

# Zerschnitten und verbunden

## Das 23. GMK-Forum „Körper, Kult und Medien – virtuelle und reale Lebenswelten“ vom 17. bis 19. November 2006

Vor langer Zeit waren die Menschen kugelförmig. Sie rollten glücklich und bedürfnislos über die Erde. Den Göttern gefiel das nicht, sie hatten keine Macht über die Kugelmenschen. Da kam Zeus auf die Idee, sie entzweizuschlagen, um ihre Bedürfnisse zu wecken. Seitdem sind die Menschen unvollkommen und sehnsüchtig auf der Suche nach Ergänzung und Spiegelung. So erzählt es Aristophanes in Platons *Trinkgelage*. Prof. Dr. Franz Josef Röhl leitete mit diesem Gleichnis aus der griechischen Philosophie seinen Vortrag über den „Mythos Fußball“ ein. Röhl veranschaulichte in Beispielen, dass beinahe zu jeder Zeit und in fast allen Kulturkreisen – sowohl friedlich als auch in kriegerischer Absicht – gekickt wurde. Diese ethologische Konstante des Fußballspielens lässt sich auch auf die Form des Sportgeräts zurückführen, das die Perfektion des Kugelmenschen aufbewahrt. Fußball ist ein Spiel mit dem Übermenschlichen, dem Göttlichen, dem perfekten Körper.

Die anderen Körper aber, die am Wochenende von 17. bis 19. November 2006 im Deutschen Hygiene-Museum in Dresden zum Thema wurden, schienen ganz und gar nicht perfekt, sondern zeichneten sich gerade durch die kommunikative Qualität der metaphorischen Gespaltenheit aus. Auf dem 23. GMK-Forum „Körper, Kult und Medien – virtuelle und reale Lebenswelten“ ging es um die sinnliche Wahrnehmung medialer Inhalte, die physische Nutzung von Medien, die Darstellung von Körpern, die Konstruktion von körperlichen Idealen, um Medieninhalte zur menschlichen Gesundheit sowie um pathologische Formate. Unter psychologischen, kulturwissen-

schaftlichen, soziologischen, ethnologischen und technischen Perspektiven wurde der Körper in den Medien bzw. als Medium betrachtet und nach medienpädagogischen Fragestellungen diskutiert.

### Mensch und Maschine

Die Aktualität des Themas in Kunst und Technologie verdeutlichte der erste Vortrag am Samstagmorgen. Der „FleshFactor“ – so Titel und Thema des Impulsreferats von Gerfried Stocker – bleibt unumgänglich. Stocker ist Medienkünstler, Musiker und der künstlerische und kaufmännische Leiter des österreichischen Festivals *Ars Electronica*. In seinem Beitrag hob er von der grundsätzlichen Fähigkeit des Menschen, aus sinnlicher Wahrnehmung durch sein gesamtes sensorisches Spektrum Assoziationen und Interpretationen auf der Basis eines großen Bestands an Erfahrungen abzuleiten, zu einer Betrachtung zeitgemäßer, den geänderten Bedingungen angepassten Kulturtechniken an. Zwar sei die Gesellschaft, die sich als soziales Gefüge zunehmend der Strukturen vernetzter digitaler Informationstechnologien bedient, selbst zum Cyborg mutiert. Letztlich seien es aber, so Stockers Pointe, die Ergebnisse der Gentechnologie, die uns hinsichtlich einer methodischen Unterscheidung von Maschine und Mensch verunsichern. Stockers Vortrag zeichnete sich zudem durch erstaunliches Bildmaterial der *Ars Electronica* aus, auf der verblüffende Interfaces (also Datenübersetzer zwischen digitaler und sinnlicher Welt) entdeckt und ausprobiert werden konnten. Um „Schnittstellen“ anderer Art ging es im folgenden Workshop. Der Kieler Medien-

