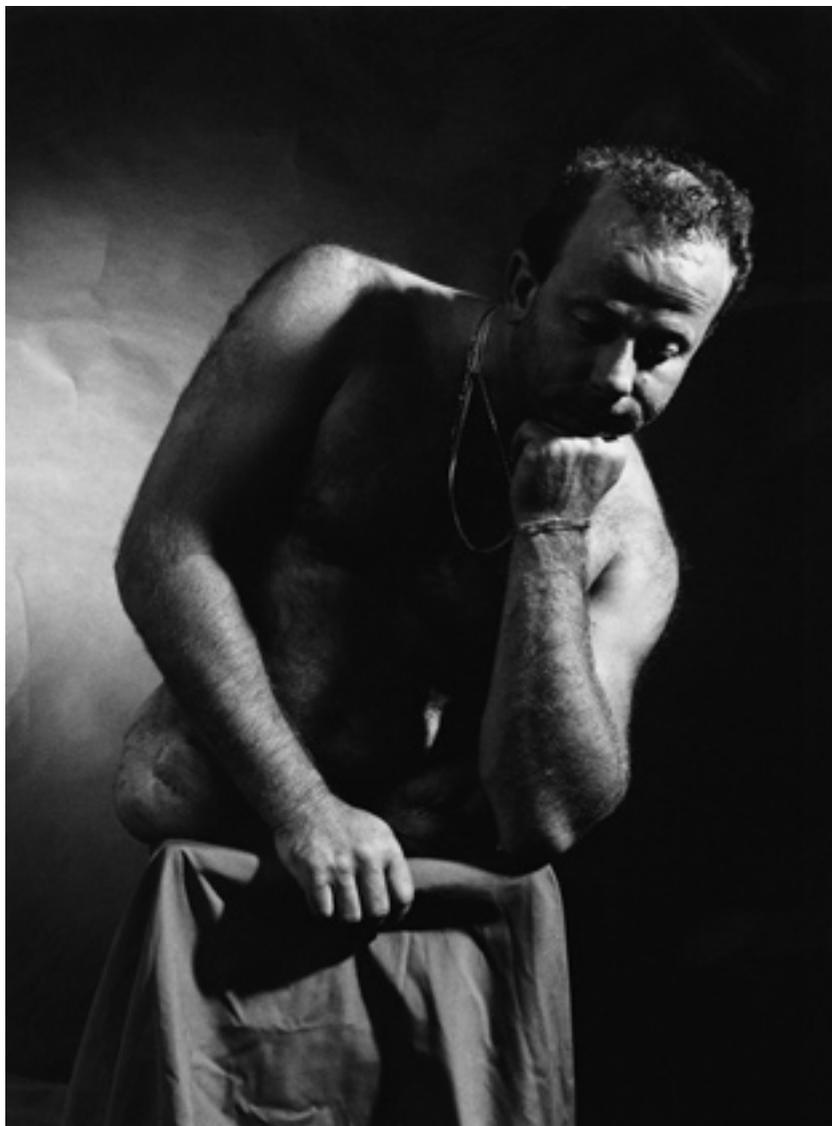


THEMA ▶ Wohnen im eigenen Körper



Ein Bild der Ausstellung „Ganz unvollkommen“, die beim Wissensforum-Kongress „Wohnen im eigenen Körper“ in Graz zu sehen war. Ein Portrait des Fotografen Rasso Bruckert lesen Sie auf Seite 69.

Foto: Rasso Bruckert

„Denn das Schöne ist nichts als des Schrecklichen Anfang...“ (Rilke)

Psychoanalytische Reflexionen zur Tyrannei des Schönheitsideals der Körper

Klaus Posch

Wie entstehen „Idealbilder“ und wie beeinflussen sie unser Erleben und Verhalten? Aus der klinischen Forschung ist bekannt, wie Narzissmus, Identifikation, Idealisierung und „Identifikation mit dem Angreifer“ den Austausch zwischen Umwelt und Individuen beeinflussen. Die Folgen dieser Austauschprozesse können insofern verheerend sein, als die Abwertung des eigenen Körperbildes im Spiegel der öffentlichen Idealbilder die Räume für Begegnungen reduziert. Eine große Zahl von Menschen wird durch physikalische Barrieren, eine weitere große Zahl von Menschen durch symbolische Barrieren am Betreten öffentlicher Räume gehindert. Die Idealisierung „des Schönen“ zeigt in solchen Exklusionsprozessen ihre vielfältigen „dunklen“ Seiten.

