

Susanne Witzgall

Digitales Ich und überfordertes Subjekt

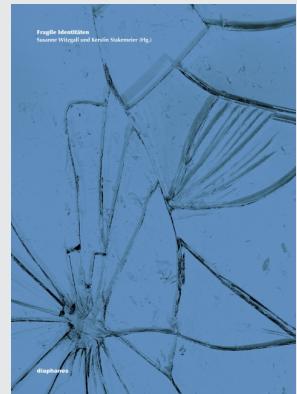
Künstlerische Repräsentationen des Selbst und die Neukonzeption der Subjektivität

13 Seiten

DOI 10.4472/9783037346174.0021

Zusammenfassung

Wie ist es um die Subjektformen der Gegenwart und wie ist es um deren Selbst-Verständnis bestellt? In künstlerischen Arbeiten und wissenschaftlichen Theorien treten immer häufiger ›fragile Identitäten‹ in den Vordergrund. Sie erscheinen als Kritiken am Begriff der Identität selbst, verweisen aber vor allem auf den prekären Zustand von Subjektformen im fortgeschrittenen Kapitalismus und in aktuellen politischen Umbruchssituationen. Anknüpfend hieran lotet der Band Chancen und Gefährdungen des fragilen Selbst aus und fragt nach der Dringlichkeit eines neuen Konzepts von Subjektivität. Die Publikation ist Ergebnis des zweiten Jahresprogramms des cx centrum für interdisziplinäre studien an der Akademie der Bildenden Künste München.



**Kerstin Stakemeier (Hg.),
Susanne Witzgall (Hg.)**

Fragile Identitäten

256 Seiten, Broschur
ISBN 978-3-03734-525-2

Zürich-Berlin 2015

Mit Beiträgen von
Rosi Braidotti, Paul Broks,
Florian Cramer, Claire Denis,
Okwui Enwezor, Jana Euler,
Stephen Frosh, Gareth A.
Jones, Christian Kravagna,
Maurizio Lazzarato, u.a.

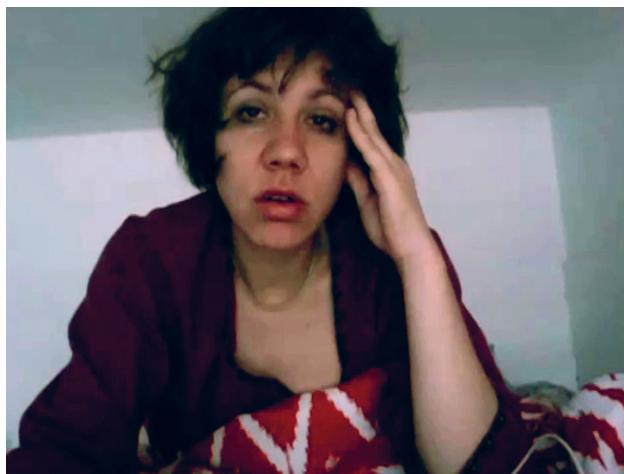


Abb. 1–3

Erica Scouti, *Life in AdWords*,
März 2012 – Januar 2013 (11-teilig),
Videostills, Webcam Videos,
Gesamtlänge 1:09 min.

Digitales Ich und überfordertes Subjekt

Künstlerische Repräsentationen des Selbst

und die Neukonzeption der Subjektivität

Susanne Witzgall

¹ Siehe Erica Scourti, *Life in AdWords*, Dezember 2012, 00:38–00:53, unter: <http://vimeo.com/album/1944360> (aufgerufen: 12.09.2014).

»Furcht in der Öffentlichkeit zu sprechen, Stress, Angst, Yoga Atemübungen, Songtexte zum Loslassen, Gedächtnisübungen, Steigerung des Erinnerungsvermögens [...]«, skandiert eine junge Frau mit erstarrter emotionsloser Miene in die Webcam.¹ Schnell wechselnde, unter Monatsnamen zusammengefasste Videosequenzen zeigen die Künstlerin Erica Scourti in scheinbar informellem und teilweise recht desolatem Zustand mit verquollenem Gesicht, Augenringen und ungekämmten Haaren, wie sie seltsame Phrasen verlauten lässt, die vorrangig Objekte, Gefühle und Orte aus den Themenfeldern Musik, Kunst und Religion, Befinden und Gesundheit, Sexualität und Partnerschaft durcheinanderwirbeln. Auffällig oft fallen dabei Wortketten, die in unerbittlichem Gleichmut sowohl körperliche und mentale Störungen oder persönliche Unzulänglichkeiten als auch Techniken der Selbstoptimierung, Angst- und Stressbewältigung stenografieren.

Erica Scourti schrieb für die Arbeit *Life in AdWords* (Abb. 1–3), von der hier die Rede ist, von März 2012 bis Januar 2013 regelmäßig einen Tagebucheintrag und schickte diesen an ihren Google-E-Mail-Account. In einem zweiten Schritt verschaffte die Künstlerin sich Einblick in die automatischen Scripts, die der Webdienst Google per Algorithmus von ihren Einträgen erstellte mit dem Ziel, Scourtis persönliche Mitteilungen in Konsumprofile zu übersetzen und eine auf diese individuell abgestimmte Schaltung von Netzwerbung zu ermöglichen. Die wirtschaftlich verwertbaren und äußerst lukrativ an Werbetreibende zu verkaufenden Reizwort-Kombinationen der Google-Scripts referierte die Künstlerin dann wiederum in leicht editierter Form tagtäglich vor dem Kameraauge ihres Computers.

