



DOK MACHT SCHULE

SCHÖNHEIT

DOK
LEIPZIG



SLM
Sächsische Landesanstalt
für privaten Rundfunk
und neue Medien

bpb:
Bundeszentrale für
politische Bildung

29.10.–04.11.2012
55. INTERNATIONALES
LEIPZIGER FESTIVAL FÜR
DOKUMENTAR- UND
ANIMATIONSFILM
WWW.DOK-LEIPZIG.DE

DOK MACHT SCHULE

Mit seinen Schulvermittlungsprojekten bietet DOK Leipzig Lehrern/innen die Möglichkeit, sich gemeinsam mit ihren Schülern/innen ausgesuchte Dokumentarfilme im Kino anzuschauen.

Das Vermittlungskonzept von „DOK macht Schule“ besteht aus drei Teilen:

- Schulvorbereitungsstunden vor der Vorführung in den Schulklassen
- Filmhefte, die den Lehrern/innen eine individuelle Vor- und Nachbereitung ermöglichen
- Vorführung mit anschließender Diskussion mit den Filmemachern/innen

ZUR AUTORIN

Luc-Carolin Ziemann kuratiert und organisiert Filmprogramme und andere Formate, unter anderem für DOK Leipzig, die Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen, die Galerie für Zeitgenössische Kunst Leipzig, das Filmfest Dresden, die Werkleitz Biennale und die Bundeskulturstiftung. Sie ist außerdem als freie Autorin tätig (Print, Online, Hörfunk) und leitet seit 2008 das Schulvermittlungsprogramm von DOK Leipzig.



Gefördert von der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) und der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb.



INHALTSVERZEICHNIS

INHALT	3
MITWIRKENDE	5
THEMA	6
FILMSPRACHE	11
ANREGUNGEN FÜR DEN UNTERRICHT	15
MATERIALIEN	16
LITERATURHINWEISE, LINKS UND FILMEMPFEHLUNGEN	18

INHALT

SCHÖNHEIT

Deutschland 2011, 81 min.
 Buch und Regie: Carolin Schmitz
 Kamera: Hajo Schomerus
 Schnitt: Stefan Oliveira-Pita
 Redaktion ZDF: Christian Cloos
 Produzent: Titus Kreyenberg
 Produktion: unafilm
 In Koproduktion mit Das Kleine Fernsehspiel / ZDF
 Verleih: Farbfilm Verleih

Altersempfehlung: ab 14 Jahren

Klassenstufen: 8-12

Themen: Anerkennung, Identität, Gesundheit, Konventionen, Rollenbilder, Selbstbewusstsein

Unterrichtsfächer: Gemeinschaftskunde/Ethik, Geschichte, Religion, Kunst, Deutsch

BIOGRAFIE CAROLIN SCHMITZ

Carolin Schmitz wurde in Wiesbaden geboren und studierte Regie mit Schwerpunkt Dokumentarfilm an der Kunsthochschule für Medien in Köln. Mit ihrem Film „Paralleluniversen“ war sie bereits 2002 bei DOK Leipzig vertreten. Mit „Benidorm“ gewann sie 2006 den Deutschen Kurzfilmpreis im Bereich Dokumentarfilm. Ihr Film „Portraits Deutscher Alkoholiker“ wurde 2011 auf der Berlinale gezeigt. Carolin Schmitz lebt und arbeitet in Köln.



FILME

4 min 3 sec (1999)
 Sitzend überleben (2001)
 Paralleluniversen (2002)
 Benidorm (2006)
 Portraits Deutscher Alkoholiker (2009/2010)
 Schönheit (2009-2011)

INHALTSANGABE



Ein schöner Körper gilt als erstrebenswertes Ideal. Neben den althergebrachten (und oft mühevollen) Wegen zum schönen Körper wird eine andere Lösung immer beliebter: die ästhetische Chirurgie bietet scheinbar unbegrenzte Möglichkeiten, das eigene Aussehen zu perfektionieren. Carolin Schmitz erforscht in „Schönheit“ die unzähligen Wege, der Natur mit dem Skalpell ein Schnippchen zu schlagen und stellt fest: Nichts ist unmöglich. Angefangen von Brüsten in allen denkbaren Formen und Größen, über entfernte Schlupflider und aufgespritzte Lippen, bis hin zur Magenwandoperation samt „Bauchschürzendeckenreduktion“.

Schönheit ist für viele Menschen zum höchsten Gut geworden und die Schönheitschirurgie wurde nach und nach salonfähig. Heute denken schon Jugendliche darüber nach, sich unters Messer zu begeben, um den medial verbreiteten Schönheitsidealen näher zu kommen. Auch der Berufswunsch „Model“ hat längst nichts Exotisches mehr, seit Castingshows und Sendungen über Schönheitsoperationen das Fernsehprogramm füllen.

Carolin Schmitz hat für ihren Film Menschen getroffen, die aus ihrem Körper ein Projekt gemacht haben. Sie wollte wissen, was sie dazu bewegt, so viel Zeit, Geld und Energie in ihr Aussehen zu investieren.

Es fällt auf, dass alle Gesprächspartner/innen sehr offen und fast professionell über ihre Operationen sprechen; keine Spur von Scham oder Peinlichkeit, stattdessen ist ein großer Stolz auf das Erreichte spürbar und die Operationen erscheinen wie ganz alltägliche Handlungen. Alle Interviewten heben hervor, dass sie die Operationen nur als einen Baustein auf dem Weg zu einem schönen Leben verstehen. Weitere unverzichtbare Maßnahmen der Lebensgestaltung wie Fitnessstraining, erlesene Kleidung, Make-Up oder Statussymbole wie Autos, Villen und farblich abgestimmte Haustiere flankieren die Arbeit am Körper.

Die Regisseurin nimmt die Lebenswelten ihrer Interviewpartner/innen (die allesamt gutbetuchte Mitglieder der Mittelschicht sind) ganz bewusst mit ins Bild, lässt die Kamera auf Couchlandschaften, Schrankwänden und glänzenden Karosserien verweilen, während die Besitzer/innen ausführlich über ihr Leben erzählen, ohne dass ein Kommentar aus dem Off das Geschehen zusätzlich einordnet. Mit präzise gesetzten Bildern erzählt der Film dabei auf verschiedenen Ebenen von ganz unterschiedlichen Lebensentwürfen, die jedoch alle eines gemeinsam haben: Sie folgen einem genauen Plan, in dem ein perfektes Äußeres die wichtigste Rolle spielt. Nichts, so scheint es, wird dabei dem Zufall überlassen.

MITWIRKENDE

CHRISTIN RÖLLICH

ist Mitte 20 und lebt mit ihrem Freund in der Nähe von Mannheim. Sie hat ihr Hobby zum Beruf gemacht und arbeitet als Automobilkauffrau. Ihre zweite Leidenschaft sind ihre Brüste, die sie bereits zweimal operieren ließ. Sie beschreibt sich selbst als selbstbewusst. Kinder will sie erst mal keine, momentan hat die Karriere Vorrang.



ARNOLD DIRCKS (55)

betreibt in Köln eine Friedhofsgärtnerei und ist alleinstehend. Er legt Wert auf sein vielfältiges Sozialleben, das er minutiös plant. Da viele seiner Bekannten jünger sind als er, hat er einen kleinen ästhetischen Eingriff vornehmen lassen, um nicht mehr so müde auszusehen. Er ist ein Meister der Organisation, der sogar seine Grabstätte schon ausgesucht hat.



