

Gymnasium Hoffmann-von-Fallersleben-Schule,
Braunschweig

Facharbeit

im Seminarfach „Typisch Mann, Typisch Frau, Typisch
Queer: Geschlechterrollen in der (deutschen)
Gegenwartsliteratur, Film/TV und sozialen Medien“ (sf6)

„Pick Me Girls“ vs. „Pick Me Boys“ – Geschlechterstereotype in geschlechtsspezifischen Social-Media-Trends

Verfasser: Taavi Rübenhagen

Fachlehrerin: Isabel Freudenhammer

Abgabetermin: 23.02.2024

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| 1 Einleitung..... | 1 |
| 2 Bisherige Forschungslage | 2 |
| 2.1 TikTok als soziales Netzwerk und TikTok-Trends..... | 2 |
| 2.2 Der „Pick-Me“-Begriff | 3 |
| 2.3 Geschlechterstereotype in Deutschland | 6 |
| 3 Methode | 8 |
| 4 Durchführung..... | 9 |
| 5 Ergebnisse und Interpretation | 10 |
| 6 Fazit..... | 14 |
| 7 Literaturverzeichnis | 16 |
| 8 Anhang | 18 |

1 Einleitung

Im heutigen Zeitalter rapider digitaler Transformation gewinnen soziale Medien vor allem unter jungen Menschen immer mehr an Bedeutung. Die Online-Videoplattform TikTok, bei der Nutzer¹ kurze, vertikale Videos hochladen und ansehen können, zählt gerade im deutschsprachigen Raum zur Speerspitze der erfolgreichsten sozialen Netzwerke, die Nutzer nicht nur zum Zeitvertreib, sondern auch zum emotionalen und politischen Austausch bis hin zum Aktivismus verwenden. Dieser Zugewinn an Relevanz für Medien wie TikTok geschieht in einer Zeit, in der Geschlechterstereotype und Rollenvorstellungen, die jahrhundertlang die gesellschaftliche Norm darstellten, zunehmend von der Gesellschaft hinterfragt werden. Dies lässt sich vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen feststellen, die gleichzeitig mit großem Abstand die dominierenden Nutzergruppen von TikTok und ähnlichen Plattformen darstellen. An der Schnittstelle von TikTok und der allgemeinen Debatte um Geschlechterrollen treffen also eine Vielzahl an gesellschaftlichen, politischen und technologischen Strömungen zusammen, die sich mit großer Geschwindigkeit verändern und gleichzeitig rasant an Relevanz gewinnen.

Ausdruck findet dies im sogenannten „Pick-Me-Girl/-Boy“²-Trend³ auf TikTok. Dieser behandelt das gedankliche Konzept einer mit den

¹ Der Einfachheit halber wird in dieser Facharbeit das generische Maskulinum verwendet und ist geschlechtsneutral zu verstehen.

² Für den relativen neuen „Pick Me“-Begriff werden teils sehr unterschiedliche Schreibweisen verwendet. Für die weibliche Variante finden sich in verschiedenen Quellen beispielsweise die Schreibweisen „Pick Me Girl“, „Pick-Me-Girl“ oder auch „pick-me girl“. Im Folgenden werden Differenzen in der Schreibweise, die nicht über fehlende Bindestriche oder Groß- und Kleinschreibung hinausgehen, als synonym betrachtet.

³ Der Begriff „Trend“ hat im Kontext von TikTok eine bestimmte Bedeutung, die spezifischer ist als die, die meist in der alltäglichen Verwendung des Begriffs gemeint ist. Im Folgenden soll der Begriff „Trend“ diese auf TikTok bezogene Bedeutung ausdrücken, die in Abschnitt 2.1 näher erläutert ist.

Begriffen „Pick Mes“, „Pick Me Girls“ oder „Pick Me Boys“ bezeichneten Personengruppe und findet auf TikTok in erster Linie in Form von Videos Ausdruck, die diese Personengruppe darstellen, meist in überspitzter und humoristischer Form. Der „Pick Me“-Trend kann dabei als Beispiel für einen modernen Internettrend gesehen werden, was die Frage aufwirft, ob in traditionellen Rollenvorstellungen fußende Geschlechterstereotype dabei weiterhin eine signifikante Rolle spielen.

Diese Facharbeit beschäftigt deshalb sich mit der Frage, inwiefern die Unterschiede zwischen den geschlechtsspezifischen Varianten des Trends, deren Protagonisten jeweils als „Pick Me Girl“ beziehungsweise „Pick Me Boy“ bezeichnet werden, mit in Deutschland verbreiteten Geschlechterstereotypen in Zusammenhang stehen. Dafür wird nach einer Analyse bestehender Forschung ein systematischer Vergleich beispielhaft ausgesuchter Videos, die jeweils eine Variante des Trends behandeln, durchgeführt, und die Ergebnisse werden auf Korrelationen mit verbreiteten Geschlechterstereotypen in Deutschland untersucht. Der „Pick Me“-Trend kann dabei als Beispiel für einen modernen Internettrend mit geschlechtsspezifischen Varianten betrachtet werden, sodass die Ergebnisse der Untersuchungen wichtige Impulse für Forschungen zu ähnlichen Trends liefern können.

2 Bisherige Forschungslage

2.1 TikTok als soziales Netzwerk und TikTok-Trends

Soziale Medien beziehungsweise soziale Netzwerke lassen sich generell als internetbasierte Anwendungen definieren, die die Erstellung und den Austausch von nutzergenerierten Inhalten ermöglichen. (Kaplan und Haenlein 2010, S. 61) Sie sind dabei insofern gesellschaftlich relevant, als dass Nutzer selbstbestimmt an

Konversationen teilnehmen und in signifikantem Maße beeinflussen können (Pandia 2018, S. 20).