Die Schönheit der Körper

Aus den „Märchen der Brüder Grimm“¹: „Als die Königin wie so oft schon wieder einmal ihren Spiegel fragte: ‚Spieglein, Spieglein an der Wand, wer ist die Schönste im ganzen Land?‘ antwortete dieser: ‚Frau Königin, Ihr seid die Schönste hier, aber Schneewittchen ist tausendmal schöner als Ihr‘. Darob erschrak die Königin und ward gelb und grün vor Neid. Von Stund an, wenn sie Schneewittchen (ihre Stieftochter) erblickte, kehrte sich ihr Herz im Leibe herum, so hasste sie das Mädchen.“ Dem Hass der Königin auf ihre Stieftochter folgten vier Mordversuche der Mutter an ihrer Tochter, bis sie selbst zur Strafe für ihre Mordversuche in rot glühenden Schuhen tanzen musste und tot zur Erde fiel. Dieses Märchen wurde von den Brüdern Grimm schriftlich aufgezeichnet, es hat eine mündliche Tradition als Volkserzählung. Die Menschen wussten im 18. Jahrhundert um die Destruktivität des Schönheitsideals. Wissen wir als „aufgeklärte“ Menschen des 21. Jahrhunderts noch darum?

Umberto Eco² schreibt in der Einführung zu seinem Buch „Die Geschichte der Schönheit“: „Schön ist etwas, über das wir, wenn es uns gehörte, glücklich wären, aber das auch schön bleibt, wenn es einem anderen gehört. (...) Formen der Leidenschaft wie Eifersucht, Besitzwunsch, Neid oder Habgier haben nichts mit dem Sinn für das Schöne zu tun“. Eco klammert bei dieser Definition von Schönheit aus, dass Schönheit eine soziale Konstruktion ist! Er erweist sich als Vertreter eines „naiven“ Ästhetizismus, einer Haltung, in der wichtige Aspekte des Zugangs zum Phänomen „Schönheit“ nicht erfasst und auch nicht erkannt werden sollen. In seiner abschließenden Bemerkung zur Geschichte der Schönheit wird das nochmals deutlich: „Unser Erforscher der Zukunft wird das von den Massenmedien des 20. Jh. und darüber hinaus verbreitete ästhetische Ideal nicht mehr identifizieren können. Vor der *Orgie der Toleranz* (Hervorhebung: K.P.), vor dem totalen Synkretismus, vor dem absoluten und unaufhaltsamen *Polytheismus der Schönheit* (Hervorhebung: K.P.), wird er kapitulieren müssen.“³

Weiters „sticht ins Auge“, dass Eco Schönheit auf die Schönheit der Körper reduziert und mit „Schönheit“ vor allem den (weitgehend) unbedeckten weiblichen Körper assoziiert. Können wir uns darüber freuen oder sollen wir uns davor fürchten? Ich glaube, Zweiteres ist angebracht!

„Schönheit“ in der Werbung als der herrschenden Form trivialer Kunst bedient sich gleichfalls in erster Linie der (weitgehend) unbedeckten Frauenkörper, um Menschen zum Kauf unterschiedlichster Waren zu motivieren: Frauenkörper werden in der Werbung universal eingesetzt. Das Gleichnis lautet dabei: Der angebotene Artikel ist wie der dargestellte Frauenkörper jung, schön und unverbraucht“. Mit der öffentliche Darstellung von „jungen, schönen und unverbrauchten“ Frauenkörpern lässt sich (fast) alles gut verkaufen: vom Klassenlos, über Handys, Bankinvestments, natürlich Autos, Bekleidung, Versicherungen Uhren usw.⁴

Ich möchte über die bekannte Kritik am Sexismus von Werbung hinausgehen und behaupte folgendes: Sexistische Werbung dient nicht nur dem Verkauf von Konsumgütern (sex sells!), sondern auch der Idealisierung bestimmter Körpertypen und sie gibt uns allen einen Auftrag, unsere Körper nach einem Idealtyp zu „formen“: „Der Körper, den wir zu erzielen haben, ist vital, jung, makellos, schlank, gesund, beweglich, leistungsfähig, jederzeit einsatzbereit, belastbar, zivilisiert und diszipliniert. Er signalisiert eine Person, die über die richtige moralische Haltung verfügt, jederzeit HerrIn ihrer Affekte ist und selbstverantwortlich an den gesellschaftlich geforderten Vorgaben arbeitet.“ So Helene Karmasin⁵ in ihrem 2011 erschienenen Buch „Wahre Schönheit kommt von außen“. Wessen Körper nicht über diese Eigenschaften verfügt, wird mehr oder weniger diskriminiert: Fette Menschen – so Karmasin – fungieren als „cultural criminals“, durch ihre Abweichung machen sie wie andere Sünder und Verbrecher klar, „was das geforderte Verhalten der vernünftigen und moralisch Guten ist“.⁶



Abbildung 1



Abbildung 2

Über Medien werden wir unentwegt einem breiten Strom von Bildern ausgesetzt, in denen Körper gezeigt werden, meist wünschenswerte Körper. Medien veröffentlichen das, was wir unter einem wünschenswerten Körper zu verstehen haben. Aber auch ein Blick in die Geschichte der bildenden Kunst zeigt, dass die Suche nach den wünschenswerten Körpern in der europäischen Geschichte stets ein starkes Motiv für künstlerisches Schaffen war. Und auch hier stellen wir einen geschlechtsspezifischen „bias“ fest: Frauen werden häufiger mit Vorstellungen des idealen Frauenkörpers konfrontiert als Männer.

