

Affektive Publikumsreaktionen im Bereich digitale Automedialität (YouTube) und Behinderung¹ (Vortragsmanuskript)

Webex Workshop "Zwischen Stream und Präsenz: Aktuelle Publikumskonzepte aus interdisziplinärer Perspektive", FU Berlin, Leitung: Prof. Dr. Doris Kolesch, 15 Januar 2021

Einleitung

Im Folgenden möchte ich die Relevanz von Scham / Beschämung als narrative affektive Strategien im Kontext der Analyse von Publikumsreaktionen auf Darstellungen von Behinderung in automedialen YouTube-Video-Blogs erläutern. Meine Darlegungen sind Teil meines derzeitigen DFG-finanzierten Forschungsprojektes *Scham als performativer narrativer Affekt in automedialen Praktiken britischer Autor_innen mit „Behinderungen“ und „psychischen Leiden / Belastungen*, DFG-Projektnummer: 5250110102 / GZ: RO 5803/3-1; AOBJ: 670676.

1. Performative und relationale Aspekte von Scham / Beschämung

Laut Eve Kosofsky Sedgwick ist Scham / Beschämung ein performativer (relationaler) Sprechakt der stigmatisierenden, ausgrenzenden Interpellation („Shame on you!“ „Schäm Dich!“ Sedgwick 1993, 4, 13). Sedgwick analysierte im Kontext von Queer Theory / Queer Studies die transformative Wirkung von Scham als affektive Dynamik und Performance-Strategie. Grund für diese Fokussierung ist die starke visuelle Dimension bzw. visuelle Aufladung von Scham, d. h. die auffällige Mimik / Gestik, die Scham auszeichnet (gesenkter Oberkörper, gesenktes Gesicht, gesenkte Lider, zum Teil Erröten). „Performance“ bezeichnet in Sedgwicks Ansatz keine Form des „faking“ / des Vortäuschens, nicht das Gegenteil von Realität, sondern eine wirklichkeitskonstituierende, performative Form der Darstellung. Sedgwicks Begriff der Scham basiert auf Silvan Tomkins' Affekttheorie. Scham ist laut Tomkins eine komplexe affektive Disposition, d. h. eine Verbindung von negativen und positiven Affekten. Ausgelöst durch Verachtung, Entwürdigung, Verhöhnung, Scheitern, Indifferenz, Transgression von gesellschaftlichen Normen und Isolation beinhaltet

¹ Dieser Vortrag wurde auf der Basis einer Förderung durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft konzipiert und gehalten (RO 5803/3-1).

Scham dennoch eine starke Bindung an positive Affekte und Emotionen, z. B. Interesse / Begeisterung, Vergnügen / Freude.²

Die der Scham / Beschämung zugrunde liegenden / die Scham auslösenden (oft nicht-normativen) positiven Affekte werden nur teilweise reduziert und können Schamgefühle / Beschämung jederzeit überraschend durchbrechen. Somit beinhaltet Scham ein starkes Potential zur affektiven Dissonanz, d. h. zur performativen Umstürzung / Infragestellung schaminduzierender Gefühlsrepertoires und -ordnungen durch Andeutungen / Umriss einer neuen Seinsweise (Slaby, Mühlhoff, Wüschner 2016, 88f.), nicht-normativer Formen der Lebensführung und nicht-normativer Formen des Vergnügens / der Begeisterung (David Bolt 2015). Die Infragestellung schaminduzierender gesellschaftlicher Normen wird von Jill Locke als Form des bürgerschaftlichen politischen Engagements diskutiert (Locke 2017, 36-37).

2. Affektive Strukturen auf Social Media / YouTube

YouTube ist ein typisches Produkt des Web 2.0., das personalisierte, visuelle (Selbst)Darstellungen fördert und kommerzialisiert und eine „Broadcast Yourself“-Strategie verfolgt, die nutzererzeugte Inhalte einem breiten, globalen Publikum zugänglich macht (Griffith / Papacharissi 2010). Video-Blog-Formate (Vlogs) zeichnen sich durch die Verwendung von *bricolage* und Zitatualität aus (Smith / Watson 2014). So sind die Video-Blogs von Autor_innen mit Behinderung, die ich in meinem Projekt untersuche, hybride Collagen aus unterschiedlichen Genres (politisches Manifest, Lifestyle-Journal, Reisebericht, Tagebuch, intime Beichte, Medienanalyse, medizinische Abhandlung über Behinderungen, Krankheiten und Therapien, etc.). Personalisierte YouTube-Vlogs sind trotz häufig verwendeter realistischer Darstellungsstile hochgradig performativ (Griffith / Papacharissi 2010). Sie sind außerdem interaktive und ko-kreierte kulturelle Texte. Ziel der YouTube-Präsenz vieler Autor_innen ist soziale Anerkennung (Griffith / Papacharissi 2010), das Ausüben von Einfluss, Vernetzung und der Aufbau von *online communities* (Maguire 2018). Autor_innen mit Behinderungen nutzen die Möglichkeit zur Verbreitung nutzererzeugten Inhalte mit dem Ziel der De-Stigmatisierung von Behinderung. Als kommerzialisierte (werbungsfinanzierte) Plattform schafft YouTube eigene Normen / Gefühlsrepertoires, auch im Kontext von (Selbst)Darstellungen behinderter Autor_innen: Besonders oft „gelikt“ und aufgerufen werden inspirierende, optisch

