

Eva-Maria Endres

Pflanzliche Inspirationen für Peter und eine Frau lernt grillen – Normen und moralische Narrative des Essens in Sozialen Medien

Vorstellungen über richtiges und falsches Essen – die Moral des Essens – waren schon immer konstituierend für eine Gesellschaft. Ernährungsdiskurse in Sozialen Medien üben hierauf großen Einfluss. Wie gestalten sich Diskurse über richtiges und falsches Essen in Sozialen Medien? Dieser Frage wird anhand einer netnographischen Analyse zweier Food Communities (Vegan/Plantbased und Fleisch/BBQ) auf Instagram nachgegangen.

Schlüsselwörter: Ernährung, Soziale Medien, Moral, Netnographie, vegan

Plantbased inspirations for Peter and a woman learns to barbecue – Norms and moral narratives of food in social media

Ideas about right and wrong food, the morality of eating, have always been constitutive for a society. Food discourses in social media have a major influence on this. How do discourses on right and wrong eating take shape in social media? This question is explored by a netnographic analysis of two food communities (vegan/plant-based and meat/BBQ) on Instagram.

Keywords: food, social media, moral, netnography, vegan

1 Einleitung und Relevanz

Normen darüber, was als gutes oder schlechtes Essen gilt, sowie die moralische Bewertung von Nahrung, haben schon immer eine zentrale Rolle in der Gestaltung von Gesellschaften gespielt. Anhand des Essens wurden erste Modelle verbindlicher Übereinkunft etabliert (Barlösius, 2016, S. 175). An der Auswahl und Zuteilung von Lebensmitteln – insbesondere solch symbolträchtiger Lebensmittel wie Fleisch – werden Machtstrukturen und Geschlechterrollen verhandelt (Mellinger, 2000, S. 55). Die gemeinsame Mahlzeit ist eine der wichtigsten sozialen Institutionen unserer Gesellschaft; keine andere soziale Institution symbolisiert in ähnlicher Form Zugehörigkeit und Anerkennung (Simmel, 1957). Auch dient Essen in seiner Form und Qualität als Ausdruck von Habitus und als Mittel sozialer Distinktion (Bourdieu, 1982, S. 313–315). In jeder Gesellschaft hat sich somit ein kulinarischer Code entwickelt, der zwar hochkomplex aber zugleich für jeden verständlich ist. Essen und die Auswahl von Nahrungsmitteln sind – auch wenn dies unbewusst geschieht – Symbolträger für Werte, soziale Normen und Moralvorstellungen, die über das Thema Essen

hinausgehen. Die Essmoral kann daher als „Urmoral der Gesellschaft“ bezeichnet werden (Baudy, 1982, S. 17).

Doch wie gestaltet sich die Aushandlung von richtigem und falschem Essen heute? Barlösius (2016, S. 273–274) leitet aus soziologischen Untersuchungen zur Moral (Edelstein & Nunner-Winkler, 2000; Luckmann, 2002) drei Kennzeichen für die Essmoral der Gegenwartsgesellschaft ab:

1. Essmoral unterscheidet in richtig und falsch und schafft somit eine Ordnung.
2. Essmoral „wird in kommunikativen Interaktionen konstruiert und tradiert“ (Barlösius, 2016, S. 273). Hierzu zählten traditionell Ernährungserziehung zu Hause, Tischmanieren oder Kochbücher. Hinzu kamen wissenschaftliche Ernährungslehren, Ratgeber und aktuelle Medien.
3. Es gibt heute weniger kollektive Gewissheit zur Moral. Für die Essmoral bedeutet dies, dass Ernährungsvorschriften (was wann mit wem und wie gegessen wird) an kollektiver Verbindlichkeit eingebüßt haben.

Angenommen, das dritte Kennzeichen träfe zu: Kollektive Vorstellungen über richtiges und falsches Essen erodieren aufgrund abnehmender gesellschaftlicher Verbindlichkeit. Wohin verflüchtigt sich dann die Essmoral? Verschwindet sie einfach, individualisiert und pluralisiert sie sich oder wird sie anstatt am Familientisch und etablierten Gesellschaftsinstitutionen wie der Kirche an anderer Stelle verhandelt?

In Punkt zwei weist Barlösius (2016) auf aktuelle Medien als neuen Ort für die Aushandlung von Essmoral hin. Essen ist hier Thema in verschiedenen Diskursen über Politik, soziale Distinktion oder Ökologie. Umgekehrt formen diese medial kommunizierten Moralvorstellungen die Gesellschaft. Soziale Medien nehmen eine besondere Stellung ein. Während in traditionellen Medien meist eine formale Moral (Was der Mensch tun *sollte*) kommuniziert wird, geben sie wenig Aufschluss darüber, was der Mensch tatsächlich tut. Mit der Digitalisierung haben sich diese Ernährungsdiskurse in Sozialen Medien demokratisiert. Nutzerinnen und Nutzer konsumieren nicht nur, sondern produzieren Inhalte, unter anderem aus ihrem Essalltag. Die Ernährungskommunikation wird damit alltagsnaher und partizipativer und Soziale Medien zu einem Ort der Ernährungsbildung (Endres, 2018). Tendenzen der Digitalisierung wie die Fragmentierung von Öffentlichkeit und der Verlust eines allgemeinen Orientierungswissens (Stapf et al., 2017, S. 12) sind jedoch auch hier zu beobachten.

Für die Ernährungsbildung sind Soziale Medien somit einerseits aus Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer interessant. Sie bieten Vorteile wie alltagsnahes Ernährungswissen, Partizipation oder soziale Zugehörigkeit und Nachteile wie einen hohen Anteil an Falschinformationen, Filterblasen und Echokammern oder mangelnde Verantwortung beim Datenschutz (Endres, 2021). Andererseits sind Soziale Medien ein interessantes neues Forschungsfeld. Denn wie bereits beschrieben bieten sie einen Einblick in den Essalltag – wenn auch inszeniert – und die kommunikative Aushandlung von Essmoral.