² Im Folgenden wird zwischen Subjekt und Selbst bzw. Identität klar differenziert. Nach Andreas Reckwitz verstehen die meisten sozialwissenschaftlichen Subjektnanalysen der Gegenwart unter Identität die Art und Weise, in der in das Subjekt »ein bestimmtes Selbstverständnis, eine Selbstinterpretation eingebaut ist [...] Die Identität des Subjekts ist damit gleichbedeutend mit dem, was häufig auch das ‚Selbst‘ (selbst) genannt wird« und bezeichnet nur einen »spezifischen Aspekt der Subjektform«. Mit dem Subjekt ist dagegen meist die »gesamte kulturelle Form gemeint, in welcher der Einzelne als körperlich-geistig-affektive Instanz in bestimmten Praktiken und Diskursen zu einem gesellschaftlichen Wesen wird.« Andreas Reckwitz, *Subjekt*, Bielefeld: transcript 2008, S. 17. Neben dem Verständnis des Subjekts als selbständige handelnde und entscheidende Instanz, die sich selbst wahrnimmt und interpretiert, ist dieses also immer auch in gesamtgesellschaftlichen Machtstrukturen zu verorten und unterliegt Erwartungen gesellschaftlicher Normen und Werte. Den wesentlichen Kern dieses Subjektverständnisses brachte Michel Foucault 1982 auf folgende kurze Formel: »Das Wort ‚Subjekt‘ hat zwei Bedeutungen: Es bezeichnet das Subjekt, das der Herrschaft eines anderen unterworfen ist und in seiner Abhängigkeit steht; und es bezeichnet das Subjekt, das durch Bewusstsein und Selbsterkenntnis an seine eigene Identität gebunden ist.« Michel Foucault, »Subjekt und Macht«, in: Ders., *Analytik der Macht*, Berlin: Suhrkamp 2013 (5. Auflage), S. 245. Zur Differenzierung zwischen sozialem Subjekt und individuellem Selbst, die aber untrennbar miteinander verbunden sind und in enger Wechselwirkung miteinander stehen, siehe auch die Ausführungen von Rosi Braidotti in diesem Band, S. 152: »die Bildung und Entstehung neuer sozialer Subjekte ist immer ein kollektives Unterfangen, dem individuellen Ich äußerlich, während gleichzeitig die tiefen und singulären Strukturen des Ichs in Bewegung gesetzt werden.«

³ Jörg Zirfas, Benjamin Jörissen, *Phänomenologie der Identität. Human-, sozial- und kulturwissenschaftliche Analysen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, S. 161.

⁴ Ebd., S. 160.

⁵ Siehe Florian Cramers Beitrag in diesem Buch, S. 243.

Entstanden ist auf diese Weise eine Arbeit, die jenseits des persönlichen Befindlichkeitsmantras einer angestrengten Künstlerin trotz – oder vielleicht gerade aufgrund – ihrer einfachen, fast beiläufig erscheinenden formalen Umsetzung treffende Aussagen zum Status des Subjekts in den gegenwärtigen Gesellschaften des fortgeschrittenen Kapitalismus liefert. Insofern drängt sich *Life in AdWords* als Ausgangspunkt für die nachfolgenden Überlegungen nahezu auf, die anhand aktueller Repräsentationen des Selbst und deren Reflexion in zeitgenössischen künstlerischen Arbeiten, danach fragt, wie es aktuell um das Subjekt des Westens und seine identitären (Selbst)zubeschreibungen bestellt ist.²

Digitale Selbstrepräsentationen

Der Mensch nutzt Repräsentationen seines Selbst – seien sie visueller oder schriftlicher, materieller oder mentaler Art –, um sich mit ihrer Hilfe seiner selbst zu versichern, und das, obwohl das prekäre Differenzverhältnis von Repräsentation und Repräsentiertem hinlänglich bekannt ist. Trotz dem Misstrauen gegenüber dem Bild vom Selbst, ermöglicht dieses nach Zirfas und Jörissen dem Subjekt seine »Weltbezüge auf das Nachvollziehbare und Handhabbare« zu reduzieren und seine »labilen Identitätskonstruktionen zu stabilisieren«.³ Dabei konstatieren sie eine »Reflexivität des Subjekts im Bezug auf sein Bild«,⁴ das heißt eine Rückwirkung der eigenen Repräsentationen auf das Subjekt. Auch wenn sich, wie Florian Cramer mit Recht betont, alle »simplizistisch-medienontologischen Erklärungsmodelle von neuen Medien als autonome Produzenten«⁵ wie auch immer gearteter Identitäten verbieten, so sind aufgrund der engen wechselseitigen Verflechtung von Repräsentation und Identität die durch neue digitale Kommunikationstechnologien erweiterten und veränderten Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Selbstwahrnehmung unbestreitbar von Bedeutung, wenn es um Subjektformationen und Identitätsfragen der Gegenwart geht. Auch Erica Scourti verweist hinsichtlich ihrer Arbeit *Life in AdWords* und gestützt auf ein Zitat von Donna Haraway, dass in der Beziehung zwischen Mensch und Maschine nicht auf der Hand liegt, »wer oder was herstellt und wer oder was hergestellt ist«⁶ auf die enge produktive Wechselwirkung zwischen Selbst und technischem Darstellungsmedium. Gleichzeitig hebt die Künstlerin durch die humorvolle Dissonanz zwischen dem scheinbaren Naturalismus der Webcam-Aufnahmen eines vermeintlich authentischen Selbst und dem synthetisch-maschinell wirkenden Sprachduktus die unüberbrückbare Differenz zwischen Repräsentation und Repräsentiertem hervor. Mit der dezidierten Thematisierung dieser Differenz scheint Scourti bewusst auf einen gelegentlich auftauchenden blinden Fleck in der Selbstrepräsentation (netzbasierter) digitaler Medien zu verweisen. So könnte die »dynamische und kontinuierliche« Interaktion zwischen Mensch und digitalen Medien »mit Feedback und Feed-forward-Loops, die verschiedene Ebenen sowie quer verlaufende Maschinenprozesse und menschliche Erwiderungen miteinander verbindet«,⁷ wie sie Katherine Hayles

ganz allgemein für die Interaktion zwischen menschlicher und maschineller Kognition beschreibt, in der Tat eine unmittelbare Kopplung des Selbst an seine mediale Repräsentation nahelegen. Dieses Gefühl, unmittelbar an sein virtuelles Ich angeschaltet zu sein – das bei Scourtī auch durch den auf sie selbst bezogenen Feedback-Loop des Google-Scripts erzeugt wird –, führt vielleicht nicht unbedingt zu einem »fraktalen Selbst«⁸ oder einer verteilten Identität, in der scheinbar minimierten Distanz eines technisch vermittelten Selbstbezugs aber zumindest zu einem sich medial kontinuierlich selbst überprüfenden Ich.