wissenschaftler Prof. Dr. Hans Jürgen Wulff (siehe auch Seite 64 ff. in dieser Ausgabe) referierte über den dokumentarischen Charakter der Fernsehkrimis und Pathologie-Serien. Während früher in vergleichbaren Fernsehformaten die Schärfe der Dialoge und die Dramaturgie der Mordaufklärung eine größere Bedeutung hatten, ist heute die Genauigkeit der kriminalmedizinischen Darstellungen das ausschlaggebende Kriterium. Fernsehzuschauer sind pathologische Spezialisten geworden. TV-Serien könnten beinahe als Vorführmaterial für den Unterricht erhalten. Hintergrund dieser Entwicklung ist das ureigene, immer schon da gewesene (und nicht erst durch die Medien produzierte) Interesse des Menschen, sein Inneres, die Funktionsweise und Sprache seines Körpers kennen zu lernen. Dass dieses Interesse mit einer gleichzeitigen Abwehr zu einer ambivalenten Haltung verbunden ist, verdeutlichte Prof. Dr. Wulff, indem er nach der Vorführung einiger detailbewusster TV-Szenen auf die körperliche Haltung der Seminarteilnehmer hinwies. Während auf der Leinwand Haut und Fleisch durchschnitten wurden, saßen viele mit hochgezogenen Schultern und verschränkten Armen da. Pathologie-Serien sprechen insofern zwei gemeinschaftliche Empfindungen an – das Interesse am Innenleben der eigenen Spezies und das körperliche Mitgefühl mit anderen Vertretern dieser Art. Um das Dazugehören und Sichabgrenzen durch medial präsentierte Körper ging es selbstredend auch in den soziologischen Vorträgen und Diskussionsrunden. Ein Panel beschäftigte sich mit „Performativen Praktiken in Fankulturen und Lieblingsfiguren“. Dr. Maya Götz und Sebastian Hannawald



stellten eine qualitativ erweiterte Fallstudie über die „Konstruktion kultureller Identität bei Jugendlichen und die Bedeutung von Fernsehfiguren im internationalen Vergleich“ vor, wobei sich die soziale und regionale Verortung von Fernsehfiguren stark von der körperlichen Präsentation abhängig zeigte. Durch die Kürze der Zeit konnte die Fülle der Daten aber leider nur im Überblick betrachtet und nicht auf unerwartete Details hin spezifiziert werden.<sup>1</sup> Auch wurde nicht ganz klar, ob es sich bei der Konstruktion nicht eigentlich um eine Rekonstruktion älterer, nicht medial vermittelter Identitätsbilder handelt.

### Models mit Make!

In der Gesprächsrunde „Body-Management in und zwischen den Werbepausen – Analysen (tele-)medialer Körperrepräsentationen“ analysierten die Soziologinnen Jun.-Prof. Tanja Thomas und Dr. des. Karin Knop den medialen Imperativ zur Arbeit an der eigenen Schönheit. Jun.-Prof. Thomas betrachtete TV-Schönheitswettbewerbe (*Germany's Next Top Model* und *The Swan*) und deren aufgeregte Rezeption in den Printmedien. Die Schönheitssendungen würden junge Mädchen beeinflussen und beispielsweise Essstörungen hervorrufen, so die notorische Reflexion. Jun.-Prof. Thomas betonte dagegen, dass jugendliche Krankheitsbilder sich nicht allein auf Fernsehformate zurückführen ließen, sondern Ausdruck des dynamischen Wirkungsgefüges unserer Leistungsgesellschaft seien. Andererseits wies Jun.-Prof. Thomas darauf hin, dass die Arbeit am Selbst das gute Recht eines jeden Menschen sei. In den USA sei

mit den Schönheits-OP-Shows die Zahl der Operationen sprunghaft angestiegen; deshalb dürfe jedoch nicht blindlings das über Jahrzehnte gewachsene Bewusstsein der persönlichen Freiheit zur Schönheits-OP über Bord geworfen werden. Auch Dr. des. Karin Knop stellte eine urteilsschnelle Medienrezeption zur Debatte. Sie analysierte die Werbekampagne der Pflegeproduktefirma Dove. Unter dem Titel „Initiative für wahre Schönheit“ werden Frauen von überdurchschnittlicher Schönheit und durchschnittlichem Gewicht, also schöne Frauen mit schönen Kurven, als natürliche Abweichung vom Model-Ideal präsentiert. Dr. des. Knop entlarvte dabei die scheinbare Authentizität des unperfekten (weil normalgewichtigen) Körperbilds als ausgeklügelte Werbestrategie. Gerade diese ausgestellte „Unvollkommenheit“ der Frauenkörper weckt Identifikations- und Konsumgelüste. Dabei stellt sich jedoch die Frage, ob nicht implizit Vorstellungen körperlicher Fehlerhaftigkeit reproduziert und vergrößert werden.

So zeigte sich in den verschiedenen Diskussionsrunden, dass Medien eben nur Medien, also Vermittler gesellschaftlicher Bilder und Werte sind, und Interessen, Sehnsüchte, Identifikationsbedürfnisse mit medial vermittelten Körpern, aber auch Vorstellungen von körperlichem Mangel nur verstärkt, nicht aber ursprünglich hervorrufen werden. Es zeigte sich darüber hinaus, dass die Medienpädagogik nicht dazu in der Lage sein kann, alte bzw. antike Gefühle zu tilgen. Aber sie kann die Mechanismen aufzeigen, wie damit gespielt wird.

Julia Engelmayer

### Anmerkung:

1  
Ausführliche Informationen siehe unter [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/19\\_2006\\_1.htm](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/19_2006_1.htm)