an, trägt faktisch jedoch zu deren Markt- und Plattformkompatibilität und Eingliederung in bestehende Wertschöpfungsprozesse bei.

Weiters betont die vorliegende Arbeit den Einfluss von spezifischen Plattformlogiken auf die diskursive Konstruktion des Phänomens. Sichtbarkeit ist dabei als Effekt sozio-technischer Selektion zu beschreiben. TikTok bevorzugt Inhalte, die der etablierten #ThatGirl-Ästhetik entsprechen, belohnt ästhetische Kohärenz und verstärkt damit die Sichtbarkeit bestimmter Körper, Räume und Lebensweisen. *Weiß*e, schlanke, junge und heteronormativ gelesene Körper werden so zur unmarkierten Norm, während Abweichungen strukturell marginalisiert bleiben. Klasse, *Whiteness* und hegemoniale Körpernormen wurden darauf basierend als stille, obligate Infrastruktur von #ThatGirl identifiziert. Ein Leben als #ThatGirl leben zu können, setzt das Vorhandensein finanzieller, zeitlicher, räumlicher, kultureller und sozialer Ressourcen voraus, was im Diskurs jedoch weitgehend unsichtbar bleibt. Ungleichheiten

werden damit ästhetisch naturalisiert, individualisiert und entpolitisiert, indem Differenzen implizit als Ergebnis persönlicher Wahl oder (fehlender) Disziplin gerahmt werden.

Als „idealer“ neoliberaler Weiblichkeitsentwurf ist #ThatGirl an der Schnittstelle verschiedener, von kapitalistischen Logiken geprägten Feminismen verortet und lässt sich nicht als emanzipatorische Figur verstehen. #ThatGirl knüpft an post- und popfeministische Narrative an, die Empowerment und Emanzipation über individuelle Leistung, Selbstdisziplin und Konsum definieren. Gleichzeitig werden Choice- und neoliberal feministische Rahmungen von „freier Wahl“ reproduziert und mit der Pflicht der Transformation und Selbstoptimierung und neoliberalen Vorstellungen von Erfolg und einem „guten Leben“ verknüpft. Darüber hinaus stabilisiert #ThatGirl im Sinne des weißen Feminismus ein ressourcenabhängiges, heteronormativ und körperlich normativ codiertes Ideal, das strukturelle Bedingungen ausblendet und sich die Ungleichheiten kapitalistischer Systeme zu eigen macht. Intersektional-feministische Perspektiven und Machtverhältnisse, die Einfluss auf den Zugang zu #ThatGirl haben können, werden innerhalb des Diskurses nicht reflektiert. Alternative Aushandlungen von #ThatGirl existieren, werden jedoch größtenteils ausgeblendet.

Als neoliberal-weibliche Subjektposition entfaltet #ThatGirl eine spezifische Machtposition, die festlegt, welche Formen weiblicher Selbstführung als wünschenswert, moralisch und sozial akzeptiert gelten. Gerade weil #ThatGirl als scheinbar freiwillig erreichbar und wählbares Ideal auftritt, wirkt seine Macht subtil, indem es bestimmte Lebensweisen, Körper und affektive Dispositionen als erstrebenswert markiert und damit den Möglichkeitsraum weiblicher Subjektivierung eingrenzt. Die damit erzeugte Machtdynamik operiert im Sinne der Biomacht nicht über äußeren Zwang, sondern über affektive Attraktivität und das grausam optimistische Versprechen von Selbstoptimierung und einem „guten Leben“.

Die vorliegenden Ergebnisse sind als situierte Momentaufnahme eines algorithmisch kuratierten Sichtbarkeitsregimes zu verstehen. Gerade die eingeschränkte Sichtbarkeit marginalisierter Perspektiven ist dabei ein zentraler Befund der Analyse und verweist auf Anknüpfungspunkte für künftige Forschung, etwa zu Auseinandersetzung mit algorithmischen Bias sowie zu partizipativen Zugängen, die marginalisierte Perspektiven systematischer rekonstruieren.

Resümierend ist auf die titelgebende Frage zurückzukommen: Wer ist #ThatGirl? #ThatGirl ist ein affektiv als erstrebenswert markierte Ideal eines neoliberalen, weiß codierten weiblichen Subjekts, das in der gegenwärtigen Plattformkultur zirkuliert und ein normatives Weiblichkeitsideal stabilisiert, das innerhalb kapitalistischer Logiken akzeptiert wird. Über Routinisierung, Kontrolle und den Rückzug ins Private konstituiert sich dieses Ideal als moralisch und verwertbar. Variationen und ironische Brechungen im diskursiven Umfeld des

Phänomens hinterfragen die Grundlogik punktuell, stabilisieren sie jedoch im Endeffekt, indem sie das Ideal flexibilisieren, ohne es grundsätzlich zu verlassen.

Besonders vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen, in denen rechte, antifeministische und antiequeere Bewegungen globale Rückschritte einleiten, kommen normativen, scheinbar harmlosen Weiblichkeitsentwürfen wie #ThatGirl eine besondere Bedeutung zu. Die Ästhetik des „perfekten“, kontrollierten weiblichen Subjekts, wie es #ThatGirl verbildlicht, fügt sich in diese politische Gemengelage ein und wirkt stabilisierend, indem Anpassung zur Norm erhoben und Abweichung als potentiell störend und gefährlich markiert wird.