Das soziale Netzwerk TikTok und die dazugehörige mobile Anwendung wurde 2018 vom chinesischen Unternehmen ByteDance ins Leben gerufen und kombinierte die 2016 gestartete Plattform Douyin und das 2017 aufgekaufte Musical.ly. Nutzern werden hochformatige Videos mit Längen zwischen wenigen Sekunden und – in seltenen Fällen – wenigen Minuten angezeigt; mit einer kurzen Wischbewegung kann jederzeit zum nächsten Video gewechselt werden. Welche Videos angezeigt werden, bestimmt ein personalisierter Algorithmus, der die Vorlieben der Nutzer erkennt. (Bjola 2024, S. 271) Ein selbstbestimmtes Aussuchen von Inhalten zum Ansehen ist zwar in gewissem Maße möglich, wird von den Entwicklern aber zugunsten einer immersiven Nutzererfahrung bewusst schwer gemacht.

Vor allem unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist TikTok schnell zu einem der wichtigsten sozialen Medien in Deutschland geworden. So waren Ende 2023 18% aller TikTok-Nutzer zwischen 18 und 24 Jahre alt (Statista 2024) und die Plattform wurde von einem Viertel der deutschen Bevölkerung monatlich genutzt (TikTok 2023).

Ein im Zusammenhang mit TikTok oft verwendeter Begriff ist der des „Trends“, Dieser Begriff hat im Kontext von TikTok eine zum sonstigen Alltagsgebrauch leicht verschiedene und vor allem spezifischere Bedeutung. Hier bezieht er sich in erster Linie auf ein Phänomen, bei denen ein visuelles Motiv, ein Lied oder ein gedankliches Konzept von einer großen Anzahl von Videos erstellenden Nutzern in ihren Videos verwendet wird.

2.2 Der „Pick-Me“-Begriff

Der „Pick Me“-Begriff ist in den letzten Jahren in beiden geschlechtsspezifischen Ausprägungen ein sehr beliebtes Motiv in

nutzergenerierten Inhalten auf TikTok geworden. Dabei wird er entweder als alleinige thematische Basis für die Videos, als eins von mehreren behandelten Motiven oder als Grundlage für Kommentare verwendet (Rosida et al. 2022, S. 9). Letztere finden sich auch unter Videos, in denen sich kein expliziter Bezug zum Begriff finden lässt, da Nutzer mit dem Konzept teils sehr alltägliche Verhaltensweisen assoziieren und es deshalb auch ohne dessen direkte Nennung im Video in ihren Kommentaren aufbringen.

„Pick Me Girls“ lassen sich in ein größeres Internetphänomen einordnen, das Petkova mit der Phrase „Not like other girls“ oder kurz „NLOG“ benennt. Dieser Themenbereich hat bisher wenig akademische Aufmerksamkeit bekommen. (Petkova 2021, S. 5) Noch dünner ist die Forschungslage zum männlichen Äquivalent. Dies erschwert im Folgenden die wissenschaftlich akkurate Definition und genauere Untersuchung des Begriffs. Diese ist allerdings keine Voraussetzung für die Durchführung der geplanten Forschungsarbeit, da zu untersuchende TikTok-Videos in erster Linie anhand davon identifiziert werden, dass sie von TikToks Suchalgorithmus mit dem Thema in Verbindung gebracht werden. Da die Bedeutung des „Pick Me“-Begriffs sich größtenteils aus seiner Verwendung in sozialen Medien ergibt, ist eine Zuordnung durch die zugrundeliegenden Algorithmen tatsächlich sehr viel verlässlicher als der Versuch, mithilfe von möglicherweise nach wenigen Jahren oder sogar Monaten bereits überholten Definitionen zu entscheiden, ob ein TikTok-Video dem Trend zuzuordnen ist. In Kapitel 5 wird auch auf die Übereinstimmungen und mögliche Unterschiede zwischen den Ergebnissen der eigenen Video-Analyse und den hier erläuterten Erkenntnissen aus bisheriger Literatur eingegangen.

Petkova beschreibt „Pick Me Girls“ als Frauen, die in ihren Äußerungen und ihrem Auftreten um Aufmerksamkeit, Akzeptanz und Bestätigung einer bestimmten Gruppe betteln, wobei es sich meist um das andere Geschlecht handelt. Dabei projizieren die „Pick Me Girls“, meist unbewusst, sexistische Ideen auf andere Frauen oder sich selbst. (Petkova 2021, S. 10) Beispiele für „typisch weibliche“

Verhaltensweisen, die einige „Pick Me Girls“ bei anderen Frauen kritisieren und von denen sie sich offensiv abgrenzen, beinhalten die Nutzung von Kosmetikprodukten, das Tragen von Kleidern oder Röcken und das Hören von Musik mit einer größtenteils weiblichen Hörerschaft (Rosida et al. 2022, S. 9). Die Kritik an anderen Frauen wird ist dabei eher ein persönlicher Angriff als eine Form von gut gemeinter Kritik. Auf Kosten der Kritisierten wollen sich die „Pick Me Girls“ Wertschätzung von Männern erhalten (Rosida et al. 2022, S. 9); diese sind also die eigentliche und einzige Zielgruppe der Äußerungen von „Pick Me Girls“.

