

**FREIZEITWISSENSCHAFT & SPORTWISSENSCHAFTLICHE
MEDIENFORSCHUNG**

TORSTEN SCHMIDT-MILLARD · BOCHUM

Körperbilder in Printmedien. Lifestyle als Bildungsproblem

Unter den Bedingungen eng begrenzter Vortragszeit möchte ich gleich mit der Tür ins Haus fallen und am Anfang knapp thesenartig umreißen, was Sie in den folgenden 30 Minuten erwartet.

Die „Wiederkehr des Körpers“ als Signum unserer Epoche weist ambivalente Züge auf. Zum einen eröffnet die Körperkonjunktur gerade im Kontext sportiver Praxen eine im historischen Vergleich noch nicht dagewesene Fülle von Möglichkeiten zur aktiven Gestaltung des eigenen Lebens. Die Erfahrung des eigenen Körpers in Handlungssituationen verbindet sich mit biographisch relevanten Selbstkonzepten, dem Prozeß des Aufbaus von Ich-Identität. Andererseits stellt sich mit der Körperkonjunktur das Problem gesellschaftlich dominierender Körperbilder, die zur Orientierungsfalle werden können, wenn das Subjekt hinter den normierenden Ansprüchen jener Leitbilder zurückbleibt.

Die Wirkmächtigkeit der Körperbilder wird in ihrer medialen Präsenz, hier insbesondere im Bereich körperbezogener Mode sowie Accessoires erfahrbar. Ausgehend von Beispielen dominierender Körperbilder, wie sie in Printmedien vorliegen, soll deren Semantik, ihre immanente Botschaft eines über den Körper vermittelten „Lifestyle“, untersucht werden. Die normative Besetzung der medial inszenierten Körperbilder spricht gegen die gängige „Pluralitäts-These“, wie sie der Postmodernismus konstatiert. Eher zeigt sich in diesem Bereich eine Tendenz zur Uniformität (Baudrillard).

Die moralische Aufladung der Körperbilder verdankt sich aus einer anthropologischen Perspektive einem instrumentellen Verständnis des Körpers, seiner Perfektionierbarkeit im Sinne technischen Herstellens. Gesellschaftliche Teilhabe und Anerkennung wird an Erwartungen geknüpft, jenem Körperbild nahezukommen, das Juvenalität und Leistungsfähigkeit unter dem ideologischen Slogan „fit for fun“ auf den Punkt bringt. Von einem Bildungsproblem kann in diesem Kontext nur gesprochen werden, wenn man nicht der „Partikularitäts-These“ (Giesecke) folgt, sondern eine Erziehung zur Urteilsfähigkeit gerade auch gegenüber jenen Identifikationsangeboten medialer Körperbilder für unabdingbar hält.

Die Beantwortung der Frage nach pädagogischen Handlungsmöglichkeiten setzt voraus, daß ausgehend von der Unterscheidung der Dimensionen des Körperbewußtseins (Sartre, 1991, 539–632) vor allem die Differenz von Körper-für-mich und Körper-für-andere erfahrbar wird. Die suggestive Kraft der medialen Körperbilder besteht in ihrer Zentrierung auf den Körper-für-andere. Die Relativierung dieser

Dimension des Körperbewußtseins steht im Zusammenhang einer Bildung, die sich entgegen der gängigen Thesen über „Patchwork-Persönlichkeit“ (Ferchhoff/Neubauer, 1997) oder die „multiple Identität“ (Welsch, 1991, 172) am Begriff der Authentizität orientiert.

1. Mediale Offerten von Körperbildern als Objekte der Identifikation – Pluralität versus Uniformität.

Als generelle These zur Bedeutung von Körperbildern in pädagogischen Kontexten kann behauptet werden: Die mediale Präsenz von Körperbildern steuert mehr oder weniger offen Selbstkonzepte, die insbesondere für Jugendliche im Zusammenhang der Identitätssuche bedeutsam werden. Als „hidden persuaders“ wurde einstmals über Werbestrategien geurteilt und diese somit den traditionellen Erziehungsinstanzen – Elternhaus, Schule etc. – entgegengesetzt. In der gängigen Unterscheidung von intentionaler und funktionaler Erziehung ließe sich die Bedeutung von Medien, entsprechend auch der durch sie vermittelten Körperbilder jener nicht-intentionalen Erziehung zuordnen. Dies ist jedoch nur scheinbar eine beruhigende Klassifikation, denn dabei bliebe aus pädagogischer Sicht die Bedeutung intentionaler Erziehung selbst nicht relativiert. Die Fragwürdigkeit der Erziehung heute besteht nicht zuletzt darin, daß ihre Wirkmächtigkeit generell bezweifelt wird. Es wird eine skeptische Position (Oelkers 1995, 13) eingenommen. Erziehung als der über öffentliche Diskurse unter permanentem Legitimationsdruck stehende, damit zugleich auch steuerbare Faktor im Zusammenhang von Personalisation und Sozialisation, rückt im Bedeutungsspektrum relevanter Einflußgrößen auf Bildungsprozesse aus dem Zentrum in eine periphere Position. Die Medienwelt erlangt zunehmend an Gewicht. Die Persuaders sind nicht mehr versteckt, vielmehr präsentieren sie sich in aller Öffentlichkeit, ja sie schaffen selbst eine Öffentlichkeit. Diese Entwicklung ist wiederholt analysiert und auch auf seine pädagogischen Konsequenzen untersucht worden. So heißt es bei Johannes Fromme unter Berufung auf Becks Analysen der „Risikogesellschaft“: „Der einzelne verliert zwar zunehmend seine primären sozialen Einbindungen, an deren Stelle sind aber ‘sekundäre Instanzen’ getreten, durch die die individualisierte Existenz ‘zum Spielball von Moden, Verhältnissen, Konjunkturen und Märkten’ (Beck) gemacht wird. Daher darf dieser Individualisierungsprozeß nicht mit einem Prozeß gelungener Emanzipation verwechselt werden, denn seine Kehrseite ist eine zunehmende Institutionalisierung und Standardisierung der Lebenslagen“ (Fromme 1997, 117). Inwiefern zeigt sich hier ein Bildungsproblem?

