

Selbstbestimmung oder Selbstvermarktung? Der Körper im digitalen Raum

C2.2 - KÖRPER, NORM UND SELBSTVERFÜGBARKEIT: WEM GEHÖRT DER KÖRPER IN EINER OPTIMIERUNGSGESELLSCHAFT?

Wortschatz zum Text

Deutsch	Englisch / Erklärung
die Selbstvermarktung	self-marketing
die Selbstbestimmung	self-determination
der digitale Raum	digital space
die Plattformlogik	platform logic
die Sichtbarkeitsökonomie	economy of visibility
die Aufmerksamkeitsarbeit	attention work
die Selbstinszenierung	self-presentation
die Körperdarstellung	body representation
die Bildkontrolle	image control
die Reichweite	reach
die Interaktion	interaction
die Monetarisierung	monetization
die Creator-Ökonomie	creator economy
die Authentizitätsinszenierung	staging of authenticity
die Intimitätsökonomie	economy of intimacy
die Grenzziehung	boundary drawing
die Privatheit	privacy
die Zustimmung	consent
die Fremdnutzung	use by others

Deutsch	Englisch / Erklärung
die Bildrechte	image rights
die Datenverwertung	data exploitation
die algorithmische Bewertung	algorithmic evaluation
die Empfehlungslogik	recommendation logic
die Plattformabhängigkeit	platform dependency
die Selbstobjektivierung	self-objectification
die Körperkommentierung	body commentary
die Shitstorm-Dynamik	shitstorm dynamic
die sexualisierte Aufmerksamkeit	sexualized attention
die Schutzlosigkeit	lack of protection
die digitale Gewalt	digital violence
die Deepfake-Technologie	deepfake technology
die Bildmanipulation	image manipulation
die Einwilligungsgrenze	boundary of consent
die Kontrollillusion	illusion of control
die Reputationsökonomie	reputation economy
die Selbstausbeutung	self-exploitation
die Erschöpfung	exhaustion
die Gegenöffentlichkeit	counter-public sphere
die Selbstermächtigung	empowerment
die Körperautonomie	bodily autonomy
die Plattformregulierung	platform regulation
die Meldeverfahren	reporting procedures
die Verantwortlichkeit	accountability
digital vermittelt	digitally mediated
monetarisierbar	monetizable
algorithmisch	algorithmic
verletzlich	vulnerable

Deutsch	Englisch / Erklärung
selbstbestimmt	self-determined

Meine zusätzlichen Wörter / Notizen:

Selbstbestimmung oder Selbstvermarktung? Der Körper im digitalen Raum

C2.2 - KÖRPER, NORM UND SELBSTVERFÜGBARKEIT: WEM GEHÖRT DER KÖRPER IN EINER OPTIMIERUNGSGESELLSCHAFT?

Im digitalen Raum erscheint der Körper zugleich freier und verletzlicher. Menschen können sich zeigen, wie sie gesehen werden möchten, eigene Ästhetiken entwickeln, Gemeinschaften finden, Tabus brechen und Körper sichtbar machen, die in klassischen Medien kaum vorkamen. Wer früher von Redaktionen, Agenturen oder Werbeindustrien ausgeschlossen wurde, kann heute eigene Bilder veröffentlichen. Diese Möglichkeit ist real. Digitale Körperdarstellung kann Selbstermächtigung bedeuten, besonders für Gruppen, die lange abgewertet, unsichtbar gemacht oder stereotypisiert wurden.

Doch Sichtbarkeit im digitalen Raum entsteht nicht einfach durch Veröffentlichung. Sie wird durch Plattformlogiken sortiert. Algorithmen, Interaktionsraten, Bildformate, Trends, Kommentare und Werbemöglichkeiten entscheiden mit, welche Körper gesehen werden und welche nicht. Ein Körper kann selbstbestimmt gezeigt werden und dennoch in eine Bewertungsstruktur geraten, die nicht selbstbestimmt ist. Man kontrolliert vielleicht das eigene Foto, aber nicht dessen Verbreitung, Kommentierung, algorithmische Einordnung oder spätere Nutzung. Aus Selbstbestimmung kann Selbstvermarktung werden.

