

Aus:

Vincent Kaufmann, Ulrich Schmid, Dieter Thomä (Hg.)

Das öffentliche Ich

Selbstdarstellungen im literarischen und medialen Kontext

August 2014, 226 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb.,
24,99 €, ISBN 978-3-8376-2409-0

Das Ich stellt seit jeher eine zentrale Deutungskategorie der Geistes- und Sozialwissenschaften dar. Im Zuge der technologischen Revolution haben sich die Bedingungen der Ich-Konstitution und Ich-Präsentation grundlegend verändert. Die Beiträge des Bandes zeigen: Das Ich ist zur verfügbaren Größe geworden, die medialen Designverfahren unterzogen werden kann. Die Idee eines autonom handelnden Ichs wird zunehmend verworfen; in den Vordergrund treten Ich-Konzeptionen, die durch Labilität, Verwerfungen, Brüche und Impressivität gekennzeichnet sind. Das Ich ist keine Gegebenheit mehr, sondern Resultat einer Narration, Präsentation oder Simulation.

Vincent Kaufmann (Prof. Dr. phil.) ist Direktor des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement an der Universität St. Gallen.

Ulrich Schmid (Prof. Dr. phil.) ist Professor für Kultur und Gesellschaft Russlands an der Universität St. Gallen.

Dieter Thomä (Prof. Dr. phil.) ist Professor für Philosophie an der Universität St. Gallen.

Weitere Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2409-0

Inhalt

Einleitung

Vincent Kaufmann, Ulrich Schmid, Dieter Thomä | 7

Ich-Gesicht. Historische Anmerkungen zum Individuellen als Vervielfältigung

Valentin Groebner | 11

Vom Ich-Zwang zum Ausreden-Ich

Fritz Breithaupt | 25

Zum Ursprung des Lebenslaufs

Selbst-Inszenierungen im frühneuzeitlichen Spanien

Robert Folger | 39

Strategien des Verschwindens

Ikonophobe Autorschaft

Bernd Stiegler | 57

Biographie, Autobiographie und Parodie

Vladimir Nabokovs Selbsterschaffung und Selbsterstörung

Ulrich Schmid | 79

Die Spektakularisierung der Literatur

Vincent Kaufmann | 91

Foucault als Schwellenwesen

Überlegungen zum Verhältnis von Theorie und Autobiografie

Dieter Thomä | 105

Automedialität und Künstlerschaft

Film – Video – Internet: Künstlerische Selbstdarstellung
in der Geschichte des Bewegtbildes

Nina Gerlach | 135

Image 2.0 oder: SelbstTechnologien in sozio-medialen Netzwerken

Beate Ochsner | 161

Express Yourself 3.0!

Über die Auswirkungen des transmedialen Digitalen und der Vernetzung
auf die gegenwärtige Subjektivität: Kommunikatives Handeln auf
zwei Ebenen, entdramatisierte Selbstvertextlichung und somato-
technologischesdisjunktives Kontinuum

Laurence Allard | 179

Selbst: Erscheinen – Verschwinden

»Asoziale« Ästhetiken auf YouTube

Birgit Richard | 203

Autorinnen und Autoren | 221

Einleitung

Vincent Kaufmann, Ulrich Schmid, Dieter Thomä

Schon in der Antike galt die Sentenz »Individuum est ineffabile«. Das Ich ist unaussprechbar, gleichzeitig existiert es nur, wenn es sich selbst in der Öffentlichkeit thematisiert und inszeniert. Ein Ich kann sich ohne Anerkennung der Außenwelt gar nicht ausbilden, es produziert sich, um vom Blick anderer wahrgenommen zu werden. Dabei bleibt es eine problematische Größe. Seit jeher bewegt es sich in einer schwierigen Zwischenstellung zwischen der Authentizität (»ich bin ich selbst«) einerseits und der Fiktionalität (»ich spiele eine Rolle«) andererseits, zwischen Stabilitätsanspruch (»ich bleibe mir gleich«) und Dynamik (»ich verändere mich«). Diese Zwischenstellung wird mit den unterschiedlichsten Kategorien gefasst, wobei bald die Konstanz, bald die Varianz betont werden: Hierzu gehören u.a. die Konzepte der Bildung, des Rollenspiels, der Selbsterfindung, aber auch des »Verschwindens« des Ich.

