

Manfred Prisching

Das Selbst Die Maske Der Bluff

Über die Inszenierung
der eigenen Person

Molden

ISBN 978-3-85485-244-5

© 2009 by Molden Verlag
in der Verlagsgruppe Styria GmbH & Co KG
Wien · Graz · Klagenfurt
www.molden.at

Buchgestaltung: Bruno Wegscheider
Lektorat und Herstellung: Marion Mauthe
Umschlagbild: Gerd Altmann/Pixelio

Druck: Druckerei Theiss, St. Stefan im Lavanttal

Alle Rechte vorbehalten



der online-buchshop
ichlese.at

:STYRIA **P.** Pichler Verlag **molden**

Carinthia Verlag **00** EDITION OBERÖSTERREICH **A** edition aurea **KNEIPP**

www.ichlese.at

Inhalt

Einleitung	6
Das Selbst: Gesellschaft der Individuen	9
Der romantische Individualismus	10
Das unverwechselbare Ich	16
Das innere Erleben	22
Die gebastelte Identität	25
Die flüchtige Identität	29
Die ambivalente Lage	37
Die optionalistische Gesellschaft	44
Das Steigerungsspiel	51
Die Maske: Die halbierte Individualität	58
Der konformistische Individualismus	63
Die Verbindung der Extreme	72
Inszenierungen des Selbst	77
Training für die Seele	87
Symbolik der Güterfülle	93
Die zweidimensionale Gesellschaft	100
Die gemachte Welt	102
Trost der Vergemeinschaftung	109
Der Bluff: Eine Welt der Inszenierungen	115
Das Bewusstsein von der Theatralität	119
Der strategische Optimismus	122
Gambling society	125
Bildungs-Blendwerk	129
Therapiegesellschaft	139
Marktgängige Selbst	142
Die Körperlichkeit	154
Sinnsubstitutionsstrategien	161
Schlussbemerkungen	166
Anmerkungen	170
Literaturverzeichnis	208

Einleitung



Wer bin ich? Wer soll ich sein? Wie soll ich sein? Das waren einmal Fragen für Philosophen.¹ Mittlerweile können sich Jugendzeitschriften kaum noch mit etwas anderem beschäftigen als mit Fragen, die damit in Zusammenhang stehen. Dasselbe gilt für Frauen- und Männermagazine, für Manager-Ratgeber, für Marketing-Fachleute, für Psycho-Experten und sonstige Identitätsberater. Welcher *Typ* sind Sie? Was macht Sie zu etwas *Besonderem*? Das beschäftigt die Menschen.

Es ist eine Frage für die Jüngeren, die erst werden wollen, was sie sich nicht vorstellen können, und eine Frage für die Älteren, die mit einer ungewohnten Lebensphase fertig werden müssen: Wie lege ich mich an? Als coole Figur? Als lebensvoll-enthusiastischer Pensionist? Ebenso ist es eine peinigende Frage für Personen mittleren Alters: War das alles? Bin ich das, was ich werden wollte? Oder bin ich im Innersten ganz anders, viel weniger langweilig, als es auf den ersten Blick aussieht? Die *Frage nach Identität und Individualität* gehört zu den Selbstverständlichkeiten der Gegenwart, denen sich alle zu stellen haben: Man hat sich zu *entfalten*. Zu *finden*. Zu *gestalten*. In seiner Besonderheit, seiner Einzigartigkeit, als Unikat.

Das ist unser Ausgangspunkt und unser erstes Stichwort: das *Selbst*. Die spätmoderne Gesellschaft ist eine individualistische, und an die Menschen wird das Ansinnen gestellt, eine eigene und originelle Identität auszubilden. Sie sollen nicht einfach nachahmen, Erwartungen erfüllen, Rollen lernen. Sie dürfen und müssen ihr Selbst basteln. Sie müssen *authentisch* werden, ihr *Ich* finden, sich auf die *Ich-Jagd* begeben. Das klingt so einfach, aber in einer geistig dürren und materiell luxuriösen Zeit ist das eine ziemlich vertrackte Angelegenheit. Jedenfalls ist die Botschaft unmissverständlich: Es ist die Epoche des *individualistischen Bewusstseins*.

Das zweite Stichwort: die *Maske*. Die Botschaft von der individualistischen Gesellschaft ist eine Übertreibung. In Wahrheit ist es eine *halbierte Individualität*. Wenn man die Straße entlang schlendert, hat man nicht den Eindruck, dass man nur *Originalen* begegnet. Eine komplexe Gesellschaft würde mit Individuen, die tatsächlich ganz unterschiedlich sind, die sich originell verhalten und spontan handeln, nicht funktionieren. Die Fragestellung der erwähnten Magazine ist, genau betrachtet, auch eine andere: Da werden nicht Psycho-Tests angeboten, welche die Einzigartigkeit der Person erkunden sollen, sondern Tests, die nach dem Typ fragen: Welcher Führungstyp, Urlaubstyp, Modetyp,

Sextyp sind Sie? In Wahrheit wird den Individuen klargemacht, mit welchen *Mustern* sie ihre Individualität demonstrieren müssen – und wenn sie diesen Mustern – so wie alle – folgen, glauben sie, ganz individuell zu sein. Es ist die *Epoche des konformistischen Individualismus*. Das führt zum dritten Stichwort: dem *Bluff*. Eine Gesellschaft, die Konformismus braucht, und Personen, die Individualität wollen – diese Kluft ist schwer zu überbrücken. Man braucht viel Ideologie, Heuchelei, Inszenierung, Überredung, Theatralität – und dies in verschiedenen Lebensbereichen – um diesen Widerspruch zum Verschwinden zu bringen. Wie lässt man den Menschen das Gefühl, dass jeder ein Einzelfall ist, und bringt sie doch zur gehörigen Anpassung? Wie bringt man sie so auf Schiene, dass sie glauben, sich damit selbst zu entfalten? Um das zu bewerkstelligen, muss man im Voranschreiten der Spätmoderne einige Kunststückchen zustande bringen. Es ist die *Epoche des Bluffs*. Das sind die drei Abschnitte unserer Argumentation. Sie versteht sich als ein zeitdiagnostischer Spaziergang, im Einklang mit jenen gegenwartsanalytischen Arbeiten, die in den letzten zwei Jahrzehnten eine gewisse Belebung erfahren haben.² Viele detaillierte sozialwissenschaftliche Studien sind nützlich und wichtig, aber ein wesentliches Interesse der meisten Nichtexperten (und auch einiger Experten) richtet sich auf die großen Fragen: Was heißt das alles? Wohin geht die Gesellschaft? Was sind die großen Trends?