Bei dem Phänomen handelt es sich sowohl um einen Fall von internalisierter Misogynie (Petkova 2021, S. 5) als auch von internalisiertem Sexismus (Rosida et al. 2022, S. 9). Dabei wenden Frauen sexistische Ideen auf sich selbst oder andere Frauen an (Rosida et al. 2022, S. 8). Der Begriff des internalisierten Sexismus bezieht sich dabei eher auf konkrete Handlungen, während der der internalisierten Misogynie in erster Linie die zugrundeliegende Ideologie beschreibt (Rosida et al. 2022, S. 11). Einige Definitionen des „Pick Me“-Begriffs legen entsprechend nahe, dass dieser eine feministische Reaktion auf ein stark an männlichen Wünschen orientiertes Verhalten einiger Frauen ist (Means 2021, S. 44), und dieses Verhalten durch die negative Konnotation des Begriffs jenes Verhalten kritisiert werden soll.

Zur männlichen Seite des Trends, bezeichnet mit der Phrase „Pick Me Boys“, gibt es kaum bestehende Literatur. Dies ist nach Ansicht des Autors zum einen auf die im Vergleich zur weiblichen Variante geringe Verbreitung des Trends und zum anderen auf das sehr geringe Alter des Begriffs und des zugrundeliegenden gedanklichen Konzepts zurückzuführen. Der ursprünglich als rein sprachlich angepasste Variante des „Pick Me Girls“ gedachte Begriff bezeichnet ebenfalls Personen, die auf manipulative Weise Aufmerksamkeit, Akzeptanz und Bestätigung vom andren Geschlecht bekommen wollen. Die ursprüngliche, weibliche Variante ist jedoch explizit auf Frauen zugeschnitten und beinhaltet im Zuge dessen beispielsweise, wie obig

erläutert, dass die „Pick Me Girls“ ihre typisch männlichen Interessen betonen. Somit können offensichtlich nicht alle Eigenschaften der weiblichen „Pick Mes“ ohne weiteres auf das männliche Äquivalent übertragen werden. In der eigenen Analyse beispielhafter TikTok-Videos im Rahmen dieser Facharbeit, in denen im Detail auf die Unterschiede der beiden „Pick Me“-Varianten eingegangen wird, soll also auch die bisherige Forschungslücke bezüglich einer genaueren Charakterisierung der „Pick Me Boys“ zumindest teilweise gefüllt werden.

Beide Varianten des Konzepts finden aktuell häufig Verwendung auf TikTok. So sind auf der Plattform im Februar 2024 laut der integrierten Suchfunktion jeweils rund 56.900 beziehungsweise 16.500 Videos abrufbar, die die Hashtags⁴ „#pickmegirl“ und „#pickmeboy“ verwenden. An dieser Stelle ist anzumerken, dass der generalisierte Hashtag „#pickme“, der der Popularität der weiblichen Variante entsprechend meistens auf diese verweist, mit einer Nutzung in 473.000 Videos deutlich häufiger verwendet wird als die explizit geschlechtsspezifischen Varianten. Der Begriff „Pick Me“ ist nicht spezifisch genug, um im folgenden Kapitel als Suchbegriff für zu untersuchende Videos genutzt zu werden; allerdings bezieht er sich oft auf eine bestimmte geschlechtsspezifische Variante, die sich aus dem Geschlecht der damit bezeichneten Person ergibt. Dieses Phänomen bedarf weiterer Aufmerksamkeit bei der Durchführung der eigenständigen Analyse in Kapitel 4, um mögliche falsche Zuordnungen zu vermeiden.

2.3 Geschlechterstereotype in Deutschland

⁴ Der Anglizismus „Hashtag“ bezeichnet eine mit „#“ beginnende Zeichenfolge, mithilfe derer Ersteller von Inhalten auf sozialen Medien kennzeichnen können, dass diese Inhalte mit einem bestimmten Thema in Verbindung stehen. Sie werden auf TikTok in erster Linie in der unter den Videos angezeigten Videobeschreibung genutzt.

Obwohl sie seit Jahrhunderten angestrebt wird, ist die fehlende Gleichstellung von Mann und Frau in Deutschland noch immer nicht nur rechtlich nicht vollständig beseitigt, sondern spiegelt sich auch in den gedanklich verankerten und medial oft geförderten Geschlechterstereotypen innerhalb der Bevölkerung wider. Eckes definiert Geschlechterstereotype als „kognitive Strukturen, die sozial geteiltes Wissen über die charakteristischen Merkmale von Frauen und Männern enthalten“. Der Begriff *Geschlechterrolle* hingegen wird in der Literatur uneinheitlich verwendet, unterscheidet sich vom *Geschlechterstereotyp* aber fast immer dahingehend, dass damit Verhaltensannahmen impliziert werden. Geschlechterrollen werden dabei präskriptiv, Geschlechterstereotype hingegen eher deskriptiv definiert. (Eckes 2008, S. 171)

Geschlechterstereotype sind nach Ansicht des Autors schwer auf wissenschaftlicher Basis exakt zu erfassen, da die Menschen ihre Stereotype oft nicht zugegeben oder sie ihnen gar nicht erst bewusst sind. Nichtsdestoweniger besteht Eckes zufolge ein gewisser wissenschaftlicher Konsens bezüglich der Eigenschaften, die im Allgemeinen tendenziell eher mit dem einen oder anderen Geschlecht assoziiert werden. Generell stimmt die meiste Literatur zum Thema darin überein, dass „Weiblichkeit“ eher mit gemeinschaftsorientierten Eigenschaften wie Emotionalität, Wärme und Expressivität assoziiert wird; als „typisch männlich“ werden hingegen eher „aufgabenbezogene“ (Eckes 2008, S. 172) Eigenschaften wie sachliche Kompetenz gesehen. Dies ist unter anderem auf die traditionellen Geschlechterrollen zurückzuführen, also Frauen als „Hausfrauen“ und Männer als arbeitende Versorger. (Eckes 2008, S. 172) Unter anderem diese Abhängigkeiten schaffenden Rollenbilder führen nach Ansicht des Autors auch dazu, dass Frauen oft als unterlegen und auf Männern angewiesen betrachtet werden (Rosida et al. 2022, S. 16). Weiterhin resultiert die traditionelle männliche Versorgerrolle nach Ansicht des Autors auch darin, dass Männer oft eine höhere Initiativbereitschaft sowie, zumindest teilweise in Biologie fußend, eine höhere Körperkraft zugeschrieben wird.

