

# Der Generation „Selfie“ gehört die

Von der Notwendigkeit des nervösen Ego-Menschen in einer Zeit des

**Bernhard Heinzmaier**  
Jugendkulturforscher



Selfies sind Ego-Bilder, Bilder die man von sich selbst aufnimmt und ins Internet stellt. Die (post-)modernen Smartphones haben eine regelrecht „Selfie-Funktion“ eingebaut. Mit einem Tastendruck kann man das Objektiv der eingebauten Kamera gegen sich selbst richten und so „Selfies“ produzieren. Über 50% der österreichischen Jugendlichen haben schon Selfies hergestellt und verschickt. (Österreichisches Institut für Jugendkulturforschung 2014)

Noch vor zehn Jahren ist kaum jemand auf die Idee gekommen, sich selbst zu fotografieren. Die Menschen, die vor der eigenen Kamera posierten und sich mit Selbstauslöser ablichteten, waren eine verschwindende Minderheit. Wenn man ein Foto von sich haben wollte, dann ließ man sich vom Partner, von Freunden, Fotografen etc. fotografieren. Das Foto war damit mit einer sozialen Handlung verbunden, es war eingebettet in eine interpersonelle Kommunikationssituation. Das Selfie ist demgegenüber autopoetisch, ein Akt der reinen Selbstbezogenheit. Man posiert vor einem technischen Auge, ohne dass ein anderer Mensch dabei ist. Die

Produktion des Bildes von sich selbst findet in einer isolierten sozialen Situation statt. Kein anderes humanoides Wesen interveniert, korrigiert, kritisiert, gestaltet mit. Damit ist der egozentrische Selfieproduzent sich selbst ausgeliefert, seinen eigenen ästhetischen und Persönlichkeitsidealen, seinen narzisstischen Wünschen und Sehnsüchten. Das Individuum ist auf sich selbst zurückgeworfen, es köchelt vor sich hin im eigenen Saft, den kontrollierenden Blick auf das eigene Selbst gerichtet, der von den manipulativen Bildern der Kulturindustrie, dem skopischen Regime der Lifestyle- und Werbewirtschaft, gelenkt und geleitet wird. Ein entfremdetes, manipuliertes Ego schafft damit Bilder von sich selbst, deren Quelle der Wille anderer ist. So ist das postmoderne Individuum, das sich im Zentrum der Welt wähnt, das alles, was wichtig ist, in sich selbst zu finden glaubt, genau das Gegenteil des Superindividuum, für das es sich hält, ein „hyperaußengeleitetes“ (vgl. Turkle 2012) Wesen, dessen Egozentrismus in erster Linie der Konsumgüterindustrie zugute kommt.

Ulrich Beck konstatiert, dass in unserer Zeit das Ich zum zentralen Bezugspunkt für sich selbst und die Gesellschaft geworden ist (vgl. Beck 1986). Damit ist wohl der sozio-kulturelle Zustand angesprochen, den Margaret Thatcher mit ihrem berühmten Ausspruch: „There ist no such thing as society“ gemeint haben mag. Soziale Organismen werden nach und nach von einem Schwarm von Ego-Wesen absorbiert. Der Mensch kümmert sich in erster Linie um sich selbst und versucht nach

außen hin eine gute Performance abzuliefern, denn nur so gelangt er ins Blickfeld einer überstimulierten, hyperaktiven „Society“, die es längst nicht mehr gibt, die ein Wort ohne Bedeutung, ein leerer Signifikant geworden ist.

Und in eine solche gesellschaftliche Konstellation ist die Jugend hineingeboren, durch sie ist sie sozialisiert, ist sie geprägt. Und in einer solchen historischen Situation kommt es vor allem darauf an, die eigenen, ganz persönlichen Felle ins Trockene zu bringen, sich mit sozialem und Bildungskapital bis auf die Zähne zu bewaffnen, um sich gegen Mitbewerber durchzusetzen und eine perfekte Performance abzuliefern, was unter den Gesetzen einer performativen Ökonomie heißt, mehr zu scheinen als man wirklich ist.

