

Vortrag im Rahmen der Veranstaltung

## „Tangenten. Nachdenken über Fragen der Zeit“

zum Themenschwerpunkt „Identität“

Theater am Saumarkt, Feldkirch

11.3.2011

# ...ich, Ich, ICH

---

## Manfred Prisching

Seinerzeit waren es die Fragen: Was kann ich wissen? Was soll ich tun? Was darf ich hoffen? Oder: Wo komme ich her? Wo gehe ich hin? Und es wurde vermutet: Ich denke, also bin ich. Heutige Bücher stellen – richtigerweise – die Frage: Wer bin ich, und wenn ja, wie viele?

Die Gesellschaft der zweiten Moderne ist eine *individualistische*. Das heißt: den Menschen wird angesonnen, eine eigene und originelle Identität auszubilden. Den Kids wird die Botschaft übermittelt: Sie sollen nicht einfach nachahmen, Erwartungen erfüllen, Rollen lernen, so werden wie die Erwachsenen. Sie dürfen und müssen ihr eigenes Selbst basteln. Sie müssen authentisch werden, ihr Ich finden, sich auf die *Ich-Jagd* begeben. Das ist ganz anders als früher, noch vor hundert Jahren. Stellen wir uns vor: ländlicher Raum, Sohn des Bauern, sucht nach dem „wahren Ich“, will sich „selbst verwirklichen“. Ein paar Watschen hätten die Sache wohl erledigt. Bedauernd hätten die Erwachsenen mit den Schultern gezuckt: Der Bua is narrisch worden.

Heutzutage wäre er missraten, wenn er sich eine solche Frage nicht stellte. Es gehört sich, in das eigene Innenleben zu schauen. Da werden selbst die Eltern mitnachdenklich, überlegen sich, ob sie sich nicht selbst in die späte Midlife-crisis flüchten sollen, weil es mit der Selbstentfaltung doch nicht so gut gegangen ist, wie sie es sich seinerzeit vorgestellt haben. So stellen sie sich, mitten im Leben, die Frage: War das alles? Was hätte ich gewollt? Was hätte ich wollen sollen? Habe ich das Horchen in die eigene Seele allzu rasch abgebrochen? Mich verbogen? Nicht sensibel genug gewesen mir selbst gegenüber? Sie lesen dieses Vokabular ja auch andauernd in allen Ratgeberbüchern. Es ist die Epoche des individualistischen Bewusstseins: Ich. Ich. Ich. Mein wahres Ich.

Das klingt recht fein, aber es ist eine ziemliche vertrackte Angelegenheit. Wie kommt man zum eigenen Selbst? Das ist ja nur noch *inside*. Vielleicht. Die großen Erzählungen und Institutionen in der *Außenwelt* sind jedenfalls dahingeschwunden oder haben an Kraft verloren: Wer glaubt noch an das Christentum, den Sozialismus oder die Aufklärung? Mit Wissenschaft und Fortschritt steht es nicht zum Besten. Von der Gestaltungskraft der Politik haben wir uns auch schon einmal Größeres erwartet. Und Visionen gibt es auch nicht mehr – die „nachhaltige“ Weltgesellschaft wäre eine solche, aber nach Kyoto und Kopenhagen ist auch das auf absehbare Zeit vertagt.

Da draußen ist nicht mehr viel, an dem man sich festhalten kann, besonders wenn man in den reichen Teilen der Welt lebt, wo die Langeweile aufsteigt. Wo es nicht täglich um die nackte Existenz geht, kann man sich Spielereien leisten. Und deshalb kann man sich nur an der eigenen Person festhalten: an der eigenen Seele, am eigenen Ich. Die *Innenwelt* wird wichtig. Für die *Me-Generation* ist dieses Credo des euphorischen Individualismus schon beinahe selbstverständlich geworden. Diese Generation ist von klein auf gefragt worden, was sie will: Magst du noch in der Sandkiste bleiben? Eine Portion Spaghetti? Ein Eis vielleicht, nachdem du die Hälfte der Spaghetti übriggelassen hast? Eine Torte, nachdem du das Eis nicht mehr magst? Später die unabdingbaren Nike-Patschen. „Die Sarah hat das auch.“ Dann der eigene Fernseher im Zimmer als unhintergebares Menschenrecht. „Der Georg hat von seinen Großeltern sogar einen flachen, ganz großen geschenkt bekommen.“

Aber wer – was für ein Typ – bin ich: cool, distanziert? Freundlich, zugänglich? Aufgemotzt oder abgetakelt? Vegetarisch, kosmopolitisch? Engagiert, politisiert? Fussballfan, Aufreißertyp, Wörthersee-Playboy? Wissenschaftlicher Jungstar? Sensibles Mädchen oder kühle Emanze? Verführerisch oder kumpelhaft? Wenn man das nur richtig hören könnte, wenn man in sich hineinlauscht, in den eigenen Bauch oder in das eigene Herz; aber so klar artikuliert sich das Innenleben nicht. Dazu kommen die Heimtücken des Lebens: Da stylt man sich als barsche Emanze und auf einmal kommt so ein süßer Typ daher...