Das vorliegende Buch hat keine therapeutischen Absichten, es zielt nicht darauf, Leserberatung oder Lebensberatung zu betreiben; vielmehr bilden Texte, die glauben, so etwas leisten zu können, einen Teil des empirischen Materials, aus dem wir die Beschreibung der Gegenwartsgesellschaft gewinnen. Das Buch erhebt nicht den Ehrgeiz, den Individuen zu sagen, wie sie leben sollen, den Politikern, wie sie richtig zu handeln hätten, oder den Journalisten, was sie schreiben müssten. Es dient nicht als Rezeptbuch zur Rettung der Welt oder als Blaupause für die Gestaltung einer anderen Gesellschaft. Es versucht zu *verstehen*, was im Grunde vor unseren Augen geschieht, aber was wir, im Strom des Geschehens befangen, vielleicht nicht immer in seinen großen Konturen sehen.³

Das Selbst: Gesellschaft der Individuen



Die Jugendlichen werden am Beginn des 21. Jahrhunderts nicht mehr für verrückt erklärt, wenn sie die Frage stellen: Wer bin ich? Wer will oder soll ich sein? Vielmehr werden ihnen diese Fragen mit auf den Weg gegeben, als notwendige Phase der gelingenden Sozialisation. Jeder muss sich irgendwann diese Fragen stellen und Antworten finden. Jeder hat sich selbst als authentisches und unverwechselbares Produkt zu *designen*. Damit wird die Identität zum *Self-Design-Problem* – eine Aufgabe, die nicht nur voraussetzungsreich, sondern auch alles andere als leicht ist.

Die Gestaltungsaufgabe erscheint nur auf den ersten Blick als selbstverständliches Gebot; in Wahrheit stellt es ein Phänomen der neuesten Zeit dar, dass persönliche Identität zu einem derart virulenten Problem geworden ist. In traditionellen Gesellschaften haben sich die Menschen mit den praktischen Problemen des Lebens befasst, knapp an der Substanzschwelle, und damit waren sie weitgehend ausgelastet. Die Deutung des kargen Lebens war weitgehend vorgegeben. Es wäre nicht nur sonderbar und überflüssig, sondern möglicherweise auch sündhaft – *hoffärtig* – gewesen, sich so ausgiebig mit sich selbst zu befassen; war doch der Mensch in ein Schicksal gestellt und in einen sinnhaften Gesamtzusammenhang gebettet. Ein wenig übertrieben formuliert: Es gab keine *Identität*, weil sie als solche nicht problematisch war, und deshalb gab es keinen Identitätswandel und keine Identitätskrisen.

Individualisierung ist somit – in ihrer prononcierten Form – ein relativ neues Phänomen, wenn auch mit einer langen Vorgeschichte. Erst in der Moderne wird es möglich, die Welt als Zufall zu betrachten: *Es könnte auch anders sein*. Damit könnte auch das Individuum anders sein. Wenn die natur- oder gottgegebene Ordnung geschwunden ist, drängt es sich auf, über die Welt, über die Gesellschaft, über das Selbst nachzudenken. *Kontingenz* ist das Problem der Moderne schlechthin: die Möglichkeit von Möglichkeiten. Auf der Ebene der Person hat das neue Phänomen mittlerweile eine unvergleichbare Intensität und Ausbreitung erreicht; es herrscht nachgerade die »Sucht, mit sich identisch zu sein.«⁴ Der Einzelne will und soll es, die Gesellschaft ermöglicht und verlangt es.

Der romantische Individualismus

Alles dreht sich um das *Individuum*:⁵ um Individualität, um Identität, um das Selbst. Was ist das Selbst? Es gibt *philosophische* Antworten, seit

den Tagen des weisen Sokrates; *sozialphilosophische* Antworten, wenn wir etwa bei den schottischen Moralphilosophen nachschlagen; *psychoanalytische* Antworten, seit den Spekulationen des fantasievoll-nüchternen Sigmund Freud mit seinem *Es*, *Ich* und *Über-Ich*; *soziologische* Antworten, etwa auf den Spuren von George Herbert Mead, der zwischen Person und Gesellschaft mit der Unterscheidung von *I* und *Me* eine Brücke geschlagen hat. Viele haben auf sich selbst geblickt: Augustinus, Montaigne, Rousseau. Viele haben ihr Inneres erforscht, etwa um ihre Sünden zu reflektieren: Ich-Bespiegelungen. Es gibt Tagebücher und Memoiren, die Psychoanalyse und die Talk-Show. Aber um diese theoretischen, religiösen, literarischen und biografischen Versuche geht es im Folgenden nicht. Es geht um die lebenspraktische Frage, um das für die späte Moderne essenzielle allgemeine Problem: Wie lege Ich mich an? Ich! Ich ganz besonders. Wie kann Ich mich finden? Die Welt ist voll von Ichologien: Ich-Ideologien. Diese speisen den *Ichismus*, die stärkste Ideologie entwickelter Gesellschaften.⁶ Sie beschreiben die *Ich-Jagd*.⁷ Alltagsmagazine machen das Problem deutlich. Sie liefern Beratung zur Person, von der Mode über die Tattoos bis zum Sexualverhalten, und das Vokabular, in dem die Darlegungen gehalten sind, zielt nicht auf Anpassung, Einfügung, funktionelle Lebensbewältigung: Wie fügt man sich erfolgreich in das Ambiente?, sondern auf das Ich, das Selbst, die Person: Man muss herausfinden, wer man ist. Was bin ich für ein Typ? Was ist das Besondere an mir?

Ein Blick auf eine der über Jahrzehnte einflussreichen Jugendzeitschriften (Bravo) zeigt einen Test, einen Psycho-Check, bei dem man sich jeweils zwischen zwei Bildern entscheiden muss und eine rasche Antwort bekommt, wer/wie/was man ist. Zwei unterschiedliche Jeans ergeben einerseits: »Wenn es einen Trend gibt und er gefällt dir – warum solltest du ihn nicht mitmachen? [...] Ganz klar: Du bist immer aktiv und kriegst alles mit, was gerade so geht!« und andererseits: »Wenn's um Klamotten geht, scheint dir ein lässiger Look zu gefallen! Klar – Klamotten sollen cool aussehen. Aber als Modepüppchen stolzierst du nicht gern rum. Du bist selbstbewusst und machst dein eigenes Ding!« Die Entscheidung zwischen Schuhen ergibt einerseits: »Du stehst also eher auf dezente, süße Looks – sportliche Klamotten gehören für dich wirklich nur zum Sport! Klare Regeln – so bist du!« und andererseits: »Zu verzichten darf dein Look auf keinen Fall sein. Du liebst es lässig und sportlich – und damit bist du immer ganz bequem und trendy

unterwegs. Take it easy – das könnte dein Lebensmotto werden!« Bei der Entscheidung zwischen Jacken landet man bei der Feststellung: »So bist du: Offen und selbstbewusst, ohne Angst vor krummen Blicken!« oder »So bist du: Diplomatisch und aufgeschlossen, vernünftig und clever!« Die Entscheidung zwischen verschiedenen Taschen führt zur Alternative: »Du bist vernünftig und praktisch, gehst deinen Weg ohne unnötige Kurven!« versus »Du stehst auf Abwechslung und frischen Wind – Langeweile wird es mit dir nicht geben!« Und so weiter.⁸