Im Körperdiskurs der Kosmetik⁷ geht es gleichfalls um die Makellosigkeit des äußerlichen körperlichen Erscheinungsbildes. Wir inszenieren damit überzeugendes Auftreten und zugleich Vertrauen, sozialen Erfolg und Aufmerksamkeit⁸. Implizit informieren wir unser Gegenüber darüber, dass wir anpassungsfähig und anpassungswillig sind. Bisweilen sind die Bekleidungsvorschriften im Alltag bei etwas distanzierter Betrachtungsweise absurd. Die junge Dame (Abbildung 1) zeigt sich als anpassungsfähig und anpassungswillig; sie erweist sich als Kandidatin für den sozialen Aufstieg in höhere Kreise – während es sich die zweite, ältere, Dame bequem machen kann.

Schönheitswettbewerbe, Mode, Modefotografie usw. beschreiben nicht nur ein Schönheitsideal, sondern sie schreiben es auch im Sinne einer Norm vor, der zu folgen ist, wenn man „dazu gehören“ will (Abbildung 2).

Im Kontrast dazu und offensichtlich auch als Kritik an der Idealisierung eines bestimmten Schönheitsideals gemeint stehen Bilder, wie die von Lucian Freud („Benefits Supervisor Sleeping“, Abbildung 3) und Skulpturen, wie die von Marc Quinn („Alison Lapper“, Abbildung 4). Solche Kunstwerke wirken „verstörend“ und werden in der Regel aus den öffentlichen Räumen verbannt. Warum ist das so? Meine These lautet: Kunstwerke, wie Lucian Freuds Bild „Benefits Supervisor Sleeping“ und Marc Quinns Statue „Alison Lapper“ verweisen auf die Schattenseite der Idealisierung und verletzen somit unseren Narzissmus. Was bedeutet dies alles?



Abbildung 3



Abbildung 4

Psychoanalytische Reflexionen zur Idealisierung des Schönen

Aus entwicklungspsychologischen Forschungen wissen wir, dass die Fähigkeit zur Idealisierung eine Voraussetzung dafür ist, dass Individuen eine reife Identität entwickeln können, eine Identität, die einerseits flexibel genug ist, sich an veränderte Anforderungen der Außenwelt anzupassen, andererseits stabil genug, um Versuchungen als solche zu erkennen und auf der Grundlage verinnerlichter Werte unter Umständen gegen Ansinnen Anderer Widerstand zu leisten. Individualpsychologisch betrachtet durchläuft jeder Mensch hinsichtlich der Idealisierung verschiedene Entwicklungsstufen. In vereinfachter Darstellung können dabei folgende Entwicklungsstufen unterschieden werden:

- der Säugling lernt, um überleben zu können, zwischen guten und bösen Objekten zu unterscheiden, er idealisiert in „primitiver“ Weise die guten Objekte, indem er die bösen abspaltert und innerlich vernichtet. Auch Erwachsene können nach diesem Modus funktionieren. Wir sprechen in der Psychotherapie dann von Borderline-Strukturen und in der Gruppenpsychologie von Sündenbockstrategien (Beispiel: „Muslime sind Terroristen!“)
- Das Kleinkind entwickelt ein Größenselbst, das es im Vergleich zu den Erwachsenen psychisch überleben lässt, idealisiert sich dabei selbst und seine Eltern und projiziert sein grandioses Selbst auf Andere. In dieser Lebensphase liegen Liebe und Hass nahe beieinander, daraus entwickelt sich nach und nach die Fähigkeit zur Ambi-

Alter	Idealisierungstypus	Typus von maligner Regression
Säuglinge	Spaltung zwischen „gut“ und „böse“	Projektion auf „Sündenböcke“
Kleinkinder	Größenselbst	Idealisierung eines autarken Größenselbst
Kinder	Idealisierung von Objekten	Fixierung auf idealisierte Objekte
Jugendliche	Idealisierung von Werten	Fixierung auf idealisierte Werte

valenz. Diese Struktur „bewährt“ sich im Dauerwettbewerb der Erwachsenen und imponiert als „Selbstüberschätzung“: „Ich bin die Schönste der Welt!“ oder „Wer ist der Manager des Jahres?“

- Das Kind idealisiert Objekte auf der Grundlage unbewusster Schuldgefühle, die entstehen, wenn das Kind seine inneren Objekte in der Fantasie aus Angst oder Wut oder Zorn oder Begierde usw. verletzt oder gar tötet. In unseren Träumen sind wir auch als Erwachsene mit den hier angedeuteten inneren Konflikten zwischen Wunsch und Abwehr dieser Wünsche konfrontiert.
- Jugendliche etablieren Ideale und Werte, in denen sich ihr Ich-Ideal, das sich in der Beziehung zu ihren Eltern einerseits und den gesellschaftlichen Idealen andererseits gebildet hat, widerspiegelt.