Die Creator-Ökonomie verschärft diese Ambivalenz. Wer mit dem eigenen Körper, Gesicht, Alltag oder Stil Reichweite erzielt, kann Einkommen, Anerkennung und Unabhängigkeit gewinnen. Gleichzeitig wird Persönlichkeit zur Marke. Authentizität muss regelmäßig produziert werden. Nähe zum Publikum wird zur Ressource. Privatheit wird dosiert, Intimität kuratiert, Verletzlichkeit erzählbar gemacht. Die Grenze zwischen Leben und Content wird porös. Was als freie Selbstdarstellung beginnt, kann zur dauernden Aufmerksamkeitsarbeit werden.

Besonders deutlich zeigt sich dies in der Authentizitätsinszenierung. Plattformen belohnen scheinbar echte Einblicke: ungeschminkte Fotos, ehrliche Geständnisse, Körpergeschichten, Vorher-Nachher-Bilder, persönliche Krisen, Heilungswege, Routinen. Diese Inhalte können solidarisch und wichtig sein. Sie können Menschen helfen, sich weniger allein zu fühlen. Doch auch Authentizität wird formatiert. Es gibt erkennbare Codes des „Echten“: bestimmte Lichtstimmungen, Gestaltungsformen, Verletzlichkeitsrhetorik, humorvolle Selbstabwertung, kontrollierte Unordnung. Selbst das Unperfekte kann perfektioniert werden.

Die Frage nach Zustimmung wird dadurch komplizierter. Wer ein Bild freiwillig hochlädt, stimmt nicht automatisch jeder Weiterverwendung zu. Ein Foto kann gespeichert, geteilt, aus dem Kontext gerissen, sexualisiert, verspottet, manipuliert oder in Datenbanken eingespeist werden. Besonders problematisch sind Deepfakes, nicht einvernehmliche Bildbearbeitung und sexualisierte Fremdnutzung. Die digitale Kopierbarkeit des Körpers bedeutet, dass Kontrolle nach der Veröffentlichung schnell schwindet. Zustimmung muss daher kontextbezogen verstanden werden: Ja zu einem Publikum ist nicht Ja zu allen Zwecken.

Digitale Gewalt ist häufig körperbezogen. Beschämung, Beleidigung, rassistische Kommentare, Fettfeindlichkeit, Ableismus, transfeindliche Angriffe, sexualisierte Nachrichten oder Drohungen treffen nicht nur ein Profil, sondern die verkörperte Person. Der Satz „Dann geh doch offline“ verkennet, dass digitale Räume soziale, berufliche und politische Räume geworden sind. Rückzug bedeutet nicht nur Ruhe, sondern oft Verlust von Teilhabe, Einkommen, Öffentlichkeit oder Gemeinschaft. Schutz vor digitaler Gewalt ist daher Teil von Körperautonomie.

Gleichzeitig kann der digitale Raum Gegenöffentlichkeiten schaffen. Menschen teilen Erfahrungen mit Krankheit, Behinderung, Transidentität, Rassismus, Essstörungen, Schwangerschaft, Alterung, Narben, chronischen Schmerzen oder Körpernormen. Solche Räume können Wissen verbreiten, Scham abbauen und politische Sprache ermöglichen. Sie zeigen,

dass Sichtbarkeit nicht nur Markt ist. Sie kann auch Solidarität und Widerstand sein. Doch Gegenöffentlichkeiten bleiben oft plattformabhängig. Ihre Reichweite hängt von denselben Mechanismen ab, die auch Kommerzialisierung und Angriff begünstigen.