Von Anfang an hat man es mit einer Ambivalenz zu tun, die uns noch beschäftigen wird: Einerseits wird eine Identität unterstellt, die gegeben ist, die man bloß richtig diagnostizieren muss. *Man ist, wie man ist.* Andererseits wird im selben Atemzug die Gestaltungsaufgabe thematisiert. *Man muss sich zu dem machen, wofür man bestimmt ist.* Und eine zweite Ambivalenz: Einerseits ist man ein *Original*, unverwechselbar, einzigartig. Es gibt keine Vergleichbarkeit. Andererseits laufen alle Tests und Ratgeber auf die Fragestellung hinaus, welcher *Typ* man ist – und die vorgegebene Zahl der Typen ist meist relativ beschränkt. Je besser man einem Typ zugeordnet werden kann, desto weniger kann man – logischerweise – einzigartig sein. Irgendwie scheint man (je nach Lebensdimension: Aussehen, Essen, Freizeitgestaltung, Kulturinteresse, Sexualität usw.) jeweils einem von vier oder sechs Typen anzugehören, mit denen man vieles gemeinsam haben muss (sonst wären es ja keine aufschlussreichen, für die eigene Identitätssuche wiederum hilfreichen Typen).

Der *Widerspruch zwischen Sein und Design* fängt bei den banalsten Dingen an: Man könnte annehmen, dass die angeborene Haarfarbe zu jenen Dingen gehört, die eine Person in ihrer Eigenart *definieren*; aber nein: Viele Frauen haben das Bestreben herauszufinden, welchem Typus sie angehören, um die Haare in Entsprechung zu diesem »wahren« Typus zu färben und zu arrangieren. Das Angeborene ist also offensichtlich nicht das Wahre. Die »wahre« Individualität muss allenfalls sogar wider die Natur durchgesetzt werden; und es ist nicht mehr die Hinnahme der Persönlichkeit, sondern die Frage einer passenden Selbstgestaltung, die sich daran misst, dass man das gute Gefühl verspürt, mit sich selbst identisch zu sein. Das ist natürlich kurios: Kann man mit blonden Haaren geboren sein, während man entdeckt, dass das »wahre Ich« schwarze Haare hätte? Angeborene Eigenschaften ändern, damit man sich in Einklang mit sich selbst bringen kann?

Die Maske: Die halbierte Individualität



Andeutungen sind schon gemacht worden, aber wir wollen es offen eingestehen: Die These von der individualisierten Gesellschaft und der individualisierten Identität ist nur die halbe Wahrheit, und wir müssen noch einen Schritt weiter (oder besser: einen Schritt zurück) gehen, um diese These mit anderen Rundum-Beobachtungen einer Gesellschaft am Beginn des 21. Jahrhunderts in Einklang zu bringen. *Die Individualisierungsbotschaft ist eine Übertreibung.*

Man kann diese Übertreibung auf zwei Ebenen plausibel machen.

Erstens auf der *Ebene des Erlebens*: Wenn man durch die Straßen flaniert, mit Bekannten plaudert oder die Zeitschriften durchblättert, dann hat man nicht den Eindruck, dass man überall auf originelle, authentische Personen stößt, dass jede einzelne Person ein Unikat sei, ganz anders als die nächste. Die *äußeren* Erscheinungsformen haben durchaus etwas Einheitliches oder Gleichförmiges, die Jungen kommen mit ihren *Sneakers* und ihren *Backpacks* daher, die Pensionisten haben mittlerweile die Jeans und die Baseball-Kapperln entdeckt. An die Gebote der Mode halten sich so viele Menschen wie nie zuvor. An der Anzahl der Metallgegenstände, die in den Körper gebohrt werden, und an der Anzahl der *Tattoos*, mit denen derselbe verziert wird, lässt sich (in einer adretten Korrelation) der soziale Status ablesen. Manager tragen nach wie vor ihre maßgeschneiderten Anzüge. Die *inneren* Erscheinungsformen sind nicht weniger gleichförmig. Als gar so unterschiedlich erweisen sich die Auffassungen über die Welt nicht; wohl gibt es unterschiedliche Milieus, aber in ihnen herrscht jeweils Konformität, von den Weltverbesserern in ökologischen und xenophilen Angelegenheiten bis zu den Skinheads auf der anderen Seite des Spektrums. Auch die Selbstpräsentation der Szenen ist voraussehbar. Das angeberisch-männliche Auftrumpfen von Arbeitern. Das sanfte Reden des Pfarrers. Jeder weiß, was der Generaldirektor sagen wird, wenn er bei einer Wirtschaftsversammlung eine Rede hält, und wie er sich spreizen wird, wenn er in einer Talkshow oder einem Interview über seine privaten Interessen Auskunft geben soll: Er wird sozial verantwortlich sein, ganz bescheidene Vorlieben haben, auch beim Essen, einige Kunstinteressen empfehlen sich, Geld ist ihm kein Anliegen, ein passendes Lieblingsbuch muss er sich überlegt haben, aber das Wichtigste wird ihm seine Familie sein – er wird das wiederholt betonen, und er wird das möglicherweise alles auch noch selbst glauben. Es ist eher verblüffend, wie ähnlich sie alle einander sind. Keine Rede von Individualität.

