Seit 2003 – 22. Jahrgang

ensuite

Zeitschrift zu Kultur & Kunst

Einzelpreis CHF 12.00 // Europa € 10.00
Inkl. MwSt. // ISSN 1663-6511

4 191300 810003 02

Auch in Deutschland
und Österreich erhältlich.

Februar 2024
Nr. 254

«High Five!»
Wir reden im «Westen» von Demokratie und sehen uns als die «Besseren». Echt?

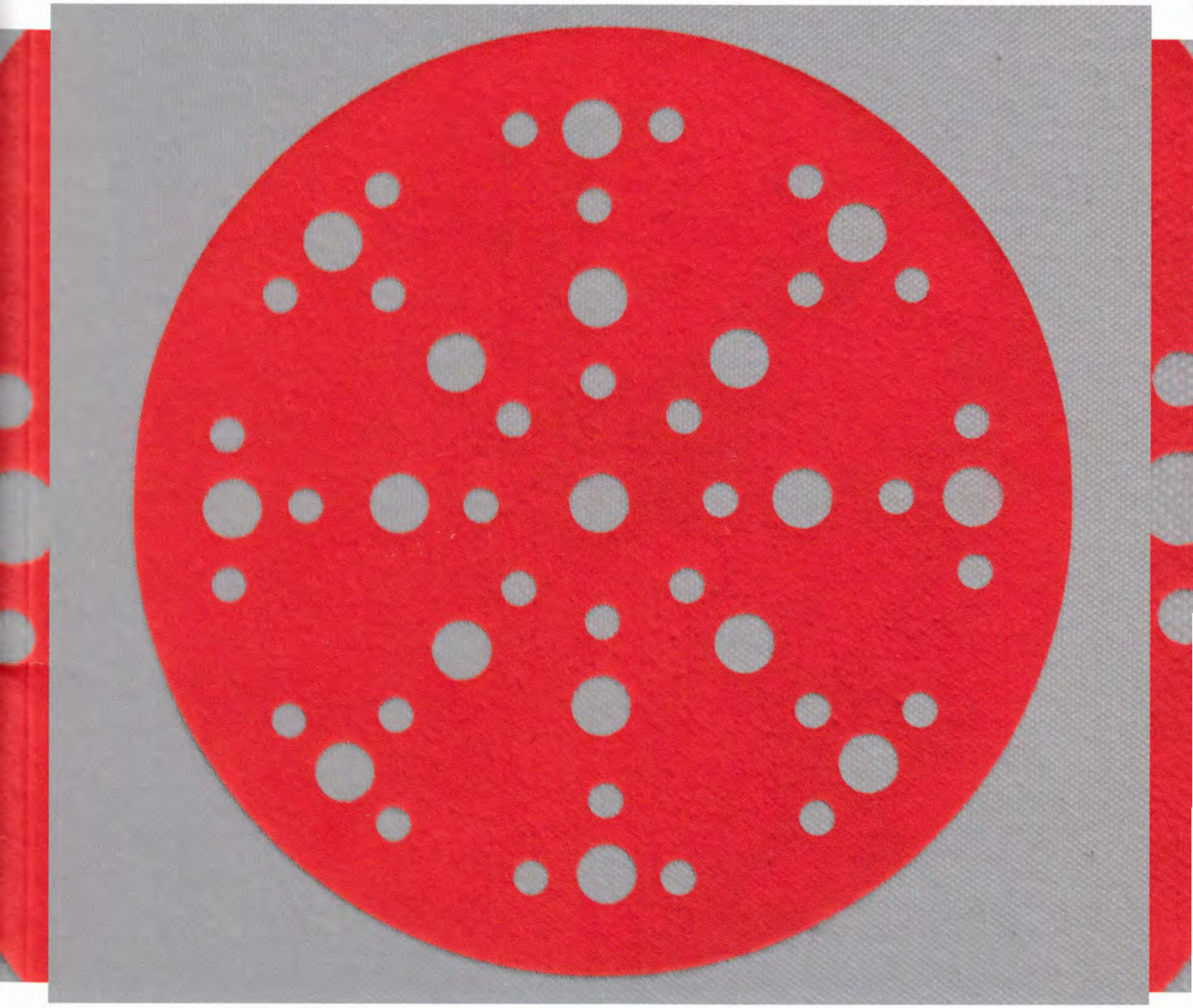
Entfremdung, Nähe, Sehnsüchte
Derzeit wenden sich junge Schweizer Filmer wieder der Heimat zu.

Tickst du schon oder liest du noch?
Wie in der Literatur gegen Mütter ständig vom Leder gezogen wird.

Die Ratlosigkeit unserer Zeit
Die Themen werden nicht verhandelt, sondern alles ist bloss Unterhaltung.

Kunst gegen Wintermüdigkeit!
Einige sehenswerte Ausstellungen sollen hier hervorgehoben werden.

Die Ästhetisierung
Der Körper als Anreiz für Konsum, Politik und neu für Integration und Toleranz.



