

Kühle Schönheit

Schönheit ist eine Form, der wir uns widerspruchslos hingeben. Bei ihrem Erscheinen schwindet unser Selbstbewusstsein und wir lassen uns vom Bannstrahl der Farben und Formen, der Worte, Klänge und Stimmungen nicht nur betören, wir werden zum Objekt, das willfährig in die Gegenwärtigkeit des Schönen eintaucht. Wer oder was immer die Schönheit ist, spielt dabei keine Rolle, denn Schönheit wird zwar subjektiv empfunden, ist aber eine objektive Grösse, die über uns verfügt. Sind die Geschmäcker darüber, was schön ist, bestimmt verschieden: die je individuelle Wahl der Schönheit empfindet diese mit derselben Intensität. Und eine grosse Anzahl Menschen muss sich darüber einig sein, was sie für schön halten. Wie wäre es sonst möglich, dass sich sowohl die Naturschönheit, die Werbeschönheit und die allgemein anerkannte Kunstschönheit seit Jahrtausenden in den unterschiedlichsten Gesellschaften als Konstante etabliert haben?

Das Geheimnis der Schönheit wollte immer wieder gelüftet werden. Ist es die Jugendlichkeit, das Glatte, die Frische, die Proportion oder die Materialität, die Anziehungskraft? Es ist die in Bezug auf ihr Erscheinen perfekte Mischung, etwas Einmaliges und doch Bekanntes. Wahrscheinlich ist ihre Formel auch deswegen nicht zu erstellen, weil sie uns gleichzeitig mit ihrer Präsenz befreit und knechtet. In dem Moment, da sie uns berührt, geben wir uns auf. Sobald wir sie rufen, wird sie sich uns verweigern. Und sind wir auf sie nicht gefasst, zeigt sie sich plötzlich. Sogar was an der Schönheit schön ist, wird sich uns entziehen und in anderer Form sich zeigen, als wir gewohnt sein wollten, dass sie sich uns offenbart. Schönheit kann in kurzer Zeit verschwunden sein und erstaunlicherweise gibt es Formen, die sie über lange Zeit zu erhalten erlauben.

Die uns in unserer Freiheit begegnende Schönheit ist die Natur- und die Kunstschönheit. Sie enthalten und gewähren Formen, die entweder unsere Gefühle, unseren Verstand oder eine wohldotierte Mischung aus beiden ansprechen. Die Natur- und die Kunstschönheit brauchen Zeit sowohl um sie wahrzunehmen als auch um sie zu verstehen. Wir geniessen sie, indem wir aus uns heraustreten, um in sie verstrickt zu sein. Die Werbeschönheit ist im Gegensatz zu ihnen eine kalkulierte Kurzzeitschönheit. Sie dringt in uns ein und versteht es mit klischierten Formen einen Wiedererkennungszusatz zu aktivieren, der uns okkupiert. Mit Gewalt werden unsere Sinne überrumpelt, und wir sind einer Überdosis von Schönheit als Schönheit ausgeliefert.

Selbstverständlich können sich diese beiden Pole der Schönheit einander annähern, sogar verschmelzen, da sie das Individuelle im Kollektiven respektive das Kollektive im Individuellen darstellen. Eine an das Individuum gerichtete Ästhetik erlaubt es diesem sich zu entfalten. Die Ästhetik für die Massen nimmt das Individuum im Spektakel gefangen. Alle auf die Masse gerichtete Schönheit wird sich demnach der Werbeschönheit unserer Zivilisation im Globalisierungsprozess bedienen, weil sich diese - andauernd inszeniert - als das Neue darstellen lässt: durch ein raffiniertes System der Stachelung der Neugier und der Beherrschung unserer Aufmerksamkeit. Es sind Blitze und fascination spots, die uns treffen, Strahlung als Anstrahlung der verführerisch präsentierten Objekte (Displays), die in uns eindringen.

Um gesellschaftlich zu reussieren und Anerkennung zu erlangen, werden superästhetisch internalisierte Bilder (images) zu Befehlsformen der Integration in den Massengeschmack.

Diese Fetische der Konsumgesellschaft müssen nichts mit unseren Wünschen zu tun haben, sie eignen sich aber bestens als Vehikel der Kommunikation, die nichts anderes ist als der Fluss des Gesellschaftlichen. Und da man nur schwerlich gegen den Strom schwimmen kann, ist das mit dem Strom schwimmen auch das Übliche, geradezu die Norm in unserem Leben. So beugt sich fast alles der durch die Medien gegebenen Vorgabe durch die Superästhetik. Ob es sich um das Essen, Getränke, Kleidung, Wohnungseinrichtungen und Beziehungen handelt oder um das Lieblingsobjekt unserer Zeit, das Auto.