Solange in öffentlichen digitalen diskursiven Räumen wie #ThatGirl solche Ideale vorherrschen, ist jede Entscheidung, sich ihnen zu entziehen, politisch. Da die vermeintliche Wahlfreiheit jedoch dort endet, wo strukturelle Grenzen beginnen und zuerst jene trifft, deren Körper und Lebenssituation nicht dem hegemonialen kapitalistisch verwertbaren Ideal entsprechen, bleibt auch die Freiheit, dem „perfekten“ Ideal nicht entsprechen zu wollen, ein ungleich verteiltes Privileg. Vor diesem Hintergrund lässt sich jedes bewusste Abweichen normativer Weiblichkeitsentwürfe als mikropolitische Praxis lesen. Das subversive Potential #ThatGirls liegt damit wahrscheinlich darin, ihm nicht entsprechen zu wollen und den zirkulierenden Normen, wenn möglich, kritisch zu begegnen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass viele der im Diskurs sichtbar werdenden Praktiken, wie das Einhalten von Routinen, Pflege und die Sorge um das eigene Wohlbefinden, für sich genommen weder problematisch noch grundsätzlich auszuschließen sind. Sie können im Gegenteil stabilisierende, entlastende oder strukturgebende Funktionen erfüllen. Problematisch werden sie dort, wo sie an hochgradig normierte, kommunistische Logiken und ästhetische Imperative gebunden und als universell erstrebenswert gesetzt werden.

#ThatGirl erweist sich damit als janusköpfiges Phänomen, das einerseits Ordnung, Orientierung und Kontrolle verspricht, zugleich jedoch einen engen Erwartungshorizont produziert, der nicht für alle erreichbar ist. Indem bestimmte Formen von Self-Care, Körpern und Lebensweisen normiert werden, geraten alternative, nicht kapitalistisch verwertbare Praktiken der Selbstsorge aus dem Blick.

Self-Care ist möglich, ohne #ThatGirl zu sein – doch genau diese Möglichkeit bleibt im hegemonialen Diskurs weitgehend unsichtbar.

7. Literaturverzeichnis

7.1. Wissenschaftliche Quellen

- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103.
<https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Achmad, Z. A., & Lubna, P. N. C. (2023). Toxic Positivity Content Uploads on Instagram in Encouraging the Growth of Hustle Culture Gen Z. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 8(1), 72–89. <https://doi.org/10.35457/josar.v9i1.2730>
- Alexandersson, A., & Kalonaityte, V. (2021). Girl bosses, punk poodles, and pink smoothies: Girlhood as Enterprising Femininity. *Gender, Work & Organization*, 28(1), 416–438.
<https://doi.org/10.1111/gwao.12582>
- Altenried, M. (2021). Was ist eine Plattform? Politische Ökonomie und Arbeit im Plattformkapitalismus. In M. Altenried, J. Dück & M. Wallis (Hrsg.), *Plattformkapitalismus und die Krise der Sozialen Reproduktion*, 50-69. Westfälisches Dampfboot
- André, F. (2022). #POSTFEMINISMUS. #DIVERSITY #RIOTGRRRLS #NETZFEMINISMUS. *FKW // Zeitschrift für Geschlechterforschung und visuelle Kultur*, 70, 1-10.
<https://doi.org/10.57871/fkw7020221610>
- Baker, S. A. (2022). *Wellness culture: how the wellness movement has been used to empower, profit and misinform* (First edition.). Emerald Publishing Limited.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press.
- Banet-Weiser, S., Gill, R., & Rottenberg, C. (2020). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg *in conversation. Feminist Theory*, 21(1), 3–24.
<https://doi.org/10.1177/1464700119842555>
- Bauer, M., Rösch, V. (2023). Self-Care, Mental Health und Antifeminismus – visuelle Strategien antifeministischer Influencerinnen auf TikTok und Instagram. In Institut für

- Demokratie und Zivilgesellschaft (Hrsg.), *Wissen schafft Demokratie: Netzkulturen und Plattformpolitiken*, Bd. 14, 60-77.
- Beck, K. (2021). *White feminism: from the suffragettes to influencers and who they leave behind*. Simon & Schuster.
- Beijbom, M., Fabricius, A., & O'Doherty, K. C. (2023). Women's health magazines and postfeminist healthism: A critical discourse analysis. *Feminism & Psychology*, 33(4), 604–621. <https://doi.org/10.1177/09593535231169823>
- Berlant, L. G. (2011). *Cruel optimism*. Duke University Press.
- Boffone, T. (2022). *TikTok Cultures in the United States* (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003280705>
- Breite, E. (2023). *Die Verfügbarmachung der Literatur: Neoliberale Logiken und ihr Einfluss auf literarische Bildung* (Bd. 6). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839467596>
- Bröckling, U. (2007). *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Suhrkamp.
- Brunnett, R., Anhorn, R., & Balzereit, M. (2016). Gesundheit als Kapital – Zur Produktivität symbolischer Gesundheit im flexiblen Kapitalismus. In R. Anhorn & M. Balzereit (Hrsg.), *Handbuch Therapeutisierung und Soziale Arbeit*, 207–223. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10870-0_2
- Burchell, E. L. (2023). Algorithms, Aesthetics, and Agency: An exploration into the performance of the self amongst young women on TikTok. *RE:THINK Journal of Creative Ethnography*, Vol. 4,1.
- Burgess, A., Yeomans, H., & Fenton, L. (2022). 'More options...less time' in the 'hustle culture' of 'generation sensible': Individualization and drinking decline among twenty-first century young adults. *The British Journal of Sociology*, 73(4), 903–918. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12964>
- Butler, J. (2007). *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*. Routledge.