Zweitens kann man auf der *Ebene der Funktionalität* argumentieren. Mit einem Sammelsurium von Monaden, die alle tun, was sie wollen, würde eine komplexe Gesellschaft wie jene der Zweiten Moderne nicht funktionieren. Sobald Individualität massenwirksam wird, muss sich die Gesellschaft mit Nicht-Identität beschäftigen, mit der Herstellung hinreichender Ähnlichkeit und Diszipliniertheit. Die Individuen sollen eben nicht tun, was immer ihnen einfällt oder wozu sie gerade Lust haben; sonst würden sie zu Quellen von Störungen mit unabsehbaren Folgen. Eine Masse von »Originalen«: Wie sollten sie zusammenarbeiten? Teamfähig sein? Ihre Spontaneität muss wieder »eingefangen« werden, wenn es nicht um unverbindliche Bekundungen, sondern um etwas Ernsthaftes geht. Wie würde sonst der Busfahrplan funktionieren? Wer würde für das Gemüse im Supermarkt sorgen? Wer hält sich an den Lehrplan? Schließlich muss dieses verwobene Gebilde der modernen Welt funktionieren. Und es ist ein sensibles Gebilde, in dem, gerade wegen der allseitigen Interdependenzen, jeder Einzelne blockieren kann. Norbert Elias hat dies in seiner *Theorie der Zivilisation* dargelegt: »Pläne und Handlungen, emotionale und rationale Regungen der einzelnen Menschen greifen beständig freundlich oder feindlich ineinander.«¹⁴⁴ Die Verflechtung braucht Selbstkontrolle: »Was der abendländischen Entwicklung ihr besonderes Gepräge gibt, ist die Tatsache, dass in ihrem Verlauf die Abhängigkeit aller von allen gleichmäßiger wird.« Auch obere und untere Schichten müssen aufeinander Rücksicht nehmen, denn der »arbeitsteilige Apparat wird so empfindlich und kompliziert, Störungen an jeder Stelle der fließenden Bänder, die durch ihn hingehen, bedrohen so sehr das Ganze«, dass Abweichungen nicht tolerabel sind.¹⁴⁵ Die effizientere Arbeitsteilung bedeutet Abhängigkeit voneinander, »sie verlangt und züchtet eine größere Zurückhaltung des Einzelnen, eine genauere Regelung seines Verhaltens und seiner Affekte; sie fordert eine stärkere Triebbindung und [...] einen beständigeren Selbstzwang.«¹⁴⁶ Dazu kommt die wichtige Elias-These von der Entsprechung von *Psychogenese und Soziogenese*: Die Gesellschaft drückt sich in der Mentalität der Menschen aus. Es gibt Entsprechungen: Die Menschen müssen zur Gesellschaft passen. Die äußeren Zwänge setzen sich in innere Zwänge um. Das ist nicht immer ein sanfter Prozess. Wenn wir Michel Foucault hinzudenken, dann ist die ganze Szene von Macht durchwirkt;¹⁴⁷ dann tragen gerade die Illusionen von Autonomie und Individualität zur Verfestigung der Machtverhältnisse bei, weil die ver-

borgenen Machtpraktiken nicht wahrgenommen werden. Der Zwang wird unsichtbar gemacht. Er wird in die Köpfe transferiert. Jeder lebt im Gefühl der Freiheit und tut, was im Interesse der Machthaber ist. Eine Macht, die sich in den Köpfen eingenistet hat, gibt es als erfahrbare Macht nicht mehr. Deshalb *wollen* wir unendlich flexibel sein, und das ist gut für den Arbeitsmarkt. Deshalb *wollen* wir uns von der Krise nicht so schrecken lassen, dass wir nicht einkaufen gehen, und das verhindert ein Absacken der Nachfrage. Deshalb *wollen* wir elektronisch aufgerüstete Autos, ausgefallenerere Fernreisen und immer neue Frisuren. Mit welchen Mitteln auch immer – in einer komplexen Gesellschaft muss der Einzelne berechenbar sein. Der Mensch ist nun einmal ein ungesellig-geselliges Wesen. Autonomie herrscht in einer *einfachen* Gesellschaft: Wo beinahe autarke Bauernhöfe über die Gegend verstreut sind, ist es fast gleichgültig, was auf einem der Höfe geschieht; das nehmen die anderen kaum zur Kenntnis, es betrifft sie nicht. Wenn es jedoch einen *Austauschzusammenhang* gibt, wird jeder vom anderen abhängig: Der eine muss die Milch, der andere die Hühner rechtzeitig liefern. Und in einer *komplex-verflochtenen* Gesellschaft ist jedes Element permanent auf das andere angewiesen: Wenn länger als ein paar Stunden der Strom ausfällt, wird der Katastrophenzustand ausgerufen. Wenn aber diese Kopplungen so dicht sind, ergibt sich eine neue Beziehung von Abhängigkeit und Autonomie. Der Einzelne mag in diesem Geflecht drinnen stecken und erleben, dass seine Spielräume gering sind, aber als ein Element im Gewebe wird er zugleich wichtig: Er hat die *Möglichkeit zur Blockade*. Wenn er nicht im Sinn des Systems funktioniert, wenn er als »Rädchen« ausfällt, dann funktioniert das ganze System nicht mehr. *In dem Moment, wo er Autonomie erreicht hat, muss diese zuverlässig unterbunden werden.*

Jetzt haben wir ein Problem. Das klingt doch wie eine Antithese zum ersten Teil des Buches. Da war doch andauernd von Individualität, Originalität und Spontaneität die Rede. Wie soll das nun gehen? *Individualität/Spontaneität* versus *Konformität/Funktionalität*? Also ganz originell sein und doch gut funktionieren; anders als die anderen und doch kompatibel; originell und anpassungsfähig; authentisch und flexibel?

Deshalb kommen wir zur *Maske*. Es ist keine Gesellschaft der Individuen, sondern eine der *individualistischen Masken*. Wenn wir für dieses Problem den Begriff der Maske verwenden, mag dies ungewöhnlich

erscheinen. Landläufig versteckt sich der Mensch hinter einer Maske, und die Maske lässt ihn – als Menschen, als Individuum – nicht mehr sichtbar werden. Die Maske scheint deshalb das Gegenteil des Individuums zu bedeuten, seine Vernichtung, Verdrängung, Verheimlichung oder Zerstörung. Die Maske ist das Unpersönliche, das Allgemeine, das Routinisierte, das Erstarrte. Der Mensch verschwindet.¹⁴⁸

Aber das impliziert der Begriff nicht zwingend.¹⁴⁹ Es gibt den Maskenbildner, der ein Gesicht gestaltet: Wenn er ein guter Maskenbildner ist, dann erfolgt das so, dass die Individualität des Schauspielers auf das Beste zur Entfaltung kommt, auch wenn die Gestaltung auf eine Rolle hin erfolgt. Er kleistert nicht einfach zu. Der Maskenbildner ist der Brückenbauer zwischen Individuum und Rolle. Wenn man selbst die Schminke auf dem Gesicht oder die Accessoires auf dem Körper verteilt, dann muss man ebenfalls den beiden Komponenten Rechnung tragen. Die Gestaltung soll nicht verstecken, sondern – ganz im Gegenteil – hervorheben, das Besondere und Individuelle bestmöglich zur Geltung bringen,¹⁵⁰ freilich in Übereinstimmung mit der gesellschaftlichen Positionierung.