Die hier beschriebenen Entwicklungsstufen sind nicht nur als individuelle Entwicklungsstufen zu verstehen, sie legen zugleich die Verpflichtungen der Individuen gegenüber gesellschaftlichen Ideologien fest. Ideologien verstehen wir als ein „unbewusst determiniertes System illusorischer Repräsentationen der Realität“.⁹ Auf der Grundlage der Forschung über die Dynamik von Großgruppen müssen wir anerkennen, dass Gesellschaften als Großgruppen in jedem Fall Ideologien herausbilden. Doch Gesellschaften entwickeln unterschiedliche Formen von Ideologien, die sich hinsichtlich ihres Potenzials, den einzelnen Subjekten, Paaren, Kleingruppen, Minderheiten usw. ein „gutes“ Leben zu ermöglichen, unterscheiden. Es gibt Kulturen, die das Leben lieben und es gibt Kulturen, die das Leben hassen¹⁰. Ideale der einzelnen Subjekte werden nicht zuletzt auch von jenen Ideologien festgelegt, mit denen sie sich konfrontiert sehen: „Wahre Schönheit kommt von außen!“ (Karmasin)

Im Zusammenhang unserer Fragestellung – welche Bedeutung Ideale, insbesondere Schönheitsideale für Personen, Gruppen, Gesellschaften und Kulturen haben – müssen vorerst noch einige weitere psychologische Phänomene und Begriffe geklärt werden, um ihre Wirkungen untersuchen zu können: Identifizierung, Idealisierung und der Abwehr-

mechanismus der „Identifizierung mit dem Angreifer“:

Die *Identifizierung* ist ein psychologischer Vorgang, durch den „ein Subjekt einen Aspekt, eine Eigenschaft, ein Attribut des anderen assimiliert und sich vollständig oder teilweise nach dem Vorbild des anderen umwandelt“.¹¹ Identifizierung in diesem Sinne steht in einer Reihe psychologischer Begriffe wie Imitation, Einfühlung, Empathie usw. Die Subjektbildung beim Säugling und auch noch beim Kleinkind folgt identifikatorisch nach dem Vorbild des anderen, also noch nicht auf der Grundlage einer Beziehung zwischen zwei unabhängigen Subjekten. Eine Beziehung setzt kognitive und emotionale Fähigkeiten voraus, die sich erst in einer späteren Phase in Interaktionen zu den primären Objekten entwickeln. Wichtig in unserem Zusammenhang ist die Beobachtung, dass wir uns im Laufe unseres Lebens immer wieder mit anderen identifizieren, wobei in diesen Identifizierungsvorgängen unsere frühen Erfahrungen mit den primären Identifizierungen eingehen. In Situationen, in denen wir aufgrund innerer und/oder äußerer Nöte regredieren, beeinflussen diese frühen Erfahrungen unsere Wahrnehmungen, Phantasien und Handlungen: In der Großgruppe bzw. Masse (z.B. als Publikum) bleiben wir verführbar, das Bedürfnis nach entlastender Identifizierung bleibt unerschöpflich, so auch das Bedürfnis nach Identifizierung mit einem Schönheitsideal. Bei der Partnersuche z.B. spielt unser unbewusstes Schönheitsideal eine entscheidende Rolle.

Von *Idealisierungen* sprechen wir dann, wenn in einem psychischen Vorgang der Identifizierung Qualität und Wert des Objekts Vollkommenheit erlangen. Das idealisierende Subjekt identifiziert sich mit seinem idealisierten Objekt. Die Idealisierung besonders der Eltern gehört notwendigerweise zur Aufrichtung des Ich-Ideals im Subjekt. Das Ich-Ideal ist jene Instanz unserer Persönlichkeit, die aus der ursprünglich narzisstischen Idealisierung des Ichs, den Identifizierungen mit den Eltern und den gesellschaftlichen Idealen entsteht. So stellt das *Ich-Ideal* ein Vorbild dar, an das das Subjekt sich möglichst vollständig anzu-

gleichen versucht.¹² Typologisch verlaufen Idealisierungen nach zwei Mustern: einerseits einem dialogischen Muster, bei dem das Subjekt in lebendiger Interaktion mit anderen lebt und andererseits einem monologischen Muster, bei dem das Verlangen nach Autarkie Oberhand gewinnt.¹³

Die ersten sozialen Erfahrungen macht der Säugling in der Beziehung zum Elternpaar, die ihm psychisch und physisch weit überlegen sind. In dieser Situation muss der Säugling – und später das Kleinkind – lernen, seine Ängste und Aggressionen zu meistern, was über die Entwicklung von Abwehrmechanismen erfolgt. Von den etwa Dutzend Abwehrmechanismen, die heute aus der klinischen Forschung bekannt sind, interessiert im Zusammenhang der Frage nach der Psychodynamik der Idealisierung insbesondere der Abwehrmechanismus der „Identifizierung mit dem Angreifer“, der von Anna Freud, einer Kinderanalytikerin, entdeckt wurde: Ein Subjekt, das sich einer äußeren Gefahr gegenüber sieht, identifiziert sich mit seinem Angreifer, „indem es sich entweder für die Aggression als solche verantwortlich macht, oder die Person des Angreifers physisch oder moralisch imitiert, oder sich bestimmte Machtsymbole aneignet, die ihn kennzeichnen.“¹⁴