- Carlton, R. R. (2022). Precarious Girls and (Cruel) Optimism: Protecting Sexually Abused Teenage Girls. *Girlhood Studies*, 15(2), 18–34. doi: 10.3167/ghs.2022.150203
- Casey, E., & Littler, J. (2022). Mrs Hinch, the rise of the cleanfluencer and the neoliberal refashioning of housework: Scouring away the crisis? *The Sociological Review (Keele)*, 70(3), 489–505. <https://doi.org/10.1177/00380261211059591>
- Charitsis, V., Yngfalk, A. F., & Skålen, P. (2019). 'Made to run': Biopolitical marketing and the making of the self-quantified runner. *Marketing Theory*, 19(3), 347–366. <https://doi.org/10.1177/1470593118799794>
- Coleman, R. (2008). The becoming of bodies. *Feminist Media Studies*, 8(2), 163–179. <https://doi.org/10.1080/14680770801980547>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Currie, D. H., Kelly, D. M., & Pomerantz, S. (2009). 'Girl Power': girls reinventing girlhood (1. Aufl.). Lang.
- Diaz-Bone, R. (2018). Foucaultsche Diskursanalyse und Ungleichheitsforschung. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 19(1-2/2018), 47–61. <https://doi.org/10.3224/zqf.v19i1-2.04>
- Dosekun, S. (2015). For Western Girls Only?: Post-feminism as transnational culture. *Feminist Media Studies*, 15(6), 960–975. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1062991>
- Dosekun, S. (2017). The Risky Business of Postfeminist Beauty. In A. S. Elias, R. Gill, & C. Scharff (Hrsg.), *Aesthetic Labour*, 167–181. Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_9
- Dosekun, S. (2024). Beyond 'reifying whiteness' in feminist media studies. *European Journal of Cultural Studies*, 27(2), 295–308. <https://doi.org/10.1177/13675494231216918>
- Drüeke, R. (2015). Feministischer Hashtag-Aktivismus. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 28(3), 26–35. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2015-0305>

- Duffy, B. E. (2016). The romance of work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies*, 19(4), 441–457. <https://doi.org/10.1177/1367877915572186>
- Dürscheid, C., & Lippuner, P. (2022). Der Hash im Hashtag: Zur Geschichte eines multifunktionalen Zeichens. *Zeitschrift Für Germanistische Linguistik*, 50(3), 475–498. <https://doi.org/10.1515/zgl-2022-2023>
- Ehlers, T. (2017). *Kultur, Entwicklung und „Cultural Turn“: Ursprung, Bedeutung und Wandel von euro- und ethnozentristischem Kulturverständnis im Kontext liberaler Entwicklungs- und Modernisierungstheorien*. Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.5771/9783828868014>
- Eismann, S. (2007). *Hot topic : Popfeminismus heute*. Ventil-Verlag.
- Elias, A. S., Gill, R., Scharff Ch. (2017). *Aesthetic labour: Rethinking beauty politics in eoliberalism*. Palgrave Macmillan UK.
- Elias, A. S., & Gill, R. (2018). Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59–77. <https://doi.org/10.1177/1367549417705604>
- Evans, J. (2017). *The Art of Losing Control : A Philosopher's Search for Ecstatic Experience*. Canongate Books.
- Fahs, B., Scharff, C., Elias, A. S., & Gill, R. (2017). Mapping 'Gross' Bodies: The Regulatory Politics of Disgust. In A.S. Elias, R. Gill & C. Scharff (Hrsg.), *Aesthetic Labour*, 83–99. Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_4
- Faludi, S. (1995). *Backlash: Die Männer schlagen zurück*. Rowohlt.
- Favaro, L., Scharff, C., Elias, A. S., & Gill, R. (2017). 'Just Be Confident Girls!': Confidence Chic as Neoliberal Governmentality. In A.S. Elias, R. Gill & C. Scharff (Hrsg.), *Aesthetic Labour*, 283–299. Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_16
- Fenner, D. (2019). *Selbstoptimierung und Enhancement: Ein ethischer Grundriss*. Narr Francke Attempto Verlag.