Insgesamt weisen Stereotype gegenüber Frauen also meist eine starke soziale Komponente auf, während Stereotype gegenüber Männern eher individualistisch geprägt ist. Die beispielhafte Analyse einiger TikTok-Videos im Rahmen dieser Facharbeit soll die Frage beantworten, ob und inwiefern sich diese in traditionellen Rollenvorstellungen fußenden Vorstellungen im „Pick Me“-Trend wiederfinden lassen.

3 Methode

Zur Untersuchung der Unterschiede in den Darstellungen von „Pick Me Boys“ und „Pick Me Girls“ auf TikTok werden im Folgenden relevante TikTok-Videos gefunden, anhand der Eigenschaften, die den in ihnen dargestellten „Pick Mes“ zugeschrieben werden, analysiert und anschließend mit Blick auf zugrundeliegende Geschlechterstereotype der Video-Erstellenden verglichen.

Dabei werden zunächst mithilfe von TikToks integrierter Suchfunktion beliebte Videos zum Thema identifiziert, indem die Suchbegriffe „pick me girl deutsch“ für die weibliche und Suchbegriff „pick me boy deutsch“ für die männliche Variante in die Suchzeile eingegeben werden. Aus den Ergebnissen werden jeweils die zehn Videos verwendet, die TikToks Suchalgorithmus als am relevantesten einstuft. Videos, die zwar vom Suchalgorithmus vorgeschlagen werden, aber keinen Bezug zum eigentlichen Thema der Untersuchung aufweisen, nicht deutschsprachig sind oder aus anderen Gründen nicht in der Untersuchung berücksichtigt werden können, werden dabei ignoriert. Anschließend werden die in den Videos getätigten Aussagen im Wortlaut auf von ihnen implizierte Eigenschaften der „Pick Mes“ untersucht. Dies kann Aussagen mit einschließen, die im Kontext einer geschaukelten und möglicherweise sarkastisch überspitzten Darstellung der „Pick Mes“ geäußert werden; die Art des Videos (Schauspiel/Explizite Erklärung) muss also für die Interpretation berücksichtigt werden. Nach einer

ersten Ansicht der Videos, bei der die in den Videos genannten oder implizierten Eigenschaften der „Pick Mes“ gesammelt und bei Ähnlichkeit unter kurzen Oberbegriffen zusammengefasst werden, wird bei einer zweiten Durchsicht Strichliste über das Vorkommen dieser Eigenschaften in den einzelnen Videos geführt.

Zu beachten ist, dass bei der geringen Anzahl von zehn untersuchten Videos je Variante die statistische Signifikanz der Ergebnisse relativ gering ist. Die Untersuchung ist somit weniger als ausführliche Statistik mit Anspruch auf hohe Genauigkeit zu verstehen, sondern vielmehr als eine erste Analyse auf grundlegender Ebene mit Fokus auf die grundsätzlich definierenden Eigenschaften der Trend-Varianten, die in der dünnen bisherigen Literatur nicht ausreichend behandelt wurden. Gegebenenfalls lässt sich diese grundlegende Untersuchung in weiterer Forschung als Grundlage für eine größere statistische Analyse verwenden. Für diese steht dann ein erster Kriterienkatalog zur Verfügung, der auf den Kontext von TikTok und den Vergleich der geschlechtsspezifischen Varianten abgestimmt ist.

4 Durchführung

Abbildung 1 (siehe Anhang) zeigt die mithilfe des Suchalgorithmus gefundenen Videos mit den zugehörigen Internetlinks (URLs), über die diese aufgerufen werden können (zuletzt überprüft am 17.02.2024), sowie die den Videotypen, also ob die relevanten Aussagen des Videos durch Schauspiel oder explizite Erklärungen vermittelt werden. Bei einem Video, das der Übersichtlichkeit halber an das Ende der Tabelle verschoben wurde, konnte kein ausreichender Bezug zum Thema festgestellt werden, um es bei der Analyse berücksichtigen zu können. Weiterhin wurde allen Videos ein Index zugeordnet, um sie in den folgenden Abbildungen einfacher referenzieren zu können.

Aus der Überprüfung der Videos auf das Vorkommen der einzelnen „Pick Me“-Eigenschaften, die in Kapitel 4 näher erläutert werden, ergeben sich die in Abbildung 2.1 und 2.2 zusammengefassten Daten.

Abbildung 3 veranschaulicht ihre insgesamt Häufigkeit bei Berücksichtigung aller untersuchten Videos.

5 Ergebnisse und Interpretation

Bei Betrachtung der im vorherigen Kapitel ermittelten und in Abbildung 3 und 4 zusammengefassten Eigenschaften fallen starke Unterschiede in der Darstellung zwischen „Pick Me Girls“ und „Pick Me Boys“ auf.