Schönheitsideale gehören zu den Machtsymbolen einer Gesellschaft: Wenn Carla Bruni sich mit einem Kleid der Firma XY zeigt und dies in den Medien verbreitet wird, werden am nächsten Tag die Filialen der Firma XY gestürmt. Derzeit verkauft sich das Modell der Brille, die Steve Jobs getragen hat, besonders gut. Umgekehrt bedeutet dies, dass wir uns den Idealen zu unterwerfen haben und dabei an Individualität und dem Gefühl von Identität verlieren.¹⁵

Fassen wir das bisher Gesagte zusammen:

- Das Bedürfnis nach Identifikation, Idealisierung und Identifizierung mit dem Aggressor entspricht einem Grundbedürfnis der Subjekte nach Beziehung und „Zugehörigkeit“ zu anderen, seien es Individuen, Gruppen, Institutionen oder Gesellschaften.
- In jeder Beziehung gibt es auch Aspekte, Elemente von Idealisierungen. Der Modus der Idealisierung charakterisiert weitgehend unsere Beziehungen zu anderen.
- Mit dem Bedürfnis nach Identifikation, Idealisierung und Identifizierung mit dem Aggressor sind je nach psychischem Funktionsniveau Einschränkungen des Ichs und soziale Gefahren verbunden. Diese können in weiterer Folge im Sinne einer gesellschaftlichen Ideologie illusionär verkannt werden.
- „Schönheit als Ideal“ entfaltet oftmals maligne Formen:
 - Die angenommene absolute Gegensätzlichkeit von Schön und Hässlich führt in der Folge zu absoluter Abgrenzung vom so genannten „Hässlichen“. Das kann auch die eigene Person betreffen: Dysmorphophobie kann zum vollständigen Vermeiden sozialer Situationen führen. Betroffene verlassen nicht mehr ihre Wohnung, da sie ihren Körper oder Teile davon abgrundtief hässlich finden (ICD 10: F22.8 wahnhafte D. oder F45.2 nicht wahnhafte D.).
 - Die Sucht, als Schönste/r zu gelten, führt zu permanenter Befassung mit einem einzigen Aspekt der Persönlichkeit und zu psychischer Verengung und Reduktion von Entwicklungsmöglichkeiten (maligner Narzissmus, vgl. Schneewittchens Mutter).
 - Die Angst, als hässlich zu gelten, führt zu sozialem Rückzug und Einschränkung von sozialen Erfahrungen: Es ist nicht mehr möglich oder nur sehr schwierig, andere Menschen kennen zu lernen.
 - Die permanente Konkurrenzierung mit anderen führt zu einer narzisstischen Überforderung: Das Schönheitsideal als Feind im eigenen Körper – dieser Feind ist kaum bezwingbar.
 - Eine Überbewertung von Schönheit führt zu knechtischer Unterwerfung unter unbewusst gemachte ideologische Werte der Gesellschaft und führt zu illusionärer Verknennung der Realität.

Die hier aufgezählten malignen und krankmachenden Wirkungen der Schönheitsideale ergeben sich dann, wenn die Individuen sich mehr oder weniger aus dialogischen Situationen zurückziehen (Flucht in die Autarkie) und/oder auf der Basis von gesellschaftlich bedingten Exklusionsprozessen zum Rückzug gezwungen werden. Hierin zeigt sich die exkludierende Macht der Schönheitsideale.

Begegnung der Körper: symbolische Barrieren im öffentlichen Raum¹⁶

Sowohl Inklusion als auch Exklusion haben eine zeitliche und eine räumliche Dimension. Als Sozialarbeiter habe ich immer wieder beobachtet, dass Wohnen für Menschen mehr bedeutet als das Wohnen in den eigenen vier Wänden; Wohnen bedeutet auch Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und das Gegenstück davon, die Exklusion aus dem öffentlichen Leben, ist ein Hinweis darauf, dass es auch eine „Wohnungslosigkeit im öffentlichen Raum“ gibt.

Das Flanieren durch die Grazer Innenstadt, die als „sehr schön“ gilt und die ich auch persönlich auch als schön empfinde, zeigt uns, dass sie nahezu ausschließlich von Reichen, Jungen und „Schönen“ durchwandert wird. Hier begegnen sich fast ausschließlich „schöne Körper“ und bestätigen einander. Die Schönen bleiben unter sich. Somit sind wir wieder beim Thema der Schönheit angelangt.

Ich vertrete die These, dass die gesellschaftliche Produktion unbewusster Idealisierung von Schönheit für viele Menschen zur unüberwindbaren Barriere geworden ist. Ungleiche Verteilung von Reichtum und Ausschluss derer, die sich als „un“-schön wahrnehmen, sind einander Ziel und Mittel zugleich. Eine ähnliche These vertritt auch Richard Sennett in seinem Buch „Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität“. ¹⁷ Ich werde meine These entfalten, um zuletzt eine Utopie der Entzauberung des Schönheitsideals im Zusammenhang eines neuen partizipativen und ressourcenschonenden Städtebaus zu entwickeln.