- Foeken, E. (2024). Embodied, caring and disciplinary: A Foucauldian reading of 'process time' as constitutive of the biopolitical institution of the family. *Time & Society*, 33(1), 3–24. <https://doi.org/10.1177/0961463X231176434>
- Foucault, M. (1988). Technologies of the Self. In M.H. Luther, H. Gutman & P.H. Hutton (Hrsg.), *Technologies of the Self. A Seminar with Michel Foucault*, 16-49. Tavistock Publications.
- Frank, F. S. (2024). *"I'm That Girl": Exploring Black Women College Students' Identity Expression and Hip-Hop* (Doctoral dissertation, University of Texas at Arlington). MavMatrix.
- Fraser, N. (2016). Contradictions of Capital and Care. *New Left Review*, 100(100), 99–117. <https://doi.org/10.64590/nt2>
- Fütty, T. J. (2019). *Gender und Biopolitik: Normative und intersektionale Gewalt gegen Trans*Menschen*. transcript Verlag.
- Gehring, P. (2006). *Was ist Biomacht? Vom zweifelhaften Mehrwert des Lebens*. Campus Verlag.
- Genz, S. (2015). My Job is Me: Postfeminist celebrity culture and the gendering of authenticity. *Feminist Media Studies*, 15(4), 545–561. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.952758>
- Gibbs, J. E. (2002). *Mise-en-scène: film style and interpretation*. Wallflower Press.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R., & Orgad, S. (2015). The Confidence Cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30(86), 324–344. <https://doi.org/10.1080/08164649.2016.1148001>
- Gill, R. (2016). Post-postfeminism?: New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), 610–630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies*, 20(06), 606-626.
- Gill, R. (2023). *Perfect. Feeling Judged on Social Media*. Polity Press.

- Glade, N. (2022). Einleitung. In: Glade, N & Schnell C. (2022). *Perfekte Körper, perfektes Leben?: Selbstoptimierung aus der Perspektive von Geschlecht und Behinderung*. transcript.
- Goriunova, O. (2013). Die Kraft der digitalen Ästhetik. Über Meme, Hacking und Individuation. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 8(13). <https://doi.org/10.25969/mediarep/699>.
- Greensmith, C. & Froese, J.S. (2021). Fantasies of the Good Life: Responding to Rape Culture in 13 Reasons Why. *Girlhood Studies* 14 (1), 85-100
- Greif, P., & Sarfert, N. (2017). Klassismus. In D. Diamond, P. Pflaster & L. Schmid (Hrsg.), *Lookismus: normierte Körper – diskriminierende Mechanismen – (Self-)Empowerment*, 28–35. Unrast.
- Haehnel, B. (2024). *Weißer Umhüllungen – weiße Verblendungen: zur textilen Konstruktion von whiteness*. Böhlau Verlag.
- Han, B.C. (2014). *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*. S. Fischer.
- Hanson, L. N., Gott, A., Tomsett, M., Useh, E., Yeadon-Caiger, E., Clay, R., Fan, J., Hui, K., Wang, H., Evans, E. H., Cowie, D., & Boothroyd, L. G. (2024). Examining body appreciation in six countries: The impact of age and sociocultural pressure. *PLoS ONE*, 19(7), e0306913. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0306913>
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges - The Science Question in Feminism And The Privilege Of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575–599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Haris, U., Saputro, E. R., & Adam, A. F. (2025). The Impact of the TikTok Ban on the Political Relations between the United States and China. *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi*, 7(2). <https://doi.org/10.58258/jihad.v7i2.8552>
- Harjunen, H. (2017). *Neoliberal bodies and the gendered fat body* (1st ed.). Routledge.
- Harris, A. (2004). *Future girl: young women in the twenty-first century* (1st ed.). Routledge.
- Hartmann, D., Wang, S.M., et al. (2025). A systematic review of echo chamber research: comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying

- outcomes. *Journal of Computational Social Science* 8, 52 (2025). <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1007/s42001-025-00381-z>
- Heintzelman, S. J., & King, L. A. (2019). Routines and Meaning in Life. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(5), 688–699. <https://doi.org/10.1177/0146167218795133>
- Heinz, S., & Hunter, S. (2022). Making yourself at home: Performances of whiteness in cultural production about home and homemaking practices. In *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*, 258–268. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429355769-21>
- Hill Collins, P., Bilge, S., & John Wiley Sons. (2016). *Intersectionality*. Polity.
- Hooks, B. (2014). *Feminism is for everybody : passionate politics*. Routledge.
- Joseph-Salisbury, R., & Connelly, L. (2018). 'If Your Hair Is Relaxed, White People Are Relaxed. If Your Hair Is Nappy, They're Not Happy': Black Hair as a Site of 'Post-Racial' Social Control in English Schools. *Social Sciences (Basel)*, 7(11), 219. <https://doi.org/10.3390/socsci7110219>
- Jung, S., & Kempf, V. (Hrsg.). (2023). *Entgrenzte Öffentlichkeit: Debattenkulturen im politischen und medialen Wandel* (1. Aufl., Bd. 2). transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839463352>
- Kennedy, M. (2020). 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069–1076. <https://doi.org/10.1177/1367549420945341>
- Kim, J. B., & Schalk, S. (2021). Reclaiming the Radical Politics of Self-Care. *South Atlantic Quarterly*, 120(2), 325–342. <https://doi.org/10.1215/00382876-8916074>
- Klose, S. (2020). Fat Feminism im Spannungsfeld von Doing Gender und Biopolitik. Eine Analyse zu seiner Handlungs- und Wirkmacht in der deutschen Community. *Forschungsportal Sachsen-Anhalt*. URL: <https://forschung-sachsen-anhalt.de/project/fat-feminism-spannungsfeld-doing-gender-25411> (Zugriff am: 07.06.2024)