Entgegen der postmodernen These von der begrüßenswerten Pluralität von Lebensformen ergibt bereits das Beispiel der medialen Präsenz von Körperbildern, unterzieht man sie einer kritischen Analyse, ein entgegengesetztes Resultat. Die normative Besetzung dieser Körperbilder trägt eher ausschließenden Charakter.

Nicht Pluralität und damit ein Zugewinn an individuellen Ausdrucksmöglichkeiten sondern tendenziell Uniformität (Baudrillard)¹ kennzeichnet die Situation.

Wenn der einzelne zum „Spielball von Moden“ degradiert wird, und damit eine universale Tendenz in ihrer Irreversibilität auf den Begriff gebracht wird, dann scheint es angebracht zu sein, von einer „weltgeschichtlichen Epochenschwelle“ zu sprechen, als deren Kennzeichen „das Abbröckeln der Identität und das Verschwinden des Subjektbegriffs“ (Ferchhoff/Neubauer 1997, 79) betrachtet werden können.

Pädagogische Leitvorstellungen von Mündigkeit, vom seiner selbst habhaften Subjekt, die ehemals mit dem Begriff Bildung verbunden waren, scheinen vor diesem Hintergrund obsolet zu werden. Dabei ist es nicht ohne Ironie, daß ausgerechnet Friedrich Nietzsche, dessen frühe Bildungsschriften emphatisch den Imperativ: „Sei du selbst!“ (Nietzsche, 334) gegen gesellschaftliche Fremdbestimmung verkündeten, und damit auf Authentizität, Individualität des Subjekts gegen alle Konformität setzten, heute gerade als „Gründungsvater postmoderner Subjektkritik“ (Ferchhoff/Neubauer, 87) apostrophiert wird. Dies kann allenfalls für den späten Nietzsche gelten, der in der Tat eine historisch überfällige Rehabilitation des „Anderen der Vernunft“ einleitet, indem bei ihm der Leib zur „großen Vernunft“ avanciert. Damit ist zugleich die Pluralität der Lebensformen auf den Plan gerufen. Der Leib als der unaufhebbar meine, zu dem ich partiell in Distanz treten kann, den ich jedoch nicht hinter mir lassen kann, weil existieren und Leibsein identisch sind, dieser individuelle Leib erscheint unter den Bedingungen des Brüchigwerdens transzendentaler Letztbegründungen als das nicht hintergehbare Fundament².

Vor diesem Hintergrund sind auch die umlaufenden Körperbilder als Identifikationsangebote zu sehen. Hier herrscht allerdings nur scheinbar eine Pluralität. Die Körperbilder stellen den „body“ als verfügbar, formbar dar. Das einstige Bildungsideal der Selbstperfektionierung erscheint hier wieder, allerdings verkürzt auf Fitness und workout eines „perfekten Körpers“, der den Maßstäben organischer Funktionalität und trainingswissenschaftlicher Rationalität entspricht. Gerade damit aber wird normativ ein bestimmtes Körpermodell zum uniformen Maßstab. Ihm zu entsprechen, wird zu einer Art Imperativ, dem moralische Qualität zukommt.

¹ Im Blick auf den Körper wird von Baudrillard der Prozeß einer gesellschaftlich vermittelten Selbstentfremdung differenziert vorgestellt: „Die Mode und die Werbung zeichnen also die 'Karte des Königreichs der autokratischen Zärtlichkeit' und seiner gesteuerten Erforschung: man ist für seinen Körper verantwortlich und muß ihn zur Geltung bringen, man muß ihn besetzen – nicht nach den Prinzipien des Genusses – sondern den Zeichen entsprechend, die durch verallgemeinerbare Modelle, durch ein Organisationsschema des Prestiges etc. reflektiert und vermittelt werden. Dabei wird eine merkwürdige Strategie verfolgt: eine Umlenkung und Übertragung der Besetzung des Körpers und der erogenen Zonen auf die *Insaenierung des Körpers und der Erognität*.“ (Baudrillard, 1991, 174)

² Hier stellt sich jedoch die Frage, wie von dieser Grundlage aus noch eine soziale Verbindlichkeit gedacht werden kann. Die beim späten Nietzsche begegnenden Aporien belasten auch die Postmoderne-Diskussion, soweit sie versucht, den kritischen Einwand der Beliebigkeit zu entkräften.