Wie den beiden Abbildungen zu entnehmen ist, lassen sich jene Eigenschaften, die sowohl „Pick Me Girls“ als auch „Pick Me Boys“ zugeschrieben werden, vor allem in drei Bereiche einteilen. Zunächst einmal stellen sich die „Pick Mes“ als interessiert an Themen dar, die normalerweise eher dem anderen Geschlecht zugeschrieben werden. Beispiele solcher stereotypenfernen Interessen aus den analysierten Videos beinhalten auf der Seite der „Pick Me Girls“ starken Alkoholkonsum und auf der Seite der „Pick Me Boys“ das Hören von Musikern mit einer größtenteils weiblichen Anhängerschaft. Eine weitere Eigenschaft, die nach Analyse der gesammelten Daten mit beiden Varianten des Konzepts assoziiert wird, ist ein häufiges Beklagen über eine als unfair wahrgenommene Behandlung durch das Umfeld der „Pick Mes“ und die damit einhergehende Selbstdarstellung als Opfer. Als dritte geteilte Eigenschaft beider Varianten lässt sich bei der Betrachtung der gesammelten Daten der Drang der „Pick Mes“ benennen, ihren andersgeschlechtlichen Gesprächspartner zu kontrollieren, vor allem in Hinblick auf dessen Kontakte, die bei der Partnerwahl eine Konkurrenz für den „Pick Me“ darstellen könnten. Dieser Drang äußert sich gemäß den Darstellungen in den untersuchten Videos beispielsweise in Form der nicht abgesprochenen Nutzung des Mobiltelefons des Gesprächspartners mit dem Ziel, solche Kontakte zu identifizieren. Anschließend werden sie vom „Pick Me“ in diesem Beispiel meist in ein schlechtes Licht gerückt.

Die Betonung von stereotypenfernen Interessen ist kongruent mit den in Abschnitt 2.2 erarbeiteten Definitionen beider Konzepte, in denen die bewusste Abgrenzung von Geschlechterstereotypen eine essenzielle Rolle spielt. Die Selbstdarstellung als Opfer des gemeinschaftlichen Umfelds kann auf zwei verschiedene und ebenfalls mit den Definitionen aus Abschnitt 2.2 übereinstimmende Weisen interpretiert werden. Auf der einen Seite wird hierbei eine übertrieben negative Selbstdarstellung genutzt, um den Gesprächspartner zu einer entgegengesetzten Reaktion, in diesem Fall also Mitleidsbekundungen oder die Verurteilung des vom „Pick Me“ als unfair gesehenen Verhaltens, zu verleiten. Dies ist im weiteren Sinne als die Anwendung einer Manipulationstechnik zu einstufen, die im Internet-Soziolekt als „fishing for compliments“ bezeichnet wird. Bei dieser psychologischen Taktik wird eine bewusst negative Selbstdarstellung genutzt, um den Gegenüber zu einer entgegengesetzten, positiven Reaktion wie einem Kompliment zu verleiten. Auf der anderen Seite beinhaltet die Selbstdarstellung der „Pick Mes“ als Opfer von Menschen in ihrem Umfeld selbstverständlich auch eine negative Wertung deren Verhaltens. Dies wird gemäß den in Abschnitt 2.2 erarbeiteten Definitionen sowie den weiteren, in den folgenden Absätzen erläuterten Ergebnissen der eigenen Analyse eher mit der weiblichen Variante in Verbindung gebracht. Das im Zusammenhang mit der Beschwerde über Kontakte, die für die Partnerwahl eine Konkurrenz für den „Pick Me“ darstellen könnten, auftretende Schlechtreden dieser entspricht ebenfalls eher der Definition der weiblichen Variante, wird in den untersuchten Videos allerdings vor allem „Pick Me Boys“ zugeschrieben.

Weiterhin fallen bei der Auswertung der vorliegenden Daten einige auf die weibliche Variante des „Pick Me“-Konzepts beschränkte Eigenschaften auf. Die prominenteste unter diesen Eigenschaften, die sich in sechs der zehn analysierten Videos finden lässt, ist die Selbstdarstellung als hilflos. Diese tritt in verschiedenen Varianten auf; die verbreitetste ist ein expliziter Verweis der „Pick Me Girls“ auf ihre geringe Körpergröße, die häufig auch mit einer Unfähigkeit zu lautem

Sprechen oder körperlicher Schwäche in Verbindung gebracht wird. Infolgedessen behaupten die in den untersuchten Videos dargestellten „Pick Me Girls“, größtenteils unabhängig von ihrer tatsächlichen Körpergröße oder Stärke, sie seien unfähig, selbst einfachste körperliche Arbeit zu verrichten, zumindest solange Körpergröße dabei eine Rolle spielt, in einer verständlichen Lautstärke zu sprechen oder Kleidung zu tragen, die nicht die kleinste vorstellbare Konfektionsgröße hat. Eine zweite Eigenschaft, die in den untersuchten Videos nur weiblichen „Pick Mes“ zugeordnet wird, ist eine scharfe Kritik an anderen Frauen bis hin zu offenen Beleidigungen.

Die gespielte Hilflosigkeit kann als Versuch gedeutet werden, männliche Hilfe und somit männliche Aufmerksamkeit zu erhalten. Dabei wird das (teils in Biologie fußende) Geschlechterstereotyp der schwachen Frau bedient, die zumindest in Bezug auf körperliche Arbeit Männern deutlich unterlegen und infolgedessen auf deren Hilfe angewiesen ist. Durch die schlechte Darstellung anderer möchten sich die „Pick Me Girls“, wie in Abschnitt 2.2 erläutert, selbst in ein besseres Licht rücken. Hierbei lässt sich ein klarer Zusammenhang zu den in Abschnitt 2.3 behandelten Stereotypen herstellen, da dieses Verhalten eine große soziale Komponente aufweist. Im Gegensatz zu den exklusiv den „Pick Me Boys“ vorbehaltenen und im folgenden Absatz erläuterten Eigenschaften kann dieses Verhalten offensichtlich als sehr gemeinschaftsorientiert, wenngleich nicht der Gemeinschaft dienlich, bezeichnet werden. Statt auf generelle, allgemeingültige Kriterien zurückzugreifen, wird hier der Vergleich mit anderen Individuen im direkten Umfeld zur wichtigsten Methode der Bewertung eigener Qualitäten erhoben. Dies steht im Gegensatz zu den Strategien der „Pick Me Boys“, die größtenteils ohne Bezüge auf andere Gemeinschaftsmitglieder auskommen und durch die Verwendung allgemeingültiger Kriterien wie gesellschaftlicher Schönheitsideale eine weniger vom unmittelbaren Umfeld abhängige Selbstdarstellung ermöglichen.