Das Individuum wird zu einer *Bastelaufgabe*. Das Individuum, so sagen es die Personalberater und die Lebens-Coaches, muss sich selbst als ein Projekt betrachten, welches auf dem Markt reüssieren muss. Aber es geht dabei nicht um blanke Anpassung, sondern um die richtige Stilisierung von Originalität. Wenn der Einzelne sich damit begnügt, sich an Erfordernisse anzupassen, dann nimmt man ihn nicht wahr. Dann gehört er zum Normalbestand, zu den Mitläufern, zu den Unkreativen. Eigentlich ist er dann schon ein „Loser“, ein Verlierer. Er muss Aufmerksamkeit erregen, er muss eine Außenerscheinung gestalten, die ihn wahrnehmbar macht. Er produziert eine „interessante Bastelidentität“. Man verlangt nach Innovatoren, Kreativen, Originalen, Genies.

Doch die Realität ist anders. Wenn man durch die Straßen spaziert, mit Bekannten plaudert oder die Zeitschriften durchblättert, dann kann man nicht den Eindruck gewinnen, überall originellen, authentischen Personen zu begegnen. Schon die äußeren Erscheinungsformen sind ähnlich, die Moden, die Baseball-Kapperl, die

Jeans; die Mädchen mit den bauchfreien T-Shirts, das Ringerl im Nabel, alle das gleiche Tattoo. Die Meinungen sind meist auch nicht sonderlich originell. Die Originalität ist schon deshalb eingebremst, weil jeder Einzelne anschlussfähig, anpassungsfähig, eingliederungsfähig, verlässlich und brauchbar sein muss, und er muss vermitteln können, dass er diese Eigenschaften besitzt. Es geht nicht einfach darum, „anders“ zu sein: Anderssein macht unberechenbar, uneinschätzbar, dubios, unbrauchbar. Die große, komplexe Gesellschaftsmaschine ist aber in allen ihren Teilen so verflochten, dass Abweichungen sie blockieren, zum Stillstand bringen, funktionsunfähig machen. Da müssen die Individuen schon auf Kurs gehalten werden.

Es ist also ein Spiel, in dem man die Signale sorgfältig auswählen und einsetzen muss. Eigentlich geht es eher um eine halbierte Individualität, um einen *konformistischen Individualismus*. Das erwünschte Ich ist nicht mehr das *individuelle Ich*, sondern ein Ich, das beides gleichzeitig macht: seine *Unverwechselbarkeit und Einmaligkeit* zur Schau stellen, aber in Wahrheit gleichzeitig seine *konforme Funktionalität* plausibel machen.

Individualität ist nur das Signal, welches Konformität beweist; denn Individualität gehört zum erforderlichen Qualifizierungsrepertoire. Eine passende Individualität freilich, eine wohldimensionierte und auf das Funktionelle gut zugeschnittene Individualität. Wir wollen Genies, denn sie sollen für Patente sorgen. Wir wollen kreative Menschen, sie sollen für verkaufbare Produkte sorgen. Wir wollen schöpferische Menschen, für das neue Tourismusprospekt. Wir wollen Innovation, für den Standortwettbewerb. Wir wollen Intendanten mit dem weiten Horizont, auf dass sie die Besucherzahlen nach oben pushen.

Tatsächlich haben wir einen Widerspruch vor uns. Auf der einen Seite Individualität und Einzigartigkeit, auf der anderen Seite Konformität, Typisierung, Mode. *Zeitgeistzeitschriften* sind lehrreiche Quellen für dieses Problem. Sie liefern häufig eine Typisierung von Persönlichkeiten, die aber genau unter der Vorgabe vorgetragen wird, dass jeder Einzelne dadurch zur jeweils eigenen Persönlichkeit vorstoßen kann. Tests sollen helfen herauszufinden, welcher „Typ“ man eigentlich sei – wohlgemerkt, nicht welches „originelle“ Individuum, sondern welcher *Typ*: Sextyp, Urlaubstyp, Wohnungstyp, Haustiertyp... Jeder möchte „sich“ finden, indem er seinen „Typ“ feststellt. Dann fühlt er sich einzigartig.

Es gibt also *Muster für die Darstellung von Individualität und Einzigartigkeit*. Eine paradoxe Sache: Wie muss ich mich verhalten, damit ich den anderen meine Einzigartigkeit beweise? Antwort: So wie *alle*, die ihre Einzigartigkeit beweisen wollen. Man muss die passenden Signale für die Originalität aussenden, aber die anderen müssen diese Signale auch verstehen.

Dennoch bleibt der Widerspruch bestehen. Erst dann, wenn alle sich die passenden Muster zu eigen gemacht haben, haben sie das Gefühl, ganz mit sich identisch geworden zu sein. Dieser Widerspruch ist nur mit einer ordentlichen Dosis Bluff zu

überbrücken. Eine Gesellschaft, die ausgeprägten Konformismus erzeugt, und Personen, die ungehemmte Individualität leben wollen – da braucht es viel Ideologie, Heuchelei, Inszenierung, Überredung, Theaterspielen, um den Widerspruch zum Verschwinden zu bringen.