- Krijnen, T., Nixon, P. G., Ravenscroft, M. D., & Scarcelli, C. M. (Hrsg.). (2022). *Identities and Intimacies on Social Media: Transnational Perspectives*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003250982>
- Lechner, E. (2020). *Beyond Disgust: The Popfeminist Politics of Body Positivity*.
- Lechner, E. (2020). *Looks Matter Von Schönheitsarbeit, Body Shaming und der lookistischen Diskriminierung von dicken Frauen*.
- Leonard, S., & Negra, D. (2022). Labour, Self -Care and Respite: Neoliberal Rationalities in Sleep Crisis Rhetoric. *New Formations*, 106(106), 43–59.
<https://doi.org/10.3898/newf:106.03.2022>
- Lesnik-Oberstein, K. (2006). *The last taboo: women and body hair*. Manchester University Press.
- Mahoney, C. (2022). Is this what a feminist looks like? Curating the feminist self in the neoliberal visual economy of Instagram. *Feminist Media Studies*, 22(3), 519–535.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1810732>
- McClintock, A. (1995). *Imperial leather: Race, gender and sexuality in the colonial contest*. Routledge.
- McIntosh, P. (1988). *White Privilege: Den unsichtbaren Rucksack auspacken*.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255–264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>
- McRobbie, A. (2015). Notes on the Perfect: Competitive Femininity in Neoliberal Times. *Australian Feminist Studies*, 30(83), 3–20.
<https://doi.org/10.1080/08164649.2015.1011485>
- McRobbie, A. (2016). *Top Girls: Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*. Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-14828-7>
- Moon, D. G., & Holling, M. A. (2020). “White supremacy in heels”: (White) feminism, white supremacy, and discursive violence. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 17(2), 253–260. <https://doi.org/10.1080/14791420.2020.1770819>

- Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22–25.
<https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>
- Nash, M., & Grant, R. (2015). Twenty-Something Girls v. Thirty-Something Sex And The City Women: Paving the way for “post? feminism.” *Feminist Media Studies*, 15(6), 976–991.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1050596>
- Nicholls, R., & Gilchrist, P. (2022). Digital Media and the Promotion of a Clean Eating Lifestyle. In S. Lawrence (Hrsg.), *Digital Wellness, Health and Fitness Influencers*, 110–127. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003256021-7>
- Orbach, S. (2017). The making of the body. In Elias, A.s., Gill, R. & Scharff C. (Hrsg.), *Aesthetic labour: Rethinking beauty politics in neoliberalism* (Vorwort). Palgrave Macmillan.
- Orlikowski, A. (2018). Weiblichkeit als Zweideutigkeit: Phänomenologische Zugänge im Spannungsfeld zwischen Beschreibung und Konstituierung. In A. Langer, C. Mahs, & B. Rendtorff (Hrsg.), *Weiblichkeit – Ansätze zur Theoretisierung*, 53–68. Verlag Barbara Budrich.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307–324.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Patouras, S., & Sharp, M. (2025). The endless project of the feminine self: ‘Locked-down femininity’ and becoming #ThatGirl on TikTok. *Feminist Media Studies*, 1–15.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2025.2544164>
- Paul, Anna C, 124326506x, & Ventil Verlag. (2021). *Super(hairy)woman* : Erfahrungsberichte im Zeitalter der Haarlosigkeit*. Ventil Verlag.
- Pentzien, J. (2021). Vom Plattform-Kapitalismus zum Plattform-Kooperativismus? Potenziale und Grenzen kooperativer Unternehmungen in der Plattformökonomie. In M. Altenried, J. Dück & M. Wallis (Hrsg.) *Plattformkapitalismus und die Krise der Sozialen Reproduktion*. Westfälisches Dampfboot.