² Sedgwick and Frank 1995: 134.

ansprechende, auffällige (Titel, Thumbnails / Vorschaubilder), unterhaltsame, eloquente Darstellungen in HD-Qualität (viele behinderte Vlogger_innen generieren aus Vlogs ihr Haupteinkommen). Diese Selektion, Bewertung und Hierarchisierung von Inhalten ist eine mögliche Quelle der Beschämung und des Ausschlusses von Autor_innen, die diese Voraussetzungen nicht haben und diesen Normen nicht entsprechen. Zu diesen Selektionskriterien kommen Richtlinien von YouTube selbst (die Kriterien von „advertiser- und family-friendliness“ (Alexander 2018) und die Bestrafung / Demonetarisierung von Inhalten, die von ethischen Richtlinien (Verbot von Kinderpornografie), v. a. aber von kommerziellen Interessen zu stark abweichen (Bishop 2018, 125). Mit diesen normativen Aspekten von YouTube sehen sich viele Autor_innen konfrontiert, die möglichst umfassende Kontrolle über ihre Darstellung haben möchten (ein Wunsch, der vor dem Hintergrund der stereotypischen, fremdbestimmten Repräsentation von Behinderten / Menschen mit psychischen Leidenden, z. B. in Freakshows oder in der medizinischen Fotografie, nur allzu verständlich ist) und die traditionelle Publikationshürden (Verlage, Herausgeber_innen, Intendant_innen, Regisseur_innen, Sendeleiter_innen etc.) umgehen möchten.

3. Publikumsemotionen auf YouTube

Ich verwende in meiner Analyse einen erweiterten, diffusiven Publikums- und Performance-Begriff (Abercrombie / Longhurst 1998). Er gründet sich u. a. auf Erving Goffmans Konzept der sozialen Rollen, wonach alle Menschen immer Performer und Publikum sind und immer soziale Rollen, inkl. die Rollen von Autor_in, Performer_in, Zuschauer_in, spielen (Kolesch / Knobloch: 2019, 254-255). Nach diesem erweiterten Begriff ist das Publikum keine gegebene Größe, sondern wird durch Adressierung und gemeinsamen Fokus konstituiert (so auch bei Keen 2013 bzgl. *reader response*). Die Grenzen zwischen Publikum und Medienprodukt verschwimmen in den sozialen Medien (inkl. YouTube): Publikum, Autor_innen und Performer_innen ko-kreieren Performance und Medienprodukt (Kolesch / Knoblauch 2019, 255; Smith / Watson 2014). Für mein Projekt ist auch der (Publikums-)Begriff der *affective publics* (Papacharissi 2015) interessant und produktiv, wonach Publika durch Ausdruck von Gefühlen und Emotionen erzeugt werden (Papacharissi 2015: 125). *Affective publics* basieren auf der Erzeugung von Gemeinschaftsgefühl durch die Zirkulation von Affekt(en), z. B. in sozialen Medien (Dean 2010: 22). In meinem Projekt zeige ich

anhand von qualitativen Analysen andere Resultate als Papacharissi (2015). Meine Analysen beleuchten auch den intersubjektiven Austausch und intersubjektive affektive Dynamiken zwischen Zuschauer_innen / Nutzer_innen. Ziel meiner Analyse ist die Kombination des literaturwissenschaftlichen *reader response criticism* (Keen 2013) mit der intersubjektiven Analyse von Publikumsemotionen (Kolesch / Knoblauch 2019) und der Medienanalyse algorithmisch erzeugter *affective flows* (Papacharissi 2015, Boler / Davis 2018). Bei YouTube gibt es vergleichbare Aspekte von kollektiven Publikumsemotionen wie bei anderen zeitgenössischen offline-Medienprodukten mit leiblicher Ko-Präsenz (*performance art, immersive theatre*, Konzerte, Theater, Fußball). Das Publikum ist auch auf YouTube nicht homogen, sondern heterogen (unterschiedlich im Hinblick auf Kategorien von Gender, Ethnizität, Behinderung/Nicht-Behinderung, sex. Orientierung, nationale und religiöse Zugehörigkeit). Wie von Doris Kolesch und Hubert Knoblauch betont, wurde die Heterogenität von Publika und Publikumsemotionen in der Kritik bislang vernachlässigt (Kolesch / Knoblauch 2019, 256, 258). Dies gilt jedoch nicht nur für das Theaterpublikum (mit leiblicher Kopräsenz), sondern auch für das Publikum in digitalen Medien: Zizzi Papacharissis Untersuchung von *affective flows* auf Twitter im Kontext neuer politischer Bewegungen betont entweder die starke Homogenität der *flows* oder deren Polarisierung durch Einführung antagonistischer Inhalte (Papacharissi 2015, 89).

