

# Medien

---

Thomas Waitz

Medien und *fat* stehen in einem dreifachen Zusammenhang: Erstens knüpft sich *fat* als soziale Konstruktion an massenmediale Repräsentationspolitiken. Zweitens – und einen größeren Medienbegriff aufrufend – sind Medientechnologien entscheidend für die Hervorbringung jener Epistemologien, d.h. der Voraussetzungen und Begründungen des Wissens, die *fat* bestimmen. Und drittens wirken Mediendspositive governemental, indem sie Körpergewicht als Gegenstandsbereich formieren, Wissen bereitstellen und Praktiken der Selbstführung anreizen.

## 1. Repräsentationspolitiken

Frei nach Niklas Luhmann ließe sich behaupten: Was wir über ›Dicksein‹ wissen, wissen wir durch die Massenmedien (Luhmann 6). Aus medienwissenschaftlicher Perspektive ist *fat* keine vorgängige, alltagsweltliche Tatsache, die in Massenmedien schlicht ›abgebildet‹ würde, sondern das Ergebnis machtvoller Verfertigungen, die durch Repräsentationspolitiken bestimmt sind. Die Medienwissenschaftlerin Maja Figge beschreibt Repräsentation im Anschluss an Stuart Hall als »performativen Akt, der etwas hervorbringt, was es vorher nicht gab, was vorher nicht beschreibbar war« (Figge 109). *Fat* erscheint aus einer solchen Perspektive als gesellschaftlich konstruiertes Phänomen, und Massenmedien erweisen sich für die Formen dieser Konstruktion als zentral. Medienwissenschaft geht allerdings davon aus, dass Medien nicht neutrale ›Schauplätze‹ kultureller Aushandlungen sind. Solche Aushandlungen betreffen etwa die Frage, was ein ›angemessenes‹ Körpergewicht ist, was ›richtige‹ Umgangsweisen mit dem eigenen → Körper sind, oder, welche Un\_Sichtbarkeit von *fat* in Social Networking Sites vermeintlich ›akzeptabel‹ ist (Lookism). Medienwissenschaftliche Analysen arbeiten deshalb daran, nachzuweisen, dass Medien in eigenlogischer Weise Möglichkeitsbedingungen der Verfertigung, Diskursivierung und des biopolitischen Einsatzes von *fat* aus-

bilden. Das mediale Erscheinen, die Konjunktur und Sichtbarkeit von *fat* sind daher – auch und gerade in einer Visuellen Kultur – nie umstandslos gegeben, sondern stets das Ergebnis historisch wechselhafter medialer Vorbedingungen, etwa Narrativisierungsverfahren und Aufmerksamkeitsökonomien von *Make-Over*-Programmen des Fernsehens (wie z.B. → *The Biggest Loser*) oder einer auf Anerkennung beruhenden Sichtbarkeitsproduktion Sozialer Medien wie etwa Instagram (→ Visualität).

## **2. Epistemologien**

Als Gegenstandsbereich kennzeichnet *fat*, dass dessen vermeintlich ›inneren‹ Eigenschaften und spezifische Rationalität maßgeblich durch Medien bestimmt sind. Was etwa *fat* ›ist‹ oder als *fat* erscheint, knüpft sich an alltagsweltliche wie (proto-)wissenschaftliche Konstruktionen, für die Medientechnologien entscheidend sind. Verfahren des Messens und der Rückkopplung (etwa mittels Körperfettwaagen, *Quantified-Self*-Applikationen und Self Trackern), taxonomische Skalen und Indizes (wie etwa der Body-Mass-Index) lassen sich daher als Ausweise dafür lesen, dass Medientechnologien entscheidend an der ›Problematisierung‹ von *fat* beteiligt sind und sich als Elemente erweisen im – mit Foucault gesprochen – »Ensemble diskursiver und nichtdiskursiver Praktiken, das etwas ins Spiel des Wahren und Falschen eintreten lässt und es als Gegenstand des Denkens konstituiert« (158). Medien sind dabei ›Instrument‹ und ›Problem‹ zugleich: Instrument, weil es Medientechnologien sind, welche die Identifikation und Bearbeitung von *fat* in Aussicht stellen oder diese zumindest thematisieren (etwa populäre Wissensformate, Game Shows, Ratgeberliteratur); Problem, weil ein übermäßiger oder bestimmter Mediengebrauch selbst regelmäßig mit *fat* in Verbindung gebracht wird, etwa in der Figur der sogenannten *couch potato*. Dabei kommen dem Körper letztlich selber mediale Eigenschaften zu: Er vermag, Judith Butlers Diktum von Materialität als »unkenntlich gewordene Wirkung von Macht« (Butler 345) aufgreifend, zum Signum moralisierender, herabwürdigender oder auch ermächtigender Rede dienen (→ Scham, → Sprache).

## **3. Gouvernementalität**

Mediendispositive lassen sich schließlich gouvernemental begreifen. Eine solche Perspektive versteht Medien als Regierungstechnologien, über die der Gegenstandsbereich *fat* formiert, ein systematisches Wissen erzeugt und bereitgestellt wird und schließlich regulierende Praktiken mit solchen der Selbst-

führung verschränkt werden. Die Reflexionen, Strategien und Technologien der Gouvernementalität bilden im Hinblick auf *fat* eine politische Rationalität aus, die eine eigentümliche Mischung aus normativen Vorstellungen (von u.a. Schönheit, → Gesundheit, Lebensführung) mit Reflexionen, Strategien und Technologien verknüpft, die Kapazitäten der Selbstführung anreizen. So betont Markus Stauff, »[a]n den und um die Medien [entfalten sich] Verfahren, die bestimmte Verhaltensweisen problematisieren, zur Diskussion stellen und ein Feld möglicher Verhaltensweisen strukturieren« (40). Die gegenwärtige Regierung von *fat*, für die Medien mittels Aufforderungen, das eigene Verhalten zu reflektieren und zu optimieren, wirksam werden, stellt sich dabei als Anrufung umfassender Selbstverantwortung, Selbstdisziplin und eines bejahenden und in die Verhältnisse einwilligenden Selbstmanagements dar und ist damit typisch für gegenwärtige neoliberalen Subjektivierungsweisen (→ Empowerment).

Die Leistung einer solchen, medienwissenschaftlichen Perspektive auf *fat* kann darin bestehen, unterkomplexe und reduktionistische Vorstellungen von Medienwirkung zu überwinden und Medien als bestimmende Agenturen in der gesellschaftlichen Konstruktion von *fat* zu begreifen sowie – im Sinne einer politischen Kritik – die damit verbundenen Stigmatisierungen und Diskriminierungen zu überwinden.

## Literatur

- Butler, Judith. *Körper von Gewicht*. Suhrkamp, 1997.
- Figge, Maja. »Einleitung«. *Gender & Medien Reader*, hg. von Kathrin Peters und Andrea Seier, Diaphanes, 2016, S. 109-117.
- Foucault, Michel. »Geschichte der Sexualität. Gespräch mit François Ewald«. *Ästhetik und Kommunikation* 57/58, 1985, S. 157-164.
- Luhmann, Niklas. *Die Realität der Massenmedien*. Westdeutscher Verlag, 1996.
- Stauff, Markus. »... der Kinder wegen«. Regieren durch Medien«. *Medien und Erziehung: Zeitschrift für Medienpädagogik* 4, 2008, S. 37-44.