Algorithmische Bewertung verstärkt diese Abhängigkeit. Plattformen messen Interaktion, Verweildauer, Reaktionen und Regelverstöße. Körperdarstellungen, die Emotionen auslösen, werden sichtbarer. Das kann Empowerment unterstützen, aber auch Polarisierung, Sexualisierung oder Beschämung fördern. Inhalte, die als zu nackt, zu politisch, zu krank, zu dick, zu queer oder zu störend markiert werden, können unsichtbar gemacht werden, während andere Formen von Ausbeutung reichweitenstark bleiben. Plattformregeln wirken dadurch wie eine private Körperpolitik.

Selbstobjektivierung ist ein weiteres Risiko. Wer sich ständig durch mögliche Reaktionen anderer betrachtet, übernimmt den äußeren Blick in das eigene Selbstverhältnis. Man fragt nicht mehr nur: Wie fühle ich mich? Sondern: Wie wirkt das? Ist das teilbar? Ist das attraktiv, mutig, glaubwürdig, markenkonform, algorithmusfreundlich? Diese Verschiebung kann subtil sein. Sie betrifft nicht nur professionelle Influencer, sondern auch alltägliche Nutzerinnen, die gelernt haben, sich in potenziellen Bildern zu sehen.

Die ökonomische Seite wird oft unterschätzt. Sichtbarkeit kann monetarisierbar sein, aber sie ist nicht kostenlos. Sie verlangt Zeit, emotionale Arbeit, Bildproduktion, Community-Pflege, Reaktionsmanagement, Krisenkommunikation und ständige Anpassung an Plattformänderungen. Wer seinen Körper digital vermarktet, besitzt nicht automatisch die Bedingungen dieser Vermarktung. Plattformen können Regeln ändern, Reichweite begrenzen, Konten sperren oder Monetarisierung entziehen. Selbstvermarktung verspricht Unabhängigkeit und erzeugt zugleich neue Abhängigkeiten.

Eine kritische Perspektive darf digitale Körperdarstellung dennoch nicht pauschal abwerten. Für viele Menschen ist sie ein Mittel, Kontrolle über die eigene Erzählung zurückzugewinnen. Wer früher nur als Objekt fremder Blicke erschien, kann eigene Bilder, Begriffe und Gemeinschaften schaffen. Gerade marginalisierte Gruppen haben digitale Räume genutzt, um Normen zu verschieben. Die Frage ist daher nicht, ob Körper online gezeigt werden sollten. Die Frage ist, unter welchen Bedingungen Sichtbarkeit frei, sicher und nicht ausbeuterisch sein kann.

Dafür braucht es mehr als individuelle Vorsicht. Plattformen müssen wirksame Meldeverfahren, Schutz vor nicht einvernehmlicher Bildnutzung, transparente Moderation, klare Regeln gegen digitale Gewalt und Beschwerdemöglichkeiten bereitstellen. Recht muss Bildrechte, Deepfake-Missbrauch und Datenverwertung ernst nehmen. Bildung muss nicht nur Medienkompetenz, sondern auch Körperkompetenz im digitalen Raum vermitteln: Was bedeutet Zustimmung? Wo liegen Grenzen? Welche Plattformlogiken wirken? Wie schützt man andere, nicht nur sich selbst?

Der Körper im digitalen Raum gehört also nicht einfach der Person, die ihn zeigt, und auch nicht einfach der Plattform, die ihn verbreitet. Er befindet sich in einem Spannungsfeld aus Selbstbestimmung, Markt, Algorithmus, Publikum und Recht. Selbstbestimmung beginnt mit dem Recht, sich zu zeigen oder nicht zu zeigen. Sie endet aber nicht beim Hochladen eines Bildes. Sie braucht Kontrolle über Kontexte, Schutz vor Missbrauch und die Möglichkeit, sichtbar zu sein, ohne sich vollständig vermarkten oder verletzbar machen zu müssen.