Ein Beispiel hierfür ist eine Selbstdarstellung, die die eigene vermeintliche Unattraktivität betont. Dabei bezeichnen sich die „Pick Me Boys“ entweder explizit als „hässlich“ oder „klein“ oder beklagen sich offen über ein erfolgloses Liebesleben. Dieses Verhalten lässt sich als ein definierendes Merkmal eines „Pick Me Boys“ bezeichnen; acht der zehn untersuchten Videos zur männlichen „Pick Me“-Variante beziehen sich darauf. Die zweite Eigenschaft, die sich nur bei der männlichen Variante finden lässt, ist, dass den Gesprächspartnern zunächst Komplimente gemacht werden, diese allerdings schnell zu Beleidigungen werden, sobald diese die „Pick Me Boys“ zurückweisen.

Bei der Selbstdarstellung als unattraktiv handelt es sich um das obig erklärte „fishing for compliments“, also einer negativen Selbstdarstellung, die Widerspruch in Form von Komplimenten provozieren soll. Hierbei scheint es nach Ansicht des Autors weniger um eine tatsächliche Verbesserung der Meinung der Gesprächspartner über den „Pick Me Boy“ und eher um positive emotionale Bestätigung zu gehen, auf die dieser aufgrund eines möglicherweise geringen Selbstbewusstseins angewiesen sein könnte. Der aktive Handlung, Komplimente zu geben, kann verglichen mit den Strategien der weiblichen „Pick Mes“, die sich kaum direkt auf ihren Gesprächspartner beziehungsweise denjenigen beziehen, dessen Aufmerksamkeit sie erregen möchten, und sich stattdessen auf passive Selbstdarstellung beschränken, als Indiz für eine höhere Eigeninitiative gedeutet werden. Die sofortige Umstellung auf eine beleidigende Haltung im Falle einer Zurückweisung kann, wie das „fishing for compliments“, nach Ansicht des Autors als Ausgleich für ein fragiles Selbstwertgefühl verstanden werden, das durch die Zurückweisung angegriffen wird. Die Relevanz dieser Zurückweisung für das Selbstwertgefühl wird in dieser Interpretation dadurch relativiert, dass die Attraktivität der zurückweisenden Person und somit die Wichtigkeit ihrer Meinung im Kontext der Partnersuche infrage gestellt wird.

Auffällig ist, dass beide Selbstdarstellungsstrategien, die sich in den vorliegenden Daten nur bei „Pick Me Boys“ finden lassen, im Gegensatz zu denen der „Pick Me Girls“ kaum auf eine tatsächliche Meinungsänderung der Gesprächspartner abzielen. Strategien wie das Schlechttreden anderer Frauen sind, unabhängig von ihrer tatsächlichen Wirkung, zumindest dazu gedacht, die Zuhörer besser über die „Pick Me Girls“ denken zu lassen. Bei „Pick Me Boys“ hingegen lässt sich in erster Linie ein Wunsch nach emotionaler Bestätigung zur Verbesserung ihres geringen Selbstwertgefühls erkennen. Auch hier wird ein Zusammenhang zu den in Abschnitt 2.3 behandelten Geschlechterstereotypen klar. Während als „Pick Me“ bezeichnete Frauen anderen Menschen und in erster Linie Männern gefallen wollen, was eine starke Gemeinschaftsorientierung impliziert, steht für männliche „Pick Mes“ nach Ansicht des Autors eher der Beweis eigener Qualitäten und eine daraus resultierende Stärkung des eigenen Selbstwertgefühls im Vordergrund.

Insgesamt lassen sich die in Abschnitt 2.3 erarbeiteten Stereotype nach Ansicht des Autors klar in den Differenzen zwischen den geschlechtsspezifischen Varianten des „Pick Me“-Trends wiederfinden. Interessant ist hierbei, dass der „Pick Me“-Trend sich eigentlich dadurch auszeichnet, dass die mit dem Begriff bezeichneten Personen sich bewusst und deutlich davon abgrenzen wollen, Geschlechterstereotype zu erfüllen. Nichtsdestotrotz lassen sich alle gefundenen Charakteristika, die den „Pick Mes“ beider Geschlechter jeweils exklusiv zugeschrieben werden, mit den deren eigenem Geschlecht zugeschriebenen Stereotypen in Verbindung bringen. Ein Bruch oder gar eine Umkehrung der traditionellen Rollenvorstellungen und Geschlechterstereotypen, die „Pick Mes“ deren Selbstwahrnehmung zufolge auszeichnet, ist also in keiner Weise gegeben.