Das Subjekt als Ware

Doch die digitale Repräsentation des Ich resultiert – wie die Arbeit von Erica Scourtī prägnant vor Augen führt – nicht nur in einem technologisch gestützten Selbstbezug, sondern bietet vor allem perfektionierte Anschlussstellen für die Einspeisung des Subjekts in die globale Zirkulation von Informationen, Waren und Kapital. Die Verarbeitung von Scourtīs persönlichen Tagebucheinträgen in konsumrelevante Daten und ihre Wiedergabe durch die Künstlerin zeigt die Verwandlung des Subjekts in stereotypisierte Verbraucherprofile, welche die kapitalistische Maschinerie des Neoliberalismus gleichzeitig gebiert und verdaut und die durch gezielte Gebrauchswertversprechen – häufig unerkannt – auf das Subjekt zurückwirken. Die digitalen Repräsentationen des Selbst in und durch E-Mail-Programme, Suchmaschinen, Blogs und soziale Netzwerke sind dabei zwar nicht Initiatoren, aber geflissentliche Gehilfen bei der Beschaffung dessen, wonach der entfesselte Kapitalismus lechzt: »Das, worauf die neoliberalen Marktkräfte aus sind, und das, worin sie finanziell investieren«, so die feministische Theoretikerin Rosi Braidotti,

ist die Informationsmacht des Lebendigen selbst. Die Kapitalisierung lebendiger Materie produziert eine neue politische Ökonomie, die Melinda Cooper (2008) ›Leben als Mehrwert‹ nennt. [...] Datenbanken mit personenbezogenen biogenetischen, neuronalen und medialen Informationen sind heute das wirkliche Kapital, wie auf banalerer Ebene der Erfolg von Facebook zeigt. Das ›Data-Mining‹ soll Profile erstellen, die unterschiedliche Typen oder Merkmale identifizieren und als strategische Zielgruppen für Kapitalinvestitionen kennzeichnen. Diese prognostische Analytik des Humanen kommt einem ›Life-Mining‹ gleich mit den Hauptkriterien von Sichtbarkeit, Vorhersagbarkeit und Übertragbarkeit.⁹

Die umfassende Kommodifizierung des Lebens, die Verwandlung des Subjekts in eine Ware, mit der gehandelt und Profit erzielt wird, kann dabei als wesentlicher Bestandteil eines systematischen Produktivmachens aller Lebensprozesse angesehen werden, das Michel Foucault bekanntermaßen als »Biopolitik«¹⁰ der Bevölkerung beschrieb und von Michael Hardt und Antonio Negri in *Empire*

⁶ Erica Scourtī in Marc Garrett, »A Life in AdWords, Algorithms & Data Exhaust. An interview with Erica Scourtī«, 13.5.2013, in: *furtherfield*, <http://www.furtherfield.org/features/interviews/life-adwords-algorithms-data-exhaust-interview-erica-scoutti> (aufgerufen: 12.9.2014). Sie bezieht sich hier eindeutig auf Donna Haraways *Manifest für Cyborgs*: »In Verhältnis von Mensch und Maschine ist nicht klar, wer oder was herstellt und wer oder was hergestellt ist. Es ist unklar, was der Geist und was der Körper von Maschinen ist, die sich in Kodierungspraktiken auflösen..« Donna Haraway, »Ein Manifest für Cyborgs«, in: *Dies., Die Neuerfindung der Natur, Primaten, Cyborgs und Frauen*, hrsg. von Carmen Hammer und Immanuel Stieß, Frankfurt, New York: Campus Verlag 1995, S. 67.

⁷ N. Katherine Hayles, *How We Think. Digital Media and Contemporary Technogenesis*, Chicago, London: The University of Chicago Press 2012, S. 15. Ü.d.A.

⁸ Jean Baudrillard, »Videowelt und fraktales Subjekt«, in: Karlheinz Barck (Hg.), *Aisthesis: Wahrnehmung heute oder Perspektive einer anderen Ästhetik*, Leipzig: Reclam 1991 (3. Auflage), S. 252–264.

⁹ Rosi Braidotti, *Posthumanismus. Leben jenseits des Menschen*, Frankfurt, New York: Campus Verlag 2014, S. 67.

¹⁰ Vgl. z.B. Michel Foucault, *Geschichte der Gouvernementalität II. Die Geburt der Biopolitik*, hrsg. v. Michel Sennelart, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004.



¹¹ Vgl. auch Marianne Piper, Thomas Atzert, Serhat Karakayali, Vassilis Tsianos, »Einleitung«, in: dies. (Hg.), *Empire und die biopolitische Wende*, Frankfurt, New York: Campus-Verlag 2007, S. 7.

¹² Michael Hardt, Antonio Negri, *Empire. Die neue Weltordnung*, Frankfurt, New York: Campus-Verlag 2002, S. 39.

¹³ Die Arbeit ist online zu sehen unter: http://www.youtube.com/watch?v=_ATnDUzYlg (aufgerufen: 23.10.2014).

¹⁴ Ich habe mir diese Formulierung von Rosi Braidotti geborgt, die in ihrem Buch *Posthumanismus* ganz allgemein von einer »globalen Form der reaktiven Interdependenz aller lebendigen, auch nichtmenschlichen Organismen« im zeitgenössischen »biogenetischen Kapitalismus« spricht, die in ihrer »reaktiven Bindung« zu einer besonderen Form der Vulnerabilität führt. Braidotti 2014 (Anm. 9), S. 54.

¹⁵ Don DeLillo, *Cosmopolis*, Köln: Kiepenheuer & Witsch 2012 (2. Auflage), S. 31.

