

# Projekt Körper

Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt

von  
Waltraud Posch

Waltraud Posch, Jahrgang 1972, arbeitet hauptberuflich als Soziologin in der Gesundheitsförderung in Graz. Nebenberuflich forscht sie zu Körpersoziologie und Schönheitsideal und hat Lehraufträge an verschiedenen Universitäten in Österreich. Ihr 1999 im Ca

1. Auflage

Projekt Körper – Posch

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

campus Frankfurt am Main 2008

Verlag C.H. Beck im Internet:  
[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 593 38912 7

der Psychologie, den Sportwissenschaften und der Medizin an Bedeutung, aber auch in der Biologie und der Zoologie. In der Soziologie etabliert sich Körpersoziologie<sup>3</sup> derzeit rasant als ihr jüngstes Feld. Damit wird auch aufgeholt, was in den 1980er und 1990er Jahren tendenziell wenig Beachtung fand, obwohl es sich bereits damals als brisantes Thema abzeichnete. Eine Disziplin holt damit gewissermaßen die Auseinandersetzung mit einem Thema nach, welches bis auf Ausnahmen lange Zeit wenig Beachtung fand.

Ein Blick in die aktuelle soziologische Literatur zeigt eine zusehends intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Körperlichkeit und Schönheit seit den späten 1990er und vor allem seit den 2000er Jahren. Robert Guggutzer<sup>4</sup> ortet in diesem Zusammenhang einen »body turn« in der Soziologie. Dieser »body turn« entspricht einer Hinwendung zum Thema Körperlichkeit auf wissenschaftlicher Ebene und einer Entdeckung des menschlichen Körpers als Gegenstand soziologischer Forschung. Es fand ein Perspektivenwechsel statt, durch den der menschliche Körper in den Blick der Wissenschaft wie der Gesellschaft geriet.

## Schönheit als widersprüchliches Alltagsphänomen

Schönheit ist eine alltägliche Herausforderung. Sie findet Ausdruck in Mode, Frisuren und Kosmetik, aber auch in grundlegenden Körpermerkmalen wie Gewicht, Größe, Körperbau, Gesichtszügen, Haut und Haaren. Und sie findet Ausdruck im vielfältigen Angebot an Verschönerungstechnologien, die der Markt bereit hält, wie auch in den individuellen Einstellungen zu diesen Technologien und den individuellen Schönheitshandlungen der Einzelnen.

Was Schönheit eigentlich ist, wollten Mensch immer wieder herausfinden. Philosophen der alten Schule<sup>5</sup> fanden weitreichende Definitionen für Schönheit. Das Schöne sei das, was ohne Begriffe allgemein gefällt (Kant), das Symbol des sittlich Guten (Schiller) oder gar das Versprechen des Glücks (Stendhal).

Schönheit ist etwas Überdurchschnittliches, Herausragendes, Seltenes, etwas nicht für jeden Menschen Erreichbares, lautet eine häufige Definition.<sup>6</sup> So besitzt sie auch eine ausschließende Funktion, denn die Minderheit, die über dieses Ungewöhnliche verfügt, wird von der Mehrheit, bei

der das nicht der Fall ist, abgegrenzt. Wilhelm Trapp nennt angesichts der Bedeutungsvielfalt von Schönheit als kleinsten gemeinsamen Nenner, als »Minimaldefinition des Schönen«, das Schöne sei »die Leerformel für das Begehrte – »schön« wird genannt, worauf sich die Wünsche des Menschen richten«<sup>7</sup>.

»Schönheit« an sich ist schwer definierbar. Sie entzieht sich einer wissenschaftlich korrekten Definition, hat allerdings einen eindeutigen Gegenbegriff: die Hässlichkeit. Schönheit ist also relational. Denn Schönheit und Hässlichkeit sind aufeinander bezogene und nur in Beziehung zueinander definierbare Begriffe. Sie stehen in einem Spannungsbogen mit vielen Zwischentönen, welche sich im Lauf der Geschichte immer wieder veränderten und welche sich auch im Laufe einzelner Biografien verändern können.

