

1 Einführung

Kurz vor der Fertigstellung dieser Arbeit, im Februar 2019, startete eine neue Staffel *Germany's Next Topmodel*. Inzwischen ist es bereits die 14. Seit 2006 läuft die Sendung jährlich im Fernsehen. Sie lässt sich in Relation zu den schnelllebigen Entwicklungen der deutschen Medienlandschaft im Allgemeinen und des Reality TV im Speziellen als »Urgroßmutter« im Genre betrachten. Und dennoch provoziert und polarisiert der Start jeder neuen Staffel die öffentliche Meinung. Die mediale Berichterstattung changiert zwischen Aufregern und Homestories: »Mehr Bumms, mehr Keif, mehr Grunz« (Spiegel Online, 7.2.19¹), »Sie läuft wie ein Bauer«: So fies startete Heidi bei »GNTM« (Berliner Morgenpost, 7.2.19²), »Warum bei GNTM alles gesucht wird – nur keine Models« (Stern.de, 8.2.2019³), »Die packende Geschichte von GNTM-Kandidatin Simone« (t-online.de, 7.2.19⁴), »Beschwerde über Reiseziel: Sind Heidis Girls zu verwöhnt?« (Promiflash, 11.2.2019), »»Diversity«, das It-Piece der Saison« (Süddeutsche Zeitung, 7.2.2019⁵). Hier zeigt sich deutlich: Trotz des vielfach beschworenen Tods des Fernsehens lebt es noch – und mit ihm *Germany's Next Topmodel*.

1.1 Relevanz der Arbeit

Präsent ist *Germany's Next Topmodel* im Mediendiskurs und das nicht nur zu Beginn und während der laufenden Staffel. Der Tenor des Diskurses ist überwiegend negativ. Es scheint zum guten Ton und Common Sense zu gehören, sich von der Sendung abzugrenzen. Kritisiert wird *Germany's Next Topmodel* bspw. für sexualisierte Inszenierungen

-
- 1 <https://www.spiegel.de/kultur/tv/germany-s-next-topmodel-mit-heidi-klum-so-war-der-gntm-staffelstart-a-1252145.html>, Stand 12.2.2019.
 - 2 <https://www.morgenpost.de/vermischtes/article216389313/GNTM-2019-Heidi-Klum-mit-fieser-Laester-Attacke-Sie-laeuft-wie-ein-Bauer.html>, Stand 12.2.2019.
 - 3 <https://www.stern.de/kultur/tv/germanys-next-topmodel/geht-es-heidi-klum-bei-gntm-ueberhaupt-noch-ums-modeln--8571106.html>, Stand 12.2.2019.
 - 4 https://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id_85216674/germany-s-next-topmodel-2019-simone-ich-habe-mich-kaputt-trainiert-.html, Stand 12.2.2019.
 - 5 <https://www.sueddeutsche.de/%2Fmedien%2Fgntm-germanys-next-topmodel-diversity-1.4320285&usg=AOvVaw1s7xW89l37Hpwt5WLtenGe>, Stand 12.2.2019.

zu dünner Kandidatinnen, den abschätzigen Umgang der Jury mit den jugendlichen Teilnehmerinnen der Sendung oder das Leistungsdictat. Daran anschließend werden häufig gravierende Einflüsse auf die Lebenswirklichkeiten der RezipientInnen unterstellt.

Hier ist jedoch eine gesunde Skepsis berechtigt. Nicht etwa, weil diese Problematisierungen nicht angebracht oder nicht zutreffend wären. Natürlich ist die Kritik selbst legitim. Aber nahezu alle diese Urteile und Verurteilungen dethematisieren, dass die kritisierten Erscheinungen *gesellschaftlicher Normalität* entsprechen. Das soll keinesfalls eine Rechtfertigung darstellen für eine unkritische Perspektive auf Medientexte. Medien können, mit Foucault gesprochen, machtvoll Agencies darstellen, denn Inszenierungen erreichen eine Vielzahl von Menschen. Dennoch ist vermessen zu vernachlässigen, dass dieses präsentierte Wissen zum einen von Menschen produziert wird, die ihrerseits aus gesellschaftlichen Strukturen heraus bestimmtes Wissen mitbringen. Dies zeigt sich in der aktuellen Situation besonders deutlich anhand der Sozialen Medien, im Rahmen derer Nutzende gleichzeitig potenzielle ProduzentInnen sind. Zum anderen bedarf das von Medien präsentierte Wissen einer Anschlussfähigkeit, um bei den Rezipierenden überhaupt auf »fruchtbaren Boden« zu fallen, also zu resonieren (vgl. u. a. Thomas 2007, Röser et al. 2010). Und schließlich sind die Medienhandelnden in Form des Aneignungsprozesses inter- und intrasubjekthaft ebenso daran beteiligt, was mit dem rezipierten Wissen geschieht. Jede andere Perspektive unterstellt RezipientInnen eine Passivität und Manipulierbarkeit, die Subjekte »klein macht« und die deren empirisch nachgewiesener Aktivität und Deutungsleistung sowie der Relevanz der Lebenswirklichkeiten außerhalb der Medien nicht gerecht wird.