für den aktuellen globalen Kapitalismus aufgegriffen und erweitert wurde. So entwirft *Empire* das Bild eines weltumspannenden, sich selbst erhaltenden und selbst rechtfertigenden Systems, in das nicht nur die Arbeitskraft, sondern alle möglichen kognitiven, körperlichen, subjektformierenden und affektiven Prozesse bis hin zur Knüpfung sozialer Bindungen als Humanressource verwertet werden.¹¹ Es ist das Bild eines kollektiven biopolitischen Körpers, einer Gesellschaft, die »wie ein einziger sozialer Körper einer Macht subsumiert« ist, »die hinunterreicht bis in die Ganglien der Sozialstruktur und deren Entwicklungsdynamiken«.¹² Diese Sichtweise findet auch in anderen künstlerischen Werken der Gegenwart einen Widerhall – besonders unverkennbar beispielsweise in Melanie Gilligans Arbeit *Self Capital* (2009, Abb. 4).¹³ Die kanadische Künstlerin lässt in dieser Arbeit ihre Protagonistin gleichzeitig als personifizierte globale Weltwirtschaft – als kapitalistischer sozialer Körper – und als Einzelsubjekt auftreten, dessen physischer und affektive Zustand mit dem des kapitalistischen Systems zu einer ununterscheidbaren Einheit verschmolzen ist. Die subkutane, bis in die Blutgefäße und Nervenbahnen spürbare Vernetzung des Individuums mit dem zeitgenössischen Kapitalismus führt dabei zu einer reaktiven Einheit, die im negativen Sinne einer »gemeinsamen Verwundbarkeit«¹⁴ unterliegt. Einige Jahre davor verwohrt bereits der amerikanische Schriftsteller Don DeLillo in *Cosmopolis* (2003) das Schicksal seines Protagonisten Eric Packer aufs Engste mit den Schwankungen des Marktes und schaltet vor allem die kognitiven Prozesse des jungen Börsenspekulanten mit den kapitalistischen Informations- und Datenflüssen gleich, die er als Teil des »Lebensprozesses« und »Atem der Biosphäre« beschreibt.¹⁵ Der rücksichtslos effiziente Packer erscheint dabei ebenfalls als Verkörperung des neoliberalen globalisierten Kapitalismus wie auch als Opfer des biopolitischen Systems, das er selbst repräsentiert. Der

Abb. 4

Melanie Gilligan, *Self Capital (Episodes 1–3)*, 2009, Videostill, HD-Video, 27 min.

konkrete Prozess des Zur-Ware-Werdens des Subjekts findet neben Erica Scourtis *Life in AdWords* außerdem in Ryan Trecartins im Herbst 2010 entstandene Modefoto-Serie für das *W magazine* (Abb. 5–6) einen zeitgemäßen – wenn auch völlig anderen – ästhetischen Ausdruck. Trecartins Serie zeigt mit Labels und Produkten durchwirkte Subjekte, die sich der Kommodifizierung ergeben zu haben scheinen und von digitalen Bildwelten umgarnt bzw. in virtuell infizierter Auflösung begriffen sind. Waren, Accessoires und Label wirken dabei seltsam verrückt. Gleichzeitig schräg und bricolageartig appliziert sowie organisch verinnerlicht, vermitteln sie Momentaufnahmen von Subjekten, die auf der einen Seite erstarrt und derangiert in einer hypnotisierenden Bilder-, Trend- und Warenfülle versinken, während sie sich auf der anderen Seite mit eben diesen Konsumartikeln und -ikons kriegerisch bewehren und vereinen, um dem Wahnsinn der kapitalistischen Zukunft gewachsen zu sein.¹⁶

Das eigentlich Perfide des als biopolitisch klassifizierten kapitalistischen Systems scheint jedoch darin zu bestehen, dass dieses unter dem Deckmantel der Freiheit, Emanzipation und Individualität mit Versprechen und Normen operiert, welche das Subjekt in ständiger Selbstevaluation zur neoliberalen Vollendung treiben. Diese »Arbeit am Selbst«¹⁷ dient dabei weniger dem Subjekt als der Profitmaximierung des kapitalistischen Systems, das die Zugewinne der Selbstoptimierung sofort verwertet. Ein wirklich freies Experimentieren mit Subjektformen ist dabei unmöglich. Dem Subjekt wird, wie Rosi Braidotti erst jüngst betonte, durch »eine breites Spektrum von Verbraucherentscheidungen« nur Individualismus suggeriert, während es tatsächlich jedoch »der Gleichförmigkeit und Konformität gegenüber der herrschenden Ideologie« unterliegt¹⁸ – derjenigen des westlichen Kapitalismus mit seinem auf die eigene Selbsterhaltung und Machterweiterung ziellenden normativen Regeln und Werten. Das Versprechen aber, dass die »Arbeit am Selbst« einen Emanzipationsprozess in Gang setzt, der Freude, Selbstverwirklichung, Anerkennung, Mobilität und das Experiment mit unterschiedlichen Lebensformen einschließt, sieht Maurizio Lazzarato unmittelbar mit dem Gebot verknüpft, »die Risiken und Kosten zu übernehmen, die den Unternehmen wie dem Staat zu teuer geworden sind.«¹⁹ Das Subjekt hat sich nach diesem Verständnis nicht nur Kapitalismus-konform weiterzuentwickeln und das Beste für die warenförmige Profitmaximierung aus sich herauszuholen, es hat dabei auch noch das volle Risiko zu tragen, die Verantwortung dafür, dass seine Arbeit, sein Emanzipationsprojekt gelingt.

In Erica Scourtis *Life in AdWords* begegnet uns diese »Arbeit am Selbst«, die als neoliberaler Pervertierung von Foucaults »Technologien des Selbst« verstanden werden kann,²⁰ im Tagebuchschreiben, das der Arbeit zugrunde liegt, sowie in den zahlreichen Google-generierten Wortfetzen zur Selbstoptimierung – darunter die erwähnten Gedächtnis- und Yoga-Atemübungen, Meditation oder Verbesserung des Zeitmanagements. Dabei interessiert die Künstlerin nach ihren Aussagen vor allem der Aspekt der Effizienz, »auch wie sie sich in

¹⁶ Vgl. hierzu auch: Kevin McGarry, *Any Ever. Ryan Trecartin*, New York: Skira Rizzoli Publications, Elizabeth Dee, 2011, Abb. S. 10 und S. 147.

¹⁷ Maurizio Lazzarato, *Die Fabrik des verschuldeten Menschen. Ein Essay über das neoliberalen Leben*, Berlin: b_books 2012, S. 87.

¹⁸ Braidotti 2014 (Anm. 9), S. 66.