Soziobiologisch und evolutionstheoretisch orientierte Attraktivitätsforscher<sup>8</sup> sehen das anders. Sie definieren Schönheit (allerdings bezogen vorwiegend auf das Gesicht) als in der Evolution begründetes, hartes, weitgehend objektivierbares Faktum mit wenig kulturellen und sozialen Einflüssen, welches darin begründet ist, dass »nur die Schönsten überleben«<sup>9</sup>. Sie beziehen sich dabei neben Vergleichen mit dem Tierreich auf empirische Studien mit Versuchspersonen. Zu bedenken bleibt allerdings, dass Versuchspersonen, auf deren Urteil die Soziobiologie ihre Attraktivitätsforschung gründet, sehr wohl in einem sozialen Umfeld leben und von diesem nicht unbeeinflusst sind. Daher darf in Frage gestellt werden, inwiefern ihre Urteile normativ und kulturell unabhängig erfolgen.

Schönheit mag nicht ausschließlich subjektiv sein (vor allem, was Gesichtsproportionen betrifft), aber sie ist auch keine objektive, klar definierbare Größe (vor allem, was die Figur betrifft). Sie enthält besonders hinsichtlich der Figur ein Wandlungspotenzial. Dies erklärt auch die große Vielfalt an Schönheitsidealen, die es im Laufe der Geschichte gab.

Nina Degele<sup>10</sup> unterscheidet zwischen den Definitionen von »Schönheit«, »Schönheitshandeln« und »Attraktivität«. Schönheit definiert sie als »massenmedial produzierte und im Alltag relevante Auffassungen von dem, was Schönheit als hegemoniale Norm im medial-öffentlichen Diskurs in Abgrenzung zum Nicht-Schönen oder Hässlichen ist oder sein soll«. Attraktivität hingegen enthält laut Degele auch die Komponente der Darstellung. Sie sei »im Spannungsfeld von Körperschönheit und Darstellungskompetenz angesiedelt«. Schönheitshandeln wiederum habe Prozesscharakter. Beim Schönheitshandeln steht laut Degele »nicht die Ästhetik im

Vordergrund [...], sondern die gelingende oder misslingende Anerkennung«. Dies spricht einen Aspekt an, dem wir im vorliegenden Buch immer wieder begegnen werden: die Verknüpfung von Schönheit und sozialer Anerkennung.

Schönheit ist widersprüchlich: Einerseits stellt sie ein erstrebenswertes, hohes Gut dar und ist eines der großen Objekte menschlichen Verlangens. Andererseits gilt sie als banal und äußerlich und gerade das Begehren nach ihr als oberflächlich. Sie wird zugleich als Fassade und als übernatürliche Kraft definiert. Sie kann mit Innerlichkeit oder mit Äußerlichkeit in Verbindung gebracht werden. Schönheit gilt sowohl (und gleichzeitig) als Hinweis auf einen oberflächlichen Charakter, dem es an nötigem Tiefgang fehle, als auch als geschickte soziale Positionierung. Schönheit wird sowohl mit Dummheit<sup>11</sup> als auch mit Klugheit in Verbindung gebracht: Wer seinem Aussehen zu viel Aufmerksamkeit widme, mit dessen Intelligenz könne es wohl nicht weit her sein, lautet ein gängiges Vorurteil, welches unter anderem in der Verbindung von »blond« und »dumm« gipfelt. Gleichzeitig etabliert sich Schönheit zusehends als sozial anerkanntes, kluges Erfolgskalkül, welches – bewusst eingesetzt – größere Chancen im Leben ermögliche.

Es gibt offizielle und inoffizielle, öffentliche und private Ausprägungen des Schönheitsideals. Beispielsweise bedeutet das schlanke Schönheitsideal nicht, dass ausschließlich schlanke Frauen als Sexualpartnerinnen attraktiv sein müssen. Pornofilme und Spielfilme verbreiten unterschiedliche Ideale.<sup>12</sup> Maßgeblich für diese Unterschiede ist, in welchem sozialen Zusammenhang (beispielsweise Mode, Gesundheit, Sexualität, Unterhaltung) Schönheit und Körperlichkeit angesprochen werden.

In unserer Kultur gilt Schönheit einerseits als natürliche, authentische Qualität, was sich beispielsweise in Diskursen über »innere Schönheit« und »Ausstrahlung« äußert. Andererseits ist sie jedoch immer besser herstellbar und manipulierbar, wodurch die Unterscheidung, ob Schönheit natürlich oder künstlich ist, auf Schwierigkeiten stößt. Schönheit hat zugleich Aspekte von Unterdrückung, aber auch Befreiung, von Individualität, aber auch der Anpassung an Gruppennormen. Das Gefühl, einem Schönheitsideal entsprechen zu müssen, kann frustrieren und krank machen. Die Annahme, durch Schönheit Identität und soziale Anerkennung zu erlangen, kann hingegen ein Gefühl von Macht und Selbstbestimmung verleihen.