Für Psychologen (wie etwa Sigmund Freud und C. G. Jung) war es immer ein unbehagliches Verhältnis, weil sie hinter der Maske ein besonderes Selbst vermutet und die Eingliederung in Gemeinschaft und Gesellschaft immer als Verbiegung und Verformung, als Zumutung und Zwang verstanden haben; während Soziologen immer dazu tendierten, die Menschwerdung schlechthin als Prozess der Interaktion mit anderen zu verstehen.¹⁵¹ Die Vorstellung, dass man seine Maske ablegen müsse, um den wahren Menschen zum Vorschein zu bringen, sodass ohne Maske erst das wahre Gesicht gezeigt werde, ist zu einfach. »Die Maske, die man sich übers Gesicht zieht, und *die Maske, die man aus seinem Gesicht macht*, werden eins. Anders gesagt, die Maske, die man zum Schutz vor der Gesellschaft überzieht, und die Maske, die einem die Gesellschaft überzieht – durch Erziehung, durch die unaufhörliche Aufforderung, andere zu imitieren, durch ›Herrschaftsstrukturen‹ –, sind dieselben.«¹⁵² Natürlich gibt es Regeln der Höflichkeit, aber diese sind nicht dazu gedacht, eine Person hinter ihren Gesten zu verstecken, sondern dazu, den Interaktionspartner vor allzu Persönlichem zu bewahren.¹⁵³ Wo es eine Kluft gibt, tendiert diese dazu, im dauernden Handeln zu verschwinden; freilich nicht immer: Der Investor Bernard Madoff hat die Differenz ziemlich lang aufrechterhalten können.

Der Bluff: **Eine Welt der Inszenierungen**



Das *Selbst* ist der attraktive Fluchtpunkt, wenn sich spätmoderne Menschen mit ihrem Leben befassen, und das Arrangement der Verhältnisse suggeriert, dass es möglich ist, dieses Selbst zu entfalten und zu entwickeln. Die *Maske* steht für die vorder- und hintergründigen Mechanismen der Gesellschaft, die darauf hinwirken, dass die Botschaft von der Individualisierung in eine sozialverträgliche Konformität umgearbeitet wird. Es ist eine Spannung, die nicht aufgehoben wird; ein Widerspruch, der sich nicht in Wohlgefallen löst; eine Inkonsistenz, die Stress erzeugt.

Wie kann man mit diesen Widersprüchen umgehen? Um das Unvereinbare vereinbar zu machen, helfen bestimmte Strategien, auf individueller wie auf gesellschaftlicher Ebene: *Selbsttäuschung*, *Gehirnwäsche*, *Illusionismus*, *moral suasion*, *partielle Ideologisierungen*. Man braucht Vernebelungsstrategien. Wir fassen diese Strategien unter dem Begriff des Bluffs zusammen.²⁵⁹ Die spätmoderne Gesellschaft ist keine, in der sich die höhere Vernunft tatsächlich behaupten konnte, obwohl deren Durchsetzung im Zuge des Fortschrittsprozesses die Aufklärung für gewährleistet hielt. Vielmehr ist sie von einem hohen Maß an »Fassadenbau« gekennzeichnet, von Potemkinschen Dörfern, die an allen Ecken und Enden errichtet werden. Von ihnen soll hier die Rede sein. Es ist eine »Governance des Als-ob«, ein Fiktionalismus, der sich Bahn bricht im Bestreben, das Unvereinbare vereinbar zu machen. Die Fiktionen werden manchmal geglaubt, manchmal auch nicht, und dennoch werden sie aufrechterhalten, solange es zum Fortbetrieb des Systems oder zur Verbesserung der Stimmungslage beiträgt. (Was natürlich nicht – in konstruktivistischer Übertreibung – in einen Bluff-Radikalismus führen soll, der alles zu Illusion, Täuschung oder Heuchelei erklärt: Bluff und Realität reiben aneinander, modifizieren und beeinflussen sich gegenseitig. Bluff ist weder einfach die Vergewaltigung der Wirklichkeit noch einfach Lüge.)

Es ist oft schwer zu unterscheiden, welche Reste von Identität hinter den Masken vorhanden sind; aber wohl noch schwerer ist es, zwischen der *notwendigen Inszenierung*, die ernsthaft als Ausdruck des Ichs oder als angemessene Repräsentation eines Anliegens verstanden wird, und der *bloßen Theatralität*, die vom Regisseur selbst nicht mehr geglaubt wird, zu unterscheiden. Denn das ist immer noch ein Unterschied. *Man kann sich nicht nicht inszenieren*. Aber man könnte an die jeweilige Inszenierung glauben, sie als Selbstverständlichkeit, als Notwendigkeit, als best-

mögliche Darstellung einer Sache, einer Person oder eines Vorhabens hinnehmen: Inszenierung als »Spiegelung« dessen, was »wirklich« hinter der Maske steckt – bei allen Problemen, die sich schon mit einer derartigen Formulierung verbinden. Man braucht Fiktionen, weil sie (vorläufige) Festlegungen darstellen in einer kontingenten Welt; und irgendwann gleiten Fiktionen hinüber in Manipulation und Heuchelei. Aber die Grenze ist schwer auszumachen, wobei es sich in Wirtschaft und Politik nicht anders verhält als bei Identität und Individualität.

Aber die Sache ist so komplex geworden, dass man noch einmal einen Schritt zurücktreten muss. Das Spiel läuft so: Man ist sich dessen *bewusst*, dass es einer verständnisgerechten Inszenierung bedarf, um die Erwartungshaltungen zu befriedigen. Man inszeniert nicht die »Wirklichkeit« hinter der Fassade, sondern man schießt auf den Publikumserfolg und ist sich darüber hinaus auch noch im Klaren, dass man so tun muss, als sei es das »Wirkliche« dahinter, was man darstellt. Man ist sich möglicherweise sogar darüber im Klaren, dass man die Person oder die Sache selbst anders, ein wenig verzerrt, behübscht oder dramatisiert darstellen, also mundgerecht und verstehbar machen muss, selbst dann, wenn man nicht lügen, sondern die Wahrheit bestmöglich über die Bühne bringen will.

Dieselben Strategien kann man aber auch einsetzen, um zu lügen. Man verzerrt, täuscht, heuchelt. Ein beachtliches Kontingent an Lügen hat man von Managern und Politikern im Zuge der um sich greifenden Wirtschaftskrise zu hören bekommen: Unwahrheiten über das eigene Handeln, über die Situation der betreffenden Unternehmungen, über die Lage von Branchen und Nationen. *Man inszeniert die Inszenierung.* Man muss sich um Strategien für eine Darstellung bemühen, von der man weiß, dass sie für andere Menschen zurechtgeschnitten ist, die erwarten, dass man einen ganz bestimmten *Plot* abliefern. Es sind verschiedene Fälle: Man muss bluffen, um die Wahrheit zu sagen. Man blufft, um zu lügen. Man blufft, weiß es aber gar nicht.