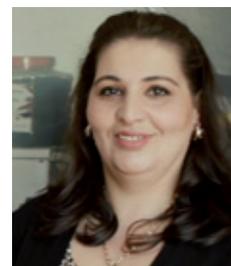
DORIS HAUTEN (50)

beschreibt sich selbst als Schuhfetischistin. Die alleinstehende Bankangestellte lebt zusammen mit ihren drei Katzen in einer Wohnung, in der sie sehr auf Ordnung achtet. Ihre alltäglichen Verrichtungen plant sie genau, ihr Kleiderschrank ist nach einem ausgeklügelten System zusammengestellt. Nur ihre Tiere sind nicht berechenbar.



FATIMA VALENTIC (45)

lebt mit ihrem Mann und ihren zwei kleinen Söhnen in einer kleinen Stadt in Bayern. Seit sie ein junges Mädchen war, hat sie Gewichtsprobleme. Durch eine Magenbandoperation hat sie viel Gewicht verloren und versucht nun durch weitere Operationen, ihrem Idealkörper näher zu kommen.



DR. CLAUDIUS ULMANN

ist Ende 50. Er betreibt eine kleine Klinik für ästhetische Chirurgie in Bad Neuenahr. Die Klinik ist ein Familienunternehmen. Ulmann hat sowohl sich selbst als auch einige Mitglieder seiner Familie schon behandelt und „würde das auch wieder tun, wenn es nötig wird“.



PATRICIA SCHMIDT

ist Mitte 40. Sie lebt mit ihrer Familie in einem kleinen Ort im Taunus. Vor ein paar Jahren hat sie sich ihre Brüste vergrößern lassen. Seitdem stimmt die Größe, aber noch nicht die Form. Nach ihrer Operation hat sie das Internetforum „New Silicon“ gegründet, das für sie zu einem Lebensinhalt geworden ist.



THEMA

BIN ICH SCHÖN?

Carolin Schmitz hat einen Dokumentarfilm gedreht, in dem die Mitwirkenden eines gemeinsam haben: Sie alle haben sich bereits auf den Operationstisch gelegt, um ihr Äußeres verändern zu lassen. Alle Interviewten unterstreichen, dass ihre Entscheidung zur **Schönheitsoperation** wohlüberlegt gewesen und nicht durch äußeren Druck zustande gekommen sei. „Es ist wichtig, dass man das für sich selbst macht und nicht für den Partner oder sogar für den Chef“, betont zum Beispiel Patrica Schmidt.

Dieses Credo ist weit verbreitet, nicht nur in Bezug auf so radikale Maßnahmen wie Schönheitsoperationen. Viele Menschen legen Wert darauf, dass sie sich nicht „für die anderen“ zurecht machen, sondern für sich selbst. Zweifellos leisten die richtige Frisur oder das passende Kleidungsstück einen wichtigen Beitrag dazu, dass man sich „wohl fühlt in der eigenen Haut“. Dennoch üben Schönheitsideale und **gesellschaftliche Normen** einen Druck auf das Individuum aus, der nicht unterschätzt

werden sollte – gerade weil er oft nicht bewusst wahrgenommen wird.

Deutlich wird das im Film, wenn die junge Autoverkäuferin Christin Röllich über ihr Make-Up spricht. Die Vorstellung, ungeschminkt in die Öffentlichkeit zu gehen, weist sie weit von sich: „Ich geh nicht mal ungeschminkt ins Schwimmbad.“ Gleichzeitig erinnert sie sich aber mit Begeisterung daran, wie befreiend es war, im Urlaub mal eine Woche lang ganz aufs Make-Up zu verzichten: „Da sieht mich ja keiner, wozu sollte ich mich da schminken!“

Den Wunsch, auf andere **attraktiv** zu wirken, teilen viele Menschen. Häufig wird er so stark verinnerlicht, dass man glaubt, selbstbestimmt auf das eigene Aussehen zu achten. Ob das tatsächlich immer der Fall ist, ist jedoch fraglich. Schönheitshandeln ist kein privates Handeln, sondern verlangt immer nach dem Blick des anderen – es ist daher ein Akt der Kommunikation, wie die Soziologin Nina Degele betont. (Vgl. Degele, 2004, S. 17)

Wer sich schön macht, kalkuliert

Ästhetische Chirurgie / Schönheitsoperation

Die Ästhetische Chirurgie ist eine der Hauptrichtungen der Plastischen Chirurgie (weitere Zweige widmen sich der Behandlung von Verbrennungen oder der Rekonstruktion beschädigter Körperteile). Die Ästhetische Chirurgie (landläufig „Schönheitschirurgie“) unterscheidet sich vor allem dadurch von anderen Zweigen, dass eine Schönheitsoperation ohne medizinische Indikation erfolgt, also nicht der Heilung einer Krankheit dient, sondern durchgeführt wird, um das Erscheinungsbild des Patienten/innen zu verbessern. Wie jede Operation sind auch Schönheitsoperationen mit Risiken verbunden, die die Patienten/innen ohne eine medizinische Notwendigkeit in Kauf nehmen.

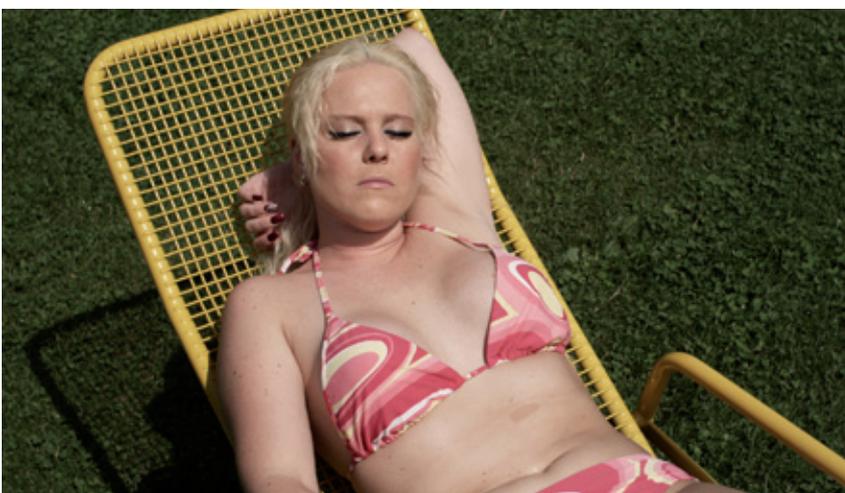
Soziale Norm

Eine soziale Norm ist eine Vorschrift, die sich auf das Sozialverhalten der Menschen bezieht. Soziale Normen sind gesellschaftlich und kulturell bedingt, ihre Verbindlichkeit ist nicht immer gleich hoch und sie können sich durchaus widersprechen. Werden soziale Normen verletzt, reagiert die Gesellschaft (oft in Form von Personen in bestimmten Machtpositionen, zum Beispiel Lehrern) darauf mit Sanktionen oder Ausgrenzung.

Attraktivität

Attraktivität bezeichnet die Anziehungskraft, die von einem Objekt oder einer Person ausgeht. Diese kann auf inneren und äußeren Eigenschaften beruhen und individuell ganz unterschiedlich bewertet werden. Als attraktiv werden häufig Menschen bezeichnet, die Selbstsicherheit ausstrahlen und/oder dem aktuellen Schönheitsideal entsprechen.

den Blick von außen ein. Das gilt nicht nur für Operationen, sondern auch für den Stöckelschuh, das geschminkte Gesicht oder die Haarentfernung. Der Unternehmer Arnold Dircks ist sich dessen vollends bewusst, wenn er im Film über seine Augenlidstraffung spricht. Dies sei ein Eingriff, den er „den anderen und auch sich selbst schuldig“ war.