- Perthes, V. (2020). Dimensionen strategischer Rivalität: China, die USA und die Stellung Europas. In B. Lippert, V. Perthes (Hrsg.). *Strategische Rivalität zwischen USA und China. Worum es geht, was es für Europa (und andere) bedeutet*. Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik
- Petersson McIntyre, M. (2021). Commodifying feminism: Economic choice and agency in the context of lifestyle influencers and gender consultants. *Gender, Work & Organization*, 28(3), 1059–1078. <https://doi.org/10.1111/gwao.12627>
- Portschy, J., Gerhards, H., & Braun, K. (2019). Biopolitik der Zeit. In *Biopolitiken - Regierungen des Lebens Heute*, 67–93. Springer Vieweg. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25769-9_3
- Postill, J., & Pink, S. (2012). Social media ethnography: the digital researcher in a messy web. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, 145(145), 123–134. <https://doi.org/10.1177/1329878X1214500114>
- Rambukkana, N. (2015). From #RaceFail to #Ferguson: The digital intimacies of race-activist hashtag publics. In N. Rambukkana (Hrsg.), *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks*, 29–46. Peter Lang.
- Riley, S., & Evans, A. (2018). Lean Light Fit and Tight: Fitblr Blogs and the Postfeminist Transformation Imperative. In K. Toffoletti, H. Thorpe, & J. Francombe-Webb (Hrsg.), *New Sporting Femininities*, 207–229. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72481-2_10
- Riley, S., Evans, A., & Robson, M. (2018). Self-help. In S. Riley, A. Evans, & M. Robson (Hrsg.), *Postfeminism and Health*, 15–34. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315648613-2>
- Riley, S., Evans, A., & Robson, M. (2023). *Postfeminism and body image*. Routledge.
- Rose, G. (2022). *Visual methodologies : An introduction to researching with visual materials* (Fifth edition). Learning Matters.
- Rosenbaum, S., & Talmor, R. (2022). Self-Care. *Feminist Anthropology*, 3(2), 362–372. <https://doi.org/10.1002/fea2.12088>

- Rossie, A. (2019). "Pinning" down time: post-feminist pregnancies on Pinterest. *Feminist Media Studies*, 19(8), 1079–1095. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1500928>
- Rottenberg, C. (2014). The Rise of Neoliberal Feminism. *Cultural Studies*, 28(3), 418–437. <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.857361>
- Rottenberg, C. (2018). *The Rise of Neoliberal Feminism*. Oxford University Press.
- Sanders, R. (2017). Self-tracking in the Digital Era: Biopower, Patriarchy, and the New Biometric Body Projects. *Body & Society*, 23(1), 36–63. <https://doi.org/10.1177/1357034X16660366>
- Schippers, M. (2007). Recovering the Feminine Other: Masculinity, Femininity, and Gender Hegemony. *Theory and Society*, 36(1), 85–102. <https://doi.org/10.1007/s11186-007-9022-4>
- Schnackenberg, N. (2016). *False bodies, true selves: Moving beyond appearance-focused identity struggles and returning to the true-self*. Karnac.
- Shilling, C. (2012). *The body and social theory* (3rd ed.). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781473914810>
- Smith, N., & Snider, A.-M. (2019). ASMR, affect and digitally-mediated intimacy. *Emotion, Space and Society*, 30, 41–48. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2018.11.002>
- Smith-Prei, C., Stehle, M. (2016). *Awkward Politics: Technologies of Popfeminist Activism*. McGill-Queen's UP.
- Srnicek, N. (2018). *Plattform-Kapitalismus*. Hamburger Edition.
- Stern, D. M. (2012). It Takes a Classless, Heteronormative Utopian Village: Gilmore Girls and the Problem of Postfeminism. *The Communication Review*, 15(3), 167–186. <https://doi.org/10.1080/10714421.2012.702005>
- Storey, J. (2003). *Inventing popular culture: from folklore to globalization*. Blackwell.
- Strings, S., Headen, I., & Spencer, B. (2019). Yoga as a technology of femininity: Disciplining white women, disappearing people of color in Yoga Journal. *Fat Studies*, 8(3), 334–348. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1583527>

- Sweeney-Romero, K. M., & Boffone, T. (2022). Wellness TikTok: Morning Routines, Eating Well, and Getting Ready to Be “That Girl.” In T. Boffone (Hrsg.) *TikTok Cultures in the United States*, 108–116. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003280705-13>
- Sykes, I. (2024). From ‘girlboss’ to #stayathomegirlfriend: The romanticisation of domestic labour on TikTok. *European Journal of Cultural Studies*, 13675494241285643. <https://doi.org/10.1177/13675494241285643>
- Von Felden, H. (Hrsg.). (2020). *Selbstoptimierung und Ambivalenz: Gesellschaftliche Appelle und ambivalente Rezeptionen* (Bd. 31). Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-28107-6>
- Wiens, B. I., & MacDonald, S. (2021). Living whose best life? An intersectional feminist interrogation of postfeminist #solidarity in #selfcare. *NECSUS European Journal of Media Studies*. <https://doi.org/10.25969/mediarep/16254>
- Wilkes, K. (2024). Eating, looking, and living clean: Techniques of white femininity in contemporary neoliberal food culture. *Gender, Work & Organization*, 31(3), 916–936. <https://doi.org/10.1111/gwao.12620>
- Zhao, X., & Abidin, C. (2023). The “Fox Eye” challenge trend: Anti-racism work, platform affordances, and the vernacular of gesticular activism on TikTok. *Social Media + Society*, 9(1), 1–16.
- Zuboff, S., & Schmid, B. (2018). *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt New York: Campus Verlag.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. doi: 10.1177/1461444820983603

7.2. Nicht-wissenschaftliche Quellen

- Algorithmic Justice League. (2024). *We’re leading a cultural movement towards equitable and accountable AI*. URL: <https://www.ajl.org/about> (Zugriff am: 13. 05. 2024)

Amand-Eeckhout, L. (2025). *Gender gap in health and healthcare: Implications for women*.