Für die Untersuchung der Heterogenität von Publikumsemotionen spielt Scham / Beschämung als komplexe affektive Disposition mit hohem Potential zur affektiven Dissonanz eine zentrale Rolle. Die sozialen Medien kreieren thematische Schwerpunkte über Algorithmen, ethische Richtlinien und *policing* (personalisierte Inhalte, Unterhaltung, Konsum, Familien-Freundlichkeit), aber dies geschieht auch durch die Ko-Kreation von Inhalten durch Autor_innen und Zuschauer_innen. Publikumsreaktionen in YouTube-Vlogs weisen zum Teil starke emotionale Homogenität auf (Begeisterungs- / Empörungswellen) ähnlich zu der Weise, wie ein offline-Ereignis / Interessensfokus (Konzert, Fußballspiel) sein Publikum schafft und emotionale Kohärenz stiftet. Im Vergleich zu *offline media* wird in den sozialen Medien die algorithmische / mediale Einflussnahme stärker sichtbar, Nutzer_innen sozialer Medien wirken weniger „frei“ in ihrer Produktwahl, „Up-next“-Listen generieren thematische und emotionale *affektive loops* (Boler / Davis, Smith / Watson 2014). In den sozialen Medien geht also kein „frei“ wählendes Subjekt einen Dialog mit der Performance ein, sondern Nutzer_innen sind von Anfang an Bestandteile der

algorithmischen Selektionsprozesse. Ich übernehme folgende Definition von Publikumsemotionen für meine Videoanalyse im letzten Teil des Vortrags: Publikumsemotionen sind kollektive Emotionen, die sich im Rahmen eines spezifischen Events auf einen Interessensfokus richten sowie auf das Publikum selbst (Kolesch / Knoblauch 2019, 256). Sie beinhalten die Schlüsselmerkmale der Kollektivität, Aktivität, Reflexivität, Räumlichkeit und Zeitlichkeit (Kolesch / Knoblauch 2019, 258). Publikumsemotionen konstituieren zeitweilige Momente sozialer Kohäsion und Zugehörigkeit. Sie sind zwischen *emotional communities* (Rosenwein 2006) und *affective communities* (Massumi / Papacharissi) angesiedelt. Publikumsemotionen sind durch 3 Arten von Relationalität gekennzeichnet: 1. Publikum – Interessensfokus; 2. Publikum untereinander; 3. Publikum zu anderen Aspekten des (Medien)Ereignisses (Gegenstände, räumlicher und zeitlicher Kontext, vgl. Kolesch / Knoblauch 2019 259-260). Im Fall der sozialen Medien wäre noch das Verhältnis zwischen Publikum und algorithmisch erzeugtem Medium (die Website, auf der die Videos erscheinen und rezipiert werden) zu ergänzen. In den sozialen Medien tritt die Materialität des Mediums an die Stelle des räumlichen Kontexts von *live performances* und ko-kreiert Medieninhalte und Selbstentwürfe (Smith / Watson 2014, 74-75; Kolesch / Knoblauch 2019, 260). Das Publikum reagiert nicht nur, es performiert, d. h. produziert, digitale, affektiv aufgeladene Texte, reflektiert situative, kontextuelle Verbindungen und bewertet sie (live durch Lachen, Beifall, auf YouTube durch Like- / Dislike-Funktion, Praktiken des Abonnierens, Teilens und Kommentierens von Inhalten (Kolesch / Knoblauch 2019, 259). Publikumsreaktionen werden von Videos und vom Medium situiert und genre- und medienspezifisch vorgeformt, vorbereitet und choreographiert (vgl. den Begriff des *affective arrangement* in Kolesch/Knoblauch 2019, 258-259). Auf YouTube verbreiten sich Inhalte in Form einer gemischten Temporalität, d. h. durch eine Mischung aus Schnelligkeit und Langsamkeit / Verzögerung. YouTube ermöglicht die sofortige Verbreitung von Inhalten *und* ihre langfristige Archivierung und Reproduzierbarkeit. Neue Videos werden über *always-on media* (Twitter, Facebook) geteilt (z. B. mithilfe der Benachrichtigungs-Funktion), somit entstehen ähnliche *affective flows* (indirekte, vorbewusste Äußerungen von Affekten, z. B. in Form von Weiterleitungen bestimmter Inhalte) und affektiven Polarisierungen (Likes / Dislikes) wie bei Twitter und Facebook. Die meisten Kommentare folgen direkt nach Neuveröffentlichung (aus der etablierten *user community*), aber einige auch Jahre später (oft mit der Einleitung: „I’m late but ...“).