Fragen zum Text

1. Warum erscheint der Körper im digitalen Raum zugleich freier und verletzlicher?

2. Warum kann digitale Körperdarstellung Selbstermächtigung bedeuten?

3. Warum entsteht Sichtbarkeit nicht einfach durch Veröffentlichung?

4. Wie kann aus Selbstbestimmung Selbstvermarktung werden?

5. Was bedeutet Authentizitätsinszenierung?

6. Warum ist Zustimmung bei digitalen Bildern kompliziert?

7. Was bedeutet kontextbezogene Zustimmung?

8. Warum ist digitale Gewalt körperbezogen?

9. Warum reicht der Rat „Geh offline“ nicht?

10. Welche Funktion können Gegenöffentlichkeiten haben?

11. Warum bleiben Gegenöffentlichkeiten ambivalent?

12. Wie wirken Plattformregeln als private Körperpolitik?

13. Was bedeutet Selbstobjektivierung?

14. Warum ist Selbstvermarktung nicht automatisch unabhängig?

15. Warum darf digitale Körperdarstellung nicht pauschal abgewertet werden?

16. Welche Schutzmaßnahmen fordert der Text?

17. Was ist die zentrale Schlussfolgerung des Textes?

Multiple Choice

1. Warum ist digitale Körperdarstellung ambivalent?

- ☐ A) Sie kann Selbstermächtigung ermöglichen und zugleich Verletzlichkeit erhöhen.
- ☐ B) Sie ist immer vollständig kontrollierbar.
- ☐ C) Sie hat nie soziale Wirkung.
- ☐ D) Sie verhindert jede Bewertung.

2. Was bestimmt digitale Sichtbarkeit mit?

- ☐ A) Plattformlogiken, Algorithmen, Interaktionen und Reichweitenmechanismen.
- ☐ B) Nur der Wunsch der Person.
- ☐ C) Ausschließlich klassische Redaktionen.
- ☐ D) Zufall ohne Struktur.

3. Was kennzeichnet die Creator-Ökonomie?

- ☐ A) Persönlichkeit, Körper und Alltag können zur Marke werden.
- ☐ B) Privatheit bleibt immer unangetastet.
- ☐ C) Authentizität wird nie produziert.
- ☐ D) Plattformen spielen keine Rolle.

4. Warum ist Zustimmung zu Bildern kontextbezogen?

- ☐ A) Zustimmung zu einem Upload bedeutet nicht Zustimmung zu jeder späteren Nutzung.
- ☐ B) Jedes Bild gehört danach allen.
- ☐ C) Kontext ist digital irrelevant.
- ☐ D) Zustimmung kann nie widerrufen werden.

5. Was ist digitale Gewalt?

- ☐ A) Online-Angriffe, Beschämung oder Missbrauch, die verkörperte Personen treffen.
- ☐ B) Jede Kritik an Bildern.
- ☐ C) Nur technische Serverfehler.
- ☐ D) Ein rein imaginäres Problem.

6. Warum sind Gegenöffentlichkeiten wichtig?

- ☐ A) Sie können marginalisierte Körper sichtbar machen und Solidarität schaffen.
- ☐ B) Sie sind immer marktunabhängig.
- ☐ C) Sie verhindern jede Plattformabhängigkeit.
- ☐ D) Sie ersetzen alle Schutzrechte.

7. Was bedeutet algorithmische Bewertung?

- ☐ A) Plattformen sortieren Körperdarstellungen nach messbaren Reaktionen und Regeln.
- ☐ B) Alle Inhalte werden gleich behandelt.
- ☐ C) Algorithmen garantieren Gerechtigkeit.
- ☐ D) Sichtbarkeit ist nie technisch vermittelt.

8. Was ist Selbstobjektivierung?

- ☐ A) Sich selbst dauerhaft durch den erwarteten Blick anderer betrachten.
- ☐ B) Vollständige Körperfreiheit.
- ☐ C) Ein rein medizinischer Eingriff.
- ☐ D) Schutz vor Kommentaren.

9. Warum ist Selbstvermarktung abhängig?

- ☐ A) Plattformen können Regeln, Reichweite und Monetarisierung verändern.
- ☐ B) Creator besitzen immer alle Bedingungen.
- ☐ C) Reichweite ist garantiert.
- ☐ D) Algorithmen sind demokratisch gewählt.

