

Paper mit dem Titel

„Aging Bodies in Motion: Dekonstruktion alter(nder) Körper durch die Generation der ‚jungen Alten‘ in den zeitgenössischen Bildkulturen“

für einen Vortrag auf der dritten Jahrestagung der Kulturwissenschaftlichen Gesellschaft mit dem Thema „Bodies in Motion“ an der Universität Gent

von Florian Diener M.A.

Doktorand am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

flo.diener@fau.de

(449 Wörter)

Jugend, Schönheit, sozialer Status, Gesundheit oder Leistungsfähigkeit. Diese und viele weitere ‚menschliche Wertigkeiten‘ scheinen stereotypisierte Körper in visuellen Kulturen für deren Betrachter_innen bereitzuhalten. Dabei fungieren solche Körper in Bildkulturen als physisches Trägermedium und als Folie, die soziale Kategorien, wie bspw. Geschlecht, Alter, Ethnie, Klasse, Religion, Herkunft oder sexuelle Orientierung als Ergebnis diskursiver Konstruktionsprozesse vermitteln. Dass sie damit in immanenter Weise an der Konstruktion und Sedimentierung zahlreicher Differenz schaffender Sozialkategorien beteiligt sind, diese entscheidend mitgestalten und dadurch menschlichen Körpern in unserer Gesellschaft letztendlich eine eigene Wertigkeit inskribieren, gilt als unbestritten. Dabei werden den Betrachter_innen alltäglich in zahlreichen TV-Formaten, in Zeitschriften, in Werbeanzeigen oder im Internet idealisierte Körperpraktiken performativ und gebetsmühlenartig vorgeführt. Darüber hinaus verstärken soziale Medien wie Instagram oder Facebook durch ihre eingeforderten „Technologien des Selbst“ (Foucault, 1988) die Disziplinierung und Arbeit am eigenen Körper.

Nahezu unausweichlich und omnipräsent durchdringen solche medialen Darstellungen performativer stereotyper Körperlichkeit unseren Alltag. Dass dies nicht ohne Auswirkungen auf Mediensozialisationsprozesse, auf Meinungsbildung und Identitätskonzepte der Rezipient_innen bleibt, gilt im alltäglichen wie im wissenschaftlichen Diskurs als

selbstverständlich (vgl. u.a. Bonfadelli 1981; Kübler 2010: 17). Auf der Basis (de-)konstruktivistischer Forschungsansätze wirken mediale Inhalte subjektkonstituierend und determinieren somit auch die soziale Identität. „Die Rezeption von Medien gehört damit zu den sozialen Praktiken, mit denen im Alltag (...) ‚doing identity‘ betrieben wird“ (Hipfl 2010: 90). Von besonderem Interesse erscheinen daher auch intersektionale Ansätze, welche die Durchdringung und Verwobenheit sozialer Kategorien, wie Geschlecht, Alter, Körper, Ethnie, Religion, Klasse, sexuelle Orientierung usw. untersuchen (vgl. Thiele 2015: 18). „Gemeinsam mit vorherrschenden Normen und Werten ermöglichen sie Identitätskonstruktion“ (Thiele 2015: 82). Dennoch sind intersektionale Ansätze in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungspraxis immer noch eher die Ausnahme als die Regel. Dabei könnte vor allem die Forschung zu der Kategorie Alter sowie die Alter(n)sforschung (welche nicht zuletzt vor dem Hintergrund des demographischen Wandels in Zukunft immer wichtiger wird) enorm von intersektionalen Ansätzen profitieren.

So ist in den vergangenen Jahren vermehrt zu beobachten, dass körperliche Schön- und Schlankheitsideale, aber auch die Darstellung von körperlicher Leistungsfähigkeit in Bildkulturen nicht mehr an einer imaginären Altersgrenze Halt machen und eine zunehmend größere Rolle in Konstruktionsprozessen älterer Körper spielen. Der ‚Zwang zur Körperoptimierung‘ und ‚Arbeit am eigenen Körper‘ hat in der medialen Realität somit längst auch ältere Generationen erfasst und wirft Fragen nach der zukünftigen Art und Weise des Alterns auf.

Hier will der Vortrag einen kleinen Beitrag leisten, indem er ‚Aging bodies in Motion‘, also Veränderungen performativer stereotyper Körperpraktiken der Gruppe der sog. „jungen Alten“ in zeitgenössischen Bildkulturen unter besonderer Berücksichtigung des Geschlechts im Rahmen einer qualitativen Bildanalyse beleuchtet. Besonders geeignet zur Analyse scheinen dabei Werbeanzeigen und journalistisches Bildmaterial, da diese in ihren Wiederholungen und ihrer komprimierten Performativität Darstellungsweisen vornehmlich stereotyper idealisierter Körper hervorbringen, die sich letztlich als soziale Realität manifestieren.

LITERATUR

Bonfadelli, Heinz (1981): Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Berlin. Spiess.

Foucault, Michel (1993): Technologien des Selbst. Frankfurt am Main. Fischer.

Hipfl, Brigitte (2010): Cultural Studies. In: Vollbrecht, Klaus; Wegener, Claudia (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kübler, Hans-Dieter (2010): Medienwirkungen versus Mediensozialisation. In: Vollbrecht, Klaus; Wegener, Claudia (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Thiele, Martina (2015): Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes. Bielefeld. transcript.