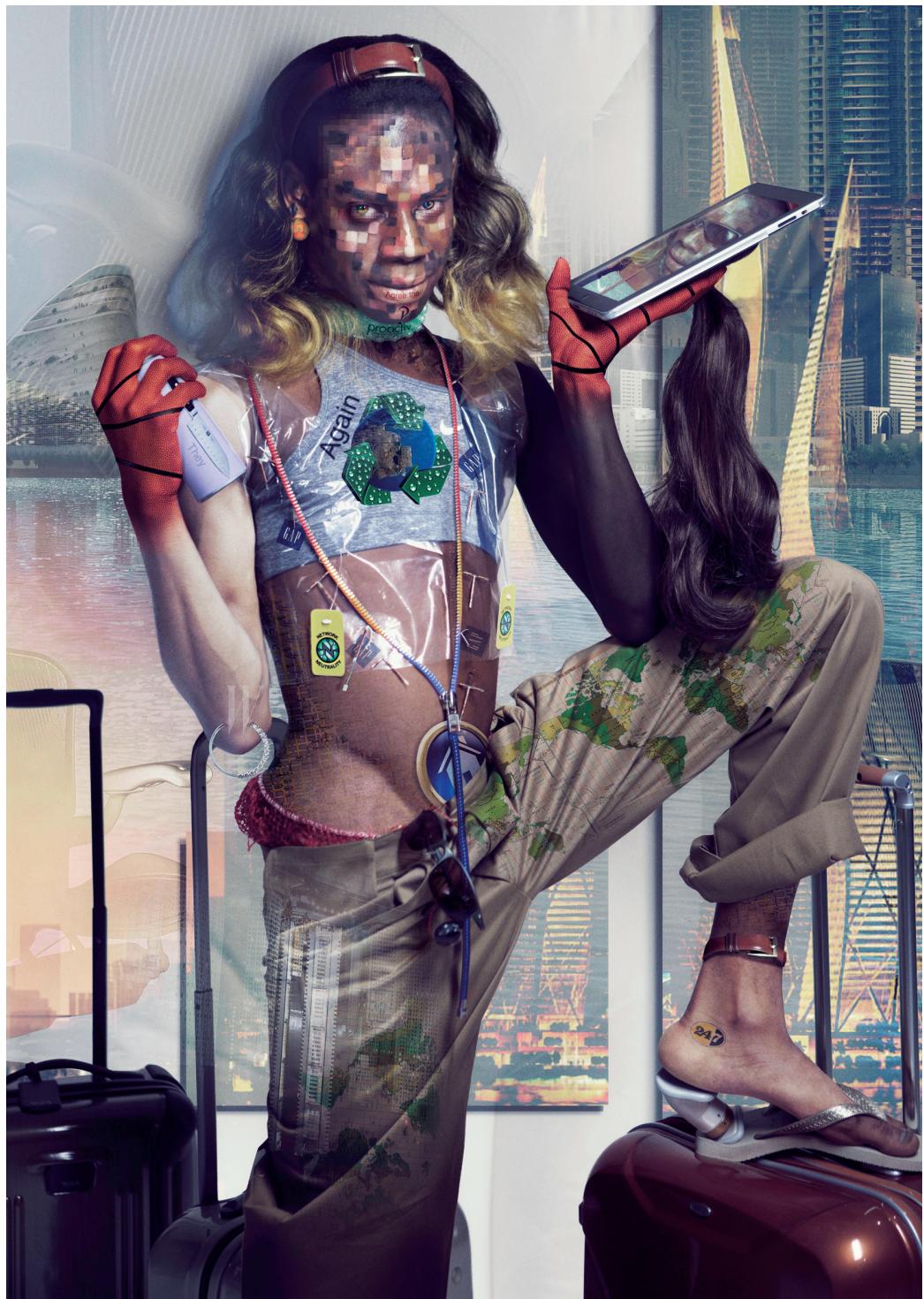
¹⁹ Lazzarato 2012 (Anm. 17), S. 87.

²⁰ ...zumal Scourt mit der Anfertigung von »Aufzeichnungen über sich selbst« bzw. dem Tagebuchschreiben beginnt, das Foucault zu den Technologien des Selbst zählt. Siehe Michel Foucault, »Technologien des Selbst«, in: Daniel Defert, François Ewald (Hg. unter Mitarbeit von Jacques Lagrange), *Michel Foucault. Ästhetik der Existenz*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 2007, S. 37 und S. 40.



Abb. 5

Ryan Trecartin, *Negative Beach + Lizzie Fitch*, 2010, C-Print, 91,4 x 61 cm, (Portfolio für das *W Magazine*, November 2010).



der Rhetorik der Selbstverbesserung und ihrem Verhältnis zur neoliberalen Propagierung der Selbstverantwortung (wenn du arm bist, ist es deine Schuld...) manifestiert. Das Schreiben von Tagebüchern und Protokollen – ebenso wie Meditation, Yoga, Therapie und Selbsthilfe«, so Scourtí, »werde häufig überall von kognitiver Fitness bis hin zur Management-Literatur als ein exzenter Weg verfochten, um effizienter zu werden. Die Vorstellung, die dem zugrunde liegt, scheint zu sein, dass man ein optimiertes Ich bekommt, wenn man sich all dem Mist entledigt, der einen runterzieht – von emotionalen Blockaden über keineswegs hilfreiche romantische Bindungen bis hin zu einem übermäßig beschäftigten Geist.«²¹ Doch das Selbst, dass in *Life in AdWords* präsentiert wird, ist kein Selbst, das uns mit freudig gelöstem Gesicht entgegenblickt, das frei von emotionalen Blockaden lustvoll mit verschiedenen Lebensentwürfen experimentiert oder in sich zu ruhen scheint. Wir begegnen vielmehr einem häufig erschöpft anmutendem Subjekt, dessen computergenerierte Profilaussagen eine ängstlich-neurotische und depressive Persönlichkeitsstruktur nahelegen.