2. Körperbilder als existentielle Entwürfe aus der Optik der Anderen

Bevor auf Beispiele aus den Print-Medien eingegangen wird, soll zunächst noch erläutert werden, was mit existentiellen Entwürfen aus der Optik der Anderen gemeint ist. Eine solche Begrifflichkeit liegt merkwürdig quer zu jenen jetzt so gängigen Termini wie „parallele Identitäten“ und das „multiple Selbst“, die wir im Rahmen dieses Symposiums auch schon gehört haben (vgl. den Beitrag von Jürgen Schwier in diesem Heft). Ich gestehe gerne, daß die derzeitige Diskussion um „Identität in Zeiten des Internet“ (Turkle) eine Reihe von Bedenken hervorbringt, wozu nicht zuletzt gehört, daß eben die Bedeutung des Anderen für Selbstverstehen und Ich-Identität, aber auch der Aspekt der Leiblichkeit in diesem Zusammenhang zu wenig berücksichtigt wird. Die modische Rede von der „Patchwork-Persönlichkeit“ übersieht, daß es nach wie vor um eine biographische Aufgabe geht, die das Subjekt zu leisten hat: Identität als ein vor sich verständlich bleiben in der individuellen Lebenssituation. Dies ist für die „Medien-Generation“ möglicherweise schwieriger als es für frühere Generationen der Fall war. Man darf aber nicht die Komplexität, die hinsichtlich der Lebenssituation gestiegen ist, unmittelbar auf Strukturen des Person-Seins übertragen, so als gäbe es keine Integrationsleistung des Ich mehr. Sherry Turkles Auffassung von „parallelen Identitäten und parallelen Lebenswelten“ (17) operiert allzu nahe an jener „Windows“-Technik als Bedieneroberfläche parallel laufender Programme bzw. Kommunikationsmöglichkeiten des Internets. Hierbei wird, achtet man auf die Zeitverhältnisse, übersehen, daß das Bewußtsein aktuell immer nur ein „Fenster“ öffnet und sich mitteilt. Zugleich stellt sich die Frage, ob der Entwurf einer virtuellen „Identität“, nicht zuletzt weil sie nicht leibhaftig erlebt wird, nicht besser mit dem alten Begriff der Rolle angemessen beschrieben werden kann. Denn zu fragen ist, ob nicht auch der Entwurf „paralleler Identitäten“ immer nur vor dem Grunde einer leibhaftigen Identität als gespielte Differenz dem Bewußtsein präsent ist.

Es scheint mir deshalb angemessener zu sein, nicht die medial vermittelte Auflösung von Identität zu thematisieren, sondern auf die Integrationsleistung des Subjekts zu blicken und hierbei zu fragen: Welche Bedeutung kommt dem Anderen zu? Zur gestiegenen Komplexität der Lebenssituation gehören die medial verbreiteten Körperbilder, und gerade an ihnen läßt sich die Bedeutung des Anderen zeigen. Um es pronounciert zu fassen, kann man sagen die Wirkmächtigkeit medialer Körperbilder beruht nicht zuletzt auf einer suggestiven Entfremdung in den Blick des Anderen. Was ist damit gemeint?

Sartre hat 1938 die meisterhafte Erzählung „Die Kindheit eines Chefs“ mit dem Satz eingeleitet: „Ich bin entzückend in meinem Engelskostümchen“ (Sartre 1985, 108). Damit hat er aus der Perspektive eines Kindes die Entfremdung auf den Punkt gebracht, die darin besteht, daß die Erwachsenen die Rolle des artigen, hübschen

Kindes in ihren Erwartungen vorgeben und das Kind sich selbst zunächst nur im Lichte dieser fremden Erwartungen begreift und auf diese fixiert bleibt. Heute, so teilt uns auch die Shell-Studie 1997 mit, ist die Bedeutung der Vorbilder – nicht nur der Eltern – rückläufig. Das heißt jedoch nicht, daß hier ein Vakuum entsteht, das unbesetzt bliebe. Es sind gerade auch jene Körperbilder, die an die Stelle der ehemaligen personalen Erzieher treten. Die bloße Angleichung an sie, solange sie nicht auf einer reflektierten und verantworteten Wahl beruht, hat mit Authentizität (Schmidt-Millard 1995) nichts zu tun. Gerade sie bleibt nach wie vor eine Bildungsaufgabe des Subjekts heute.