10. Welche Schlussfolgerung passt?

- ☐ A) Digitale Körperautonomie braucht Schutz, Kontextkontrolle und Plattformverantwortung.
- ☐ B) Sichtbarkeit ist immer sicher.
- ☐ C) Selbstbestimmung endet beim Hochladen.
- ☐ D) Plattformen sind nur neutrale Speicherorte.

Ordne zu

A	B
Digitale Körperdarstellung	kann Selbstermächtigung und Verletzlichkeit erzeugen.
Selbstvermarktung	verwandelt Körper und Alltag in Marke.
Plattformlogik	sortiert Sichtbarkeit nach Interaktion und Profitabilität.
Aufmerksamkeitsarbeit	verlangt dauernde Pflege von Reichweite.
Authentizitätsinszenierung	produziert das scheinbar Echte.
Intimitätsökonomie	macht Nähe zum Publikum verwertbar.
Zustimmung	muss kontextbezogen verstanden werden.
Fremdnutzung	verletzt Kontrolle über Bilder.
Deepfake-Technologie	ermöglicht manipulative Körperbilder.
Bildrechte	schützen vor unzulässiger Verwendung.
Digitale Gewalt	trifft die verkörperte Person.
Körperkommentierung	kann Beschämung und Kontrolle erzeugen.
Gegenöffentlichkeit	schafft Sichtbarkeit jenseits dominanter Medien.
Selbstermächtigung	gewinnt Kontrolle über eigene Erzählung zurück.
Algorithmische Bewertung	prägt Reichweite und Unsichtbarkeit.
Empfehlungslogik	kann Empowerment oder Beschämung verstärken.
Plattformabhängigkeit	begrenzt Autonomie von Creatoren.
Selbstobjektivierung	übernimmt den äußeren Blick ins Selbstverhältnis.
Reputationsökonomie	bindet Anerkennung an Sichtbarkeit.
Selbstaussbeutung	entsteht durch dauernde Content-Arbeit.
Privatheit	wird im digitalen Raum dosiert und verhandelt.
Grenzziehung	schützt vor vollständiger Verfügbarkeit.
Meldeverfahren	müssen Missbrauch effektiv bearbeiten.
Plattformregulierung	macht Schutz nicht nur individuell.

A	B
Datenverwertung	nutzt Körperdarstellungen ökonomisch.
Kontrollillusion	entsteht durch scheinbare Bildkontrolle beim Upload.
Körperautonomie	umfasst Sichtbarkeit und Schutz vor Verwertung.
Verantwortlichkeit	betrifft Person, Plattform, Publikum und Recht.

Bringe in die richtige Reihenfolge

Nr.	Satz / Ereignis	Reihenfolge
1.	Danach wird Plattformlogik als Bedingung von Sichtbarkeit beschrieben.	
2.	Der Text beginnt mit dem Körper als freier und verletzlicher im digitalen Raum.	
3.	Später wird Authentizität als inszenierte Plattformform analysiert.	
4.	Anschließend wird digitale Körperdarstellung als Selbstermächtigung anerkannt.	
5.	Zum Schluss wird digitale Selbstbestimmung als Schutz von Kontexten und Sichtbarkeit formuliert.	
6.	Danach wird die Creator-Ökonomie als Übergang zur Selbstvermarktung erklärt.	
7.	Es wird gezeigt, warum Zustimmung nach dem Hochladen nicht grenzenlos ist.	
8.	Der Text behandelt digitale Gewalt als körperbezogenes Problem.	
9.	Später werden Gegenöffentlichkeiten als solidarische Räume beschrieben.	
10.	Danach wird algorithmische Bewertung als private Körperpolitik gedeutet.	
11.	Ein weiterer Schritt ist Selbstobjektivierung durch den erwarteten Blick anderer.	
12.	Danach wird die ökonomische Abhängigkeit von Plattformen analysiert.	
13.	Der Text warnt vor pauschaler Abwertung digitaler Körperdarstellung.	
14.	Am Ende werden Plattformschutz, Recht und Bildung gefordert.	
15.	Die Grenze zwischen Leben und Content wird als porös beschrieben.	
16.	Es folgt die Kritik an der Kontrollillusion über eigene Bilder.	
17.	Die Ambivalenz von Empowerment und Plattformabhängigkeit wird sichtbar.	
18.	Körperautonomie wird über individuelles Hochladen hinaus erweitert.	