Einige Kommentare sind kurz (stichwortartig) und phatisch (wie Tweets), andere sind länger, reflektiert, erzeugen Dialoge unter Zuschauer_innen, enthalten Links, die eine Verlangsamung und Punktuerung von *affective flows* verursachen (Papacharizzi 2015, 89). Oftmals zeigen solche Verlangsamungen das Auftreten von affektiver Dissonanz, nicht nur von Polarität. Nutzer_innen-Kommentare sind performativ und ko-kreieren Seiten- / Vlog-Inhalte, formen die sich verändernde emotional-affektive Kontextualisierung der Videos. *Affective communities* überschreiten soziale und emotionale (sozial geordnete) Identitätskategorien von Klasse, Geschlecht, Ethnie und Behinderung / Nicht-Behinderung und haben das Potential zur kollektiven Handlungsfähigkeit (Kolesch/Knoblauch 2019, 261). Da Publikumsemotionen als kollektive Emotionen mit politischem Potential und Potential zur Untergrabung sozialer (Gefühls-)Ordnung definiert sind, sie sind in gewisser Weise „unkontrollierbar“ (Kolesch / Knoblauch 2019, 253, 261). Dies trifft in gewissem Maß auch im algorithmisch geformten *Cyberspace* zu. Publikumsemotionen sind durch fragile, vorübergehende, aber auf YouTube auch wiederholbare (stabilisierende) Formen der Gemeinschaftsbildung / der Ausbildung von *affective communities* gekennzeichnet (Maguire 2018, Kolesch / Knoblauch 2019, 256, 260-261). Nutzer_innen kommentieren wiederholt, führen Dialoge und formen virtuellen Gemeinschaften (Maguire 2018).

Ich möchte in meiner Videoanalyse zeigen, dass körperliche Performanz zu einer polysemen Aufladung von Inhalten (Bildern, Narrativen, Gesten) führt, die wiederum eine Streuung affektiv-emotionaler Reaktionen zur Folge hat. Die affektive Wirkung von YouTube-Vlog-Videos ist somit nicht nur auf Homogenität bzw. affektive „Ansteckung“ der Zuschauer_innen oder Polarisierung beschränkt, sondern erzeugt heterogene interaktive Publikumsreaktionen mit Anteilen von affektiver Dissonanz. Ich betrachte die Kommentare zu YouTube-Videos nicht als vollständige, objektive Nachweise von Zuschauer_innen-Reaktionen (Nicht-Reaktionen / Reaktionen von „flat affect“ werden z. B. kaum abgebildet). Ich sehe sie auch nicht als affektiv-emotionale Spuren des Rezeptionsverhaltens freier, autonomer Subjekte an, denn online werden Publika und deren Reaktionen immer algorithmisch (mit)produziert (Boler / Davis 2018). Dennoch geben sie einigen Aufschluss über affektiv-emotionale Dynamiken des Zuschauer_innen-Verhaltens.

Aufgrund der Doppelwirkung von Ansteckung und Individuation, die Scham als Affekt auszeichnet, wurde die Solidarisierungswirkung von affektiven Strategien der Scham / Beschämung jüngst stark in Frage gestellt: „shame, despite being shared, is not a sound basis for collective action or solidarity“ (Mitchell 2020, 249). Andererseits zeigen Publikumsreaktionen in den von mir untersuchten automedialen Praktiken, dass performative Darstellungen und Thematisierungen von Scham / Beschämung im Kontext von Behinderung und *disability activism*, z. B. innerhalb von Pathos-Szenen,³ eine affektive Dynamik erzeugen, die (etwa im Bereich *affective co-witnessing*)⁴ intersubjektive solidarische Beziehungen entstehen lassen. Dies soll nicht heißen, dass Praktiken der Beschämung von Autor_innen /Nutzer_innen gerechtfertigt werden. Stattdessen werden Scham / Beschämung als affektive ästhetischen Strategien sichtbar, durch die Nutzer_innen die Wirkungsweise von Scham / Beschämung thematisieren, diskutieren und in Frage stellen. An die Arbeit von Eve K. Sedgwick anschließend untersucht mein Projekt Scham als ästhetische, narrative und performative Strategie in zeitgenössischen automedialen Praktiken (verbal, graphisch, digital) britischer Autor_innen mit Behinderungen und psychischen Leiden: Einige Autor_innen sind der Medienöffentlichkeit bekannt (wie z. B. Grace Mandeville in meinem unten analysierten Beispiel), andere schaffen sich einen Bekanntheitsgrad durch ihre nutzererzeugten Inhalte in den sozialen Medien. Ich untersuche Scham als ästhetische Strategie und affektive Kraft, die mediale Selbstdarstellungen sowie deren Publikumswirkungen auf spezifische Weise initiiert und formt, die mediale (Selbst)Darstellungen und Rezeptionsformen durchdringt und ihnen anhaftet und sie somit zu Affektgeneratoren macht (Reckwitz 2017), die sich durch unterschiedliche Potentiale des Affizierens, Affiziertwerdens und der Schaffung affektiver Dissonanz auszeichnen. Ich möchte automediale YouTube-Video-Blogs zum Thema Behinderung als Beispiele für mediale Praktiken vorstellen, die neuartige Formen der affektiven Bezugnahme erzeugen und verbreiten und neuartige virtuelle Bereiche der Fühlbarkeit erschließen. Sie zeigen, wie es innerhalb etablierter Gefühlsrepertoires zu Prozessen des Wandels kommen kann (Slaby, Mühlhoff, Wüschner 2016, 90).