European Parliament Briefing. URL:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2025/769519/EPRS_ATA\(2025\)769519_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2025/769519/EPRS_ATA(2025)769519_EN.pdf) (Zugriff am: 28.11.2025) (Zugriff am: 26.10.2025)

Bundesinstitut für Risikobewertung. (2012). *Hochdosierte Nahrungsergänzungsmittel mit Vitamin D können langfristig die Gesundheit beeinträchtigen*. URL:

<https://www.bfr.bund.de/cm/343/hochdosierte-nahrungsergaenzungsmittel-mit-vitamin-d-koennen-langfristig-die-gesundheit-beeintraechtigen.pdf> (Zugriff am: 03.09.2025)

Buodamini, J. (2017). *How I'm fighting bias in algorithms*. TED. URL:

https://www.ted.com/speakers/joy_buolamwini (Zugriff am: 13.05.2024)

Fluker, D. (24.03.2023). *Living the #SoftLife: Here's why Black women are rejecting the harmful "Strong Black Woman" trope*. Essence. URL:

<https://www.essence.com/health-and-wellness/living-the-soft-life/> (Zugriff am: 15.11.2025)

Haruna, H., Schaerer, J. (2013). Über Schwarze Menschen in Deutschland berichten. *Initiative Schwarze Menschen in Deutschland Bund e.V.* URL: <https://isdonline.de/uber-schwarze-menschen-in-deutschland-berichten/> (Zugriff am: 16.09.2024).

IDA Glossar. (o.D.). *Weiß/Weißsein*. Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismuserbeit e.V. URL:

https://www.idaev.de/recherchetools/glossar?tx_dpnglossary_glossary%5Baction%5D=list&tx_dpnglossary_glossary%5Bcontroller%5D=Term&tx_dpnglossary_glossary%5BcurrentCharacter%5D=W&cHash=3e14a00e66a50d3e9dcd62e2a55de2ef (Zugriff am: 16.09.2024).

Kätzlmeier, M. (2023). *Von #thatgirl zum #alphamale – trends auf TikTok*. Act on! Aktiv + selbstbestimmt online. URL: <https://act-on.jff.de/von-thatgirl-zum-alphamale-trends-auf-tiktok/> (Zugriff am: 26.06.2024)

- Kruckenhauser, P. (01.01.2024). *Sieben Gewohnheiten, die einen gut ins Jahr 2024 starten lassen*. derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/3000000201325/sieben-gewohnheiten-die-einen-gut-ins-jahr-2024-starten-lassen> (Zugriff am: 23.11.2025)
- L'Oréal Paris. (o.D.). *50 Jahre „Weil wir es uns wert sind“*. URL: <https://www.loreal-paris.de/50-jahre-weil-wir-es-uns-wert-sind> (Zugriff am: 03.10.2025)
- Maciej, M. (02.01.2024) *grwm: Bedeutung bei TikTok & in der Jugendsprache*. Giga. URL: <https://www.giga.de/artikel/grwm-bedeutung-bei-tiktok-in-der-jugendsprache/> (Zugriff am: 30. 04. 2024)
- Maciej, M. (29.10.2021) *Was ist ein Stitch bei TikTok und wie lädt man ihn hoch?* Giga. URL: <https://www.giga.de/artikel/was-ist-ein-stitch-bei-tiktok-und-wie-laedt-man-ihn-hoch/> (Zugriff am: 30.04.2024)
- Maheshwari, S. & Holpuch, A. (2024). *Why the U.S. Is Forcing TikTok to Be Sold or Banned*. New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/article/tiktok-ban.html> (Zugriff am: 09.05.2024)
- Manavis, S. (03.07.2023). *Beware the 'beige-fluencers', cheerleaders for a life of no surprises*. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/jul/03/beige-fluencers-life-surprises-young-people-aspiration> (Zugriff am: 06.05.2025)
- mrspyramidhead1. (19.06.2021). *That Girl*. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=That+Girl> (Zugriff am: 13.03.2025)
- NICHE BEAUTY. (o.D.) *Intelligent Change - The Five Minute Journal Health & Fitness Edition* (o.J.) URL: <https://www.niche-beauty.com/de-de/produkte/intelligent-change-the-five-minute-journal-fit-edition/707-002> (Zugriff am: 08.08.2025)
- Oláléye, Désólá (05.02.2023). *Pitfalls of the soft life*. Africa is a Country. URL: <https://africasacountry.com/2023/05/pitfalls-of-the-soft-life> (Zugriff am: 04.12.2025)

Scheurer, H. (21.08.2023). *Die Bedeutung von POV*. KG Media Factory.

URL: <https://www.kgmediafactory.com/wissen/bedeutung-von-pov> (Zugriff am: 17.05.2025)

Schultheiß, H. (13.03.2023). *Aufräumen: Warum Menschen unterschiedlich viel Ordnung*

brauchen. Spektrum.de. URL: <https://www.spektrum.de/news/aufraeumen-warum-menschen-unterschiedlich-viel-ordnung-brauchen/2119167> (Zugriff am: 24.09.2025)

Spektrum.de. (o. D.). *Cartesischer Dualismus*. In *Lexikon der Neurowissenschaft*. Spektrum.