SCHÖNHEIT ALS UNERREICHBARES IDEAL

Ein Ideal (griech. „Idea“ = Vorstellung, Idee, Musterbild) ist bekanntlich nicht für jeden Menschen erreichbar. Wie jedes Ideal ist auch ein **Schönheitsideal** das Ergebnis gesellschaftlicher Normierungs- und Aushandlungsprozesse. Dabei sind Schönheitsideale keineswegs statisch, sondern verändern sich fortwährend.

Dieses Phänomen hat Patricia Schmidt am eigenen Leib erfahren. Sie erzählt, dass sowohl bei ihr selbst, aber auch bei vielen anderen Frauen eine Weile nach einer Brustvergrößerung eine Gewöhnung an den neuen Körper eingetreten sei. Viele Frauen entschlossen sich daher zu einer zweiten Operation, weil sich ihre Idealvorstellungen erneut vom realen, bereits operierten Körper entfernt haben. Um dies zu vermeiden, rät Schmidt anderen Frauen: „Nehmt gleich so viel, wie ihr kriegen könnt, sonst legt ihr euch bald noch mal unters Messer.“ Sie selbst hat inzwischen eine zweite Brust-OP hinter sich und bleibt in ihrem Internet-Forum aktiv, „weil sie das Thema einfach noch immer interessiert“.

Wie stark Schönheitsideale vom jeweiligen gesellschaftlichen Umfeld geprägt werden, zeigt sich, wenn man den Blick über den eigenen Tellerrand wagt und Schönheitsideale anderer Kulturen betrachtet. So werden in Gesellschaften, die mit Mangel zu kämpfen haben, kräftige und sogar dicke Körper idealisiert, während es in Überflussgesellschaften

wie der unseren oft umgekehrt ist. Im asiatischen Raum boomen seit Jahren Beinverlängerungen und Lid-Operationen, die den Augen einen europäischen Touch geben. Im afrikanischen Raum sind Hautaufhellungen gang und gebe. In Deutschland ist und bleibt die Brustvergrößerung die beliebteste Schönheits-OP, an zweiter Stelle folgt die Fettabsaugung. (Vgl. Jahrestatistik der Deutschen Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie 2011/2012) Daraus spricht ohne Zweifel der Versuch, der idealen Modelfigur (90-60-90) ein Stück weit näher zu kommen.

SELBSTBILD, FREMDBILD, MEDIENBILD – DIE ROLLE DER MEDIEN

Schönheitsideale werden heute vor allem durch die Medien verbreitet. In der Werbung begegnet man fast ausschließlich idealisierten Ausnahmekörpern, im Fernsehen häufen sich Talentshows (von **„Germany’s Next Top Model“** bis zu „Deutschland sucht den Superstar“), in denen teilweise schon Kinder und Jugendliche darum konkurrieren, wer der oder die „Schönste“ ist. Ergänzend dazu bieten weitere Reality-Formate (bis hin zu **Operations-Shows**) an, die Kandidaten/innen mittels einer dokumentierten Generalüberholung „schöner“ zu machen. Schönheitswettbewerbe und Misswahlen sind sehr populär, in den USA werden sie heute sogar schon mit 3-Jährigen zelebriert und medial verbreitet.

Die Akzeptanz für vermeintlich „unvollkommene“ Körper wird

Idealbild

Ein Idealbild ist die Vorstellung einer Person oder einer Sache, die etwas Bestimmtes vollkommen repräsentiert. Neben individuellen Idealbildern existieren auch gesellschaftliche Idealbilder, die – unter anderem durch mediale Vermittlung – die persönlichen Idealbilder teilweise so stark prägen können, dass die individuelle Ausprägung verloren geht.

Germany’s Next Top Model

„Germany’s Next Topmodel“ ist eine Talentshow, die von dem deutschen Model Heidi Klum moderiert wird. Das proklamierte Ziel der Sendung, die ursprünglich in den USA entwickelt wurde, ist die Suche nach dem nächsten deutschen „Top-Model“, das aus Tausenden von Bewerberinnen ausgewählt wird und im Verlauf der Sendung diverse Prüfungen ablegen muss, von denen viele als entblößend und entwürdigend kritisiert werden. Jede Folge wird durchschnittlich von ca. 3 Millionen Zuschauenden gesehen, der Großteil davon sind Jugendliche. Zum Vergleich: Eine Sendung der Tagesschau verfolgen durchschnittlich ca. 5 Millionen Zuschauende. (Quelle: www.quotenmeter.de)

Operations-Shows

Dieses Reality-Format stellt Menschen und ihre ästhetischen „Probleme“ in den Mittelpunkt, die im Verlauf der Sendung mit diversen Schönheitsbehandlungen, darunter auch Schönheitsoperationen, „behoben“ werden. Die Operationsshows sind keine dokumentarischen Formate, sondern durchgehend inszeniert. Gezeigt wird kein reales Geschehen, sondern gestellte oder provozierte Reaktionen der Mitwirkenden, die häufig vertraglich daran gehindert werden, über die Entstehungsprozesse der Sendungen Auskunft zu geben. Sendungen wie „Extrem schön“ (RTL II) werden von Ärzten und Medienwächtern kritisiert. Auf Initiative der Bundesärztekammer wurde die „Koalition gegen den Schönheitswahn“ gegründet, die für eine verantwortungsbewusstere Darstellung Schönheitschirurgischer Eingriffe in Medien und Öffentlichkeit plädiert.

spürbar geringer. Immer stärker setzt sich der Gedanke durch, dass jeder Mensch selbst für sein Aussehen und seinen Körper verantwortlich ist. Dies würde aber voraussetzen, dass gleiche Ausgangsbedingungen für alle bestehen und der Einzelne die

Bedingungen seines Lebens selbst bestimmen kann. Bekanntermaßen ist dies leider nicht so. Daher droht das Konzept der Selbstverantwortung dazu missbraucht zu werden, jene auszugrenzen, die dem Ideal nicht entsprechen können oder wollen.

Die Medien tragen eine große Mitverantwortung für diese Tendenz. Ein jugendliches, attraktives Aussehen gilt heute als Symbol für sozialen Erfolg. Doch diese idealen Körper sind ästhetische Fiktionen und keinesfalls Abbilder realer Körper. So gut wie jedes Foto, das heute als Material für Werbekampagnen genutzt wird, wurde am Computer bearbeitet. Mithilfe ausgeklügelter Software werden die ohnehin schönen Models noch schlanker, ihre Haut noch reiner, die Haare länger und die Nasen gerader gemacht. Trotzdem fällt es schwer, sich selbst nicht an diesen unrealistischen Schönheitsidealen zu messen – auch wenn die Vernunft dagegen spricht.

„SELBSTOPTIMIERUNG“ ALS NEUER TREND

Nicht zuletzt weil die Lücke zwischen Realität und Ideal nicht allein mit Schminke und Sport zu schließen ist, entscheiden sich Menschen für einen chirurgischen Eingriff. Kritiker bezeichnen Schönheitsoperationen als nicht vereinbar mit dem **Hippokratischen Eid**, weil bei diesen Eingriffen nicht die Gesundheit des Patienten, sondern nur dessen äußere Erscheinung im Mittelpunkt steht und die Operation der Gesundheit im Extremfall sogar schaden kann.

In der Öffentlichkeit nimmt der Widerstand gegen Schönheitschirurgie jedoch ab. Inzwischen träumen schon Jugendliche davon, ihre vermeintlichen körperlichen Makel durch Operationen beseitigen zu lassen – ein Drittel der weiblichen Kunden ist heute jünger als 35 Jahre und auch die Männer holen massiv auf. Dies spiegelt sich auch in der Auswahl der Gesprächspartner/innen im Film.

