

1 Einleitung

Das Aufwachsen und Leben in einer Bildgesellschaft

›Photós‹ hieß auf Griechisch Licht und ›graphein‹ schreiben, zeichnen. Ein Photograph ist also einer, der mit Licht malt, der die Welt mit Licht und Schatten immer wieder neu schreibt. Wim Wenders im Film »Das Salz der Erde. Eine Reise mit Sebastião Salgado« 2014

1.1 Hinführung

»Weil ich es mir wert bin«, haucht Claudia Schiffer in einem Werbespot für den Verkauf von Schönheitsprodukten in die Kamera. Ein »perfektes Lächeln« verspricht die Zahnverschönerungswerbung in der Straßenbahn. Zum Abnehmen animiert die Junk-Mail im Posteingang. »Laden Sie ein Foto von sich hoch«, fordert die Social-Media-Plattform im Anmeldeprozess. Mit attraktiven Fitnessfotos wirbt der Influencer auf Instagram. Das Aufwachsen von jungen Menschen vollzieht sich heute in einer Gesellschaft, die großen Wert auf den Körper und das Körperäußere legt, in der normierte Körperbilder in den Medien stets präsent und mithin normative Anforderungen an die ästhetische Gestaltung des eigenen Körpers wirksam sind.

Folgt man soziologischen Gegenwartsanalysen (vgl. u.a. Imhof 2006; Willems/Jurga 1998; Willems/Kautt 2003), leben wir in der westlichen Welt in einer »Gesellschaft der ›visuellen Kultur‹« (Jenks 1995, zit. in Burri 2016, S. 342) bzw. in einer »Bildgesellschaft« (Astheimer 2008, S. 10), für die die Kommunikation im Medium des Bildes kennzeichnend ist. Diese Analysen stellen keineswegs in Abrede, dass Bildern in den vergangenen Jahrhunderten ein bedeutender und wirkmächtiger Stellenwert zukam. Eine wesentliche Bedeutungsverschie-

bung wird allerdings hinsichtlich der Herstellung, Veränderung, Verbreitung und Rezeption von Bildern konstatiert. Technische Errungenschaften haben zu einer beschleunigten Herstellung und Verbreitung visueller Informationen geführt. So handelt es sich z. B. bei der Fotografie inzwischen um eine leicht zu erlernende Kulturtechnik, sowohl hinsichtlich der Herstellung als auch hinsichtlich der Manipulation von Bildern. Die Verbreitung von Fotografien ist durch die Digitalisierung und insbesondere durch das Social Web in Sekundenschnelle und weltweit möglich. Dadurch konnte das Fotografieren zu einem weit verbreiteten Kommunikationsmedium für alle Menschen avancieren (vgl. Maar/Burda 2006, zit. in Burkart/Meyer 2016, S. 11). Die Allgegenwart von Bildern und die wachsende Macht der visuellen Kommunikation haben Boehm (1994) im deutschen und Mitchell (1992) im anglo-amerikanischen Sprachraum fast zeitgleich zur Propagierung des »iconic turn« resp. »pictorial turn« bewogen. Sie haben in ein Verständnis von Bildern als sinnstiftende Einheiten eingeführt, welches die Macht und die Bedeutung von Bildern in der Gesellschaft prononciert (vgl. Boehm 2007, S. 29).

In diesem Kontext, so eine pointierte These zum iconic bzw. pictorial turn, sei auch der Körper zum Bild geworden (vgl. Klein 2008, S. 209). Zumindest wird eine verstärkte Fokussierung auf den Körper konstatiert: Mit der »wachsenden Visualisierung treten die Körper ins Zentrum medialer (Selbst-)Repräsentanz« (Kutzer 2021, S. 123). In diesem Zusammenhang seien Mitglieder der westlichen Gesellschaft ständig gefordert, sich »zu verändern, anzupassen, neu zu gestalten und zu optimieren« (Alkemeyer/Budde/Freist 2013a, S. 11). Die Maßgabe bilden dabei bestimmte Vorstellungen von Schönheit, Attraktivität, Leistungsfähigkeit und letztlich Normalität. Sie gerinnen in unterschiedlich normierten Körperbildern, die in Massenmedien – in Print- und Bildmedien, in Hochglanzjournalen, im Fernsehen – und in Social Media Verbreitung finden. »Der Körper ist machbar«, konstatiert Klein, und seine ästhetische Gestaltung sei »zu einer individuellen Pflicht geworden« (Klein 2008, S. 213). Diese Bedeutungsaufwertung des Körpers in gesellschaftlichen Entwicklungen hat in den Sozial- und Kulturwissenschaften zur Ausrufung des »body turn« (Gugutzer 2006) geführt.