³ Ich adaptiere hier den Begriff der Pathos-Szene von Kappelhoff / Lehmann 2019b und Kappelhoff / Grotkopp / Gaertner 2016.

⁴ Richardson / Schankweiler 2019.

4. Analyse: Mandeville Sisters: „I have one hand. | True Story“

Grace Mandeville (geb. 1994), Autor_in des Videos „I have one hand. | True Story“ (hochgeladen am 28. Januar 2014), ist eine vor allem dem jüngeren YouTube-Publikum bekannte britische Vlogger_in und Schauspieler_in, die in TV-Serien (v. a. *The Sparticle Mystery*) mitwirkte und die mit einem verkürzten Arm auf die Welt kam. In ihrem Kanal berichtet sie über ihr Leben, Lifestyle-Themen und die Themen Behinderung und (zusammen mit ihrer Schwester Amelia) psychische Gesundheit. Das Video hat 1.232.589 Aufrufe und bekam 40.118 Likes, 529 Dislikes und 4.338 Kommentare (Stand 6. 1. 2021, 11:49 Uhr). Im Folgenden adaptiere ich eMAEX (electronically based media analysis of expressive-movement-images, Kappelhoff / Lehmann 2019b; Kappelhoff, Grotkopp, Gaertner 2016) für die affektive Medienanalyse von YouTube-Video-Blogs.

Zeit	Narrativer Stereotyp / Genre	Innovative Erzählung	Codes	Stile	Schnitt / Montage	Emotionaler Ausdruck
00:00 – 00:47	„What Happened to You? “; Misery memoir; Coming-out in sozialen Medien		dunkle Farben, dramatische Musik	tragisch, dramatisch, absurd	keine Schnitte	Traurigkeit, Verlegenheit, Sprachlosigkeit, Schock, den Tränen nahe
00:48 – 00:49		Übergang	Wechsel von dunklen zu hellen, leuchtenden Farben, Scratching	Ironie, Absurdität, schwarzer Humor	keine Schnitte	Irritation, Verwunderung
00:49 – 01:20		Ich habe Glück (keine großen Einschränkungen durch fehlende Hand)	helle, leuchtende Farben, heitere Musik	realistisch	viele Schnitte, lineare Montage	Lächeln, Triumph
01:20 – 02:05	Interpellation: „Schäm Dich!“ / Zitat Hassrede: „Look at her stump! That's disgusting“		helle, leuchtende Farben, dynamische Musik	realistisch	viele Schnitte, lineare Montage	Betroffenheit, Körpersprache der Scham (gesenkte Lider, gesenkter Kopf), Verachtung, Ekel, Ärger
02:06 – 02:08	Publikumsansprache		helle, leuchtende Farben, heitere Musik	realistisch		Hoffnung, Lächeln, Aufforderung, auf Hassrede zu verzichten: „Leave the hate out people, please!“
02:09 – 02:37		Das Leben mit einer Hand kann besser / interessanter sein als eines mit zwei Händen	helle, leuchtende Farben, heitere Musik	realistisch	einige Schnitte, lineare Montage	Lächeln, Triumph
02:38 – 02:51		Halloween-Scherz („Arm ab“)	helle, leuchtende Farben, heitere Musik	Ironie, Schwarzer Humor	einige Schnitte, lineare Montage	Schock, Lachen, Triumph

In ihrer Performance zitiert Grace Mandeville dominante narrative Stereotypen, Genres und Gefühlsrepertoires, die dem Thema Behinderung traditionell zugeordnet sind. Wie von Thomas Couser erläutert, sehen sich viele Menschen mit Behinderung im Alltag Fragen von meist nicht-behinderten Fremden ausgesetzt, die ihre Privatsphäre missachten und sie mit der Frage konfrontieren: „What happened to