Doch wieso wird das Aussehen vielen Menschen offenbar immer wichtiger? Soziologen halten den Trend zum Körpertuning für eine Folge der Individualisierung, durch die traditionelle Bindungen zunehmend aufgelöst werden. Die Identität wird zunehmend weniger durch die Familie, den Wohnort oder die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Berufsschicht definiert. Stattdessen spielen Statussymbole wie Autos, Kleidung und das eigene Aussehen eine immer größere Rolle. Im Film wird das sehr deutlich, wenn Christin Röllich sich selbst mit ihrem Auto vergleicht – „eben edel, aber nicht allzu sportlich“ – und Marion Hauten von „ihren geliebten

Hippokratischer Eid

Der Hippokratische Eid gilt als die erste Formulierung einer ärztlichen Ethik. Er wird dem griechischen Arzt Hippokrates von Kós (um 460 bis 370 v. Chr.) zugeschrieben und legt Verhaltensregeln für Ärzte fest. Der Eid wurde vielfach umgeschrieben, heute gilt die Genfer Deklaration von 1848 als die zeitgemäße Version. Darin wird unter anderem die Gesundheit des Patienten als oberstes Gebot des ärztlichen Handelns benannt und es wird gelobt, alle Kranken ungeachtet der sozialen oder medizinischen Begleitumstände gleich zu behandeln.

Schuhen“ spricht. Unser Aussehen signalisiert, wer wir sind und wie wir sind. So legte sich Dr. Ulmann unters Messer, um „nicht immer so böse auszusehen“ und straffte den Busen seiner Frau, weil „die Kinder dort eben doch ihre Spuren hinterlassen haben“.

Neben diesen Versuchen der Normerfüllung und Normalisierung gibt es auch diverse Gegenbewegungen, in denen Menschen ganz bewusst gängige Schönheitsideale unterlaufen. Ein prominentes Beispiel dafür ist sicher die Punkbewegung, deren Vertreter vor allem mittels Kleidung und Haarschnitt gegen althergebrachte Schönheitsideale rebellieren. Heute gehen viele noch deutlich weiter und modifizieren



ihren Körper mit großflächigen Tätowierungen, Piercings und plastischer Chirurgie, um sich von gängigen Normen abzusetzen. Auf welche Art auch immer, der Körper wird zum Projekt, an dem permanent gearbeitet wird, zum Austragungsort des Ringens um gesellschaftlichen Status.

Weil die Schönheitsideale sich oft erheblich von den realen Körpern unterscheiden, haben die meisten Menschen trotz großer Anstrengungen keine Chance, ihre Idealvorstellungen auf natürliche Weise zu erreichen. Eine Operation kommt für viele Menschen schon aufgrund der damit verbundenen Kosten nicht in Frage. So bleibt die Diskrepanz zwischen Ideal und Wirklichkeit und die Folge ist eine permanente Unzufriedenheit, von der auch Fatima Valentic im Film berichtet. Sie versucht, ihren Körper nach dem Gewichtsverlust mittels diverser Operationen wieder in Form zu bringen und erzählt, dass sie als dicker Mensch zufriedener war als jetzt, weil sie sich einfach nicht für Mode oder Schönheit interessiert habe. Sie gesteht sich ein, dass die

ästhetische Chirurgie durchaus Suchtpotential hat. Wenn man erstmal angefangen habe, dann „will man immer jünger, schöner, vitaler sein“.

LEBEN UNTER KONTROLLE

Der Wunsch nach Perfektion wird von allen Gesprächspartnern/innen artikuliert. Um der Perfektion näher zu kommen, gestalten viele Menschen wie die Mitwirkenden des Films nicht nur ihre Körper, sondern ihr gesamtes Leben wie ein Projekt, bei dem mit genau kalkulierten Eingriffen die vorher festgelegten Ergebnisse erzielt werden sollen. Der Soziologe Ulrich Bröckling hat für dieses Phänomen die Bezeichnung „das unternehmerische Selbst“ geprägt. Er stellt fest, dass die individuelle Lebensführung immer mehr zu einer Abfolge strategischer Entscheidungen und taktischer Kalküle wird, mit der die „Flugbahn“ des Lebens immer wieder neu justiert wird. (Bröckling, 2007, S. 26)

Die Verbesserung des Aussehens ist nur einer von vielen Bausteinen des Lebensplans, aus dem

durch perfekte Planung immer mehr Variablen ausscheiden. Doris Hauten plant ihren Tagesablauf so systematisch, dass kaum eine freie Minute für Unvorhergesehenes bleibt. Selbst das Anziehen am Morgen ist einem festen Schema unterworfen. Auch die Lebensplanung von Christin Röllich lässt für Zufälle wenig Platz. So sind sie und ihr Freund sich einig, dass Kinder für sie gerade kein Thema sind, weil sie sich nicht in ihrer Freiheit einschränken lassen wollen, ihre Interessen ungehindert auszuleben. Sie wollen bei ihren Hobbies, etwa der Vorliebe für schnelle Autos und Fernreisen, keine Abstriche machen und sich ausschließlich auf ihre Karrieren konzentrieren.

Carolin Schmitz lässt die Antworten ihrer Gesprächspartner/innen weitgehend unkommentiert, allerdings wird spätestens nach dem ersten Drittel des Films deutlich, dass hier keineswegs nur die titelgebende Thematik verhandelt wird. Das Thema Schönheit dient vielmehr als Einstiegspunkt, um die diversen Kontrollmechanismen zu untersuchen, mit denen heute zunehmend mehr Lebens(ab)läufe in Form gebracht werden. Schönheit wird als Ideal kaum noch in Frage gestellt, sondern nur als individuelle Wunschvorstellung begriffen. Diskutiert wird nicht mehr über das „Warum“, sondern ausschließlich über das „Wie“, also die verschiedenen Wege, das Leben zu gestalten.

Der Mensch wird zum Manager der eigenen Biographie. Einfach nur so in den Tag hinein zu



leben, ist längst keine akzeptierte Haltung mehr. Dem Zeitgeist entspricht es vielmehr, dass sich die Menschen permanent neu erfinden und sich selbst „in der Balance“ halten, damit sie jederzeit in der Lage sind, auf Unvorhergesehenes zu reagieren. Im Film formuliert das Arnold Dircks auf seine ganz eigene Weise, als er erklärt, warum er sich bereits mit Mitte 50 um eine Grabstätte gekümmert hat: „Das ist einfach Teil meiner Lebensanschauung. Je mehr Regelungen man im Leben hat, umso offener kann man sein für das, was von heute auf morgen auf einen zukommt.“

FRAGEN

- Was macht für Sie persönlich einen schönen Menschen aus? Diskutieren Sie die verschiedenen Vorschläge.
- Wie unterscheiden sich „Schönheit“ und „Attraktivität“ voneinander?
- Beschreiben Sie das Schönheitsideal, das heute durch die Medien transportiert wird.
- Worin unterscheidet sich Ihr eigenes Schönheitsideal vom gesellschaftlichen Schönheitsideal?
- Fatima Valentic sagt, dass sie zufriedener war, als sie noch dick war, weil sie sich damals gar nicht für Aussehen oder Mode interessiert habe. In welchem Zusammenhang stehen Ihrer Meinung nach „Schönheit“ und „Zufriedenheit“?
- Es gibt – neben Schönheitsoperationen – unzählige andere Methoden, sich „schön zu machen“. Erstellen Sie eine Liste und diskutieren sie über die verschiedenen Maßnahmen.
- Welche Maßnahmen wenden Sie selbst an, um „schöner“ zu werden?
- Arnold Dircks sagt, er sei es sich und seiner Umwelt schuldig gewesen, sich operieren zu lassen. Wie stehen sie zu dieser Aussage? Gibt es eine gesellschaftliche Pflicht zur Schönheit?
- Ist Schönheit Ihrer Meinung nach heute wichtiger als früher? Begründen Sie Ihre Meinung.