Das Selbst, die Maske und der Bluff verschmelzen miteinander, je länger man das Geschäft betreibt. Wenn man sich manche Dinge lange genug vorsagt, beginnt man sie selbst zu glauben. Der Zyniker lässt sich letzten Endes selbst von seinen schnoddrigen Aphorismen beeinflussen. Der Phrasenmacher fängt an, das mit Emotion zu verteidigen, was er sich (bewusst) aus den Fingern gesogen hat. Der Bürokrat beginnt an seine Formulare zu glauben, der Wissenschaftler an seine Evaluationen,

und die Politikerin fühlt sich selbst, in glücklichen Momenten der Rhetorik, vom Pathos ihrer Ergüsse mitgerissen. Man mag den Prozess als einen der *Reduktion kognitiver Dissonanz*²⁶⁰ beschreiben: Da es auf Dauer Unbehagen bereitet, ständig im Zustand des Bluffs zu leben, beginnt man zu glauben, was man sagt. Was ursprünglich die Unwahrheit gewesen ist, reichert sich mit Wahrheit – oder zumindest mit subjektivem Wahrheitsgefühl – an. Was ursprünglich reiner Bluff war, wird in einem gewissen Ausmaß zur Wirklichkeit, insoweit die Menschen beginnen, daran zu glauben, dass die Fassade mehr als eine Fassade ist. Ein wenig werden die »Luftballons« zu realen Elementen eines realen Lebens; das heißt, man muss mit ihnen rechnen. Der Bluff ist manchmal nicht nur Bluff.

Ein erstes Beispiel bieten die Wirtschaftskrise und ihre Vorgeschichte. Nachdem die Luftblasen zerplatzt sind, die als Anzeichen einer historisch nie da gewesenen Produktivität und Profitabilität der postindustriellen Gesellschaft genommen wurden, reibt sich jeder verwundert die Augen, aber nicht darüber, dass der Absturz überraschend zustande gekommen ist, sondern darüber, dass die meisten so lang geglaubt haben, das bodenlose Spiel mit finanziellen Werten könne tatsächlich langfristig weitergehen. Was Banken und Fonds, Investoren und *Rating-Agenturen* geboten haben, war offensichtlich Bluff, aber zu einem Teil haben sie sich sogar selbst geglaubt.

Ein zweites Beispiel: Wenn Wissenschaftler dazu veranlasst werden, Zitations-Indizes für tatsächliche Abbildungen wissenschaftlicher Leistungen zu halten (was natürlich eine Absurdität darstellt), dann schafft dieser Bluff-Indikator auf die Dauer Wirklichkeit; einerseits deswegen, weil entsprechende Prozeduren entwickelt werden, durch die wissenschaftliche Institutionen solche Indikatoren wirksam werden lassen, andererseits deswegen, weil in einem Milieu, in dem diese Indikatoren als faktisch relevante und normativ entscheidende Messgrößen genommen werden, auf die Dauer diese Vorgaben in die Köpfe der Wissenschaftler vordringen. Schließlich beginnen sie selbst in diesen Kategorien zu denken. Am Anfang wissen sie noch, dass es sich um einen Bluff handelt; später zucken sie mit den Schultern und erklären, dass man sich dem Spiel nicht entziehen kann; und letztlich beginnen sie selbst nach diesen Kriterien zu urteilen.

Bevor es allerdings soweit kommt, dass sich die getrennten Ebenen – Wirklichkeit und Inszenierung – miteinander wieder verbinden, ist eine

Kluft vorhanden. Die maskenhaften Darstellungen, die ritualisierten Spiele, die idealen Persönlichkeitskonfigurationen können reflektiert und debattiert werden. Aber die Dynamik der Entwicklung lässt die Kluft wachsen, in immer mehr Lebensbereichen. Diese Kluft kann nur durch Bluff überbrückt werden, und das bedeutet: Der Bluff-Gehalt des Systems steigt. Das ganze Leben wird zu einem Design-Kunstwerk mit mehreren Ebenen: theatralische Selbstdarstellung, marktgerechte Zurichtung der eigenen Person, »Self fashioning«, Existenzkosmetik, Kunst der Lebensbehübschung, Identitätsbildung als Schaufensterdekoration.

Der slowenische Psychoanalytiker Slavoj Žižek unterscheidet drei Arten von Nichtwissen.²⁶¹ In der Zeit der klassischen Dummheit gibt es falsches Wissen über die Welt, es muss der Schleier der Unwissenheit zerrissen werden. Es genügt oft ein Kind, das ausruft, dass der Kaiser nackt sei. In der Phase der modernen Dummheit ist der Kaiser noch immer nackt, aber alles ist so kompliziert, dass es dem Volk vermeintlich nicht zumutbar ist; es ist besser, die Leute glauben an die Problemlösungskompetenz der Machthaber. In der postmodernen Phase wissen alle, dass der Kaiser nackt ist, aber tun so, als ob sie es nicht sähen. Wollte ihnen einer die Augen öffnen, sagen sie gelangweilt: Aber das wissen wir doch. Es handelt sich um gemeinsamen Bluff. Der Machthaber (in Politik und Wirtschaft) blufft. Die Journalisten wissen das, das Wahlvolk ebenso. Auch der Machthaber weiß, dass alle um seinen Bluff wissen. Und alle wissen, dass er weiß, dass wir es wissen. Und wir spielen weiter.²⁶²

Das Bewusstsein von der Theatralität

Die Wirklichkeit ist nicht gegeben, sondern sie muss gedeutet, inszeniert und dramaturgisch aufbereitet werden, wie dies Erving Goffman geschildert hat,²⁶³ und für das Individuum, das sich in diese Wirklichkeit allseitiger Inszenierung hineinbegeben muss, gilt dies erst recht. Man muss sich keinem übertriebenen Konstruktivismus hingeben: Natürlich ist zwischen der *wirklichen* Wirklichkeit und der *gespielten* Wirklichkeit zu unterscheiden. Schließlich kommt man nicht dadurch zu Geld, dass man sich vorstellt, dass man es hat. Wenn man am Krebs stirbt, dann ist man tot, und es hilft keine Inszenierung. Aber die funktionalen Systeme sind so funktional auch wieder nicht, dass sie gegen den Bluff immun wären. Der Satz, dass Sachverhalte dann real sind, wenn die Menschen sie für real

halten, passt blendend in die postmoderne Gesellschaft. In jenen Fällen, wo der Eindruck zählt, ist es für das Ergebnis ohnehin gleichgültig, ob der Anschein wahr oder unwahr ist. Eine Korrespondenz zwischen Behauptung und Realität ist dann leicht herzustellen, wenn man die Realität nicht mehr als widerborstige Kategorie ansieht, sondern wenn der Satz, der etwas über die Realität aussagt, diese Realität konstituiert. *In einer Welt der Signale sind nur noch die Signale wichtig.*