Ein Großteil der (empirischen) Forschungen basiert dennoch auf solcher Art Grundannahmen, die insofern problematisch sind, als dass sie meist nicht thematisiert werden und insofern unhinterfragt bleiben. Insbesondere bei Studien zu weiblichen aussehensbezogenen Inszenierungen zeigt sich ein im- oder explizites Wirkungsmodell, das im Sinne der Kultivierungsthese funktioniert. Die dargestellten stereotypen Ideale prägen demnach durch ihre (Über-)Repräsentation aussehensbezogene Normen der RezipientInnen, was zu Defizitempfinden führt. Unterstellt wird damit eine »Rolle der Medienakteure, die die Wahrnehmung und Bewertung der eigenen Körperlichkeit und die anderer Körper im Sinne einer Kultivierung eines Körperideals beeinflussen« (Hoffmann 2010: 13).

Lässt man die beschriebenen Aufgeregtheiten im Mediendiskurs außen vor, bleibt die spannende Frage: Was ist es in den Medientexten, das bei den aneignenden Subjekten resoniert? Und: Was bringen die aneignenden Subjekte aus sozial geteilten Relevanzsystemen, Wissensordnungen, Sinnhorizonten mit, das nicht im Medientext aufgeht? Eben hier setzt diese Arbeit an: Mit Brosius et al. (2012) ist Aufgabe der Wissenschaft, als Teil der Gesellschaft auf den Plan zu treten, um soziale Phänomene zu untersuchen. Indem sie diese in wissenschaftliche Fragestellungen überführt, will und muss sie sich absetzen vom gesellschaftlichen Diskurs, der »i.d.R. Einzelfälle herausgreift, mit privaten Ansichten verquickt sowie politische und wirtschaftliche Opportunitäten je nach Standpunkt in die Argumentation einbaut« (ebd.: 11). Dementsprechend ist das Ziel dieser Arbeit, den Diskurs zu Medienaneignung und den Forschungsstand zum komplexen Zusammenspiel von Medien, Gesellschaft und Subjekten zu erweitern. Das

Forschungsthema und entsprechend auch die Empirie sind dabei nicht auf den Medientext ausgerichtet, sondern auf die Subjektseite: Im Zentrum dieser Arbeit steht die Medienaneignung jugendlicher Mädchen. Untersucht wird diese anhand der Sendung *Germany's Next Topmodel* mit dem Fokus auf gesellschaftlichen Normalisierungen im Bereich der aussehensgebundenen Selbsthervorbringung. Jugendliche, Medien sowie deren Aneignung werden als gesellschaftlich gerahmt verstanden. Daher werden auch lebensweltlich-alltägliche Normalisierungen in ihren Zusammenhängen mit Identität und (Medien-)Sozialisation Jugendlicher – vor allem das Körperliche betreffend – in die Untersuchung einbezogen.

1.2 Theoretische Vorannahmen und (Selbst-)Anspruch der Arbeit

Berührt werden bei dieser Auseinandersetzung eine Vielfalt von Themen: Das Fernsehen, das Jugendalter, das Aussehen, das Geschlecht, Identität, Vergesellschaftung, Anrufungen und Einschreibungen, Normalitäten, Medienaneignung und -sozialisation. Zur theoretischen Verortung der Fragestellung fungiert Foucaults Gouvernementalitätstheorie (vgl. Foucault 2014a, Foucault 2014b), mit der sich ein Großteil dieser Bereiche in einer Schnittmenge konzeptualisieren lässt. Im Mittelpunkt dieses Ansatzes stehen die Geflechte aus Regierung, Subjektivierung, Normalisierungen, Ökonomie in der zeitgenössischen Gesellschaft, die sich verdichten in der Vorstellung einer neoliberal geprägten Selbstführung. Diese Konzeptualisierungen stellen einige der innovativsten und fruchtbarsten Momente im Foucaultschen Spätwerk dar, zentrales Konstrukt der Governmentality Studies und relevante Referenz für Arbeiten, in denen zeitgenössische Transformationen als neoliberale Gegenwartsphänomene analysiert werden. Reizvolle Problemfelder werden als programmatische Blaupause verfolgt, anhand derer sich die Ausprägungen von spezifischen Rationalitäten in ihrer konkreten Praxis empirisch durchleuchten lassen. Selbstführung bzw. Technologien des Selbst lassen sich in Analysen, in denen kontemporäre Subjektivierungsformen untersucht werden, verstehen als Reproduktionen internalisierter Normalisierungen. Im Kontext mit Konzepten zu Identitätskonstruktionen lässt sich somit verstehen, wie stark Handlungsspielräume in der Gegenwartsgesellschaft normativ-internalisiert sind: Spezifisch für die kontemporären Subjekte ist eine Verinnerlichung vormals äußerlicher Fremdzwänge und damit einhergehend die Normalisierung und Essentialisierung dieser als scheinbar subjektiv-individuell gewählte, freiwillige Modi und Rationalitäten. Anrufungen werden internalisiert als verinnerlichte Normen und resultieren in zunehmender Selbstüberwachung, Selbstdisziplinierung, Selbstkontrolle gepaart mit einem »Machbarkeitsimperativ«, in Praxen in Normalitätsfeldern resignifiziert, die darüber wiederum Normalitäten herstellen.

Vor diesem Hintergrund wird evident, warum dem Äußeren in der Gegenwartsgesellschaft eine so zentrale Rolle zukommt: Das Aussehen stellt ein bedeutsames Mittel der Selbstführung dar, da es als sichtbargewordene Subjektivierungsleistung fungiert. Um diesem komplexen Bereich im Radius von Aussehen, Körper, Schönheit gerecht zu werden und ihn für diese Arbeit analysier- und operationalisierbar zu machen, bietet sich das Konzept des Schönheitshandelns (vgl. Degele 2004) an. Den Begriff »Schön-