Das erschöpfte Selbst

In den Theorien von Maurizio Lazzarato und Antonio Negri, die Foucault folgend die biopolitische Gesellschaft der Gegenwart als eine Gesellschaft beschreiben, die nicht mehr mit Zwang und Unterdrückung operiert, sondern vor allem auf eine Steigerung und Optimierung des Lebens abzielt, scheinen auch deren belastende und zerstörerische Potentiale für das Individuum auf, die mit neuen sozialen Anforderungen und Normgefügen einhergehen. Wie bereits erwähnt verweist Lazzarato darauf, dass alle Risiken und Verantwortungen, die mit dem Versprechen der Selbstverwirklichung und Emanzipation verknüpft sind, allein dem Individuum angelastet werden. Er bestimmt Schuldgefühle, Angst, Frustration, Einsamkeit und Verbitterung als »Leidenschaften« des scheinbar mündigen Subjekts, das durch den neoliberalen Selbst-Bezug dazu tendiert, Beschwerden und Misserfolge allein sich selbst anzulasten, anstatt nach verantwortlichen Machstrukturen zu suchen.²² Passend dazu legte Alain Ehrenberg mit seinem Buch *Das erschöpfte Selbst* bereits Ende der 1990er Jahre eine Untersuchung vor, die das zeitgenössische Subjekt in ein gesellschaftliches Normgefüge eingespannt sieht, »das von uns verlangt, wir selbst zu werden und uns durch unser Handeln selbst zu übertreffen.«²³ Nach dem französischen Soziologen leben wir in dem Glauben, dass jeder die Möglichkeit habe und haben sollte, seine eigene Geschichte zu schreiben, wenn er nur selbst initiativ genug ist. Die Eröffnung dieser Möglichkeit sowie des Spiels der persönlichen Initiative verstärkt nach Ehrenberg allerdings »die Unbestimmtheit, beschleunigt die Auflösung der Beständigkeit, Vervielfältigt das Angebot an Orientierung und verwischt sie zugleich«.²⁴ Gleichzeitig setzt sie das Individuum verstärkt unter Druck, besonders handlungs- und entscheidungsstark zu sein. Eine eventuelle Gehemmtheit gilt bereits als »eine Funktionsstörung«, als

²¹ Erica Scourtí in Garrett 2013 (Anm. 6), Ü.d.A.

²² Siehe Lazzaratos Beitrag in diesem Band, S. 181.

²³ Alain Ehrenberg, *Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 2008, S. 283.

²⁴ Ebd., S. 288.

²⁵ Ebd., S. 287 und S. 300.

²⁶ Ebd., S. 282.



eine »depressive Unzulänglichkeit«.²⁵ Erschöpfungszustände und Handlungsunsicherheiten des scheinbar souveränen Individuums der Gegenwart sind die Folge und gehen Hand in Hand mit veränderten Definitionen, Diagnosen und Behandlungsansätzen der Depression, die auf diese Weise zunehmend als vorherrschende Pathologie unserer Zeit registriert wird. In Scourtis *Life in AdWords* ist auffallend häufig die Rede von deprimierten Gefühlen, von Angst und Schlaflosigkeit – gerahmt von zeitweiligen Verweisen auf den Kunstkontext mit seinen besonderen Anforderungen an die schöpferische Eigeninitiative des Einzelnen.

Während Ehrenberg die Depression als Vorderseite des »souveränen« Individuums ansieht, definiert er die Abhängigkeit oder Sucht als seine Rückseite. Psychopharmaka und illegale Drogen als Techniken der Selbstverbesserung, aber auch Organisationen wie Sekten, »deren Marketing sich auf die persönliche Veränderung konzentriert«, können anstelle einer Befreiung des Selbst in »die Abhängigkeit von einem Meister«²⁶ führen. Eine interessante Frage in diesem Zusammenhang wäre, inwiefern sich die neuen digitalen Medien als erweiterte Techniken einer ›Verbesserung‹ des (virtuellen) Selbst – beispielsweise in Form einer computergestützten Repräsentation des Ich – nahtlos in Ehrenbergs erwähnte Techniken der Selbstverbesserung einreihen lassen, die zur eventuellen Abhängigkeit als Rückseite des ›souveränen‹ Individuums führen könnten. Eine relativ aktuelle künstlerische Arbeit, die genau dies nahelegt, ist unter anderem Jon Rafmans *Kool-Aid Man in Second Life* (2008–2011, [Abb. 7–8](#)), in dem sich der Künstler einen Avatar in Form des *Pitcher Man*, des Maskottchens des Getränkepulverkonzentrats Kool-Aid, kreiert und mit ihm Touren durch das virtuelle Universum von *Second Life* unternimmt. Rafmans Auftritt als Werbe- und Identifikationssymbol, das in den USA Kultstatus erreichte, hat deshalb einen besonders

Abb. 7–8

John Rafman, *Kool-Aid Man in Second Life*, Screenshots, 2008–2011.

pikanten Beigeschmack, da der Ausspruch »drinking the Kool-Aid« im englischsprachigen Raum als Anspielung auf den Massensuizid von Jonestown verstanden wird, bei dem sich 1978 die Mitglieder der neu religiösen Gruppe *Peoples Temple* mit einem vergifteten Kool-Aid-ähnlichen Mittel selbst töteten. »Drinking the Kool-Aid« wird deshalb häufig als Metapher verwendet, die mit »blind auf eine Ideologie vertrauen« übersetzt werden kann. Rafmans Avatar als Waren- bzw. Markenlabel scheint deshalb nicht nur auf die Kommodifizierung virtueller, häufig idealisierter Stellvertreter des Selbst zu verweisen, sondern darf auch als provokante Spitze gegen ein Abhängigkeitsverhältnis des ›souveränen‹ Individuums von der virtuellen Welt oder dem virtuellen Rollenspiel angesehen werden – ein Aspekt, den der Künstler selbst erwähnt: »... sie [die anderen Avatare, Anm.d.A.] denken, dass der Kool-Aid Man sich über alles lustig macht und andeutet, dass ihre Haltung zur virtuellen Welt oder ihr Rollenspiel sektenähnlich geworden ist«.²⁷

Erica Scourtis *Life in AdWords* und Jon Rafmans *Kool-Aid Man* stellen zwei Extreme dar, zwischen denen sich die digitale Repräsentation des Selbst in der Gegenwart bewegt und die auf ein doppeltes Dilemma des Subjekts in der kapitalistischen Gesellschaft verweisen: Das scheinbar authentische, nahezu zeitechte Lifescreening des Selbst und die kommodifizierte Repräsentation des Ich, die in ihrer idealisierten oder bewusst tendenziösen Form Versprechen gibt, die dem Versprechen der »Warenästhetik«, dem Gebrauchswert-Schein²⁸



²⁷ Martin Kohaut, »A conversation with Jon Rafman about the Kool-Aid Man (in Second Life)«, <http://itsalreadynow.tumblr.com/post/570634983/a-conversation-with-jon-rafman-about-the-kool-aid-man> (aufgerufen: 23.10.2014).