Gerade weil die Geistes- und Sozialwissenschaften mit menschlichem Verhalten und Kulturprodukten befasst sind, stellt das Ich in diesem Rahmen eine zentrale Deutungskategorie dar. Klassiker der Sozialtheorie wie George Herbert Mead oder Erving Goffman und Denker des Poststrukturalismus wie Jacques Lacan, Louis Althusser oder der späte Michel Foucault haben sich mit der Konzeptualisierung des Ich befasst. Dabei ist zu vermerken, dass mit diesen Theoretisierungen meistens versucht wird, die Konstruiertheit und Historizität des Ich zu erfassen; es wird als eine spezifische soziale Konfiguration bestimmte Funktion definiert oder auch, im Fall der Psychoanalyse, als Funktion eines komplexen psychischen Apparates.

Weitgehend hat sich die Theorie im vergangenen Jahrhundert an Pascals »Le moi est haïssable«, an Rimbauds »Je est un autre« und an Ernst Machs »Das Ich ist unrettbar« angeschlossen. Und wenn es nicht gerade darum ging, das Ich zu hassen (wobei man durchaus etwa Lacan einen solchen Hass zuschreiben kann), so stand zumindest immer seine Entmachtung oder seine Zerlegung in differenzierte Funktionen und Effekte im Zentrum. Damit hat das Ich ziemlich viel von seiner dank Descartes, Kant und Fichte erworbenen Selbständigkeit einbüßen müssen. Diese Entwicklung prägt auch die Ge-

schichte der Künste (von der Literatur der klassischen Avantgarde bis zu YouTube-Videos), wo parallel zur Theoretisierung der Künstlichkeit des Ich alle Ressourcen der Ironie oder der Parodie eingesetzt werden, um das Ich als Ort der Präsenz und der Authentizität zu hinterfragen oder zu ruinieren.

Was hat sich in den vergangenen zwanzig oder dreißig Jahren geändert, so dass die Wiederaufnahme der traditionell wirkenden Frage nach dem »Ich« gerechtfertigt scheint? Kann man hier mehr leisten als einen Nachruf oder eine postume Würdigung? Hier ist vor allem auf die Revolution in der medialen Umwelt hinzuweisen, die grundlegend die Bedingungen der Ichkonstitution und Ichpräsentation verändert hat: Zu beachten ist die neue Dominanz der audiovisuellen Medien, die u.a. neue Formen der (Pseudo-)Authentizität erzeugen und, allgemein gesagt, eine Ökonomie der Aufmerksamkeit und der Sichtbarkeit herausbilden. Damit ist auch eine neue anthropologische Norm entstanden: In jedem Ich verbirgt sich ein (Selbst-)Manager.

Darüber hinaus stellen die digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien dem Ich neue, stark individualisierte Gestaltungsmöglichkeiten zur Verfügung. Gerade die neuesten Entwicklungen der sogenannten »social software« wie Facebook oder Twitter zeigen, wie das Ich bei der Selbstpräsentation als Designer über seine eigene Identität zu verfügen versucht. Reality Shows im Fernsehen sowie die verschiedenen Spielformen der »scripted reality« lassen den ohnehin schmalen Grenzstreifen zwischen Schauspielerei und authentischer Existenz zu einer verschwommenen Grauzone werden. TV und Internet tragen auf diese Weise auch dazu bei, dass die bürgerliche Unterscheidung zwischen öffentlichem und privatem Raum hinfällig wird, was seinerseits auch zu neuen Ich-Konfigurationen führt: es muss nun in der paradoxen Doppelrolle der maximalen Vernetzung und der zunehmenden Vereinzelung leben. Das Ich ist damit zunehmend zur variablen Größe geworden, die medialen Designverfahren unterworfen werden kann. Die Idee eines autonom handelnden Ichs wird entsprechend als problematisch wahrgenommen. In den Vordergrund treten Ich-Konzeptionen, die durch Labilität, Verwerfungen, Brüchen und Impressivität gekennzeichnet sind. Das Ich ist keine Gegebenheit mehr, sondern Resultat einer Narration, Präsentation oder Simulation.