Finde den Fehler im Inhalt

1. Der Text behauptet, digitale Körperdarstellung sei immer nur gefährlich.

2. Sichtbarkeit entsteht online allein durch die Entscheidung, etwas zu veröffentlichen.

3. Wer ein Bild hochlädt, kontrolliert danach vollständig jede Nutzung.

4. Die Creator-Ökonomie trennt Leben und Content immer klar.

5. Authentizität kann online niemals inszeniert sein.

6. Zustimmung zu einem Publikum bedeutet Zustimmung zu jeder späteren Nutzung.

7. Deepfakes und Bildmanipulation betreffen Körperautonomie nicht.

8. Digitale Gewalt trifft nur ein Profil und nie die verkörperte Person.

9. Rückzug aus digitalen Räumen ist immer eine einfache Lösung.

10. Gegenöffentlichkeiten sind immer unabhängig von Plattformmechanismen.

11. Plattformregeln sind keine Körperpolitik.

12. Selbstobjektivierung betrifft nur professionelle Influencer.

13. Selbstvermarktung garantiert vollständige Unabhängigkeit.

14. Schutz vor digitalem Bildmissbrauch ist nur individuelle Vorsicht.



Schreibaufgabe

380-450 Wörter

Erörtere, warum der Körper im digitalen Raum zugleich selbstbestimmt gezeigt und ökonomisch oder sozial verwertet werden kann. Gehe auf Plattformlogik, Creator-Ökonomie, Authentizitätsinszenierung, Zustimmung, digitale Gewalt, Gegenöffentlichkeiten, algorithmische Bewertung und Körperautonomie ein.



Lösungen

Fragen zum Text

1. Menschen können sich selbst zeigen und Gemeinschaften finden, verlieren aber leicht Kontrolle über Verbreitung, Bewertung und Fremdnutzung.
2. Sie ermöglicht Gruppen Sichtbarkeit, die in klassischen Medien ausgeschlossen, abgewertet oder stereotypisiert wurden.
3. Plattformlogiken, Algorithmen, Interaktionsraten, Trends und Werbemöglichkeiten bestimmen mit, was sichtbar wird.
4. Wenn der eigene Körper, Alltag oder Stil dauerhaft als Marke und Aufmerksamkeitsressource funktionieren muss.
5. Authentizität wird nach erkennbaren Codes produziert, etwa durch intime Einblicke, kontrollierte Verletzlichkeit oder scheinbare Unordnung.
6. Ein freiwilliger Upload bedeutet nicht Zustimmung zu jeder Weiterverwendung, Manipulation, Sexualisierung oder Kontextverschiebung.
7. Zustimmung zu einem Publikum oder Zweck ist nicht automatisch Zustimmung zu allen Publika oder Zwecken.
8. Angriffe auf Aussehen, Geschlecht, Herkunft, Behinderung oder Körperform treffen die verkörperte Person, nicht nur ein Profil.
9. Digitale Räume sind soziale, berufliche und politische Räume; Rückzug kann Teilhabeverlust bedeuten.
10. Sie können Scham abbauen, Wissen verbreiten, Solidarität schaffen und Körpernormen verschieben.
11. Sie nutzen dieselben Plattformmechanismen, die auch Kommerzialisierung, Angriffe und Unsichtbarkeit erzeugen.
12. Sie bestimmen, welche Körperdarstellungen sichtbar bleiben, eingeschränkt oder gelöscht werden.
13. Menschen übernehmen den äußeren Blick und bewerten sich selbst nach Sichtbarkeit, Attraktivität und Teilbarkeit.
14. Plattformen kontrollieren Reichweite, Regeln, Kontosicherheit und Monetarisierung.
15. Sie kann Kontrolle über die eigene Erzählung, Sichtbarkeit und Gemeinschaft ermöglichen.
16. Meldeverfahren, Schutz vor Bildmissbrauch, transparente Moderation, Regeln gegen digitale Gewalt und rechtliche Kontrolle von Deepfakes und Datenverwertung.
17. Digitale Selbstbestimmung braucht Kontrolle über Kontexte, Schutz vor Missbrauch und Sichtbarkeit ohne Zwang zur Selbstvermarktung.