Die Ästhetisierung des menschlichen Körpers als mediale Botschaft

Von Nana Pernod

Die Ausstellung «Talking Bodies. Körperbilder im Plakat» des Museums für Gestaltung in Zürich ist eine umfangreiche Schau, die eine Vielzahl von Plakaten im Dialog mit Werbespots, Objekten der Alltagskultur, historischen Bildern und zeitgenössischen Kunstpositionen präsentiert. Die grosse Menge des Bildmaterials zum Thema des menschlichen Körpers hat die Kuratorin Bettina Richter in sechs grössere Themenblöcke aufgeteilt, in denen sie die Macht der Bildersprache im Lauf der Zeit thematisiert. Der menschliche Körper war schon immer Projektionsfläche für verschiedenste Botschaften: vom Anreiz zum Konsum, zum politischen Handeln und neu auch zu Themen wie Integration und Toleranz. Beim Gang durch die unzähligen Plakate fällt auf, dass sich viele Körperdarstellungen dem idealisierten, genormten binären Geschlechtermodell widmen: Der Mann wird als muskulöser, aktiver Mensch gezeigt, die Frau hingegen in ihrer passiven Rolle als Objekt der Begierde und des Liebreizes. Oft geht es um Konsumwelten, die sich dieser Stereotype bedienen. Das männliche Stereotyp wird oft auch in politischer Werbung verwendet, beispielsweise in historischen Plakaten, die dazu aufrufen, Soldat zu werden, oder in politischen Kampagnen: Der sichere und starke Mann kann die Nation anführen. In der Ausstellung sind diese Darstellungen wohltuend kontrastiert mit zeitgenössischen künstlerischen Gegenpositionen, die beispielsweise die Verletzlichkeit des männlichen Körpers oder in Performances von Künstlerinnen die autonome Identität des weiblichen Körpers zeigen, der jedweder Passivität entbehrt. Dadurch, dass der Beobachter einerseits mit grafisch und fotografisch normierter Ästhetik auf der einen Seite und mit entgegengesetzten Positionen auf der anderen Seite konfrontiert ist, wird die Schau zu einem reflektierten Parcours. Hier geht es darum, über die Macht der Bilder, unsere Verführbarkeit und unsere inneren Bilder des menschlichen Körpers nachzudenken. Das Thema ist vor allem auch für die Gegenwart und die Macht der sozialen Medien relevant. In diesen findet in jedem Moment eine Zensur durch die Mehrheitsbeschlüsse der «User» statt, und der Druck auf die junge Generation, es diesen medial idealisierten Körperbildern gleichzutun, steigt. In der Schau sind diesbezüglich erschütternde Bilder von abgemagerten Körpern zu sehen, die in den sozialen Medien idealisiert werden. Vor allem das historische Bildmaterial, zu dem der heutige Betrachter auf Distanz gehen kann, zeigt, wie der Körper in den medialen Bildwelten zum Objekt wird. Exemplarisch dafür sind die alten Plakate, die Kaffee, Schokolade oder Reisen bewerben. Hier sind die schwarzen Körper als exotische Lockmittel abgebildet, die die Funktion der Verführung haben. Ein Werbeplakat wirbt aber auch für eine Seife, welche die Hände eines schwarzen Menschen weisswäscht. Das wäre heute so nicht mehr möglich, und doch zeigt es eine sehr prägnante Bildsprache, die seinerzeit als völlig normal und akzeptabel wahrgenommen wurde. Einige gegenwärtige Tendenzen in diesem Bildschauspiel zum menschlichen Körper wenden sich aber auch explizit an eine diverse Gesellschaft. Es sind dies beispielsweise Plakate der Dachorganisation Pro Infirmis, die mit behinderten Menschen wirbt im Sinne von «ungehindert behindert», oder Pro Senectute, die ältere Menschen in einer Weise abbildet, die dem alternden Körper Würde verleiht. Das Unvollkommene, das wir alle nur zu gut kennen, ist so explizit Thema dieser Bildwelten. Die gleichzeitige Flut konservativer, idealisierter menschlicher Körper findet auch heute ihre Fortsetzung vor allem in nicht demokratischen, totalitären Gesellschaftsmodellen. Hier dienen Stereotype wie die Stärke des Mannes und die Passivität der Frau als anzustrebende Lebensmodelle. Sowohl der enthüllte begehrenswerte weibliche Körper, der auf einem Werbeplakat für reizvolle Unterwäsche wirbt, wie auch das politische Plakat «Stopp. Ja zum Minarettverbot», das eine Frau mit Niqab abbildet – beide bedienen sich der Idee der Passivität der Frau, tun dies aber auf sehr unterschiedliche Art und Weise. Auf einer Darstellung wird eine Statistik der Schönheitsoperationen aufgeführt: Spitzenreiter sind die USA und Brasilien. Daneben kann man die Installation zu Silikonimplantaten mit dem Titel «Explantate» (2010/12) der Künstlerin Esther Hoyer für sich aufnehmen und auch mit den Exponaten experimentieren, indem man sich vor einem Spiegel ein Silikonkinn aufsetzt. Die Ausstellung ist so auch interaktiv ausgerichtet; die Besucher können sich vertieft mit dem diskutierten Thema auseinandersetzen. Die Schau «Talking Bodies. Körperbilder im Plakat» ist sehr reichhaltig und bietet mit ihrer Flut an Körperbildern unterschiedlicher Epochen einen Parcours, der ein sehr breites Publikum bedient. Man bringt ja schliesslich auch seinen eigenen Körper in die Ausstellung mit und kommt so nicht umhin, dazu und zum Gezeigten Stellung zu beziehen. Ein anregendes und zuweilen aufwühlendes Erlebnis mit einem Echo, das zur Reflexion anregt und zeigt, dass die Ästhetisierung des menschlichen Körpers ein Dauerthema ist.

Bild: Walter Herdeg, Foto: Albert Steiner, St. Moritz, 1933 © Marcel Herdeg

Bild: Metzger Lehner Briccola AG, Erwin Aljukic / Wir lassen uns nicht behindern. Pro Infirmis, 2002 © Metzger Lehner Briccola