Es kann den Individuen nicht entgehen, dass die weltanschaulichen und sinnstiftenden Inhalte dürr geworden sind; und in dieser Lage gewinnt das Theatralische, mit dem irgendwelche Elemente in die Szene geworfen werden, an Bedeutung. *Ästhetik ersetzt Existenz.* Wenn man aber wahrnimmt, dass die Dekorationen so bedeutend sind, wäre jeder dumm, würde er sie nicht in Rechnung stellen. Wenn alle spielen, muss man mitspielen. Man muss sich informieren, wie die aktuelle Welt der Signale beschaffen ist. Man muss wissen, was man spielen muss. Man muss das richtige »kulturelle Kapital« akkumulieren und pflegen: Wissen, was in und out ist. Informiert sein, was man lieben und verabscheuen muss, damit man sich marktgerecht behaupten kann. Die eigene Person als Produkt verstehen, das sich in einer Produktwelt behaupten muss, in der es, angesichts der kommunikativen Überlastung, um die Erzielung von Aufmerksamkeit kämpft.

Wozu braucht man gediegene Autos? Um beim Hotel oder einem Event die prächtige Vorfahrtsrampe zu nutzen. Eine Zeitungsbeilage gibt Tipps zur Symbolik der einzelnen Gefährte.

- *Audi A8: dynamischer als Mercedes, symbolisiert steilen Aufstieg und hohe Performance in allen Lebenslagen.*
- *Bentley: wenn man das traditionelle Familienunternehmen zu einem völlig überhöhten Preis an ahnungslose Heuschrecken verscherbelt hat.*
- *BMW X6: der Welt zeigen, dass man sich von Finanzkrise und Klimawandel nicht kopfscheu machen lässt.*
- *Lexus LS 600h: signalisiert durch Hybridantrieb hohe gesellschaftliche Verantwortung; man erspart sich das Spenden für wohltätige Zwecke.*
- *Maybach: passt gut zu wallenden Brautkleidern, verlangt einen starken Charakter, sonst wirkt er peinlich.*
- *Porsche Cayenne: hervorragende Möglichkeit, sich ins rechte Licht zu stellen, wenn der Mercedes gerade im Service ist; muss halt der Gärtner diesen Abend zu Fuß gehen.*

- *Rolls-Royce: Besitz dieses Fahrzeugs sollte stets von angemessenen Charity-Aktivitäten begleitet werden.*
- *Ssangyong Chairman: volles Bonzenfeeling zum Diskontpreis.*²⁶⁴

Wenn man sich intensiv der Inszenierungsaufgabe widmet, gerät im Lauf der Zeit die Ordnung der Dinge ohnehin durcheinander: Wenn man die *großen Gefühle* imitiert, dann bekommt man zumindest einen Hauch davon mit. Wenn man das Management »spielt«, dann lässt sich schwer beweisen, dass man es nicht wirklich tut. Und das »Erlebnis« wird oft wirklich nur dann zu einem solchen, wenn man es als Erlebnis theatralisiert; es wäre gar kein Erlebnis, wenn es der Inszenierung ermangelte.

Spielwiese Internet. Das Internet ist ein anderer Tummelplatz für Selbst, Maske und Bluff. (Es ist natürlich nicht die große Kraft, die alles verschuldet, wie es manche Netzpessimisten sehen; es ist eher eine originelle und verstärkende Begleitmusik zu dem, was sonst auch geschieht.) Das Interessante ist, dass dort die Identitätsgestaltungsmode neue Höhepunkte erfährt. Es dokumentiert sich der Drang der Menschen, sich in ihrer (vermeintlichen) Individualität, in allen Details bis hinein ins Intimleben, darzustellen. Dort wird auch am deutlichsten, in welchem Maß diese Identität eine Bastelarbeit darstellt; tatsächlich kann man dort die *Identitätsarbeiter* beim *Work in Progress* beobachten. Aber gerade das Netz hilft auch zum Bluffen, und das gehört zum Spiel. Im Netz kann man alles, was man will: maskieren, schminken, virtuell gestalten, Mimikry üben; gender swapping; virtuelle Vergewaltigung. Jedes Begehren und jeder Impuls kann ausgelebt werden.²⁶⁵ Der Computer ist längst keine Rechenmaschine mehr, sondern eine Spielmaschine, eine Simulationsmaschine, eine Fantasiemaschine, eine Traummaschine. Es ist nicht verwunderlich, dass sich auf dieser Spielwiese besonders gern Voyeuristen und Neurotiker efinden.

Chaos-Training für die Postmoderne. Das Fernsehen ist der spätmoderne Ort der Desinformation, aber es trainiert auch für das Chaos dieser Gesellschaftsformation sowie für die *indifférence à la vérité*.²⁶⁶ Das alte »Broadcasting« (ein Fernsehangebot) wurde von der Atomisierung (viele Kanäle) und diese von der Vernetzung (Video und Internet) abgelöst; das ist ein Prozess von der Information zur Kommunikation.

Der Prozess ist weit gediehen, es gibt immer weitere Bereiche der »reinen« Kommunikation, die keinen Informationsgehalt mehr aufweist. Das Fernsehen lässt Wirklichkeit und Virtualität verschwimmen. Vor allem aber die Struktur der Darbietungen ist wichtig; Das Fernsehen konzentriert sich auf Verunsicherung, jedoch innerhalb eines verlässlichen Rahmenwerks. Das entspricht der Lebenserfahrung. Die Kritik am Fernsehen verkennt jene Kulturleistung, die darin besteht, »Angstbereitschaft, Kontingenzbewusstsein und Irritabilität der Gesellschaft zu trainieren.«²⁶⁷ Die großen »Beeinflussungsapparate«²⁶⁸ sind darin sehr effizient.

Der strategische Optimismus

Man muss so tun, als wäre man wahnsinnig gut drauf. Das ist eines der entscheidenden Bluff-Gebote. Es hat einmal eine Gesellschaft gegeben, in der die *Lebensentwürfe* eine gewisse Nähe zu den *Lebensmöglichkeiten* aufwiesen haben. Es war freilich jene Gesellschaft, in der man sich nicht allzu viel aussuchen konnte; aber die traditionellen Sozialordnungen haben plausible, erwartbare, naheliegende Lebenswege vorgestellt und vorgezeichnet. Ich möchte Automechaniker werden. Ich werde den Bauernhof übernehmen. Ich werde Lehrerin. Die Umwelt hat das akzeptabel gefunden.