Wenn nachfolgend an einzelnen Beispielen von gegenwärtig in Print-Medien umlaufenden Körperbildern versucht wird, „Lifestyle als Bildungsproblem“ zu untersuchen, dann ist das methodische Verfahren nicht im strengen Sinne empirisch, wenn gleich der Untersuchungsgegenstand eindeutig der Lebenswirklichkeit entstammt. Eher kann man von einem Methodenpluralismus sprechen, insofern es um ein sinnverstehendes, hermeneutisches Verfahren geht, die Bilder und ihre Semantik als Identifikationsangebote für den Betrachter zum Sprechen zu bringen. Mit einem solchen Ansatz wird eine phänomenologisch-analytische Methode auch für sportpädagogische Fragestellungen aufgenommen, die in der Allgemeinen Pädagogik in jüngster Zeit zunehmend Gewicht erlangt³.



be hot. be cool. just be.

streichen und zum Beispiel dem Gegenüber signalisieren: „Gehen wir“. Vor einem

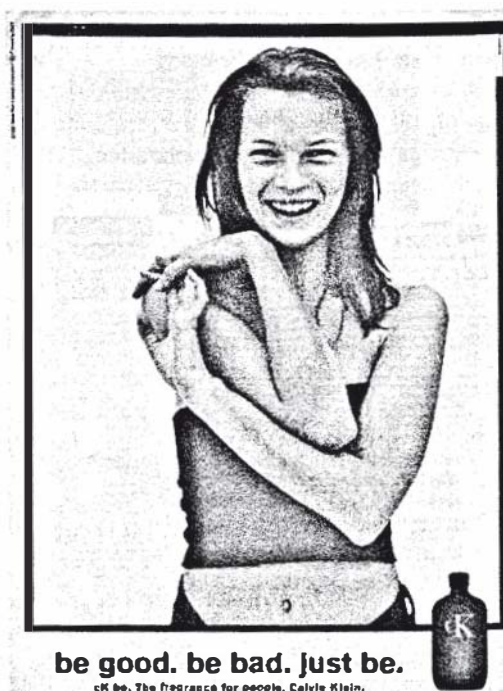
Das Bestechende an dieser Werbeanzeige ist zunächst, daß sie auf den ersten Blick gar nicht als Werbung zu identifizieren ist. Der junge Farbige mit den leicht abstehenden Ohren und dem fast kahl geschorenem Kopf steht, den Kopf leicht seitwärts geneigt, mit vor dem Bauch gekreuzten Armen in einer abwartenden Haltung. Diese Armhaltung, vor allem die leicht geballten Fäuste und der aufwärtsgebogene linke Daumen, signalisieren dem Betrachter: die Figur ist „in Situation“. Allerdings ist diese Situation für den Betrachter nicht eindeutig zu bestimmen. Die Fäuste könnten gleich wirklich geschlossen werden, um einen Gegneranzugreifen oder sich zu verteidigen, die Hände könnten auch die zeigende Funktion des aufgestreckten Daumens unter-

³ Siehe hierzu auch Oelkers : „Meine Untersuchungsmethode ist eine phänomenologisch-analytische, das heißt, ich gehe aus von bestimmten Alltagsphänomenen in unterschiedlichen, medial vermittelten Wirklichkeitsbereichen und analysiere sie auf ihren pädagogischen Gehalt hin.“ (IX)

weißen Hintergrund in einen schwarzen Rahmen gesetzt blickt die Person den Betrachter direkt an. Obwohl das T-Shirt den Oberkörper bedeckt, kann dieser junge Mann problemlos als athletisch bezeichnet werden. Diese Ambivalenz der Körpersprache erfährt eine Bestätigung durch den Begleittext. Dessen Doppelsinnigkeit erschließt sich auch nicht auf Anhieb. Zum einen kann der Text gelesen werden als ein Imperativ in Fragen Lifestyle: „be hot. be cool.“ lebt von der Widersprüchlichkeit einander ausschließender emotionaler Befindlichkeiten und ihnen korrespondierender Haltungen. Sie werden hier jedoch toleriert, denn das nachfolgende „just be“ hebt das formallogisch verbleibende tertium comparationis als Pointe hervor: „Sein“ wird nur in Entscheidungen, als Wahl in Situationen wirklich. Wenn man „hot“ und „cool“ als jugendtypische Chiffren für mögliche Haltungen begreift, erscheinen unter dem Primat des übergeordneten Imperativs des „just be“ die Gegensätze aufgehoben.

Dieselbe Argumentation findet sich, allerdings deutlich moralisch aufgeladen, in der zweiten Anzeige, in der die Opposition von „good“ versus „bad“ ebenfalls im „just be“ aufgehoben wird. An dieser Stelle sei angemerkt, daß diese Anzeigen sehr geschickt mit dem Pluralismus-Theorem spielen, das vor allem auch bei Pädagogen einige Resonanz gefunden hat. Allerdings bleibt es letztlich nicht bei diesem Spiel, denn die zweite Lesart des Textes ebenso wie der dargestellten Personen rückt die Offenheit des „just be“ in einen geschlossenen Horizont eines ganz bestimmten Seins: der Untertitel verrät: „eK be. The fragrance for people. Calvin Klein.“ Der Duft für Menschen bildet hier wie da das integrierende Moment.