you?“ („Was ist mit Dir / Ihnen passiert?“). Hierbei erwartet der meist nicht-behinderte Fragende oft eine tragische, sensationsgeladene Geschichte von der Art, wie sie Grace Mandeville am Anfang ihres Videos karikiert (Couser 2009, 16). Außerdem spielt Grace Mandeville auf das *misery-memoir*-Genre an, das das Leben von Autor_innen mit persönlichen, familiären und sozialen Belastungen und Kindheitstraumata (Inzest, sexueller Missbrauch, Drogenabhängigkeit, aber auch psychische Leiden und körperliche Versehrtheit) als auf dramatische Weise andersartig, d. h. „abnormal“ darstellt (Couser 2009, 1-2), ähnlich wie der narrative Stereotyp der Coming-out-Geschichte in den sozialen Medien, auf den Grace Mandeville ebenfalls anspielt (Gray 2014). Bei Letzterem versuchen Autor_innen eine hohe Zahl von Aufrufen zu generieren, indem sie ihren Zuschauer_innen in Form einer Beichte über bisher nicht besprochene nicht-normative Anteile ihrer Persönlichkeit (z. B. sexuelle Orientierung, problematische / kriminelle Vergangenheit, psychische Probleme: Bishop 2018) berichten. Im Fall von Grace Mandeville wirkt das Zitat dieses narrativen Stereotyps gerade deshalb so echt, weil das Video zu Beginn ihres Kanals / Vlogs (als 5. Video) hochgeladen wurde und somit die Erzählung einer Coming-out-Geschichte wahrscheinlich macht. Allen oben diskutierten narrativen Stereotypen ist die Darstellung nicht-normativer Körper als Abnormalität und persönliche Tragödie / Katastrophe gemeinsam (im Einklang mit dem *tragedy model* von Behinderung: French/Swain 2008), von Mandeville passend durch die Verwendung filmischer Codes (angedunkelte Farben, dramatische Musik) untermalt. Grace Mandeville zitiert diese narrativen Stereotypen, um sie mit den Mitteln der Absurdität und Ironie zu karikieren und als Fiktionen zu entlarven. Filmisch wird diese affektive Dissonanz durch den plötzlichen Wechsel von dunklen zu hellen Farben und die Verwendung von Scratching dargestellt. Eine beachtliche Anzahl von Zuschauer_innen berichtet mit humorvoller Entrüstung darüber, dass sie die tragische Geschichte am Anfang des Videos für „echt“ hielten und scherzen über ihre eigene Leichtgläubigkeit und (zumindest implizit) ihre unkritische Akzeptanz stereotyper Darstellungen von Lebensgeschichten behinderter Menschen (siehe Analyse unten). Grace Mandeville zeigt in ihrem Video die Absurdität dieser einseitigen Darstellungen nicht-normativer Körper. Mit Hilfe darstellerischer, schauspielerischer Techniken (Schock, Überraschung, schwarzer Humor, Ironie, Witz, Halloween-Streich) irritiert und destabilisiert sie diese narrativen Stereotypen und tradierten Gefühlsrepertoires und überrascht somit ihre Zuschauer_innen, indem sie den tragischen narrativen

Stereotypen eine innovative Lebenserzählung gegenüberstellt, die zeigt, dass ein fehlender Unterarm kein Zeichen für eine persönliche Tragödie / Katastrophe sein muss. Mandeville berichtet von ihrem glücklichen Leben mit ihrem nicht-normativen Körper, der keine starken Einschränkungen verursacht (untermauert durch die Verwendung heller Farben, heiterer Musik und durch die Äußerung positiver Gefühle). Für diese Form der Lebenserzählung ist besonders relevant, dass sie nicht-normative Formen des Vergnügens umfasst, d. h. Formen des Vergnügens, die nicht an der Norm des nicht-behinderten Körpers ausgerichtet sind, sondern den nicht-normativen Körper als Quelle von Vergnügen und Freude zeigen (Bolt 2015). Die Erzählung des glücklichen Lebens mit einem nicht-normativen Körper wird durch den Einschub der Pathos-Szene der Beschämung / Scham, des Zitats von Hassrede („Look at her stump!“ „That’s disgusting“ 1:54-1:55) und durch darstellerische und filmische Techniken (Körpersprache der Scham / Beschämung, Traurigkeit, Bestürzung, häufige Schnitte) zeitweilig unterbrochen. Diese Unterbrechung macht deutlich, wie stark die Erfahrung nicht-normativer Formen von Glück von affektiven / emotionalen Reaktionen der sozialen Umwelt abhängig ist. Der Einschub der Beschämungs-Erzählung mündet in den Apell der Autor_in an ihre Zuschauer_innen, Praktiken der Beschämung und Stigmatisierung zu unterlassen („Leave the hate out people, please !“).

Die affektiven Publikumsreaktionen auf das Video stellen sich folgendermaßen dar: 851 von 4.338 Kommentare nutzen *emotion words* (Berg 2019), die positive Gefühlsreaktionen beschreiben und Bewunderung, Liebe, Unterstützung, Solidarität, Dankbarkeit (v. a. dafür, dass sich die Autor_in in ihren YouTube-Inhalten für die De-Stigmatisierung von nicht-normativer Körperlichkeit und Behinderung einsetzt) bezeichnen. Nutzer_innen verwenden häufig die Worte ‘amazing’, ‘inspiring’, ‘cool’, ‘awesome’, ‘beautiful’. Die genannte Anzahl von Kommentaren umfasst nicht diejenigen Kommentare, die mit positiven Emotionen auf die TV-Rolle der Autor_in reagieren, sondern nur diejenigen, die sich auf den Videoinhalt beziehen. Zusammen mit den positiven Kommentaren zu Mandevilles TV-Rolle liegt der Anteil positiver Gefühlsreaktionen in den Kommentaren zum Video weitaus höher, das zeigt auch die hohe Zahl der Likes für das Video. 378 Kommentare⁵ äußern sich zur Video-Performance selbst: Nutzer_innen berichten von ihren Erfahrungen einer affektiven

⁵ Diese und alle folgenden Zahlen beziehen sich auf Anteile der Gesamtanzahl (4.338) von Kommentaren zum Video.