FILMSPRACHE

DIE INSZENIERUNG DER REALITÄT

Es existieren unendlich viele Antworten auf die Frage, ob und wie das Medium Film in der Lage ist, Realität abzubilden. Mit dem sogenannten **Direct Cinema** machten es sich in den 1960er-Jahren zum Beispiel einige Filmemacher zur Aufgabe, mit ihren Kameras so unauffällig wie möglich zu agieren und sich ausschließlich dem Beobachten zu widmen.

Carolyn Schmitz entschied sich gegen diese Methode des **Dokumentarfilms**, da sie nicht nur zeigen wollte, *wie* Schönheitsoperationen stattfinden, sondern vor allem herausfinden wollte, *warum* Menschen sich solchen Eingriffen unterziehen. Sie konzipierte daher einen Interviewfilm, der sich nicht aufs Beobachten beschränkt, sondern die Realität als Ausgangsmaterial nutzt, das mit künstlerischen Mitteln bearbeitet wird. Carolyn Schmitz schafft ganz bewusst und aktiv verschiedene filmische Bilder, um die Lebenswelt ihrer Gesprächspartner zu zeigen. Nach ersten Vorgesprächen ohne Kamera kreierte sie für alle Mitwirkenden

typische Interviewsituationen. So wurde das Gespräch mit Patricia Schmidt in ihrer Küche bei der Zubereitung des Mittagessens geführt, die Autoliebhaberin Christin Röllich bei einer Probefahrt begleitet oder der passionierte Gastgeber Arnold Dircks bei einer Party im eigenen Garten gefilmt.

Durch diesen Kunstgriff gelingt es dem Film, nicht nur auf der rein sprachlichen Ebene etwas über die Mitwirkenden zu erzählen. Die inszenierte Darstellung des Faktischen durch Interviews ist eine gängige dokumentarische Methode, die allerdings viel Fingerspitzengefühl seitens des Filmteams benötigt, damit die Interviewpartner/innen sich während der Dreharbeiten wohl fühlen und öffnen können.

DREHORTE UND KAMERAARBEIT

Die filmischen Räume, die Carolyn Schmitz für ihre Protagonisten entwickelt hat, sind keine Kulissen, gedreht wird „on location“, also inmitten der tatsächlichen Lebensrealität der Mitwirkenden. Ein Teil des Gespräches mit Doris Hauten wurde direkt in ihrem begehbaren

Schuhschrank gefilmt und das Interview mit Fatima Valentic fand unter anderem in dem mit Antiquitäten bestückten Aufenthaltsräumen der Schönheitsklinik statt,

Direct Cinema

Das Direct Cinema ist eine Form des Dokumentarfilms, die Ende der 1950er-Jahre in Nordamerika entstand. Die Vertreter des Direct Cinema hatten die Absicht, die Wirklichkeit möglichst so abzubilden, wie sie ist. Erfundene Geschichten waren verpönt, die zu erzählende Geschichte sollte aus der Realität stammen und jeder filmkünstlerische Eingriff (z.B. die Nutzung eines Off-Kommentars) wurde als Verfälschung der Realität verstanden. Erklärtes Ziel war es, sich so unsichtbar wie eine „Fliege an der Wand“ zu machen. Dieses Streben nach Neutralität wurde von vielen Seiten als illusorisch bewertet. Parallel zum Direct Cinema entwickelte sich in Frankreich das Cinéma Vérité, das mit einer gänzlich anderen Taktik versuchte, die Realität aufs Filmmaterial zu bannen. Die Regisseure des Cinéma Vérité machten sich ganz bewusst sichtbar und reflektierten die Wirkung der Kamera auf die Realität in ihren Filmen.

Dokumentarfilm

Im weitesten Sinne bezeichnet der Begriff non-fiktionale Filme, die mit Material, das sie in der Realität vorfinden, einen Aspekt der Wirklichkeit abbilden. John Grierson, der den Begriff prägte, verstand darunter den Versuch, mit der Kamera eine wahre, aber dennoch dramatisierte Version des Lebens zu erstellen; er verlangte von Dokumentarfilmern/innen einen schöpferischen Umgang mit der Realität. Im Allgemeinen verbindet sich mit dem Dokumentarfilm ein Anspruch an Authentizität, Wahrheit und einen sozialkritischen Impetus, oft und fälschlicherweise auch an Objektivität. In den letzten Jahren ist der Trend zu beobachten, dass in Mischformen (Doku-Drama, Fake- oder Performing-Doku) dokumentarische und fiktionale Elemente ineinander fließen und sich Genre Grenzen auflösen.

Authentizität

Authentizität (vom lat. *authenticus* „echt, verbürgt“) ist abhängig vom Zusammenwirken mehrerer Variablen und daher relativ. Im Spielfilm wird eine Person oder ein Ereignis als authentisch eingestuft, wenn sie/es glaubwürdig inszeniert wird. Im Dokumentarfilm wird von Authentizität gesprochen, wenn der Film glaubwürdig vermitteln kann, dass sich das Gezeigte tatsächlich so abgespielt haben könnte.



in der sie sich so zu Hause fühlt.

Der Beitrag der Regisseurin bestand dabei in der Auswahl der Räume und Situationen und der Ausarbeitung eines Konzepts für die Bildgestaltung, für die sie zum wiederholten Mal mit dem Kameramann Hajo Schomerus zusammen arbeitete. Für die Interviewsituationen wählten sie keine Close-Ups, sondern entschieden sich meistens für die halbtotale **Einstellungsgröße**. Diese ist für die Aufnahme von Gesprächen eher unüblich, wurde aber in diesem Fall gewählt, um das Interieur und die Lebenswelt der Mitwirkenden sichtbar zu machen.

Neben diesen statischen Gesprächssituationen zeigt die Kamera die Mitwirkenden auch in eher dynamischen typischen Situationen, etwa bei Autofahrten, Spaziergängen mit Hund und Kind oder beim Aufräumen der Wohnung. Um diese bewegten Aufnahmen im Schnitt organisch mit den stark inszenierten Interviewsituationen verbinden zu können, drehte Schmitz die Szenen mit Hilfe einer **Steadicam**, die ähnlich hochwertige (in diesem

Fall „unverwackelte“) Bilder produzieren kann.

Für die Aufnahme dieser bewegten Bilder wurde bewusst auf Absprachen mit den Mitwirkenden verzichtet. Interessanterweise ist aber genau in diesen Phasen deutlich weniger **Authentizität** spürbar als in den „inszenierten“ Interviews. Wenn Christin Röllich auf einer Automobilausstellung beim Gespräch mit ihrer Freundin unauffällig von der Kamera verfolgt wird, klingen die Dialoge hölzern und wie auswendig gelernt. Im Vergleich dazu wirkt das Interview mit ihrem Freund ungleich lebendiger und spontaner, zum Beispiel, wenn er sie zum Anfang höflich auffordert: „Fang Du ruhig an“, und dann ein leicht resigniertes „... wie immer“ folgen lässt.

Carolyn Schmitz berichtet, dass die meisten Menschen, die sie für „Schönheit“ gefilmt hat, mit ihrer Darstellung im Film sehr zufrieden waren. Kritik gab es lediglich am dramaturgischen Aufbau, der sich entlang verschiedener Themenfelder entfaltet und nicht die einzelnen Portraits am Stück wieder gibt,

und am fehlenden **Kommentar**.