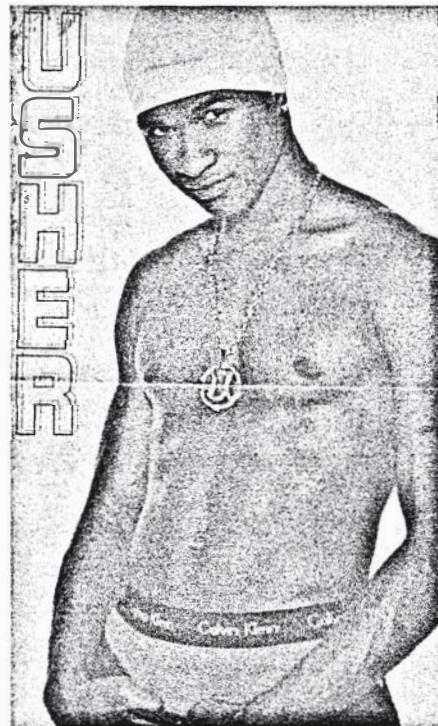
Mehr noch, erst über den „richtigen“ Duft wird die Zugehörigkeit möglich. Das erfrischende Lachen der jungen Dame, die weiblich verspielt die Arme auf eine gar nicht so leichte Weise verschränkt und damit Gelenkigkeit und Komplexität zugleich signalisiert – das Ineinander-Verschlingen der Arme und Hände ließe sich auch in erotische Bezüge rücken, das wiederum mit dem „be good. be bad“ assoziativ ver-



bunden ist, – dies alles erweist sich als eine Einladung, jenem wohlriechenden Kreis zuzugehören, der sich über diesen Duft in seinem Lifestyle definiert.

Die Photos lassen sich vor diesem Hintergrund ihrer doppelten Semantik aber auch Beispiele für eine affirmative Entfremdung in den Blick des Anderen verstehen. Es gehört zu den Eigentümlichkeiten unserer sinnlichen Wahrnehmung, daß das Riechorgan den eigenen Duft nur sehr begrenzt wahrnehmen und distinkt von anderen Gerüchen abheben kann. Das weiß jeder, der gerne in Knoblauch „badet“, denn hier ist es die Rückmeldung der Anderen, die diesen charakteristischen Duft überhaupt identifiziert. Die abgebildeten Personen stehen also keineswegs in einer offenen Situation vor uns, sondern sie duften, ohne daß sie selbst die Intensität dieses Duftes und seine Wirkung auf den Anderen einschätzen könnten. Und die Erwartung, welche jeweils aus ihrem Blick spricht, ist: wie komme ich mit meinem Duft beim Gegenüber an? Anerkennt das Gegenüber meine Zugehörigkeit zur elitären Gemeinschaft der „cK be pcople“? Genau darin liegt die Entfremdung in den Blick des Anderen, zu der auch diese Werbung insgesamt den Betrachter einlädt.

Es gibt meines Wissens keine empirische Untersuchung über die Verbreitung dieses Unisex-Produktes von Calvin Klein bei Jugendlichen. Immerhin belegen allgemeine statistische Daten, daß der Verbrauch von Kosmetika in den letzten Jahren enorm gestiegen ist (vgl. Ferchhoff/Neubauer 1997, 31).



Daß der Produktname Calvin Klein inzwischen zu einem Markenzeichen moderner Jugendlichkeit geworden ist, zeigt etwa ein in der Februar-Ausgabe der Zeitschrift „Bravo“ enthaltenes Pinup-Photo des Pop-Stars Usher. Die „rote Zone“, deren bevorstehende Entblößung mit der eingenommenen Pose angedeutet wird, steht eindeutig im Zeichen CKs, und es ist zu befürchten, daß der junge Mann mit der schweren Goldkette und dem sprechenden „U“ auf dem sportiven Körper und dem selbstreferentiellen Tattoo auf dem Oberarm auch noch jenen „fragrance of people“ verströmt, dem wir schon begegnet sind.

3. Der Modellkörper als „Maschine“ – Körper-Technik als moralischer Imperativ

Wenn anfangs die These aufgestellt wurde, die umlaufenden Körperbilder zeigten eher eine deutliche Tendenz zur Uniformität statt zur Pluralität, so wird dies vor allem in den prosperierenden „Fitness“-Publikationen etwa der Zeitschrift „fit for fun“ oder „Men's Health“ deutlich. Unter dem Gesichtspunkt geschlechtsspezifischer Körperbilder kann man auch hier von einem Trend zur Uniformität, einem androgynen Körperideal sprechen. Das ist auch nicht verwunderlich, bringt doch die Fitness-Ideologie ihr Körperideal auf die Formel „Mehr Muskeln – schneller schlank“. Gerade darin bestehe das „Geheimnis“ der „Idealfigur“.