²⁸ Wolfgang Fritz Haug, »Zur Kritik der Warenästhetik«, in: Wolfhart Henckmann (Hg.), *Ästhetik*, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1979, S. 419–442, vor allem S. 423.

²⁹ Hans Belting, *Faces. Eine Geschichte des Gesichts*, München: C.H. Beck 2013, S. 121–127 sowie 135–136.

³⁰ Sherry Turkle, *alone together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York: Basic Books 2011, S. 182–184.

³¹ Geert Lovink, *Das halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur*, Bielefeld: transcript Verlag 2012, S. 54.

³² Turkle 2011 (Anm. 30), S. 185.

einer Ware ähneln. Die ›authentische‹ digitale Erfassung des Selbst ermöglicht durch die neuen Technologien eine reibungslose Einspeisung des Selbst in die kapitalistische Warenzirkulation. Die bewusst werbewirksame Darstellung des Selbst scheint dem steigenden Druck und Normgefüge einer Gesellschaft angepasst, in der erfolgreiche (durchaus spartenspezifische) Selbstoptimierung die Voraussetzung für ein gelungenes Leben ist und deshalb zumindest in Form von entsprechenden Selbst-Repräsentationen suggeriert wird. Auch diese Darstellung des Selbst, welche der Gesellschaft bestimmte Seiten des Ich ›verkauft‹, ist dabei grundsätzlich nicht neu. So war das Porträt bereits in der Renaissance der Ort, an dem sich das Individuum mit einer Maske derjenigen Rolle präsentierte bzw. repräsentieren ließ, welche die Gesellschaft von ihm erwartete, oder an dem das Selbst ganz programmatisch eine hier von abweichende selbstgewählte Pose einnahm.²⁹ Die aktuellen Kommunikationstechnologien, die Entstehung des scheinbar souveränen Individuums in der post-disziplinären Gesellschaft sowie die beschleunigten und umfassenden Verwertungsstrategien des fortgeschrittenen Kapitalismus haben dieser Form der Selbstpromotion nur eine neue Qualität, Popularisierung und Dringlichkeit verliehen.

In sozialen Netzwerken und Blogs geraten die beiden erwähnten Extreme der aktuellen Selbstrepräsentation häufig miteinander in Konflikt und bleiben nicht ohne Auswirkungen auf das reale Ich. Nach der amerikanischen Soziologin Sherry Turkle fordert die Anlegung eines Facebook-Profil einer Person heraus, eine Vielzahl von Entscheidungen zu treffen, welche die Repräsentation des Selbst betreffen – beispielsweise zu entscheiden, welche Hobbys man angibt, welche Bilder man postet, welche Freundinnen und Freunde man akzeptiert. Dieser als Identitätskomposition, als Selbstentwurf zu verstehende Prozess führt jedoch – gerade bei Heranwachsenden – zu einer zusätzlichen Verunsicherung, bei der die gelenkte und geschönte Selbstrepräsentation mit der eines möglichst authentischen Auftretens konkurriert.³⁰ »Die Verwirrung um das, was wir sind und wie viel wir über unser Privatleben und unsere persönliche Meinung preisgeben sollen,« so auch der Medienwissenschaftler und Netzaktivist Geert Lovink, »nimmt zu, genauso wie der wachsende Druck, ›man selbst zu sein‹, zunehmend mit dem sozialen Konformismus in Konflikt gerät«.³¹ Die Repräsentation eines nach herkömmlicher Meinung möglichst unverstellten Ich stößt jedoch nicht nur auf den Widerstand der sozial normierten Selbstoptimierungsmaxime, sondern scheitert auch an den auf leichte Konsumier- und Verwertbarkeit angelegten Präsentationsvorgaben des Mediums. Nach Turkle fordern soziale Medien von uns, dass wir uns auf eine vereinfachte Art und Weise repräsentieren. Diese reduzierte virtuelle Repräsentation des Selbst wiederum nötige das Individuum, dieser stereotypen Darstellung zu entsprechen,³² führt also zu einer einengenden Reflexivität auf das Subjekt selbst.

Mögliche Strategien des Widerstands

Selbstrepräsentationen – auch und zum Teil gerade solche, die durch neue Kommunikationstechnologien gestützt werden – bilden einerseits also die Basis einer zeitechten Einspeisung des Subjekts in kapitalistische Marktmechanismen und deren Ermächtigungs- und Ausbeutungsstrategien. Andererseits offenbaren sie sich oftmals auch als Resultat neoliberaler Selbstoptimierungsmaximen, die dem Subjekt sozial normierte, leicht konsumierbare und verkaufsträchtige Ideal-Profile des Selbst anempfehlen – westliche Stereotypen des erfolgreichen Selbst – sowie die alleinige Verantwortung für sein Glück aufzubürden. Strategien, das Subjekt *aus* und *von* den gegenwärtigen Ausbeutungsmechanismen einer sich beschleunigenden und potenzierenden Konsumption der Erde sowie dem neoliberalen Druck zur tatkräftigen Eigeninitiative und Selbstvermarktung zu befreien, müssten deshalb an beiden Seiten ansetzen: an der Selbstrepräsentation des Subjekts – an der Repräsentation seiner Identitäten – sowie am grundsätzlichen Konzept der Subjektivität im sozialen und ökologischen Gesamtgefüge. Im Bezug auf die Selbstrepräsentation des Subjekts gilt es dabei vor allem der stereotypen Darstellung entgegenzuwirken, die durch die Übersetzung digitaler Informationen über ein Individuum in dessen kategoriales Verbraucherprofil (und den folgenden gezielten Werbebeschuss) oder die verkürzte tendenziöse und ›verkaufsfördernde‹ Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken geschieht. Denn Stereotypisierung »als eine arretierte, fixierte Form der Repräsentation«,³³ das haben bereits postkoloniale Theoretiker wie Homi Bhabha und Stuart Hall im Bezug auf die Repräsentation des Anderen dargelegt, untersagen das wichtige Spiel der Differenz,³⁴ das fortlaufende Verhandeln, welches Kulturen und Identitäten stets aufs neue verortet und stiftet und bestehende Machtverhältnisse in Frage stellt. Eine mögliche Gegenstrategie wäre nach Stuart Hall dabei, »die Stereotype gegen sich selbst wirken zu lassen«,³⁵ diese also nicht unbedingt zu vermeiden, sondern sie eventuell auf humorvolle Art und Weise zu dekonstruieren und so von innen heraus zu verunsichern oder anzufechten. Nichts anderes aber geschieht in Erica Scourtis Arbeit *Life in AdWords*, die eine portionsgerecht aufbereitete ›Gmail version‹ des Selbst serviert und damit fremde und eigene Stereotypisierungspraktiken in humorvoller Weise aufdeckt und parodistisch unterläuft.