URL: <https://www.spektrum.de/lexikon/neurowissenschaft/cartesischer-dualismus/1900> (Zugriff am: 12.12.2025)

Stangl, W. (o.D.). *Hustle Culture*. Online Lexikon für Psychologie & Pädagogik. URL:

<https://lexikon.stangl.eu/34858/hustle-culture> (Zugriff am: 25.07.2025)

Statista Research Apartment (2024). *Ranking der größten Social Networks und Messenger nach der Zahl der Nutzer im Jahr 2024*. Statista. URL:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/> (Zugriff am: 03.05.2024)

Stokowski, M. (24.09.2019). *Schlafmangel: Der gefährliche Akt der Selbstoptimierung*. DER

SPIEGEL. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/schlafmangel-der-gefaehrliche-akt-der-selbstoptimierung-a-1288308.html> (Zugriff am: 05.04.2025)

THAT GIRL Original App (2024). URL: [https://apps.apple.com/de/app/that-girl-](https://apps.apple.com/de/app/that-girl-original/id1597753705)

[original/id1597753705](https://apps.apple.com/de/app/that-girl-original/id1597753705) (Zugriff am: 16.06.2024)

Thomas, B. (2022, 10. Juli). *10.000 Schritte – gesund oder Mythos?* ARD alpha.

URL: <https://www.ardalpha.de/wissen/gesundheit/gesund-leben/10000-schritte-zaehlen-gesundheit-fitness-gesundheits-100.html> (Zugriff am: 24.04.2024)

Thompson Payton, L. (15.01.2023). *Black women are embracing the soft life*. Fortune Well.

URL: <https://fortune.com/well/2023/01/15/black-women-soft-life/> (Zugriff am: 04.12.2025)

Walser, K. (2023). „Glow up“ auf TikTok: Wieso der Social-Media-Trend toxische Selbstoptimierung fördert. Glamour. URL: <https://www.glamour.de/artikel/glew-up-auf-tiktok-toxischer-selbstoptimierungs-trend> (Zugriff am: 20.10.2025)

8. Primärquellenverzeichnis

Video 2: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 22.06.2022. URL:

<https://www.tiktok.com/@vnessali/video/7111853715761483009?q=thatgirl&t=1712759286781>

Video 5: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 17.02.2022. URL:

<https://www.tiktok.com/@kirra.mov/video/7065757225649917231?q=thatgirl&t=1712759286781>

Video 6: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 26.11.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@olafflee/video/7305859296254774561?q=thatgirl&t=1712759286781>

Video 7: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 13.12.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@ali.altt/video/7312160019837930782?q=thatgirl&t=1712759286781>

Video 11: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 29.09.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@miyaevarenae/video/7284349229936463146?q=thatgirl&t=1712759286781>

Video 13: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 07.12.2023. URL:

https://www.tiktok.com/@_loveherself/video/7309699997975661870?q=thatgirl&t=1712759286781

Video 28: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 13.10.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@activecactus/video/7289467593159625989>

Video 29: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 27.05.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@juhcobo/video/7237926514900192554>

Video 37: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 28.06.2024. URL:

<https://www.tiktok.com/@hikarusroom/video/7385326035308432647>

Video 41: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 27.06.2022. URL:
<https://www.tiktok.com/@pinkcoconut/video/7113981669429906693>

Video 42: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 14.07.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@imalination/video/7391553407879810336>

Video 43: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 09.01.2023. URL:
https://www.tiktok.com/@tanicha_rose/video/7186521714518609198

Video 50: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 09.05.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@lucyy.jd/video/7366928884194905377>

Video 51: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 09.05.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@facelessmarketingdreams/video/7263113708518329632>

Video 56: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 21.05.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@wellnessmae/video/7371476840986217761>

Video 62: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 26.12.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@bannayew/video/7452773463971908886>

Video 65: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 05.10.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@fromdinawithlove/video/7422116795596786965>

Video 72: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 23.02.2023. URL:
<https://www.tiktok.com/@danielle.bergeron/video/7203445964210736426>

Video 73: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 24.01.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@baborz/photo/7327521977361534214>

Video 82: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 20.09.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@onlygirlsss07/photo/7416731644033371397>

Video 86: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 19.06.2024. URL:
https://www.tiktok.com/@thehealthy_version/video/7382231978273180961

Video 87: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 05.06.2023. URL:
https://www.tiktok.com/@withlovelara_/video/7241277190942330138

Video 89: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 06.12.2024. URL:
<https://www.tiktok.com/@thisisndamu/video/7445334059602971936>

Video 93: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 20.05.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@reena.lucas/video/7235224457869004034?q=thatgirl&t=1712759286781>. Status: Zum Zeitpunkt der Analyse verfügbar, derzeit nicht mehr abrufbar.

Video 96: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 28.06.2023. URL:

<https://www.tiktok.com/@lolaokola/video/7249513740247354670>

Video 100: TikTok-Video (TikTok), anonymisiert. Veröffentlicht am 29.01.2024. URL:

<https://www.tiktok.com/@hercontentempiree/video/7329613415712869665>