Die herrschende performative Ökonomie (vgl. Sighard Neckel 2008), ein Wirtschaftssystem, in dem der Leistungsverkauf vor der Leistungserbringung kommt, in der das zentrale Gut die Selbstdarstellungsfähigkeit und nicht die Sachkompetenz ist, produziert eine Theatergesellschaft, die in ihrer permanenten Maskerade gefangen ist. Am Ende weiß keiner mehr, wer er wirklich ist, weil die Identität der meisten unter einer Tonne von Charaktermasken erstickt ist. Dem jungen Menschen von heute wird eingetrichtert, dass er situationsbezogen die richtige Rolle perfekt zu spielen hat, will er erfolgreich sein. Im Repertoire hat er einige erfolgreiche Berufsrollen, viele Freizeitrollen, Gemeinschafts- und Familienrollen, von Verantwortung und Gemeinnutz geprägte politische Rollen, für die After-Work-Gespräche, religiöse Rollen für Hochzeiten, Taufen und Begräbnisse etc., zu viele, um nicht in Gefahr zu kommen, zu vergessen, wer man wirklich ist. Oder kann man das in der hyperaktiven Hochgeschwindigkeitsgesellschaft überhaupt noch sein, ein kontinuierliches Individuum mit stabilem Identitätskern? Ist es vielleicht gar nicht mehr möglich und wenn es doch möglich ist, ist es dann überhaupt noch funktional?

Wahrscheinlich ist für den Jugendlichen wirklich nicht mehr sinnvoll und funkti-



# Zukunft

## rasanten ökonomisch-kulturellen Wandels.

onal, immer derselbe zu sein, vor allem deshalb, weil in einer Gesellschaft der hohen Geschwindigkeit und des permanenten Wandels eher Plastizität als Stabilität verlangt wird, das heißt, Kontinuität wird bestraft, Veränderungs- und Adaptionsfähigkeit werden belohnt. In der neuen Netzwerkgesellschaft, in der die Informationen und Daten schnell fließen und die personalen und thematischen Kontexte sich rasch verändern, ist die Formbarkeit der Identität gefragt, das „Sich ständig offen halten für Neues“ und die Fähigkeit, das Neue in die eigene Persönlichkeit zu integrieren. Das Erfolgsgeheimnis der Netzwerkgesellschaft ist ein taktischer Konformismus, der sich an die Verhältnisse und Umstände anpasst, ohne an diese zu glauben. Und so ist es nicht verwunderlich, dass die Zahl der jungen Menschen, die an nichts mehr glauben, außer an die Magie des Augenblicks und das spontane kurzfristige Glück, immer größer wird. Diesen neuen Persönlichkeitstypus nennt man in der Werteforschung den „existenziell Indifferenten“. Er sieht keinen ontologischen Sinn im Leben, leidet aber nicht darunter. Das Leben ist sinnlos, na und? Ein Drittel der Deutschen ist schon in jenen Zustand des entspannt-sinnfreien, neobuddhistischen Seins eingetreten. Und bei Singles und Jugendlichen liegt der Anteil der „existenziell Indifferenten“ weit über 30 % (vgl: Psychologie Heute 2/2014).

Die soziale Geschwindigkeit unserer Zeit, die Steigerung der Handlungs- und Erlebniseinheiten pro Zeiteinheit, wird immer größer. Gleichzeitig strömen immer mehr Reize auf uns ein, wir sind permanent überstimuliert, die Optionen und Möglichkeiten, die sich uns unausgesetzt anbieten, überfordern uns. Der Jugend erscheint so vieles möglich, wovon sie das Wenigste realisieren kann. Die Differenz zwischen Möglichem und Realem macht unruhig, enttäuscht, hyperaktiv. Viele wollen mehr realisieren, als sie praktisch vermögen. Sie stürzen sich in eine Konsum- und Erlebnisraserei, die am Ende zu einer oberflächlichen Aneignung von Gütern und Erlebnissen führt, die nicht wirklich absorbiert werden können. Beispielsweise lädt man sich ganze Festplatten voll

mit Musik aus dem Internet herunter, die man aber nie zu hören imstande ist, oder kauft eine Unzahl von Büchern und Zeitschriften, die man nie lesen wird können. Und so liegt dann auf den Computern und in den Bücherregalen tonnenweise nicht-absorbiertes Material, das die jungen Konsumenten so frustriert, dass sie losgehen müssen, um weiteres Material zu kaufen, das sie auch nicht absorbieren werden, aber dessen Anschaffung ihnen zumindest das Frustgefühl vorübergehend durch ein Konsumerlebnis betäubt.

