

sehepunkte 21 (2021), Nr. 11

Jörg Scheller: Body-Bilder

Die fitnessorientierte Körperkultur ist zu einem beträchtlichen Teil eine *Bildkultur*. Diesem Grundgedanken folgt der Essay *Body-Bilder* von Jörg Scheller, erschienen in der Reihe *Digitale Bildkulturen* im Wagenbach-Verlag. In sieben Kapiteln (zuzüglich Pro- und Epilog) werden die Wechselwirkungen von *Körperkultur*, *Digitalisierung* und *soziale[n] Netzwerke[n]* erschlossen. Als Ausgangsmaterial der Untersuchung dienen die Bildwelten des "Influencer Pluriversum[s]." (67) Einen Schwerpunkt bilden auf Youtube und Instagram propagierte Körperbilder.

Die zentrale Formel "Bodybuilder sind Body-Bild[n]er" (13) wird im Kapitel *Pumping Icon* (9-20) vorgestellt. Sie bezieht sich auf die "ästhetische Formung des Körpers als lebendige Skulptur" (13). Mit ihr verbunden ist ein Bildverständnis, das vom *Prozess* ausgeht - *nicht* vom Bild als fixem Artefakt. Die bis in die Antike zurückreichende Allianz von Körperlichkeit und Bildlichkeit erlebe in den Sozialen Medien ihre aktuell jüngste Blüte. Durch Smartphones und Fitnesstracker schließe sich der "Riss zwischen der Produktion des fotogenen Körpers durch Training und Reproduktion dieses Körpers durch Bilder." (15) Die "Body-Bilder" sind Akteure im "umfassenden sozialen Attraktivitätsmarkt, auf dem ein Kampf um Sichtbarkeit ausgetragen wird", wird Andreas Reckwitz zitiert (14). Sie sind eingebettet in die Prosument*innen-Kultur des Web 2.0 und die Feedbackstrukturen der Apps, die eine "hohe positive Verstärkung (*Positive reinforcement*) des individuellen Tuns" (17) mit sich bringen.

Die Annahme, trainierte Körperlichkeit werde auf Social Media etwa so ausgestellt, wie in traditionellen Museen "herausragende Objekte präsentiert und auf eher passive Weise rezipiert werden", sei unzureichend. Treffend sei vielmehr der Vergleich mit "gläserne[n] Ateliers der Selbstformung in Kombination mit Ausstellungshallen für ein potentiell globales Publikum." (23-24) Das Posten von Zwischenergebnissen erzeuge dabei "sozialen Druck" (20), um die Schwachstellen des eigenen Körpers weiter zu optimieren, so die These des Kapitels *Ausstellungskörper. Vom Gym zum gläsernen Atelier* (20-27). Die Expansion der Sichtbarkeit von "Body-Bildern" werde auch durch veränderte Raumkonzepte der Gyms vorangetrieben. Waren Fitnessstudios ursprünglich heterotope, andere Orte, die den Blicken der Öffentlichkeit verschlossen blieben, öffnen sie sich heute einer "hybriden Öffentlichkeit" (20), sowohl auf Social Media, als auch durch große Glasfronten in den Stadtraum.

Im Kapitel *Tätowierung, Digitalisierung und Körper als Quellcode* (28-33) wird die Formung des Körpers in Anlehnung an Armin Nassehi als (proto-)digitale Praxis gedeutet. Darunter sei zu verstehen, dass "Körper [beim Workout] systematisch in diskrete Einheiten zerlegt und prozessiert" werden (41). Die Ästhetik trainierter Körperlichkeit habe zudem bereits im 19. Jahrhundert das Abjekte des Fleisches verborgen und seine Vulnerabilität opak werden lassen. Ähnlich, wie heute durch bildlich organisierte Betriebssysteme der Quellcode von Computerprogrammen überlagert werde, könne man auch die Tätowierungen auf dem Körper als Benutzeroberfläche oder Interface lesen, die sich "zwischen Fleisch und Umwelt" (30) schieben.

Fitnessbranche und Kunstbetrieb werden im Kapitel *Corona Workouts, Funktionelles Training und die Trägheit des Sozialen* (33-42) erneut vergleichend betrachtet: Betroffen von Lockdowns boten "Kunstgalerien wie auch Personal Trainer [...] virtuelle Alternativen an und trieben auf diese Weise die Digitalisierung voran." (38) Zurückgezogen in ein "digitales Biedermeier" (33) drängten die Bildkulturen der Home-Workouts hinaus in die digitalen öffentlichen Sphären. Dort zeitigte dieser Hype die üblichen Aneignungs-Muster aus Affirmation,

Kritik und Parodie. Parallel wurden in künstlerischen Projekten "die angeblich unvereinbaren Sphären der angeblich neoliberal-affirmativen Fitness und der angeblich widerständig-eigensinnigen Kunst" (40) miteinander verbunden, etwa in der Kunst-App *FitArt* (Roehrs & Boetsch, 2020), die ironisierende Workout-Videos junger Künstler*innen umfasst.