Multiple Choice

1. A) Sie kann Selbstermächtigung ermöglichen und zugleich Verletzlichkeit erhöhen.
2. A) Plattformlogiken, Algorithmen, Interaktionen und Reichweitenmechanismen.
3. A) Persönlichkeit, Körper und Alltag können zur Marke werden.
4. A) Zustimmung zu einem Upload bedeutet nicht Zustimmung zu jeder späteren Nutzung.
5. A) Online-Angriffe, Beschämung oder Missbrauch, die verkörperte Personen treffen.

Lösungen

Multiple Choice (Fortsetzung)

- 6. A) Sie können marginalisierte Körper sichtbar machen und Solidarität schaffen.
- 7. A) Plattformen sortieren Körperdarstellungen nach messbaren Reaktionen und Regeln.
- 8. A) Sich selbst dauerhaft durch den erwarteten Blick anderer betrachten.
- 9. A) Plattformen können Regeln, Reichweite und Monetarisierung verändern.
- 10. A) Digitale Körperautonomie braucht Schutz, Kontextkontrolle und Plattformverantwortung.

Zuordnung

- 1. 1. Digitale Körperdarstellung — kann Selbstermächtigung und Verletzlichkeit erzeugen.
- 2. 2. Selbstvermarktung — verwandelt Körper und Alltag in Marke.
- 3. 3. Plattformlogik — sortiert Sichtbarkeit nach Interaktion und Profitabilität.
- 4. 4. Aufmerksamkeitsarbeit — verlangt dauernde Pflege von Reichweite.
- 5. 5. Authentizitätsinszenierung — produziert das scheinbar Echte.
- 6. 6. Intimitätsökonomie — macht Nähe zum Publikum verwertbar.
- 7. 7. Zustimmung — muss kontextbezogen verstanden werden.
- 8. 8. Fremdnutzung — verletzt Kontrolle über Bilder.
- 9. 9. Deepfake-Technologie — ermöglicht manipulative Körperbilder.
- 10. 10. Bildrechte — schützen vor unzulässiger Verwendung.
- 11. 11. Digitale Gewalt — trifft die verkörperte Person.
- 12. 12. Körperkommentierung — kann Beschämung und Kontrolle erzeugen.
- 13. 13. Gegenöffentlichkeit — schafft Sichtbarkeit jenseits dominanter Medien.
- 14. 14. Selbstermächtigung — gewinnt Kontrolle über eigene Erzählung zurück.
- 15. 15. Algorithmische Bewertung — prägt Reichweite und Unsichtbarkeit.
- 16. 16. Empfehlungslogik — kann Empowerment oder Beschämung verstärken.
- 17. 17. Plattformabhängigkeit — begrenzt Autonomie von Creatoren.
- 18. 18. Selbstobjektivierung — übernimmt den äußeren Blick ins Selbstverhältnis.
- 19. 19. Reputationsökonomie — bindet Anerkennung an Sichtbarkeit.
- 20. 20. Selbstausbeutung — entsteht durch dauernde Content-Arbeit.
- 21. 21. Privatheit — wird im digitalen Raum dosiert und verhandelt.
- 22. 22. Grenzziehung — schützt vor vollständiger Verfügbarkeit.