Im Kontrast zu dieser Verflüchtigung des Ich steht die Tatsache, dass man sich weiterhin auf das Ich als eine Keimzelle von Handlungsfähigkeit oder Widersetzlichkeit auch im politischen Sinne beruft. In der Literatur tobt ein Streit zwischen denjenigen, die die Stimme des Ich verteidigen und dessen »Reality Hunger« (David Shields) gegen den Selbstverlust in virtuellen Welten verteidigen, und denjenigen, die gerade im Rückzug auf das Ich die Ursache für den Krise des Sozialen und vor allem auch der Sozialkritik erkennen (Juli Zeh).

Die vorliegenden Beiträge wollen Formen und Strategien der Ichpräsentation und seiner gesellschaftlichen Resonanz aus der Perspektive unterschiedlicher Disziplinen analysieren, wobei sie sich nicht nur auf die sich verändernde

Gegenwart beziehen. Sie eröffnen im Licht des gegenwärtigen Medienwandels sowohl historische wie systematische Perspektiven.

Die gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Handlungsmöglichkeiten des modernen Ich lösen sich im 19. Jahrhundert von den traditionellen Mustern der Selbstbestimmung und des »Selbstzwangs« (Norbert Elias) und nutzen neue Spielräume. Gerade die Freigabe der Definition des Ich führt aber gleichzeitig auch zu kulturellem Orientierungsverlust. Gegen Ende des 20. Jahrhunderts werden Kategorien wie Design, Stil und Geschmackspräferenzen dominant für die Konstitution des Ich. Auch Rückkoppelungseffekte sind in Rechnung zu stellen: Wie wirkt die wahrgenommene Wirklichkeit auf das Selbstbild des Subjekts zurück? Das Ich konstituiert sich mit Rücksicht und im Vorblick auf sein Image, das immer häufiger medial vermittelt wird: Die Abhängigkeit von fremden Meinungen steht nicht mehr im Zusammenhang mit stabilen Rollenerwartungen in der Gesellschaft, sondern ergibt sich mit Bezug auf kontingente, symbolisch verfasste, weitgehend virtualisierte Leitbilder. Schließlich wirkt auch das Meta-Image auf das Ich ein: Wie nehme ich mein Image bei anderen wahr und wie korrigiere ich daraufhin meine eigene Ichpräsentation?

Das Ich und sein Image werden durch zahlreiche Parameter bestimmt: durch das soziale Umfeld, Medien Institutionen usw. In diesem Sinne ist es auch als Schnittfläche oder Verhandlungsraum zwischen Subjektivität und kultureller Ordnung zu verorten. In den Ich-Bildern löst sich die Person auf und findet sich – vielleicht – wieder, und nur mittels der kulturellen Konstruktion eines Ich entsteht Kultur als Prozess der Subjektivierung. Diese sowohl ästhetische wie praktische Herausforderung steht im Zentrum der hier gesammelten Beiträge, die sich in diesem Sinne grundsätzlichen Fragen der Kulturwissenschaften widmen: Was wäre Kultur ohne Subjektivität, was geschähe mit der Kultur, wenn sie nicht mehr der Schau- und Spielplatz des Ich wäre?

St. Gallen, im Oktober 2013