Das Titelthema im März-Heft (1998) der „fit for fun“ über „mehr Muskeln“ wird eingeleitet mit den Sätzen: „Sie sind unsere Brennöfen. Je mehr Sie davon haben, desto besser: Mehr Muskeln schneller schlank. Diese Formel stimmt für Sie & Ihn. Unser Workout macht nicht nur Schluß mit gemeinen Pölsterchen, sondern vor allem eine schön definierte Figur!“ (28). Es lohnt sich, bei dieser Aussage einen Moment zu verweilen, denn sie enthält in nuce die „Körperphilosophie“ der Fitness-Bewegung.

So ist einmal die Sicht auf den Körper instrumentell. Die Fitness-Bewegung setzt primär auf die biologistisch rationale Perspektive einer rein naturwissenschaftlichen Analyse des Körpers in seinen Funktionszusammenhängen⁴. Wenn die Deskription des Muskels semantisch den Vergleich mit dem Brennofen heranzieht, dann ist ein mechanistisches Menschenbild leitend, wie es bereits bei Descartes und seiner Trennung in *res cogitans* und *res extensa* grundgelegt wurde. Bekanntlich hatte Descartes den Körper als eine gut funktionierende Maschine aufgefaßt. Der Maschinenkörper erlaubt tendenziell die isolierte Bearbeitung seiner Funktionsteile. Hier gilt nach Analogie von Gesetzmäßigkeiten physikalischer Logik: eine größere Kapazität der Brennöfen verbraucht mehr Energie. Der Körper rückt in eine quantifizierende Sicht. Zugleich wird Quantität mit Qualität gleichgesetzt. „Je mehr Sie davon haben, desto besser“. Im Blick auf „Workout“ der „schön definierten Figur“ scheint es keine Grenzen des Wachstums zu geben. Vor allem aber erlaubt die objektivierende Sicht auf den Körper und dessen technische Verfügbarkeit eine Negation von Altern und Tod. Der immanente moralische Dogmatismus der Fitness-Bewegung besteht gerade darin, daß ihr mechanistisches Körperbild absolut gesetzt, gleichsam in den Rang eines säkularen Imperativs erhoben wird. Imperativ deshalb, weil die „Formel“ universelle Geltung beansprucht – sie „stimmt für Sie & Ihn“ – und weil es in die freie Entscheidung des einzelnen gestellt ist, endlich „Schluß“ zu machen „mit gemeinen Pölsterchen“.

Das Attribut „gemein“ ist sprechend: zum einen geht es um die soziale Distinktion, sich nicht mit jemanden „gemein“ (*communis*) machen. Die Fitness-Bewegung hat eben auch einen deutlich elitären Zug. Zum anderen gehört zum semantischen Kontext des Gemeinen auch die pejorative Bedeutung eines moralisch defizitären Handelns, das vorzugsweise uns von anderen widerfährt. Wir sagen: diese oder jene Handlung war gemein, niederträchtig. Aus niederen Beweggründen widerfährt uns vom anderen ein Unrecht. Sich selbst gegenüber kann eine Handlung nicht als gemein etikettiert werden, es sei denn ich übernehme reflexiv des Urteil des Anderen. Genau das geschieht aber in der vorliegenden Formulierung bei „fit for fun“. Der eigene Körper wird in die Optik des Anderen gerückt und moralisch diskreditiert. Ich kann meine „Pösterchen“ nicht als „gemein“ empfinden, es sei denn ich distanzriere mich reflexiv von diesem Leib, der ich bin, und betrachte seine Erscheinungsform als ein mir von außen zugestoßenes Unrecht.

Gerade damit gewinnt aber die Perspektive der Anderen die Oberhand gegenüber der Selbstwahrnehmung. Der Clou der auf dem Titelbild angekündigten Lüftung des „Geheimnisses Ihrer Idealfigur“ ist also, daß es nicht mehr um das Individuum geht, sondern um die Angleichung an eine externe Definition der „Idealfigur“.

⁴ Vgl. hierzu auch die Körpermodelle bei Baudrillard (190).

Das extreme Resultat einer auf Muskeln setzenden Körperästhetik zeigt die Body-Builder-Szene, bei der die Geschlechter-Differenzen weitgehend nivelliert sind, allerdings mit dem Resultat, daß der Entwurf eines muskulös zentrierten Selbstbildes bei den beteiligten Frauen zu Irritationen auf der Ebene weiblicher Identität führt und die Männer, dank der Anabolika-Folgen, die Virilität schwinden sehen.