Erving Goffman¹⁸ entdeckte bei der Erforschung des „öffentlichen Austauschs“ von Individuen folgendes:

Individuen stehen auch im öffentlichen Räumen in Beziehung zueinander, sie setzen im öffentlichen Austausch laufend „Beziehungszeichen“. Im öffentlichen Raum einer Stadt werden damit Beziehungen hergestellt und geregelt. Solcherart wird der öffentliche Raum zur „Quelle“ (Ressource) immer neuer Beziehungen, die in weiterer Folge stabilisiert werden. Beziehungen haben einerseits die Funktion der Aufrechterhaltung unserer Identität, andererseits machen sie das aus, was wir unter „gutem“ Leben verstehen. Die Stadt als Möglichkeit des Austauschs zwischen Individuen ist als solche eine Ressource für die Gesellschaft; aus ihrer identitätsstiftenden und stabilisierenden Funktion lässt sich die Attraktivität des öffentlichen Raums für die Individuen erkennen und verstehen.

Goffman entdeckte weiters unterschiedliche Formen des Austauschs im öffentlichen Raum, die uns Alltagsmenschen selbstverständlich geläufig sind, aber als solche nicht bewusst:

- Der bestätigende Austausch: bestätigende vs korrektive Rituale, Grüßen vs Wegschauen;
- Beruhigungskundgaben;
- Blickkontakte: Orientierung von Angesicht zu Angesicht, z.B. Fahrten in öffentliche Verkehrsmitteln;
- „Aufrechterhaltungsriten“: Einkaufen in den Geschäften der Innenstadt (kommunikativer Symbolaustausch) vs Einkaufen im Supermarkt (Funktionalisierung);
- Zugänglichkeitsrituale: Grüßen und Verabschieden;
- Anstandsnormen;
- korrektiver Austausch;
- Umgang mit potenziellen Konflikten.

Es gibt aber auch, so Goffman, Formen des öffentlichen Austauschs, die die Chance auf gelingendes Leben einschränken. Davon sind Frauen besonders häufig betroffen. Und er bringt dazu ein Beispiel¹⁹:

Eine junge Frau geht in der Stadt eine Straße entlang. Sie ist sich ihrer Erscheinung auf das peinvollste bewusst und ebenso der Reaktion jedes Entgegenkommenden auf diese Erscheinung. Die junge Frau geht an einer Gruppe von Männern vorbei, ihr Gesicht verzerrt sich zu einer Grimasse aus Selbstbeherrschung und gespielter Unbeteiligtkeit. Ihr Gang und ihre Haltung werden steif und dehumanisiert. Ganz gleich, was sie auch sagen werden – es wird unerträglich sein. Die Männer, die am Straßenrand sitzen, werden Bemerkungen über ihre Unvollkommenheit machen. Sie werden sie dazu bringen, dass sie sich lächerlich fühlt oder entsetzlich hässlich.

Die Verwundbarkeit der jungen Frau im hier beschriebenen öffentlichen Austausch beruht nicht zuletzt auf ihrer Befürchtung, hässlich zu sein. Wie wir gesehen haben, ist diese Befürchtung die andere, die dunkle Seite des Schönheitsideals. Die verletzende Wirkung der Blicke der anderen trifft auf einen verletzbaren Narzissmus der jungen Frau, die sich mit einem unerreichbaren Schönheitsideal der Gesellschaft unbewusst identifiziert.

Allgemein gesagt: Sobald wir einen öffentlichen Raum betreten, werden wir mit äußeren Schönheitsidealen und verinnerlichten Idealisierungen von Schönheit konfrontiert; meist nehmen wir nichts davon wahr; aber umso wirksamer ist diese Konfrontation für unsere Identität und unseren Selbstwert.

Verlässt die junge Frau den öffentlichen Raum, bedeutet das keineswegs, dass sie die Erfahrung der Beschämung sozusagen hinter sich lassen kann. Sie wird sich wahrscheinlich weiterhin als hässlich empfinden. Und wer sich als hässlich empfindet, hat auch kein Recht auf Berührung und muss mit „taktiler“ Entbehrung rechnen. Darauf verwies Ashley Montagu in seiner Studie über den Körperkontakt²⁰

Oder unsere junge Frau geht zum Schönheitschirurgen und lässt einen Eingriff vornehmen, der „unter die Haut geht“²¹. Schönheit ist gegenwärtig nicht mehr nur unverzichtbarer Bestandteil der Kultur, wie es noch Sigmund Freud 1930 behauptete, sondern in der Gegenwart ist sie zu einer bestimmenden verinnerlichten „Signatur“ geworden. D.h. wir entkommen nicht den Wirkungen des Schön-