Einstellungsgrößen

In der Filmpraxis haben sich bestimmte Einstellungsgrößen durchgesetzt, die sich an dem im Bild sichtbaren Ausschnitt einer Person orientieren: Die Detailaufnahme umfasst nur bestimmte Körperteile wie etwa die Augen oder Hände, die Großaufnahme (engl.: close up) bildet den Kopf komplett oder leicht angeschnitten ab, die Naheinstellung erfasst den Körper bis etwa zur Brust („Passfoto“). Der Sonderfall der Amerikanischen Einstellung, die erstmals im Western verwendet wurde, zeigt eine Person vom Colt beziehungsweise der Hüfte an aufwärts und ähnelt sehr der Halbnah-Einstellung, in der etwa zwei Drittel des Körpers zu sehen sind. Die Halbtotale erfasst eine Person komplett in ihrer Umgebung und die Totale präsentiert die maximale Bildfläche mit allen agierenden Personen; sie wird häufig als einführende Einstellung (engl.: establishing shot) oder zur Orientierung verwendet. Die Panoramaeinstellung zeigt eine Landschaft so weiträumig, dass der Mensch darin verschwindend klein ist.

Kameraperspektiven

Für die Dramaturgie einer Filmsequenz spielt die Kameraperspektive, also die Perspektive, die die Kamera zum gefilmten Geschehen einnimmt, eine wichtige Rolle. Zu den gängigsten Kameraperspektiven gehören: Die Normalsicht, die unserer alltäglichen Wahrnehmung entspricht, wenn wir einem Menschen gegenüber stehen (sozusagen eine Auge-in-Auge-Perspektive). Die Untersicht, bei der Objekte und Personen von unten aufgenommen werden und dadurch ganz unterschiedlich wirken können (als Held, Star oder mächtiger Mensch). Die Untersicht kann, unterstützt durch andere entsprechende Elemente wie Licht, Ausstattung etc. auch eine bedrohliche Wirkung entfalten. Die Extremform der Untersicht ist die Froschperspektive. Die Draufsicht zeigt Gegenstände und Personen von oben und lässt sie dadurch kleiner, hilfloser, einsamer oder auch machtloser erscheinen. Die Extremform dieser Perspektive nennt man Vogelperspektive.

Steadicam

Mit diesem Halterungssystem für Film- und Fernsehkameras können ohne Stativ hochwertige, kaum verwackelte Bilder aufgenommen werden, während sich der Kameramann oder die Kamerafrau frei bewegen kann.



KEIN KOMMENTAR – DIE AMBI- VALENZ DER FILMBILDER AUSHALTEN

Die Regisseurin hat sich bewusst dagegen entschieden, die Filmbilder und -töne mit einem erklärenden Kommentar aus dem Off zu unterlegen. Eine solche filmgestalterische Entscheidung muss bereits beim Dreh ganz bewusst „mitgedacht“ werden, da in der **Montage** der einzelnen Szenen nur noch wenige Möglichkeiten existieren, Bilder einzuordnen bzw. Zusammenhänge zu erklären. Generell lässt ein Dokumentarfilm ohne Kommentar den Zuschauern mehr Raum für eigene Rückschlüsse, setzt sie aber gleichzeitig

auch stärker der Ambivalenz der Filmbilder aus. Im Fall von „Schönheit“ prägt diese Ambivalenz den Film und ist sicher nicht immer leicht zu ertragen. Manche unkommentierte Äußerung der Mitwirkenden wird für Kopfschütteln im Publikum sorgen und der Regisseurin möglicherweise den Vorwurf einbringen, sie habe ihre Gesprächspartner nicht hinreichend „vor sich selbst in Schutz genommen“. Carolin Schmitz war es wichtig, diese Ambivalenz im Film zu halten. Inwiefern dies durchgängig gelungen ist, hängt zweifellos von der individuellen Wahrnehmung des Publikums ab.

Kommentar/Voice-Over

Auf der Tonspur vermittelt eine Erzählerstimme Informationen, die dem besseren Verständnis der Geschichte dienen sollen und mitunter Ereignisse zusammenfassen, die nicht im Bild zu sehen sind. Im frühen Dokumentarfilm war es üblich, die Bilder, die damals meist noch ohne Ton aufgenommen wurden, mit einem sehr starken Kommentar zu versehen. Gegen die Verwendung solcher autoritären Kommentare regte sich Widerstand, als es mit der Entwicklung neuer Kamertechnik Ende der 1950er-Jahre möglich wurde, dokumentarische Bilder auch mit Original-Ton aufzunehmen. Ab den 1960er-Jahren entstanden immer mehr Dokumentarfilme, die bewusst auf einen Kommentar verzichteten.

Montage/Schnitt

Als Schnitt oder Montage bezeichnet man die Anordnung und Zusammenstellung der einzelnen Bildelemente eines Filmes einschließlich der Szenenfolge und der Anordnung der verschiedenen Sequenzen. In der Filmmontage entsteht aus den einzelnen Filmszenen eine Erzählung, ein filmischer Text. Dabei ist die Bezeichnung Filmschnitt eigentlich irreführend, denn die Kunst der Montage liegt nicht in virtuos gesetzten Schnitten, sondern in der Interpretation des Materials und im Zusammenfügen einzelner Elemente zu einer großen Erzählung. Im Dokumentarfilm ist die Filmmontage für die Dramaturgie des Films mindestens ebenso wichtig wie die Drehbucharbeit, da beide mit dem Aufbau der Geschichte des Films befasst sind.

FRAGEN ZUR FILMSPRACHE

- Der Titel „Schönheit“ ruft eine ganz bestimmte Erwartungshaltung hervor. Welche Erwartung hatten Sie an den Film und inwiefern wurde diese erfüllt/nicht erfüllt?
- „Schönheit“ ist ein Dokumentarfilm, in dem sehr bewusst mit inszenierten Bildern gearbeitet wird. Erläutern Sie, warum die Regisseurin sich für diese Form der Dokumentation entschieden hat.
- Für die Interviews wurde in den meisten Fällen eine halbtotale Einstellung gewählt, in der nicht nur die Gesprächspartner/innen, sondern auch die sie umgebenden Räume sichtbar werden. Wie wirkt sich dies auf die Wahrnehmung der Personen aus?
- Jedem Protagonisten des Films wird ein bewusst gewähltes Interieur, ein architektonischer Raum zugeordnet. Tragen Sie zusammen, welche Räume das sind und überlegen Sie, was der Grund für diese dramaturgische Entscheidung gewesen sein könnte.
- Die Tatsache, dass es keinen Off-Kommentar im Film gibt, haben einige der Mitwirkenden bemängelt. Was könnten die Gründe dafür sein?
- Obwohl Interviews einen großen Teil des Films ausmachen, hört man so gut wie nie eine Interviewfrage im fertigen Film. Welchen Effekt hat dies für die Dramaturgie des Films?
- Im Film werden Interviewsequenzen mit Einstellungen kombiniert, in denen die Kamera das Geschehen nur beobachtet. Welche dieser beiden dokumentarischen Darstellungsformen ist Ihrer Meinung nach authentischer? Begründen Sie Ihre Meinung.
- Gerade in Bezug auf kontroverse Themen (wie Schönheitsoperationen) wird häufig versucht, durch die Auswahl der Gesprächspartner eine Ausgewogenheit der Meinungen herzustellen. In „Schönheit“ kommen dagegen ausschließlich Anhänger ästhetischer Chirurgie zu Wort. Wie wirkt sich dies Ihrer Meinung nach auf die Ausgewogenheit des Films aus?