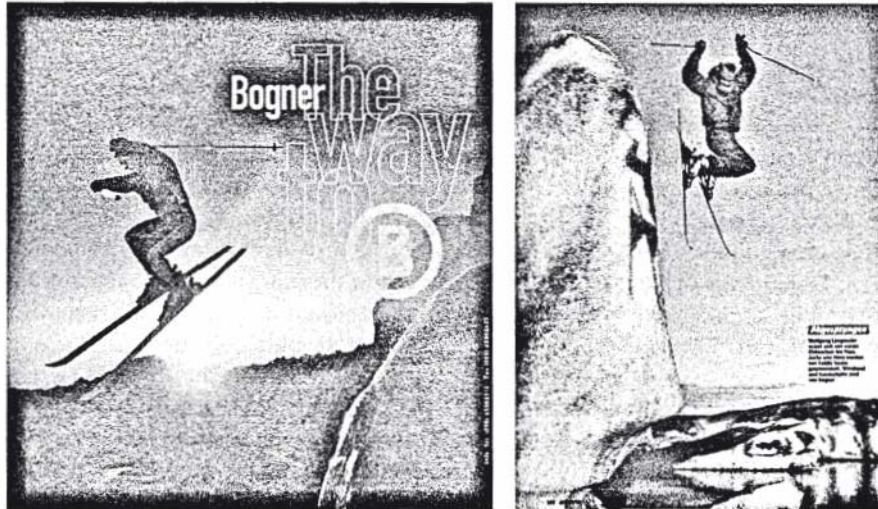
Gilt für Männer der „Waschbrett-Bauch“ (Bild Men' Health 3/98) als die erstrebenswerte Idealform, so rangiert bei Frauen nach wie vor Schlanksein vor Muskulosität, wengleich die Fitness-Apologeten hier eine Synthese propagieren.

4. Pädagogische Perspektiven

Läßt sich so das propagierte Körperideal schnell als ideologisch aufzeigen, stellt sich gleichwohl die Frage, was kann pädagogisch unternommen werden, um Heranwachsende in ihrer Urteilsfähigkeit gerade auch im Zusammenhang mit den umlaufenden Identifikationsangeboten der leitenden Körperbilder und den zugehörigen Lifestyles zu fördern.

Damit komme ich zu im engeren Sinne sportpädagogisch relevanten Aspekt meines Themas. Daß Sport medial als Werbeträger instrumentalisiert wird, gehört zu den Binsenweisheiten des Alltagswissens über den Zusammenhang von Sport und Kommerz. Im Zusammenhang der Frage nach der Bildungsbedeutung von Körperbildern finde ich die zu beobachtende Tendenz wichtig, daß die Medien ganz bestimmte Lifestyles selbst produzieren, über Körperbilder in Medien verbreiten und damit nicht mehr bloß eine bestehende sportliche Praxis für eigene Zwecke einsetzen, sondern neue Praxen kreieren, sportliche Moden erzeugen. Der Bereich der Abenteuer- und Fun-Sportarten kann hier als Beispiel genannt werden. Hier erscheint zunehmend alles möglich zu sein. Gegenüber einer reglementierten und restriktiv begrenzten Alltags- und Arbeitswelt, die ihre Entsprechung im reglementierten Sportsystem hat, erscheint der Freizeit-Sport in seiner extremen Abenteuervariante als die Eröffnung von Freiheit schlechthin. Freiheit auch und gerade gegenüber allen physischen Begrenzungen. Das heimliche Ideal des Abenteuersportlers ist der unsterbliche Stuntman. Zwei Beispiele sollen dies verdeutlichen.

(Bogner: The way to b.) Die Firma Bogner ist offizieller Ausrüster der Olympiamannschaft in Nagano gewesen, Willy Bogner selbst war 1960 Olympiateilnehmer im Slalom, Mitglied des Nationalen Olympischen Komitees und eben Produzent von Winter- und Freizeitmode. Die Illustrierte „Stern“ hat im letzten Winter (Ausgabe 50/97) Bogners Sport-Mode präsentiert und im Umfeld dieses Beitrags findet sich diese Anzeige. Auch hier geht es um Formen der Existenz: „The way to b(e)“. Die Gleichsetzung von Sein mit dem Besitz des Werbeprodukts überrascht nicht. Interessanter ist, was als „way to be“ in dieser Anzeige vorgestellt wird. Der Skifahrer im Abendrot springt nicht von einer Schanze, weder das Woher noch das Wohin dieser Flugbahn läßt sich bestimmen. Die Körperhaltung zeigt an, hier geht es nicht um einen standardisierten und in dieser Form trainierbaren Bewegungsablauf, vielmehr handelt es sich um eine riskante Aktion, ihr Ausgang bleibt ungewiß. „The way to b(e)“ stellt sich tendenziell als Spiel mit der Existenz heraus.



Bei dem zweiten Bild in diesem Zusammenhang handelt es sich nicht um eine direkte Werbeanzeige, sondern es gehört in den Kontext eines Beitrages über Bogner und seine Mode. Gleichwohl ist der thematische Zusammenhang mit der Aussage des Bognerschen „way's to be“ gewahrt. Der Text lautet: „Abgesprungen. Wolfgang Langmeier stürzt sich von einem Eisbrocken ins Meer. Jacke und Hose wurden von Rattle Snake geschneidert, Stirnband und Handschuhe sind von Bogner.“

Dieses und thematisch verwandte Bilder in dem Beitrag des „Stern“ wurden in Island aufgenommen und man kann annehmen, daß die Temperatur des Wassers einen längeren Badeaufenthalt Langmeiers ausschloß. Anzunehmen ist, daß der „Stern“ hier eine Medieninszenierung präsentiert, gleichsam „virtuell erzeugt“, denn es ist kaum wahrscheinlich, daß die selbstmörderische Aktion ohne den Finanzrahmen der Werbeeinkünfte und entsprechender Hilfestellungen ernsthaft betrieben werden könnte. Dennoch suggerieren diese Bilder, die ja menschliche Körper in Situationen präsentieren, daß dieser „way to be“ als Lebensform realisierbar sei.