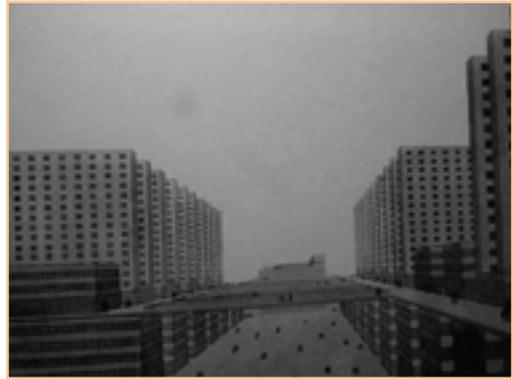


Abbildung 5



Abbildung 6

heitsideals, denn in ihm suchen wir das vermeintlich verlorene „Erhabene“, unser Größenselbst. Wie kann die unvermeidliche narzisstische Kränkung des Verlusts des „Erhabenen“ wieder gut gemacht werden? Nicht zuletzt durch eine Schönheitsoperation als einem meist misslingenden Versuch einer narzisstischen „Neuerschaffung“?

Oder der jungen Frau gelingt es, das eigene Schönheitsideal und ihre Idealisierung von Schönheit zu reflektieren, sich davon ein Stück zu distanzieren. Dann kann es ihr auch gelingen, im Sehen und Gesehenwerden die Fähigkeiten von Selbstbehauptung und Selbstrelativierung zu stärken.²² Dazu braucht sie aber jedenfalls den öffentlichen Raum!

Eine Stadt kann als ein Raum verstanden werden, in dem sozialer Austausch, Begegnung, „Sehen und Gesehenwerden“ usw. stattfinden. Und mit Sennett zu sprechen: „Die Stadt

ist das Instrument nichtpersonalen Lebens, die Gußform, in der Menschen, Interessen Geschmacksrichtungen (Plural! K.P.) in ihrer ganzen Komplexität und Vielfalt zusammenfließen und gesellschaftlich erfahrbar werden. (...) Über weite Strecken war die Stadt Brennpunkt eines aktiven gesellschaftlichen Lebens, Austragungsort von Interessenskonflikt und -ausgleich und Schauplatz der Entfaltung menschlicher Fähigkeiten und Möglichkeiten. Doch diese zivilisatorische Kraft ruht heute ungenutzt.²³

Diese Kraft bleibt ungenutzt, so Sennetts These, weil die Sucht nach intimen Beziehungen unser Alltagsleben ausfüllt – wir uns der Tyrannei der Intimität unterworfen hätten. Im Mythos von Narziss wird beschrieben, wie dieser junge Mann „in sich selbst ertrinkt“. Gegenwärtig gehen wir auf der Suche nach Identität im Größenselbst auf.

Das wäre eine rein psychologische Deutung und greift meines Erachtens zu kurz. Die kritische Betrachtung der traditionellen Verfahren der Stadtteilentwicklung weist nämlich in eine ähnliche Richtung: Das Gros der Stadtplaner fixiert sich auf Idealbilder einer Stadt. Stadtplanung bewegt sich in der Sphäre von Idealität und weitgehend narzisstischer Normativität.

Vittorio M. Lampugnani Bau-, Ideen- und Kulturgeschichte des Städtebaus im 20. Jahrhundert²⁴ zeigt, dass die Entwürfe der „großen“ Stadtplaner des 20. Jh. ähnliche Eintönigkeit aufweisen wie die Ideale der schönen Körper. Die Vermutung, dass auch bei der Planung unserer Städte maligne Idealisierung „geschieht“, liegt nahe (Abbildungen 5 und 6).

Eine Stadt kann demnach nur dann als schön gelten, wenn sie eine ordentliche Stadt ist. Schönheit und Ordnung gehen eine Symbiose ein. Eklatant zeigt sich diese Tendenz, wenn versucht wird, den städtischen Raum vom „Unrat“ zu befreien. Dies ist zugleich die Grundidee des „Hygienismus“ des 19. Jahrhunderts: das

Ethische und das Ökonomische, die individuelle und die kollektive Sauberkeit fließen ineinander²⁵. Das Schöne ist stets sauber und nur das Saubere kann schön sein. Hygienismus im Städtebau und die narzisstische Idealisierung des Schönen greifen in der Gegenwart ineinander und sind gleichfalls eine Symbiose eingegangen.

Was ist zu tun?

- Die Städte rückerobern;
- Sich im öffentlichen Raum sichtbar machen;
- Idealisierende Bilder unserer Körper aus dem öffentlichen Raum verbannen;
- Den öffentlichen Raum nicht nach ideologischen Konzepten im Sinne von idealisierenden Bildern gestalten, sondern



Abbildung 7

- Den Städtebau als „peer-to-peer production“ verstehen²⁶: Peer-to-peer production meint, Gemeinschaftsproduktion auf freiwilliger Basis im Sinne der Allmende-Bewirtschaftung und nicht zuletzt:
- Die „jemeinige“ Schönheit des eigenen Körpers entdecken, anzuerkennen und zu zeigen!