In der zweiten Hälfte der 2000er Jahre veröffentlicht Alain Ehrenberg sein Buch „Das erschöpfte Selbst“. Er zeichnet darin eine Krise des Selbst, die aus einer Überforderung durch Aktivität, Initiative und Verantwortung hervorgeht. Das Individuum wird durch die ständige Anrufung seines Selbst, das sich täglich neu erfinden, immer schneller arbeiten und immer mehr erleben soll, in die Inaktivität, in die Depression getrieben. Für Ehrenberg ist die Depression die Krankheit einer Zeit, in der dem Menschen ein Übermaß an Initiative und Verantwortung abverlangt wird (vgl. Ehrenberg 2008).

Ähnlich sieht es Hartmut Rosa. Er versteht die Depression als „individuelle Ausstiegsreaktion“ aus dem Beschleunigungsregime (vgl. Rosa 2012).

Die Kultur der Unruhe, Unbeständigkeit und Hochgeschwindigkeit bildet wahrscheinlich auch den kulturellen Hintergrund für die sich ständig ausweitende Modediagnose ADHS. Der Mangel, dem die ADHS-Kinder ausgesetzt sind, ist „eine Art von Wiederholungsmangel, und, daraus resultierend, ein Mangel an Stabilität basaler synaptischer Verschaltungszusammenhänge“ (vgl. Türcke 2012) An die ständige Hochgeschwindigkeit, permanente schnelle Wechsel, dauernde Unterbrechungen, unablässiges Neubeginnen, chronisches Nichts-zu-Ende-bringen-können passen sich diese Kinder und Jugendlichen offensichtlich an. Sie sind nicht für eine Zeit gemacht, in der man sich länger als fünf Minuten auf eine Sache konzentriert, in



der der Mensch eine Biographie hat, die auf eine längere Vergangenheit zurückblickt und zumindest mit Blick auf die nähere Zukunft vorausplant, in der große ontologische Sinnkonzepte vor der kurzfristigen Befriedigung durch das augenblickliche und zufällige Glück kommen.

Die hyperaufengeleiteten „Selfie“-Produzenten und die ADHS-Kids sind nur dann peinlich oder störend, wenn man sie unter den Rahmenbedingungen des traditionellen langsamen und gesellschaftlich-gemeinschaftlich geprägten kulturellen Kontextes beurteilt. Betrachtet man sie jedoch als Partikel eines nervösen, nur oberflächlich vernetzten postmodernen Schwarms, dann sind ihre Ausdrucks- und Verhaltensformen hochgradig funktional und damit nicht nur legitim, sondern auch sinnvoll. Wir müssen also umdenken. Nicht die Hyperaktiven und Oberflächlichen werden bald die Kranken sein, sondern die Langsamen, Nachdenklichen und Beständigen.

### Literatur:

- Beck, Ulrich: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne.* Frankfurt/Main 1986
- „Beim Sinn geht es nicht um Glück, sondern um das Richtige und Wertvolle.“ Gespräch mit Tatjana Schnell, In: *Psychologie Heute*, 2/2014, 37 – 41
- Ehrenberg, Alain: *Das erschöpfte Selbst.* Frankfurt/Main 2008
- Österreichisches Institut für Jugendkulturfor-schung (Hrsg.): *Generation Selfie. Spezialauswertung der Studie Jugend und Freizeit 2014.* Wien 2014
- Heinzmaier, Bernhard; Ikrath, Philipp: *Generation Ego. Die Werte der Jugend im 21. Jahrhundert.* Wien 2013
- Neckel, Sighard: *Flucht nach vorn. Die Erfolgskultur der neuen Marktgesellschaft.* Frankfurt/Main 2008
- Rosa, Hartmut: *Beschleunigung und Entfremdung.* Berlin 2013
- Turkle, Sherry: *Verloren unter 100 Freunden. Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern.* München 2012
- Türcke, Christoph: *Hyperaktiv!. Kritik der Aufmerksamkeitsdefizitkultur.* München 2012