Bluff ist nicht nur *akzeptabel* geworden. Bluff ist so selbstverständlich, dass niemand Scham empfindet, wenn sein Bluff auffliegt. Noch mehr: Bluff wird zur *eigentlichen Leistung*. Ehrlichkeit verrät, dass man nichts begriffen hat. Da kann man nicht mehr mitspielen. Bluff erhält eine positive Konnotation. Der ehrliche Akteur weiß ganz einfach über die Spielregeln nicht Bescheid. Er ist ein Verlierer, weil er nicht weiß, wie die Welt läuft.

Letztlich wird von der *Selbstentfaltung* zwar geredet, aber man landet bei der *Selbstinszenierung*. Es sind „Eindrücke“, die zählen. Wer keinen guten Bluff vorzubringen vermag, der gilt als ignorant gegenüber den Regeln des Spiels – und insofern als leistungsschwach. Eine solche Entwicklung bedeutet zugleich, dass die *Zwänge zur strategischen Selbstinszenierung* wesentlich ansteigen. Denn es gibt einen „Rüstungswettlauf“: Selbst wer mit Leistung punkten könnte, bleibt gegenüber gekonnten Selbstinszenierern chancenlos. Er kommt nicht einmal in die Lage, seine „Assets“ auszuspielen, weil er schon lange vorher ausgeschieden ist.

Jedes Lächeln und jede Geste ist nicht mehr nur Lächeln und Geste, sondern ein „Asset“ auf dem Markt der Interaktionen. Wer nicht berechnend ist, ist dumm. Deshalb ist Misstrauen eigentlich nicht mehr angebracht: Denn wer nicht voraussetzt, dass der andere berechnend ist, ist erst recht dumm. So stehen die Strategen der wechselseitigen Übervorteilung einander gegenüber, sie belauern einander, sie wissen, dass es nur darum geht, den anderen hineinzulegen oder zu entlarven.

Identitätsaufbau und Individualitätsinszenierung sind auf den *Konsum* verwiesen. Eine zuverlässige Präsentation des Ich findet mittels der Welt jener Signale statt, die durch den Konsum von Gütern und Leistungen erzeugt werden. Denn die Güter sind allesamt symbolisch geworden: Der Sportschuh steht für Fitness. Die Hilfiger-Inschrift auf dem Pullover transportiert Coolness. Eine neue Nespresso-Maschine sagt, dass wir mit der Zeit gehen. Ein paar Swarovski-Glasscherben auf dem Handy machen deutlich, dass wir für den Glamour etwas übrig haben. Der Fairtrade-Kaffee macht uns zu mitfühlenden und kosmopolitischen Menschen.

*Die Produkte machen uns zu etwas anderem.* Das Duschgel befreit uns von den Belastungen des Alltags. Jedes Shampoo ist ein Stück Psychotherapie. Joghurt ist Schönheit. Versicherung ist Unbesorgtheit. Die Fertigsauce garantiert eine glückliche Familie.

Wenn es nur so wäre. Aber die Symbole verändern die Welt, die wir sehen. Denn es sind Geschichten, die keinen Platz haben für die List des Schicksals, für tragische Helden, für existenzielle Opfer, für komplizierte Konflikte, für vielschichtige Stimmungen, für ererbte Belastungen. Dort gibt es nur *strahlende Menschen*: Sieger, Erfolge, Happy-end, Sauberkeit, gute Laune, Glück. Die Suggestion ist: *die wirkliche*

*Welt ist ein euphorischer Zustand.* Wer nicht andauernd euphorisch ist, mit dem stimmt etwas nicht, er ist therapiebedürftig. Deshalb sind alle therapiebedürftig. Sonderbar nur, dass sich das versprochene Glück nicht einstellen will.

## **Literaturverzeichnis**

Abels, Heinz (2006): Identität. Über die Entstehung des Gedankens, dass der Mensch ein Individuum ist, den nicht leicht zu verwirklichenden Anspruch auf Individualität und die Tatsache, dass Identität in Zeiten der Individualisierung von der Hand in den Mund lebt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bauman, Zygmunt (2000): Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press.

Gross, Peter (1999): Ich-Jagd. Im Unabhängigkeitsjahrhundert. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hitzler, Ronald; Honer, Anne (1994): Bastelexistenz. In: Beck, Ulrich; Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hg.): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 307–315.

Precht, Richard David (2007): Wer bin ich - und und wenn ja wie viele? Eine philosophische Reise, München: Goldmann.

Prisching, Manfred (2006): Die zweidimensionale Gesellschaft. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Prisching, Manfred (2008): Bildungsideologien. Ein zeitdiagnostischer Essay an der Schwelle zur Wissensgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Prisching, Manfred (2009): Das Selbst, die Maske, der Bluff. Über die Inszenierung der eigenen Person. Wien: Molden.

Twenge, Jean M. (2006): Generation Me. Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled – and more miserable than ever before. New York: Free Press.

Willems, Herbert (Hg.) (2009): Theatralisierung der Gesellschaft, Band 1: Soziologische Theorie und Zeitdiagnose. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.