Daß „Sport“ in dieser Form auf den Thrill setzen kann, wie bereits das Bungee-Springen und seine neueren Spielarten, zeigt an, daß die Verdrängung des Bewußtseins eigener Verletzlichkeit und letztlich Sterblichkeit weit fortgeschritten ist. Über Medien – hier Körperbilder in scheinbar sportiven Praxen – wird nicht nur eine begrüßenswerte Pluralität von Handlungsmöglichkeiten verbreitet, sondern eben auch ein zuhöchst fragwürdiges Bild menschlicher Existenz. Verletzlichkeit und damit Endlichkeit des Menschen wird ausgeklammert, Juvenalität wird zum Wert an sich. Man könnte hier auch über die Problematik des Verhältnisses von extremem Abenteuersport zur Natur (siehe das „Marlboro-Team“) reflektieren. Welche Natur ist es, die für diese Form des Nervenkitzels zugelassen wird? Ist die Natur hier nicht von vornherein auch in eine technische Verfügbarkeit genommen?

Ich komme zum Schluß: die These von der tendenziellen Uniformität widerspricht dem gängigen Pluralismus Theorem. Hier scheint mir auch unter Pädagogen etwas mehr kritische Distanz zu den Verkündern der Postmoderne erforderlich zu sein. Nach wie vor ist eine Erziehung zu Urteilsfähigkeit und Authentizität unverzichtbar, wenn die Pädagogik sich noch als Hilfe zur Bildung des Menschen, verstanden im Sinne der Orientierungsfähigkeit in der modernen Welt begreift. Dann kann sich pädagogisches Handeln jedoch nicht darauf beschränken, nur als „Lernhilfe“ zu fungieren und die pädagogische Verantwortung „partikular“ (Giesecke) zu begreifen. Der Begriff der Authentizität bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die Stärkung des Subjekts, sein Handeln verantwortlich selbst zu gestalten. Dazu wird vorausgesetzt, daß die Orientierung am Körper-für-andere relativiert wird. Der Weg dazu ist, die primäre Dimension des „Körper-für-mich“ deutlicher bewußt zu machen. Soweit die Sportpädagogik die Dimensionen des Körperbewußtseins unterschiedener in Konzepte konkreten Handelns umsetzt, kann sie auch die Bildungsbedeutung einer Körper- und Bewegungserziehung insgesamt unterstreichen.

Literatur

- Baudrillard, J.: Der symbolische Tausch und der Tod. Aus dem Französischen von Gerd Bergfleth, Gabriele Ricke und Ronald Voullie. München 1991.
- Beck, U.: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986.
- Descartes, R.: Meditationen über die Grundlagen der Philosophie. Hrsg. V. L. Gäbe. Hamburg 1960.
- Ferchhoff, W./Neubauer, Patchwork-Jugend. Eine Einführung in postmoderne Sichtweisen. Opladen 1997.
- Fromme, J.: Pädagogik als Sprachspiel. Zur Pluralisierung der Wissensformen im Zeichen der Postmoderne. Neuwied, Kriftel, Berlin
- Giesecke, H.: Pädagogik als Beruf. Grundformen pädagogischen Handelns. Weinheim, München 1992³.
- Jugendwerk der deutschen Shell (Hrsg.): Jugend '97. Zukunftsperspektiven. Gesellschaftliches Engagement – Politische Orientierungen. Opladen 1997.
- Nietzsche, F.: Werke. Kritische Gesamtausgabe. Hrsg. V. Giorgio Colli u. Mazzino Montinari. Dritte Abteilung. Erster Band. Berlin, New York 1972.
- Oelkers, J.: Pädagogische Ratgeber. Erziehungswissen in populären Medien. Frankfurt am Main 1995.
- Sartre, J. P.: Die Kindheit eines Chefs. Erzählungen. Reinbek bei Hamburg 1985.
- Sartre, J. P.: Das Sein und das Nichts. Versuch einer phänomenologischen Ontologie. Hrsg. von Traugott König. Reinbek bei Hamburg 1991.
- Schmidt-Millard, T.: Authentizität – Bildung – Körperbildung. Sartres Menschenbild in pädagogischer Sicht. Sankt Augustin 1995.
- Turkle, S.: Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet. Reinbek bei Hamburg 1998.
- Welsch, W.: Ästhetisches Denken. Stuttgart 1991²

Anschrift des Verfassers: PD Dr. Torsten Schmidt-Millard, (Ruhr-Universität Bochum, Fakultät für Sportwissenschaft, Arbeitsbereich Sportpädagogik), Stiepeler Str. 129, D-44780 Bochum