Die Aufforderungen zur »Arbeit am Selbst« im Allgemeinen und zur Arbeit am Selbstbild im Spezifischen implizieren dabei grenzenlose und autonome Verfügungsmöglichkeiten über den eigenen Körper sowie über das Selbst, was als Versprechen einerseits, als Zumutung und Verunsicherung andererseits empfunden werden kann (vgl. Mayer/Thompson 2013, S. 7f.). Die damit konturierten Anforderungen an das Selbst und dessen Gestaltung bzw. Ge-

staltbarkeit wirken auf das Leben ein – das Sein wie auch das Werden. Dabei sind junge Menschen in besonderer Weise damit konfrontiert, sich mit den Anforderungen und Herausforderungen einer Bildgesellschaft sowie mit gesellschaftlichem Wandel mit und an ihren Körpern auseinanderzusetzen, denn sie befinden sich in einer Lebensphase, in der sie gehalten sind, sich gesellschaftlich (neu) zu positionieren, um Handlungsfähigkeit und Handlungsmacht für sich beanspruchen zu können (vgl. Carstensen et al. 2014, S. 15; Shell Deutschland Holding 2006, S. 15ff.). Damit ist das grundsätzliche Interesse dieser Arbeit umrissen: die An- und Herausforderungen des Aufwachsens und Lebens junger Menschen in einer Bildgesellschaft.

1.2 Erkenntnisinteresse, Forschungsfragen und Konzeption der Studie

Dieses Interesse konkretisiert sich in der vorliegenden Studie in der Fokussierung auf den Umgang junger Menschen mit medialen Repräsentationen ihrer Körperbilder und auf die Vorstellungen des eigenen Körpers und Selbsts in visuell und diskursiv geprägten Kontexten. Orte, an denen solche Körper- und Bildpraktiken deutlich zutage treten, sind ›Social-Media-Plattformen‹ bzw. ›digitale soziale Netzwerke‹ wie Instagram, Facebook, Snapchat und Co. Dabei handelt es sich um webbasierte Dienste, in denen Inhalte nicht nur konsumiert, sondern auch selbst erstellt werden können. In solchen Netzwerken werden Fotografien – darunter auch fotografische Selbstdarstellungen – gepostet¹, betrachtet und kommentiert. Die Bildpraktiken junger Menschen im Social Web sind Gegenstand zahlreicher öffentlicher Debatten, quantitativer wie qualitativer Untersuchungen und wissenschaftlicher Diskurse. Dabei findet, wie in Kapitel 2 fundiert aufgezeigt wird, in diesen Auseinandersetzungen vielfach eine Individualisierung der Bild- und Körperpraktiken junger Menschen statt, die droht, die Gesellschaftlichkeit fotografischer Selbstdarstellungen zu vernachlässigen. Die durchaus vorhandenen gesellschaftstheoretischen Bezüge und Betrachtungsweisen tendieren vielfach dazu, sich selbst darstellende junge Menschen auf Spielbälle gesellschaftlicher Strukturen zu reduzieren (vgl. Schär 2019, S. 184). Auf den Fotografien gelangt eine Vielfalt

1 Gemäß einschlägigen Wörterbüchern wird mit dem englischen Begriff ›Posting‹ das Verfügbarmachen von Inhalten in Online-Kontexten (sozialen Netzwerken, Foren, Blogs etc.) bezeichnet.