Post- bzw. antikoloniale Theorien legten darüber hinaus auch wichtige Grundlagen für ein neues Konzept der Subjektivität, für einen »Begriff des Subjekts, der ›auf der Höhe der Zeit‹ ist.«³⁶ Im Widerstand gegen das dominante humanistische Ideal des weißen Mannes, der mit der Überschätzung seiner Identität die Ausbeutung kolonialisierter Völker legitimiert und das Fremde diskriminiert, setzen sie der Bewahrung von starren Identitäten und einseitigen westlichen Normgefügen Konzepte der Hybridisierung und Kreolisierung entgegen. Die Feststellung, dass alle Kulturen gemischt und hybrid sind und dass Kulturen, Sprachen und Ethnien sich auch durch jün-

³³ Homi Bhabha, »Die Frage des Anderen. Stereotyp, Diskriminierung und der Diskurs des Kolonialismus«, in: ders., *Die Verortung der Kultur*, Tübingen: Stauffenburg 2000, S. 111.

³⁴ »[...] welches die Negation durch den Anderen immerhin gestattet [...]«, ebd.

³⁵ Stuart Hall, »Das Spektakel des Anderen«, in: ders., *Ideologie, Identität, Repräsentation* (Ausgewählte Schriften 4), Hamburg: Argument Verlag 2004, S. 164.

³⁶ Braidotti 2014 (Anm. 9), S. 56.

³⁷ Édouard Glissant, Patrick Chamoiseau, *Brief an Barack Obama, Die unbezähmbare Schönheit der Welt, Wenn die Mauern fallen*, Heidelberg: Verlag Das Wunderhorn, 2011, S. 52.

³⁸ Braidotti 2014 (Anm. 9), S. 54. Vgl. auch Rosi Braidotti, *Nomadic Subjects, Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*, New York: Columbia University Press 2011 (zweite Auflage).

³⁹ Braidotti 2014 (Anm. 9), S. 93.

⁴⁰ Ebd., S. 98.

⁴¹ Ebd., S. 96. Unverkennbar ist hier auch der Einfluss Donna Haraways und ihres Konzepts des Cyborgs.

⁴² Zu einer »knappe[n] Geschichte des verbesserbaren Menschen« siehe u.a. Karin Harrasser, *Körper 2.0. Über die technische Erweiterbarkeit des Menschen (X Texte zu Kultur und Gesellschaft)*, Bielefeld: transcript 2013, Kapitel 7.

⁴³ Haraway 1995 (Anm. 6), S. 41.

gere globale Migrationsbewegungen immer mehr vermischen, stützt dabei das Konzept des Subjekts mit multiplen Zugehörigkeiten und »Beziehungsidentitäten.«³⁷ Gegenwärtige Theoretiker_innen des neuen Materialismus wie De Landa und Rosi Braidotti haben dieses Konzept des uneinheitlichen, durch Begegnungen und Beziehungen geformten Subjekts von seinem rein kulturellen Kontext befreit und im Milieu des gesamten Natur/Kultur-Gefüges alles Menschlichen und Nicht-Menschlichen verortet. Braidotti proklamiert in ihrem materialistischen Posthumanismus das Konzept eines »nomadischen« oder »relationalen Subjekts«,³⁸ das um seine direkte Verbindung mit dem multiplen ›Anderen‹ in einem vitalen Netz komplexer Wechselwirkungen weiß und in der vielfältigen Begegnung mit dem Anderen Potentiale seines Werdens auslotet. In einem solchen nicht profitgetriebenen Experiment mit relational bestimmt virtuellen Möglichkeiten der Subjektivität – wobei virtuell hier im Sinne von Deleuze als mannigfaltige ideelle Potentialität zu verstehen ist – sieht sie einen notwendigen qualitativen Schritt, um der »Neutralisierung der Differenz«³⁹ und der »Herrschaft der Vermarktung«⁴⁰ im fortgeschrittenen Kapitalismus zu entkommen und ein neues normatives Bezugssystem für das posthumane Subjekt zu erarbeiten. Der technologischen Vermittlung gesteht Braidotti dabei eine tragende Rolle zu. Die Verschmelzung und gegenseitige Wechselwirkung von Körpern und technischem Anderen – wie es beispielsweise in der gegenwärtigen Exterritorialisierung und elektronischen Erweiterung des menschlichen Nervensystems durch zeitgenössische Informations- und Kommunikationstechnologien der Fall ist – befördern nach ihr die Sichtweise einer alles umfassenden maschinellen Vitalität, eines Prozesses der »Maschinenwerdung« im Sinne von Deleuze und Guattari. Diese aber führt zu einer privilegierten Verbindung mit multiplen Anderen und zu einem Aufgehen in der eigenen »technologisch vermittelten planetarischen Umwelt«.⁴¹ In dieser positiv gewendeten Rolle dienen Technologien nicht mehr als Scherben einer rücksichtslosen Kommodifizierung des Selbst oder als Prothesen, Kommunikations- und Sehhilfen einer biopolitischen, neoliberalen Selbstoptimierung des Menschen.⁴² Sie bilden vielmehr in Wechselwirkung und Verschmelzung mit verantwortungsvollen Organismen – frei nach Donna Haraways Motto »Affinität statt Identität«⁴³ – ein transversales und grenzüberschreitendes Amalgam. Was es jedoch konkret bedeutet, ein relationales Subjekt zu sein und Technologien, inklusive der neuen Kommunikationstechnologien, als hybridisierende Bestandteile und wechselwirkende Komponenten einer Subjektivität zu begreifen, die widerständig gegen neoliberalen Wertungsstrategien ist, wäre jeden Tag aufs Neue zu entscheiden und zu realisieren – in entsprechenden Handlungsformen ebenso wie in eigenen nicht arretierten Repräsentationen des Selbst.