6 Fazit

Bei der Auswertung der im Rahmen der eigenen Video-Analyse gesammelten Daten ist ein klarer Zusammenhang zwischen verbreiteten Geschlechterstereotypen und den geschlechtsspezifischen Varianten des „Pick Me“-Trends deutlich geworden. Während „Pick Me Girls“ sowohl in ihren Zielen als auch ihren Strategien für deren Erreichung als sehr gemeinschaftsorientiert zu charakterisieren sind, wird bei „Pick Me Boys“ eine deutlich individualistischere Denk- und Handlungsweise deutlich. Auch auf Körperkraft oder Initiativbereitschaft bezogene Stereotype spiegeln sich in den gesammelten Daten deutlich wider. Somit lässt sich konkludieren, dass dem „Pick Me“-Trend auf vielen Ebenen auf fundamentale Weise Geschlechterstereotype zugrunde liegen, was in großen Unterschieden zwischen der weiblichen und männlichen Variante des Trends resultiert. Dass die Umkehrung von Geschlechterstereotypen ein zentrales Thema im Zusammenhang mit dem Trend ist, ändert daran wenig. Auch können weder das Umfeld eines modernen sozialen Netzwerks mit einer jungen und tendenziell feministischen Nutzerdemographie noch der Fakt, dass der Trend sich explizit mit der Infragestellung von Geschlechterstereotypen auseinandersetzt, dem Einfluss dieser Stereotype vonseiten aller am Trend Beteiligten auf eine signifikante Weise Einhalt gebieten.

In dieser Facharbeit sind große Forschungslücken bezüglich des noch jungen, aber nichtsdestoweniger sehr verbreiteten „Pick Me“-Konzepts deutlich geworden. Eine weitere Forschung vor allem zur männlichen Variante ist deshalb unabdinglich. Weiterführende Arbeiten könnten sich mit der Formulierung einer einheitlichen, aktuellen und wissenschaftlich korrekten Definition beider Varianten auseinandersetzen. Auch könnten die aus der eigenen Video-Analyse in dieser Facharbeit gewonnenen Erkenntnisse mit einer größeren Anzahl an Videos für eine höhere statistische Präzision überprüft werden.

7 Literaturverzeichnis

Bjola, Corneliu (2024): The Oxford handbook of digital diplomacy. Unter Mitarbeit von Ilan Manor. Oxford, United Kingdom, New York, NY, United States of America: Oxford University Press (Oxford Handbooks Series). Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=7377206>.

Eckes, Thomas (2008): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen. In: Ruth Becker und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, S. 171–172. Online verfügbar unter https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-531-91972-0_20#Bib1.

Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In: *Business Horizons* 53 (1), S. 59–68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Means, Kira K. (2021): “Not Like Other Girls”: Implicit and Explicit Dimensions of Internalized Sexism and Behavioral Outcomes. Masterarbeit. Western Washington University. Experimental Psychology. Online verfügbar unter <https://cedar.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2049&context=wwuet>, zuletzt geprüft am 01.06.2024.

Pandia, P. K. (2018): Impact of Social Media on Culture, Society and Education. In: *Journal of Advanced Research in Humanities and Social Science*, S. 17–24. Online verfügbar unter <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/555461.pdf>, zuletzt geprüft am 20.02.2024.

Petkova, Preslava (2021): ‘We are not the same, sis’. A qualitative study of the negotiation of femininity in online spaces. Masterarbeit. Malmö University, Malmö. Online verfügbar unter <https://www.diva->

portal.org/smash/get/diva2:1572521/FULLTEXT02.pdf, zuletzt
geprüft am 01.05.2024.

Rosida, Ida; Ghazali, Meka Mona; Dedi, Dania; Salsabila, Fanya Shafa (2022): The manifestation of Internalized Sexism in the Pick Me Girl Trend on TikTok. In: *Alphabet* (05), Artikel 01, S. 8–19. Online verfügbar unter <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://alphabet.ub.ac.id/index.php/alphabet/article/viewFile/120/117>, zuletzt geprüft am 01.06.2024.

Statista (2024): Global TikTok user age and gender distribution 2024. Unter Mitarbeit von Laura Ceci. Statista. New York. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/>, zuletzt aktualisiert am 04.02.2024, zuletzt geprüft am 04.02.2024.

TikTok (2023): 20,9 Millionen Menschen in Deutschland und 2,1 Millionen in Österreich nutzen TikTok jeden Monat. Online verfügbar unter <https://newsroom.tiktok.com/de-de/mau-announcement>, zuletzt geprüft am 04.02.2024.

8 Anhang

Abbildung 1 (Untersuchte TikTok-Videos):

| Index | „Pick Me“-Variante | URL | Videotyp |
|-------|--------------------|---|---------------------|
| 1 | Männlich | https://www.tiktok.com/@imlucastho/video/7229326369220545818 | Schauspiel |
| 2 | Männlich | https://www.tiktok.com/@jennysbookclub/video/7333684738839858464 | Explizite Erklärung |
| 3 | Männlich | https://www.tiktok.com/@imlucastho/video/7132145422826523909 | Schauspiel |
| 4 | Männlich | https://www.tiktok.com/@imlucastho/video/7264925570679573792 | Schauspiel |
| 5 | Männlich | https://www.tiktok.com/@jessy.dtzl/video/7176607823990656262 | Explizite Erklärung |
| 6 | Männlich | https://www.tiktok.com/@sesmostviral/video/7039725622020623622 | Explizite Erklärung |
| 7 | Männlich | https://www.tiktok.com/@bennetbehne/video/7220778872151854337 | Explizite Erklärung |
| 8 | Männlich | https://www.tiktok.com/@imlucastho/video/7239719596360551707 | Schauspiel |
| 9 | Männlich | https://www.tiktok.com/@justinekc_/video/7036108203511352581 | Explizite Erklärung |
| 10 | Männlich | https://www.tiktok.com/@tiefkuehlpizza/video/6931297623525690629 | Explizite Erklärung |
| 11 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@stayfit.paula/video/7051634184275643653 | Schauspiel |
| 12 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@alohaleyla/video/7162900690006789382 | Schauspiel |
| 13 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@alohaleyla/video/7241952405124812059 | Schauspiel |
| 14 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@stylevonsuf/video/7242338529580305690 | Explizite Erklärung |
| 15 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@alohaleyla/video/7094644741853203717 | Schauspiel |
| 16 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@oleliebl/video/7283904409304648993 | Explizite Erklärung |
| 17 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@maddishousee/video/7196432199305022725 | Schauspiel |
| 18 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@realromysbasics/video/7231143717166517530 | Schauspiel |
| 19 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@alisi.pisi/video/7224122966194392346 | Schauspiel |

| | | | |
|----|----------|---|-------------------|
| 20 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@jenniphertaba/video/7143587319117892870 | Schauspiel |
| 21 | Weiblich | https://www.tiktok.com/@valentinavapaux/video/7284219637867367713 | [Nicht verwendet] |