ANREGUNGEN FÜR DEN UNTERRICHT

1) SPRICHWÖRTER

- Sammeln Sie Sprichwörter zum Thema Schönheit und sprechen Sie darüber, inwieweit diese Sprichwörter reale Zustände beschreiben.
- Wahre Schönheit kommt von innen. (Volksmund)
- Schönheit liegt im Auge des Betrachters. (Volksmund)
- Die Schönheit der Dinge lebt in der Seele dessen, der sie betrachtet. (David Hume)
- Die Kluge freut sich, für schön – die Schöne für klug gehalten zu werden. (Selma Lagerlöf)
- Die Frauen machen sich nur deshalb so hübsch, weil das Auge des Mannes besser entwickelt ist als sein Verstand. (Doris Day)
- Wer schön sein will, muss leiden. (Volksmund)
- Schön ist, wer schön handelt. (Mahatma Gandhi)
- Schöne Menschen kommen leichter durchs Leben. (Volksmund)

2) SCHÖNHEITSIDEALE IM WANDEL

Das Schönheitsideal gibt es nicht. Wer oder was als schön gilt, darüber lässt sich trefflich streiten. Recherchieren Sie verschiedene Schönheitsideale im Wandel der Zeit und in verschiedenen kulturellen Kontexten. Diskutieren Sie gemeinsam über die Zusammenhänge zwischen den Idealvorstellungen und den gesellschaftlichen Gegebenheiten, aus denen heraus sie entstanden sind.

3) DAS THEMA SCHÖNHEIT IN DEN MEDIEN

- Erstellen Sie eine Liste mit Ihren Lieblingssendungen im Fernsehen. Überprüfen Sie, ob und wie das Thema Schönheit in diesen Sendungen eine Rolle spielt.
- Untersuchen Sie eine Folge einer beliebigen Reality-TV-Show und protokollieren Sie, auf welche Weise dort über Aussehen bzw. Schönheit gesprochen wird!

(Vergleichen Sie dazu den Text „Das ist der Tag, von dem ihr noch euren Enkelkindern erzählen werdet“ auf den auf S. 18 in den Materialien verwiesen wird.)

4) BENACHTEILIGUNG IN SACHEN SCHÖNHEIT?

In Deutschland ist das Recht auf Gleichheit ein verfassungsmäßiges Recht (Artikel 3 des Grundgesetzes). Es garantiert jedem Menschen, dass er nicht wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen oder wegen einer Behinderung benachteiligt oder bevorzugt werden darf. Das Aussehen spielt in diesem Gesetz keine Rolle. Wäre es an der Zeit, das zu ändern? Wie könnte diese Änderung aussehen? Welche Folgen hätte es, wenn das Grundgesetz um den Passus der „Schönheit“ erweitert würde?

Es gibt eine Menge Versuche, Benachteiligung zu verhindern. So werden momentan in Deutschland anonymisierte Bewerbungsverfahren getestet, bei denen sich Frauen und Männer nur mit ihren Zeugnissen bewerben, aber ohne Foto, Namen, Geschlecht und Altersangaben. Wie beurteilen Sie dieses Vorgehen?

MATERIALIEN

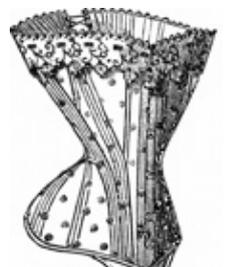
SCHÖNHEITSIDEALE IM WANDEL



Venus und Adonis (um 1615), Beispiel für das Schönheitsideal der Barockzeit



La naissance de Vénus (1862), Beispiel für das Schönheitsideal im 19. Jahrhundert



Coutil-Korsett, Paris (1905)



Michael Jackson (1997)

Die heutigen Models wären im 16. Jahrhundert als bedürftige, unterernährte Wesen betrachtet worden. Vom Mittelalter bis in die Barockzeit hinein galten wohlbeleibte Frauen mit starken Hüften als schön. Dies änderte sich im 17. Jahrhundert, als Korsetts in Mode kamen, die den Frauen zu einer Wespentaille verhelfen sollten. Doch an diesem neuen, nicht natürlichen Idealbild gab es bald Kritik. So schrieb der Philosoph Jean-Jacques Rousseau 1762 über Frauen mit Korsetts: „Das beleidigt das Auge und verletzt die Fantasie.“ Für Rousseau war klar: Die Natur hat gute Maße vorgegeben, der Mensch sollte sich daran halten. Mit dem Beginn des bürgerlichen Zeitalters änderten sich die Vorstellungen über den idealen Körper erneut. Nun galt als schön, wer sich dem Idealbild ohne Hilfsmittel wie Mieder und Korsett annähern konnte. Passend zur puritanischen Leistungsethik des ausgehenden 19. Jahrhunderts begann man in Europa, Fett mit Trägheit in Verbindung zu bringen. Als schön und erfolgreich galt nun, wer schlank und durchtrainiert war. Im 20. Jahrhundert nahm dieser Körperkult weiter zu, Bodybuilding kam ebenso in Mode wie

Schönheitsoperationen. Menschen, deren Aussehen stark vom Idealbild abweicht, werden immer häufiger aufgrund ihres äußeren Erscheinungsbildes diskriminiert. (Vgl. Penz 2001)

ENTWICKLUNG DER ÄSTHETISCHEN CHIRURGIE

In den vergangenen vierzig Jahren hat die Schönheits-Chirurgie einen unvergleichlichen Boom erlebt, in den USA gilt sie als die am schnellsten wachsende Disziplin der Medizin. Die Amerikaner gaben im Jahr 2010 trotz Wirtschaftskrise rund 10 Milliarden Dollar für kosmetische Eingriffe aus (nach Angaben der American Society of Plastic Surgeons, Vgl. www.plasticsurgery.org). In Deutschland stehen keine vergleichbar verlässlichen Zahlen zur Verfügung, da die einzigen verfügbaren Statistiken von den unterschiedlichen, konkurrierenden Dachverbänden stammen. Die Zahlen schwanken zwischen 400.000 und 700.000 Eingriffen pro Jahr. Bis heute existiert in Deutschland kein einheitliches, unabhängig geführtes Register über Schönheitsoperationen, da in staatliche Register nur diejenigen Eingriffe eingehen, die von den Krankenkassen übernommen werden. Das gleiche gilt für den Bereich der unabhängigen Informationsmöglichkeiten. (Vgl. Posch, 2009, S. 149ff.) Weder die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung noch das Bundesgesundheitsministerium stellen momentan zu diesem Thema Informationsbroschüren zur Verfügung. So sind Interessierte auf die PR-Materialien der Verbände der Kosmetischen Chirurgie angewiesen, die alles andere als objektiv über das Thema berichten. Dabei sind Schönheitsoperationen kein Minderheitenphänomen mehr: Längst wurde die mittlere sozioökonomische Schicht als neue Hauptzielgruppe ausgemacht und in den Informationsbroschüren werden Informationen über die verschiedenen Möglichkeiten, sich eine Operation mittels Kredit zu finanzieren, gleich mitgeliefert.



RISIKEN VON SCHÖNHEITSOPERATIONEN

Generell geht der Patient bei einer Schönheitsoperation die gleichen Risiken ein wie bei jeder herkömmlichen Operation: Narkoseprobleme, Infektionen, verzögerte Wundheilung, allergische Reaktionen etc. Der Unterschied besteht darin, dass medizinisch notwendige Operationen möglicherweise lebensbedrohliche Krankheiten lindern oder heilen, dieser medizinische Nutzen bei Schönheitsoperationen jedoch entfällt. Die Berufsbezeichnung „Schönheitschirurg“ ist bis heute kein geschützter Begriff, weshalb Verbraucherzentralen davor warnen, dass sich jeder approbierte Arzt Schönheitschirurg nennen darf, auch wenn er sein Wissen zu diesem Thema nur in Wochenendkursen erworben hat. Juristisch gilt eine Schönheitsoperation – wie jede Operation – als Körperverletzung. Deshalb muss der Kunde dem Arzt vor jedem Eingriff schriftlich seine Einwilligung versichern. Der Arzt schuldet dem Klienten allerdings nur die fachgerechte Ausführung, das ästhetische Ergebnis ist nicht einklagbar.