Dissonanz, v. a. dem Gefühlsumschwung von Schock und Entsetzen (stereotype Reaktionen auf Darstellungen nicht-normativer Körper, vgl. Couser 2009) zu Überraschung, Lachen und Erleichterung. 231 Kommentare erwähnen das Thema Scham / Beschämung im Kontext von Behinderung (z. B. in Berichten persönlicher Erfahrungen von Beschämung, in Bemerkungen zu Hasskommentaren, auch zu denen, die Mandeville für ihr Video erhält). 172 Kommentare enthalten Gefühlsbezeugungen der Empathie und Sympathie für die Autor_in. 63 Kommentare thematisieren Mitleidsgefühle in Bezug auf Menschen mit Behinderung, 50 Kommentare verwenden Spott, oft im Hinblick auf nicht-normative Körper, 54 Kommentare thematisieren Neugier in Bezug auf nicht-normative Körper, 48 Kommentare diskutieren Gefühlsreaktionen der Angst, 44 Kommentare enthalten sexuelle / erotische Anspielungen (auch explizit in Bezug auf den nicht-normativen Körper der Autor_in) und 19 Kommentare thematisieren Trauer / Traurigkeit im Hinblick auf ein Leben mit nicht-normativem Körper oder Behinderung.

Zusammenfassend ist zu bemerken, dass sehr viele Nutzer_innen ihre Bewunderung für die Autor_in und ihre Performance ausdrücken, aber auch ihrer Unterstützung, Solidarität und Dankbarkeit Ausdruck verleihen. Hierdurch entsteht ein *affective flow* positiver Emotionen, der ein Gefühl von Gemeinschaft und Solidarität erzeugt. Eine hohe Anzahl von Kommentaren bezieht sich auf die Performance selbst, z. B. die Verwendung von schwarzem Humor, Ironie und Überraschung (ein Nachweis für die Bildung des Publikums durch Ausrichtung auf einen gemeinsamen Interessensfokus). Zudem kommentieren viele Nutzer_innen auch die Thematisierung von Scham / Beschämung in Bezug auf den nicht-normativen Körper der Autor_in und teilen eigene Geschichten mit Erfahrungen von Scham / Beschämung im Zusammenhang mit Behinderung und nicht-normativer Körperlichkeit. Es kommt somit zu einer Vervielfältigung von Geschichten über Scham / Beschämung im Kontext von Behinderung / nicht-normativer Körperlichkeit sowie zu einer Vervielfältigung der Kritik an Praktiken der stigmatisierenden Interpellation, z. B. zur Diskussion über Hassrede, Trolling (in Bezug auf Beiträge in den Videokomentaren) und die Angemessenheit von Mitleid in Bezug auf nicht-normative Körperlichkeit. Mandeville gelingt es somit in einem beachtlichen Maß, stereotype Reaktionen auf nicht-normative Körper und Behinderung (Mitleid, Spott, Entsetzen, Stigmatisierung) zu durchbrechen (wenn auch nicht völlig auszulöschen) und ihnen nicht-normative Reaktionen (Bewunderung, Freude, Überraschung, Interesse) entgegenzusetzen. 50 Kommentare verwenden die

affektive Praktik der Beschämung, die sich auf die nicht-normative Körperlichkeit der Autor_in, aber auch auf Behinderung / nicht-normative Körperlichkeit im Allgemeinen richtet. Eine affektive Spaltung der Publikumsgemeinschaft ist jedoch nicht zu beobachten. Im Gegenteil: Die beschämenden Kommentare von „Jack Bizga“ / „Mixtology“ (sie beinhalten den Vorwurf, die Autor_in würde ihre Behinderung vortäuschen), führen zur Solidarisierung von Nutzer_innen mit der Autor_in gegen „Jack Bizga“, zu seiner „Entlarvung“ als Troll, seiner Beschämung und Verdrängung aus dem Kommentar-Chat.