Im Kapitel *Fit Follows Function. Workouts für die Risikogesellschaft* (42-49) wird der bekannte Gestaltungs-Leitsatz umgemünzt auf den Fitnesssport: Dort trete das "Formfleisch" des "traditionellen maschinengestützten Isolationstraining[s]" zurück hinter das "Funktionsfleisch", wie es im populären "Funktionelle[n] Training" hervorgebracht werde (42-44). Die Schwerpunktverlagerung hin zu gelenkig-trainierten Körpertypen zeuge jedoch nicht von einer "De-Kosmetisierung" (46) des Fitnesssports. Dieser bleibe hochgradig aufgeladen als Lifestyle im Zeichen der Selbstoptimierung. Es gelte sich fit zu machen "für zukünftige, unbekannte Herausforderungen" (46), wird Zygmunt Baumann zitiert. Dies reiche bis zur körperlichen "Verteidigungsfähigkeit" (46) militärischer Prägung. Dabei gebe der Fitnesskult auf Instagram vor, "es gehe ihm um Gesundheit", so die von Annekathrin Kohout referierte Kritik, "obwohl eigentlich Schönheitsideale propagiert werden." (46)

Der zentralen Frage nach dem Zusammenhang von Digitalisierung und aktuellen "Body-Bildern" wird im Kapitel *Altes Training in neuen Medien* (50-61) im Abgleich mit der Geschichte des Kraftsports nachgegangen. Viele, als genuin zeitgenössisch wahrgenommene Praktiken der "Body-Bild[n]er" werden so als Fortführungen aus dem 19. und 20. Jahrhundert identifiziert, etwa Trends mit funktionalen Körperübungen, vegetarische Ernährung oder bestimmte Bildmotive und deren Publikationsformen. Insgesamt sei bei den "Body-Bildern" eher von "einem Kontinuum statt von Disruption" auszugehen (61), stellt der Verfasser fest. Die sozialen Medien führten zu einer "homogenisierenden Einfalt" in den Darstellungsmodi, böten aber zugleich auch Nischen für andere Körperformen (60).

Angelehnt an die folksonomy von Hashtagkulturen, wie *#GirlsWhoLift. High Heels and High Strength* (61-66), werden im letzten Kapitel Darstellungen weiblich gelesener "Body-Bilder" vorgestellt. Dabei werden zwei Ausprägungen kontrastiert: Ungebrochen populär sei der Typus "jung, fit, sexy, weiblich und kosmopolitisch" (62), wie ihn Pamela Reif verkörpere. Als Gegenbeispiel dient die Kraftsportlerin Squatilia. Diese betone "in Wort und Fleisch, dass sie [...] keine Mainstream-Vorbilder imitiere [und] ein alternatives Frauenbild verkörpere." (62) Deutlich zeige sich, dass weiblich gelesene Körperlichkeit im Hinblick auf Fitness und Muskelexpansion (nicht nur) auf Sozialen Medien vor der Hintergrundfolie "heteronormative[r] Mainstream Geschlechterbilder westlicher Gesellschaften" (63) verhandelt werde. Pamela Reifs "Jetset-Körperbild" (62) erfülle dabei das Paradigma der "kapitalistischen Moderne" (61), während bei Squatilias "zu muskulös[en]" (62) Armen die geschlechtliche Passung in Frage gestellt werde. Zugleich können deren Körperbilder durch Captions und Hashtags auch als Protest gegen Sexismus gelesen werden.

Im Text bleiben Yoga und Wellness bewusst außen vor. Auch der auf Social Media populäre 'Cheat Day', an dem man zumindest einmal pro Woche undiszipliniert und nach Genuss essen darf, findet keine Erwähnung. Dafür zeigen gleich drei der Abbildungen Fitness-Aficionado Scheller im Kontext von Workouts. Diese thematische Zuspitzung erzeugt bei der Lektüre den Eindruck, man swype durch einen wohlkuratierten Social Media Feed, der sich exklusiv der Muskelexpansion idealisierter - bzw. noch zu optimierender - Körper widmet. Kritisch ließe sich also formulieren: Die kunsthistorisch schlüssige Einhegung der "Body-Bilder" erfolgt über die hermetische Fokussierung auf ein fittes "Wir"; dieses Wir ist zwar vielstimmig und von Kontroversen durchzogen - die Dialektik der "Anderen", die unfit oder gar fett sind, bleibt jedoch unreflektiert. [1] Sie werden allenfalls als Like-Geber am Horizont des Influencer-Pluriversums mitgedacht, nicht aber als Leidtragende propagierter Körperbilder oder Opfer von Body-Shaming. In seinem offen geäußerten Selbstoptimierungs-Positivismus

thematisiert der Verfasser sozialen Druck zur (körperlichen) Selbstoptimierung allein für Menschen, die sich (körperlich) verbessern *wollen*, dies *freiwillig* tun und das vor allem auch *können*. [2]