Das ist anders geworden in einer spätmodernen Gesellschaft, die den Nachwachsenden alle Optionen nicht nur offenhält, sondern die Erreichbarkeit der besseren unter ihnen verspricht und nahelegt. Was sind *bessere Optionen*? Sie sind im Bereich der Stars, der Prominenten, der Models, der Börsenmakler, der Himalaya-Bezwinger, der IT-Gurus, der Friseur-Weltmeister oder der Stararchitekten angesiedelt. Der »amerikanische Traum«²⁶⁹ ist globalisiert, jedem wurde das Bewusstsein vermittelt, er könne alles, wenn er nur wolle. Deshalb wird die Freiheit der Optionen nicht mehr auf wirklichkeitsnahe Aktivitätsfelder abgebildet, vielmehr werden die Ausnahmefälle als Regelfälle präsentiert. *Die Normalität verblasst*. Die normalen Lebensläufe werden als jene von Versagern dargestellt, wenn denn die »Stars« als Vorbilder, als *role models* für alle, vorgestellt werden. Erfolg ist alles: Es herrscht eine Art von *Successophilie*. Jeder ist ein siegesgewisser Glücksritter, der er im Alltag weder ist noch werden kann: »Stattdessen spielt er als Momentpersönlichkeit den Erfolgsmenschen, der sich, um seine psychische Labilität und soziale

Destabilisierung zu verdecken, mit den vorgefertigten Accessoires der wechselnden Glücksmode ausstaffiert.«²⁷⁰ Das geht nur im Bluff.

Star-Erwartungen. Der Anteil jener Jugendlichen steigt, der glaubt, später einmal Model oder Kinostar zu sein, ein berühmter Sportler oder Künstler, jedenfalls aber ziemlich reich. Schließlich haben sie tagtäglichen Umgang mit solchen Leuten, wenigstens auf den Fernsehschirmen. Also bluffen sie sich selbst. Prominenz ist eminent wichtig, und sie braucht keine Begründung mehr: Prominent ist, wer (in den Medien) vorkommt; und seien es nur jene »Damen«, die prominent sind, weil sie mit Prominenten schlafen. Aber auch die Zaungäste wollen ein vollkommenes Leben haben, und sie haben den Eindruck, dass es ihnen versprochen worden ist: ein derart vollkommenes Leben, wie man es am Ende des Samstagabend-Fernsehfilms sieht, bei den Gutsbesitzern und Landärzten. Wenn es ein Vollkommenheitsdefizit im eigenen Leben gibt, dann muss jemand schuld sein: die Ehepartner oder die Berater, die Lehrerinnen oder der Autoverkäufer, der Landwirtschaftsminister oder der Irak. Gibt es einen Unfall, sind die Straßenwarte, die Anrainer oder die Versicherer schuld. Wird ein Kind belästigt, haben sich die Sozialämter nicht gekümmert oder der Rechnungshof, der Ministerpräsident oder die EU. Wenn der Optimismus an der Vollkommenheit Maß nimmt, müssen alle Unzulänglichkeiten der Welt zurechenbare Managementdefizite sein.

Glücksverpflichtung und Melancholieverbot. Erfolg haben wird vor allem jener, der mit einer gehörigen Dosis an Euphorie in die Zukunft marschiert. Defätisten und andere Kritiker sind sozial dysfunktional, zukunftssträchtig und brauchbar sind jene, die »hungrig« sind; die alles wollen, und zwar bald. Man mag seine mehr oder minder glücklich zusammengebastelte Individualität gestalten, wie man will; wer aber nicht als Versager gelten will, der muss dynamisch und optimistisch sein und einen *glücklichen* Eindruck machen. Er muss glauben, dass ihm die Glücksgöttin über die Schulter schaut. Er hat also für sein *mood management* zu sorgen, für seine positive Stimmung. Die Vision davon, was das Lebensziel, die erfolgreiche Karriere, das gelingende Leben ausmacht, hat sich grundlegend geändert. Ein wesentlicher Schritt in diesem Wandel war die *Diskreditierung der Normalität*, auf die wir schon hingewiesen haben. Ein normaler Job,

Zuverlässigkeit und Firmentreue, eine berechenbare Vorrückung – das alles ist sklerotisch, bürokratisch, gestrig; so skurril wie heutzutage eine »normale Hausfrau« oder die Tugend der »Keuschheit«. Wagemut ist gefordert, Jobhopping, das Risiko der Selbstständigkeit wird gelobt, Ausprobieren und Scheitern und wieder Aufstehen und Weitermachen. Irgendwann kommt der *große Treffer*. Gewinnen ist das Lebensziel. Es ist eine Gesellschaft, die nicht von ihrer Normalität her gedacht wird, von ihrer »Mitte«, denn diese wird als Form der Langeweile oder der Unmoral gesehen; sie wird vielmehr von ihren Extremen her gedacht.²⁷¹

Der Journalist und Trendforscher Matthias Horx ist seinerzeit durch Deutschland gefahren und hat mit vielen Menschen gesprochen; alles recht sonderbare, einige extreme Typen. Dann ist ihm aufgefallen, dass ihm gleichsam die Normalität verloren gegangen ist, und er fragt: »Was wäre, wenn die Normalität sich heimlich aus der Realität verabschiedet hätte? Wo soll sie gedeihen, wenn in jeder kreuzbraven Familie längst das Scheidungsdrama lauert? Wenn Kinder die Erwachsenen und Erwachsene Kinder sind? Wenn der angesehene Abgeordnete, der Goethe liest und Chopin hört, hinter der Bibliothek eine kleine Folterkammer für seine sexuellen Obsessionen unterhält – das ist normal. Wenn sich die Mächtigen als hilflos und die Beherrschten als die eigentlich Mächtigen erweisen. Wenn jede erfolgreiche Existenz auf einem Steuerbetrug beruht, wenn die Korruption längst ein Überlebenselixier, die Ehrlichkeit aber eine Psychokrankheit ist, die Dilettanten berühmt sind und die Berühmten immer verrückter werden – was tun? Auf nichts und niemand ist mehr Verlaß. Wenn keiner mehr entscheiden kann, ob nicht die Linken in Wahrheit erzkonservativ und die Yuppies emanzipatorisch, ob die Entfremdung nicht längst verbindliche Realität, Realität hingegen längst eine Abstraktion darstellt – wer soll da Maßstäbe setzen? Wenn die schrillsten Absonderlichkeiten aus dem profanen Alltag wachsen, wenn der Spießer in Wahrheit ein Freak und der Freak ein idealer Spießbürger ist, wenn das Intellektuelle längst banal, das Banale aber intellektuell ist, wenn die Wirtschaft nur durch ihre permanente Krise, die Gesellschaft nur durch ihren Untergang gedeihen kann – soll man dann erneut nach Ordnung, Klarheit, Wahrheit rufen wie ein verrückt gewordener Moralpolizist? Und vor allem: Wogegen soll man revoltieren? Wovon sich abgrenzen?«²⁷²