Ausgewählte Quellen:

- Abercrombie, Nicholas, Longhurst, Brian: *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage, 1998.
- Alexander, Julia (2018). 'YouTube introduces new criteria for creator monetization. 'We're changing the eligibility requirement for monetization'.' Polygon Jan 16. Web. 16 Jan. 2020. <<https://www.polygon.com/2018/1/16/16898506/youtube-creators-program-monetization-google-preferred-logan-paul>>.
- Berg, Anna L., et al.: 'Reading for affect: a methodological proposal for analysing affective dynamics in discourse.' *Analyzing Affective Societies. Methods and Methodologies*. Ed. Antje Kahl. London & New York: Routledge, 2019, 45-62.
- Bishop, Sophie (2018). '#YouTubeanxiety: Affect and Anxiety Performance in UK Beauty vlogging.' *Affect and Social Media. Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion*. Eds. Tony D. Sampson, Stephen Maddison and Darren Ellis. London, N. Y.: Rowman and Littlefield, 122-130.
- Boler, Megan, and Davis, Elizabeth: 'The affective politics of the "post-truth" era: Feeling rules and networked subjectivity.' *Elsevier. ScienceDirect. Emotion, Space and Society* 27 (2018): 75-85.
- Bolt, David: 'Not forgetting happiness: the tripartite model of disability and its application in literary criticism.' *Disability and Society* 30.7 (2015): 1103-1117.
- Couser, Thomas: *Signifying Bodies. Disability in Contemporary Life Writing*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2009.
- French, Sally, and John Swain: 'There but for Fortune.' *Disability on Equal Terms*. Eds. John Swain and Sally French. Los Angeles, London, et al.: Sage, 2008, 7-20.
- Gray, Mary L.: 'Negotiating Identities / Queering Desires: Coming Out Online and the Remediation of the Coming-Out Story.' *Identity Technologies. Constructing the Self Online*. Eds. Anna Poletti and Julie Rak (Madison, London: The University of Wisconsin Press, 2014) 167-197.
- Griffith, Maggie and Zizi Papacharissi: 'Looking for you: An analysis of video blogs.' *First Monday* 15.1. (2010) n. p. Web. 16 Jan. 2020. <<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2769>>.
- Kappelhoff, Herrmann, Grotkopp, Matthias, Gaertner, David: 'The Poetics of Mobilization: Gung Ho!' *mediaesthetics*, 1 (2016).

- Kappelhoff, Hermann, Lehmann Hauke: 'Poetics of affect.' *Affective Societies. Key Concepts*. Ed. Jan Slaby and Christian von Scheve. London and New York: Routledge, 2019, 210-219 = Kappelhoff / Lehmann 2019a.
- Kappelhoff, Hermann and Hauke Lehmann: 'The temporal composition of affects in audiovisual media,' *Analyzing Affective Societies. Methods and Methodologies*. Ed. Antje Kahl. London & New York: Routledge, 120-139 = Kappelhoff / Lehmann 2019b.
- Keen, Suzanne: 'Empathy in Reading: Considerations of Gender and Ethnicity.' *Reception and Reader Response*. Focus editor: Renate Brosch. *Anglistik: International Journal of English Studies* 24.2 (2013): 49-65.
- Kolesch, Doris and Hubert Knoblauch: 'Audience emotions.' *Affective Societies. Key Concepts*. Ed. Jan Slaby and Christian von Scheve. London and New York: Routledge, 2019, 252-263.
- Locke, Jill: *Democracy and the death of shame: Political equality and social disturbance*. Cambridge: Cambridge UP, 2016.
- Maguire, Emma: *Girls, Autobiography, Media: Gender and Self-Mediation in Digital Economies*. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.
- Mandeville Sisters: 'I have one hand. | True Story.' 28. Januar 2014. Web. 14 Januar 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Ab_LfhPBsUY&t=37s>.
- Mitchell, Kaye: *Writing Shame. Contemporary Literature, Gender and Negative Affect* (Edinburgh: Edinburgh UP, 2020).
- Papacharissi, Zizi: *Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- Reckwitz, Andreas: 'Practices and their Affects.' Trans. Steven Black. *The Nexus of Practices. Connections, Constellations, Practitioners*. Eds. Allison Hiu, Theodore Schatzki and Elizabeth Shove. London and New York: Routledge, 2017, 114-125.
- Richardson, Michael und Kerstin Schankweiler: 'Affective Witnessing', *Affective Societies. Key Concepts*. Ed. Jan Slaby and Christian von Scheve. New York: Routledge, 2019, 166-177.
- Sedgwick, Eve Kosofsky: 'Queer Performativity: Henry James's *The Art of the Novel*', *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 1.1 (1993): 1-16.
- Sedgwick, Eve Kosofsky: *Touching Feeling – Affect, Pedagogy, Performativity*. Durham and London: Duke University Press, 2003.
- Sedgwick, Eve Kosofsky, and Adam Frank (ed.): *Shame and Its Sisters. A Silvan Tomkins Reader*. Durham and London: Duke University Press, 1995.
- Slaby, Jan, Mühlhoff, Reiner, Wüschner, Philipp: 'Affektive Relationalität. Umriss eines philosophischen Forschungsprogramms'. *Zwischenleiblichkeit und bewegtes Verstehen – Intercorporeity, Movement and Tacit Knowledge*. Ed. Undine Eberlein. Bielefeld: Transcript, 2016, 69 – 108.

Smith, Sidonie, Watson, Julia: 'Virtually Me. A Toolbox About Online Self-Presentation.'
Identity Technologies. Constructing the Self Online. Eds. Anna Poletti and Julia
Rak. Madison: University of Wisconsin Press, 2014, 70-95.