Lösungen

Zuordnung (Fortsetzung)

- 23. 23. Meldeverfahren — müssen Missbrauch effektiv bearbeiten.
- 24. 24. Plattformregulierung — macht Schutz nicht nur individuell.
- 25. 25. Datenverwertung — nutzt Körperdarstellungen ökonomisch.
- 26. 26. Kontrollillusion — entsteht durch scheinbare Bildkontrolle beim Upload.
- 27. 27. Körperautonomie — umfasst Sichtbarkeit und Schutz vor Verwertung.
- 28. 28. Verantwortlichkeit — betrifft Person, Plattform, Publikum und Recht.

Reihenfolge

- 1. 1. Der Text beginnt mit dem Körper als freier und verletzlicher im digitalen Raum.
- 2. 2. Anschließend wird digitale Körperdarstellung als Selbstermächtigung anerkannt.
- 3. 3. Danach wird Plattformlogik als Bedingung von Sichtbarkeit beschrieben.
- 4. 4. Danach wird die Creator-Ökonomie als Übergang zur Selbstvermarktung erklärt.
- 5. 5. Die Grenze zwischen Leben und Content wird als porös beschrieben.
- 6. 6. Später wird Authentizität als inszenierte Plattformform analysiert.
- 7. 7. Es wird gezeigt, warum Zustimmung nach dem Hochladen nicht grenzenlos ist.
- 8. 8. Es folgt die Kritik an der Kontrollillusion über eigene Bilder.
- 9. 9. Der Text behandelt digitale Gewalt als körperbezogenes Problem.
- 10. 10. Später werden Gegenöffentlichkeiten als solidarische Räume beschrieben.
- 11. 11. Die Ambivalenz von Empowerment und Plattformabhängigkeit wird sichtbar.
- 12. 12. Danach wird algorithmische Bewertung als private Körperpolitik gedeutet.
- 13. 13. Ein weiterer Schritt ist Selbstobjektivierung durch den erwarteten Blick anderer.
- 14. 14. Danach wird die ökonomische Abhängigkeit von Plattformen analysiert.
- 15. 15. Der Text warnt vor pauschaler Abwertung digitaler Körperdarstellung.
- 16. 16. Am Ende werden Plattformschutz, Recht und Bildung gefordert.
- 17. 17. Körperautonomie wird über individuelles Hochladen hinaus erweitert.
- 18. 18. Zum Schluss wird digitale Selbstbestimmung als Schutz von Kontexten und Sichtbarkeit formuliert.

Lösungen

Fehler finden

1. Der Text erkennt Selbstermächtigung und Sichtbarkeit an, betont aber Risiken.
2. Plattformlogiken, Algorithmen und Interaktionen bestimmen Sichtbarkeit mit.
3. Verbreitung, Kommentierung, Manipulation und Fremdnutzung können Kontrolle unterlaufen.
4. Sie kann die Grenze zwischen Leben, Marke, Intimität und Content porös machen.
5. Auch scheinbare Echtheit folgt oft erkennbaren Plattformcodes.
6. Zustimmung muss kontextbezogen verstanden werden.
7. Sie können Kontrolle über das eigene Bild massiv verletzen.
8. Körperbezogene Angriffe treffen Menschen in ihrer sozialen und körperlichen Existenz.
9. Rückzug kann Verlust von Teilhabe, Einkommen, Öffentlichkeit oder Gemeinschaft bedeuten.
10. Auch sie bleiben häufig von Reichweite, Regeln und Algorithmen abhängig.
11. Sie beeinflussen, welche Körper sichtbar, eingeschränkt oder gelöscht werden.
12. Auch alltägliche Nutzer können sich durch erwartete Blicke betrachten.
13. Plattformen können Regeln ändern, Reichweite begrenzen oder Monetarisierung entziehen.
14. Es braucht Plattformverantwortung, Recht, Meldeverfahren und Bildung.