Nur wenn es uns gelingt, das herrschende Schönheitsideal der Körper und den Städtebau zu entidealisieren, kann es uns gelingen, im eigenen Körper mit Genuss zu wohnen – nicht nur zu Hause, sondern auch im öffentlichen Raum. Es geht darum, Körper und ihre Räume von den Fesseln der Idealisierung zu befreien (Abbildung 7).

Fußnoten

- 1 Märchen der Brüder Grimm. Leipzig 1939, Insel Verlag, S. 162ff
- 2 Eco, Umberto (2009): Die Geschichte der Schönheit. München, dtv-Verlag, S. 10
- 3 Ebda S. 428
- 4 Vgl. Marschik, M. u. J. Dorer: Sexismus (in) der Werbung: Geschlecht, Reklame und Konsum. In: Medien-Impulse 12/2002, S. 37ff
- 5 Karmasin, Helene (2011): Wahre Schönheit kommt von außen. Salzburg, Ecowin, S. 114
- 6 Ebda S. 115
- 7 Vgl. Corsten, M. u.a.: Körperpraktiken und die Integrität der Person. Körper-Selbst-Diskurse in der Kosmetikbranche und der Technoszene. In: Hahn, C. u. M. Meuser (Hg.): Körperrepräsentationen. Die Ordnung des Sozialen und der Körper. Konstanz 2002, UVK Verlagsgesellschaft, S. 225ff
- 8 Ebda S. 245
- 9 Kernberg, O. (1998): Ideologie, Konflikt und Führung. Psychoanalyse von Gruppenprozessen und Persönlichkeitsstruktur. Stuttgart 2000, Klett-Cotta, S. 42
- 10 Vgl. Duerr, Hans Peter (1984): Sedna, oder, Die Liebe zum Leben. Frankfurt/Main, Suhrkamp
- 11 Laplanche, J. u. J.-B. Pontalis (1967): Das Vokabular der Psychoanalyse. Frankfurt/Main 1973, Suhrkamp, Bd. 1, S. 219
- 12 A.a.O. S. 202ff
- 13 Vgl. Zima, Peter V. (2009): Narzissmus und Ichideal. Psyche – Gesellschaft – Kultur. Tübingen, Francke, S. 88ff
- 14 A.a.O., S. 224
- 15 Drastisch zeigt dies ein Kurzfilm, der unter <http://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U> heruntergeladen werden kann.
- 16 Wir arbeiten derzeit gemeinsam mit Stadt- und Verkehrsplanern, Energietechnikern und Sozialarbeitern an einem großen Projekt mit dem Titel ÖKOTOPIA; dabei geht es uns unter anderem darum, Kriterien für eine Stadtteilentwicklung zu finden, in der auch soziale Ressourcen geschont werden. ÖKOTOPIA ist ein weitgehend in Europa einzigartiges interdisziplinäres Forschungsprojekt und eine Folge des Scheiterns rein disziplinorientierten Forschens im Zusammenhang des Themas „Stadtentwicklung“.
- 17 Sennett, Richard (1974, 2008): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Berlin, Berliner Taschenbuchverlag
- 18 Goffman, Erving (1971): Das Individuum im öffentlichen Austausch. Frankfurt/Main, Suhrkamp
- 19 Vgl. ebda S. 358
- 20 Montagu, Ashley (1971): Körperkontakt. Die Bedeutung der Haut für die Entwicklung des Menschen. Stuttgart, Klett-Cotta, S. 170ff
- 21 Rohde-Dachser, Christa (2007): Im Dienste der Schönheit. Zur Psychodynamik schönheitschirurgischer Körperinszenierungen. In: Psyche 61, S. 97–124
- 22 Vgl. Küchenhoff, Joachim (2007): Sehen und Gesehenwerden: Identität und Beziehung im Blick. In: Psyche 61, S. 445–462
- 23 Sennett, Richard (1974, 2008): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Berlin, Berliner Taschenbuchverlag, S. 589f
- 24 Lampugnani, Vittorio M. (2009): Die Stadt im 20. Jahrhundert. Visionen, Entwürfe, Gebautes, 2 Bde, Berlin, Wagenbach
- 25 Vgl. Guldin, Rainer (2000): Körpermetaphern. Zum Verhältnis von Politik und Medizin. Würzburg, Königshausen & Neumann, S. 186
- 26 Vgl. Franck, Georg (2011): Die urbane Allmende. Zur Herausforderung der Baukultur durch die nachhaltige Stadt. In: Merkur 65, S. 567ff

Der Autor



HR FH-Prof. Mag. Dr. Klaus Posch

ist Fachhochschulprofessor, Psychoanalytiker und Gruppenpsychotherapeut. Er absolvierte das Studium der Evangelischen Theologie, der Psychologie und der Soziologie an den Universitäten Wien und Salzburg. Zahlreiche Publikationen auf den Gebieten der Psychoanalyse, der Sozialen Arbeit und des Sozialmanagements. Derzeit ist er Leiter von Fachhochschulstudiengängen für Soziale Arbeit und Sozialmanagement an der FH JOANNEUM in Graz.