Abbildung 2.1 (Vorkommen von „Pick Me“-Charakteristika nach Video-Index bei „Pick Me Boy“-Videos):

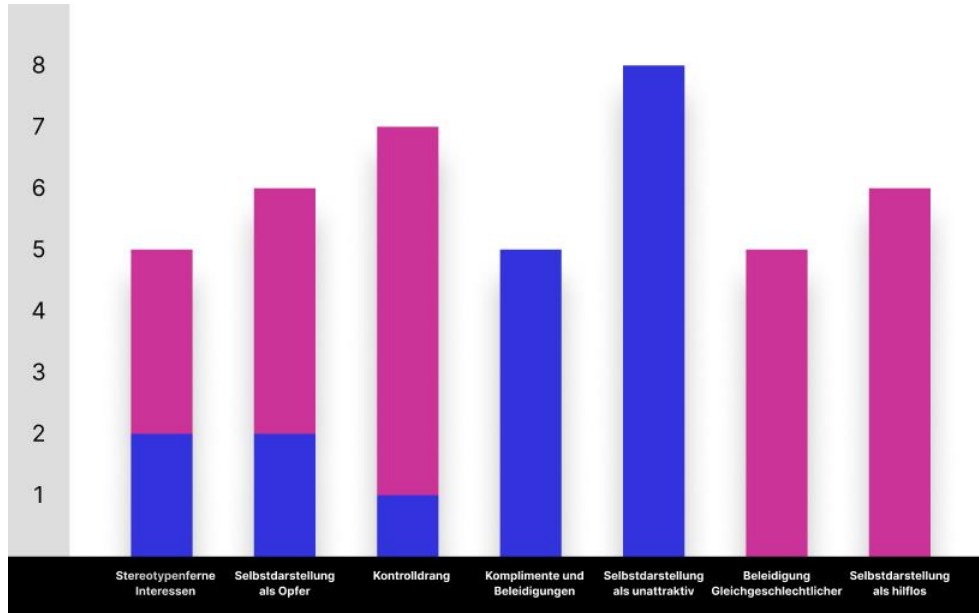
| Eigenschaft | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Stereotypenferne Interessen | | | ✓ | ✓ | | | | | | |
| Selbstdarstellung als Opfer | | | ✓ | | | | | ✓ | | |
| Kontrolldrang | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Direkte Komplimente und Beleidigung bei Zurückweisung | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| Selbstdarstellung als unattraktiv | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| Beleidigung Gleichgeschlechtlicher | | | | | | | | | | |
| Selbstdarstellung als hilflos | | | | | | | | | | |

Abbildung 2.2 (Vorkommen von „Pick Me“-Charakteristika nach Video-Index bei „Pick Me Girl“-Videos):

| Eigenschaft | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Stereotypenferne Interessen | | | | ✓ | | ✓ | | | ✓ | |
| Selbstdarstellung als Opfer | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | ✓ | | |
| Kontrolldrang | | | | | | | | | | ✓ |
| Direkte Komplimente und Beleidigung bei Zurückweisung | | | | | | | | | | |
| Selbstdarstellung als unattraktiv | | | | | | | | | | |
| Beleidigung Gleichgeschlechtlicher | ✓ | | | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|---|---|--|---|--|---|---|--|---|
| Selbstdarstellung als hilflos | | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ |
|-------------------------------|--|---|---|--|---|--|---|---|--|---|

Abbildung 3 (Häufigkeit einzelner „Pick Me“-Eigenschaften⁵):



⁵ Die blauen Säulen beziehen sich auf die männliche, die pinken auf die weibliche Variante des Trends. Aufeinanderliegende Säulen sind ohne Überlappungen zu verstehen. „Stereotypenferne Interessen“ lassen sich also beispielsweise in insgesamt fünf der 20 untersuchten Videos finden, zwei davon „Pick Me Boy“- und drei davon „Pick Me Girl“-Videos.

**VERÖFFENTLICHUNGSEINVERSTÄNDNIS
FÜR DIE FACHARBEIT**

Hiermit erkläre ich, dass ich damit einverstanden bin, wenn die von mir verfasste Facharbeit der schulinternen Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird.

Braunschweig, den 22.02. 2024



Unterschrift der Schülerin /
des Schülers

**VERSICHERUNG DER SELBSTSTÄNDIGEN
ERARBEITUNG DER FACHARBEIT**

Hiermit versichere ich, dass ich die Arbeit selbstständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und die Stellen der Facharbeit, die im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt aus anderen Werken (auch aus dem Internet) entnommen wurden, mit genauer Quellenangabe kenntlich gemacht habe. Verwendete Informationen aus dem Internet sowie Artikel aus Zeitungen und Zeitschriften sind der Lehrerin / dem Lehrer vollständig im Ausdruck zur Verfügung gestellt worden.

Braunschweig, den 22.02. 2024



Unterschrift der Schülerin /
des Schülers