Neben der mangelnden Erfahrung und Qualifikation einzelner Ärzte und dem Fehlen rechtlicher Standards ist auch das Fehlen von Langzeitstudien zu Folgen und Nebenwirkungen von Schönheitsoperationen ein großes Problem. Die Werkstoffe, die zum Beispiel für Brustoperationen (Silikon) oder Faltenreduktion (Botox) zum Einsatz kommen, unterliegen zudem weit geringeren Kontrollen als Arzneimittel. Dies wurde zuletzt wieder beim sogenannten Silikon-skandal zum Thema.



SILIKON-SKANDAL 2011

Wie Ende 2011 bekannt wurde, hat die französische Firma PIP jahrelang minderwertige Silikon-Implantate verkauft, die nicht mit medizinischem Silikon, sondern mit Silikon für den Einsatz auf der Baustelle gefüllt waren. Hunderttausende Frauen bangen um ihre Gesundheit, weil immer wieder Implantate platzen und das auslaufende Baumarkt-Silikon im Verdacht steht, Krebs auszulösen. Die Firma hatte die zuständigen Prüfbehörden (darunter den deutschen TÜV) getäuscht, in dem sie bei den angemeldeten Kontrollen nur hochwertige Silikonkissen verwendete und so für ihr Produkt ein Gütesiegel als geprüftes Medizinprodukt erhielt. Inzwischen streiten sich die betroffenen Patientinnen mit den Krankenkassen um die Übernahmen der Kosten für die Entfernung beziehungsweise den Austausch der Implantate und es werden bessere Kontrollen zur Zulassung von Medizinprodukten diskutiert.

LITERATURHINWEISE, LINKS UND FILMEMPFEHLUNGEN

LITERATUR UND LINKS ZUM THEMA SCHÖNHEIT/LEBENSGESTALTUNG

Bröckling, Ulrich: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a.M. 2007

Soziologische Untersuchung über den Zwang zur fortwährenden Selbstopтимierung und die andauernde Angst vorm Scheitern.

Degele, Nina: Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln, VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden 2004

Untersuchung des Schönheitshandelns als Maßnahme der sozialen Positionierung.

Hersey, George L.: Verführung nach Maß. Ideal und Tyrannei des perfekten Körpers. Siedler Verlag, Berlin 1998

Darstellung der verschiedenen historischen Schönheitsideale und deren Abweichungen von der prähistorischen Zeit bis zur Gegenwart.

Penz, Otto: Metamorphosen der Schönheit. Eine Kulturgeschichte moderner Körperlichkeit, Verlag Turia & Kant, Wien 2001

Der Soziologie Otto Penz beschreibt den Wandel der westlichen Schönheitsvorstellungen im 20. Jahrhundert.

Posch, Waltraud: Projekt Körper. Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt, Campus Verlag, Frankfurt a.M. 2009

Studie über die Auswirkungen der Omnipräsenz des Schönheitsbegriffs, die dazu führt, dass sowohl Körper als auch Leben zu Baustellen der Selbstopтимierung werden.

Weichbrodt, Gregor; Stanjek, Grischa: Das ist der Tag, von dem ihr noch euren Enkelkindern erzählen werdet, o.V. 2011

Kunstprojekt zweier Berliner Designstudenten, die die Final-Show von „Germany's Next Topmodel 2011“ transkribierten und wie eine Reclam-Dramenausgabe gestalteten.

Quelle: issuu.com/grischka/docs/typo-buch-gntm?mode=window&pageNumber=2

Koalition gegen den Schönheitswahn

Initiative der Bundesärztekammer und von Vertretern aus Politik, Kirchen und Gesellschaft. Aus Sorge um die Folgen des überzogenen Schönheitsideals wurde 2004 ein Appell veröffentlicht, über schönheitschirurgische Eingriffe verantwortungsvoller zu berichten.

Quelle: www.bundesaerztekammer.de/page.asp?his=0.1.17.3676.3816

FILME ZUM THEMA SCHÖNHEIT

Picture Me, Regie: Ole Schnell, Sarah Ziff, USA 2009, 80 min.

Ein Leben auf Laufstegen, vor Scheinwerfern und im Blitzlichtgewitter, jeder Tag in einer anderen Stadt: Paris, Rom, Mailand, New York. Das ehemalige Top-Model Sara Ziff zeigt, dass der Alltag eines Models vor allem langweilig und nervenaufreibend ist.

Models, Regie: Ulrich Seidl, Österreich 1999, 118 min.

Ulrich Seidl lässt seinen erschreckenden Film über das Leben dreier Models wirken wie einen Dokumentarfilm und zeigt, dass innere Werte in einer Welt, die nur auf die Oberfläche achtet, auf der Strecke bleiben.

LITERATUR UND LINKS ZUM THEMA FILM

Arijon, Daniel: Grammatik der Filmsprache, Frankfurt am Main 2003

Kamp, Werner; Rüssel, Manfred: Vom Umgang mit Film, Berlin 2004

Kandorfer, Pierre: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch-technische Grundlagen der Filmkunde, Gau-Heppenheim 2003

Monaco, James: Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien, Reinbek 2000

Geschichte des Dokumentarfilms, inkl. Beispiele deutscher Dokumentaristen
www.afk.uni-karlsruhe.de/dokumentarfilm/sinn.html

Kinofenster ist ein Onlineportal für Filmbildung der Bundeszentrale für politische Bildung und der Vision Kino gGmbH – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz, das sich insbesondere an Lehrer/innen und Multiplikatoren/innen wendet.

www.kinofenster.de

WEITERE DOKUMENTARFILMINITIATIVEN FÜR KINDER UND JUGENDLICHE IN DEUTSCHLAND

www.do-xs.de

doxsl ist die Kinder- und Jugendsektion der Duisburger Filmwoche. Die Bundeszentrale für politische Bildung stiftet hier seit dem Jahr 2011 den Preis „Die grosse Klappe“ für den besten politischen Kinder- und Jugenddokumentarfilm.

www.dokyou.de

dok you ist ein Projekt, das sich speziell mit dem deutschen Kinder- und Jugenddokumentarfilm beschäftigt. In dem Projekt arbeiten Filmemacher und ihre Mentoren direkt mit Kindern zusammen. So haben Kinder dann die Möglichkeit ihre Welt so zu zeigen, wie sie sie auch sehen.

Impressum

Herausgeber:

DOK Leipzig (V.i.S.d.P.) und Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

Adresse:

Leipziger Dok-Filmwochen GmbH, Katharinenstr. 17, 04109 Leipzig, Tel.: +49 (0)341 30864-0,

Fax: +49 (0)341 30864-15, info@dok-leipzig.de, www.dok-leipzig.de

und

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Fachbereich Multimedia, Adenauerallee 86, 53113 Bonn,

Tel.: 0228 99-515-0, Fax: 0228 99-515-113, info@bpb.de, www.bpb.de

Autorin: Luc-Carolin Ziemann

Redaktion: Katrin Willmann (bpb), Andreas Kötzing, Dr. Christian Heger (bpb)

Layout: Roland Löbner

Bildnachweis: Unafilm, Georges Biard (S. 16)

Lizenziert nach der Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Germany License

 Except where otherwise noted, this work is licensed under <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

© Mai 2012