Theoretisch fassen andere Autoren, wie Ole Nymoen und Wolfgang M. Schmitt, den Fitness-Kult auf Social Media in seiner charakteristischen "Kombination aus Ästhetik, Arbeitsethos und Biopolitik." [3] Auch Scheller zieht als Hintergrundfolie die neoliberalen Strukturen des Plattformkapitalismus ein. Dies ist zentral, da die "Body-Bilder" genuin plattformisiert verhandelt werden. Doch scheint das spätkapitalistische "Fitnessdispositiv", dessen soziales Machtgefüge Jürgen Martschukat ausführlicher darstellt, bei Scheller unterm Strich als wenig problematisch auf. [4] So würdigt er beispielsweise körperliche Selbstoptimierung mittels digitalem Selftracking fern jeder Polemik als Signum sozialen Aufstiegs, wofür - mit Armin Nassehi - eine Traditionslinie zur bürgerlichen Emanzipation durch Bildung reklamiert wird. Dass die geteilten Daten von Selbstvermessung und Bilddokumentation Subjekt und Körper zugleich unweigerlich dem digitalen Zugriff des Überwachungskapitalismus freigeben, also einen Verlust an Selbstbestimmung bedeuten, bleibt dabei unberücksichtigt. [5]

Der Essay besticht durch überzeugende Vergleiche der Bildproduktions- und -rezeptionsmodi in Fitnessbranche und Kunstbetrieb angesichts sich wandelnder gesellschaftlicher und technologischer Rahmenbedingungen. Pointiert formulierte Neologismen, wie "Body-Bilder", "Pumping Icon" und "Fit Follows Function" lassen die digitalen Bildkulturen des Fitnesssports vor dem Hintergrund kulturprägender Konzepte theoretisch greifbar werden. Dabei werden sowohl die "semantischen Kontinuitäten" der Bildgeschichte historisch fundiert herausgearbeitet, wie auch die "strukturellen Veränderungen" (67) aller beteiligten Instanzen anschaulich: von Smartphones mit eingebetteten Kameras, Apps, Gyms, über die Körper der User-Subjekte bis hin zu den Imaginationsräumen der Prosumer-Zuschauer*innen. Diese überzeugende Argumentation macht den Text zu einer eingängigen und lohnenden Lektüre.

Anmerkungen:

[1] Zum Verhältnis von Selbst- und Fremdbildern bei der Identitätskonstruktion siehe exemplarisch Anna Schober / Brigitte Hipfl (Hgg.): Wir und die Anderen. Visuelle Kultur zwischen Aneignung und Ausgrenzung (= Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur; Bd. 7), Köln 2021.

[2] Der Verfasser verweist z.B. auf seinen Meinungsbeitrag in der NZZ, Jörg Scheller: Sollen wir Menschen uns so akzeptieren, wie wir sind? Nein, wir können uns gar nicht genug optimieren!, in: Neue Zürcher Zeitung, 06.02.2019 (online unter <https://www.nzz.ch/feuilleton/selbstverbesserung-wer-sich-nicht-optimiert-hat-sich-aufgegeben-ld.1457304?reduced=true>, letzter Zugriff am 25.09.2021).

[3] Ole Nymoen / Wolfgang M. Schmitt: Influencer. Die Ideologie der Werbekörper, Berlin 2021.

[4] Jürgen Martschukat: Das Zeitalter der Fitness. Wie der Körper zum Zeichen für Erfolg und Leistung wurde, Frankfurt am Main 2019.

[5] Vgl. Armin Nassehi: Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft, München 2019. sowie die Rezension dieses Buches von Klaus Beck in: Publizistik 66 (2021), 169-172.

Rezension über:

Jörg Scheller: Body-Bilder. Körperkultur, Digitalisierung und Soziale Netzwerke (= Digitale Bildkulturen), Berlin: Wagenbach 2021, 80 S., zahlr. s/w-Abb., ISBN 978-3-8031-3704-3, EUR 10,00

Erec Gellautz
Institut für Kulturanalyse, Abt. Visuelle Kultur, Universität Klagenfurt

Empfohlene Zitierweise:

Erec Gellautz: Rezension von: Jörg Scheller: Body-Bilder. Körperkultur, Digitalisierung und Soziale Netzwerke, Berlin: Wagenbach 2021, in: sehepunkte 21 (2021), Nr. 11 [15.11.2021], URL: <http://www.sehepunkte.de/2021/11/36106.html>

Bitte geben Sie beim Zitieren dieser Rezension die exakte URL und das Datum Ihres letzten Besuchs dieser Online-Adresse an.