

Psychisches Befinden
prominenter deutschsprachiger Singer-Songwriter:
Zusammenhänge mit Kreativität und Einstellung zum Aussehen

Dissertation
zur Erlangung der Doktorwürde im Fach Psychologie

Eingereicht
am Institut Klinische Psychologie der
Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt am Main

von
Dipl. Psych. Viola von Korff-Ercklentz
geboren am 27.11.1980 in Hamburg

Erstbetreuer:
Prof. Dr. Ulrich Stangier
Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt am Main
Abteilung Klinische Psychologie und Psychotherapie

Zweitbetreuer:
Prof. Dr. Borwin Bandelow
Universitätsmedizin Göttingen, Georg-August-Universität
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie

Abgabe der Arbeit: 18.06.2019

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	1
1. Einführung und Untersuchungsziele	2
2. Theoretischer Hintergrund	14
2.1. Das Phänomen der Prominenz.....	14
2.1.1. Historischer Hintergrund des Phänomens der Berühmtheit.....	14
2.1.2. Prominenz: Überblick über den Forschungsstand	20
2.1.2.1. Zum Ursprung und Bedeutungsgehalt des Prominenzbegriffs	20
2.1.2.2. Entstehung von Prominenz.....	25
2.1.2.3. Abgrenzung der Begriffe Prominenz und Elite.....	39
2.1.2.4. Elitetheorien.....	46
2.1.2.5. Elitenforschung.....	52
2.1.2.6. Abgrenzung der Begriffe Prominenz und Star	54
2.1.2.7. Die Expansion des Starsystems	63
2.1.3. Psychische Störungen prominenter Musik Performer.....	65
2.1.4. Soziale Isolation	77
2.1.4.1. Zum Begriff soziale Isolierung	77
2.1.4.2. Ursachen und Auswirkung sozialer Isolation	80
2.2. Psychische Störungen.....	88
2.2.1. Der Begriff psychische Störung sowie deren Diagnostik	88
2.2.2. Ursachen psychischer Störungen und deren Epidemiologie	92
2.2.3. Affektive Störungen	94
2.2.3.1. Episode einer Major Depression.....	96
2.2.3.2. Manische Episode	98
2.2.3.3. Hypomane Episode	99
2.2.3.4. Gemischte Episode	99
2.2.3.5. Dysthyme Störung	100
2.2.4. Störungen im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen	102
2.2.5. Persönlichkeitsstörung	105

2.2.5.1.	Borderline-Persönlichkeitsstörung	108
2.2.5.2.	Narzisstische Persönlichkeitsstörung	109
2.3.	Der prominente Künstler	112
2.3.1.	Geschichte und Entwicklung des Kreativitätsbegriffs	112
2.3.1.1.	Historischer Hintergrund	112
2.3.1.2.	Der Begriff Kreativität	117
2.3.2.	Kreativität als Gegenstand der Forschung	127
2.3.3.	Die Kunst, der Künstler und sein Publikum	131
2.3.3.1.	Ästhetische Praktiken	135
2.3.3.2.	Performance-, Werk- und Persönlichkeits-Kreativität	137
2.3.3.3.	Künstlerinszenierung bei Performance-Künstlern	138
2.3.4.	Musikalische Begabung	142
2.3.5.	Historischer Abriss zur Entwicklung musikalischer Prominenz	145
2.3.5.1.	Der Popstar als Performance-Kreativer	152
2.3.6.	Kreativität und psychische Störungen	154
2.4.	Perfektionistische Einstellung hinsichtlich der optischen Erscheinung	161
2.4.1.	Die Geschichte ästhetischen Denkens und Erlebens	161
2.4.2.	Sozialpsychologischer Aspekt der äußeren Erscheinung	164
2.4.3.	Wirkmechanismen physischer Attraktivität	169
2.4.4.	Selbstdarstellung	173
2.4.4.1.	Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit	174
2.4.4.2.	Theorien zur Selbstdarstellung	176
2.4.4.2.1.	Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit	176
2.4.4.2.2.	Theorie der Selbstüberwachung	177
2.4.4.2.3.	Theorie der Selbstwerterhaltung und symbolischen Selbstergänzung	178
2.4.4.2.4.	Impression-Management-Theorie	179
2.4.4.2.4.1.	Impression-Management-Strategien und -Taktiken	183
2.4.5.	Personenimages	186
2.4.6.	Das Körperkonzept als Teil des Selbstkonzepts	190

2.4.7.	Die Bedeutsamkeit physischer Attraktivität als wichtiger Teil des Körperkonzepts für Personen des öffentlichen Lebens	199
2.5.	Ableitung der Fragestellungen.....	202
2.5.1.	Ableitung von Hypothese 1a und Hypothese 1b.....	202
2.5.2.	Ableitung von Hypothese 2a, Hypothese 2b und Hypothese 2c	203
2.5.3.	Ableitung von Hypothese 3a, Hypothese 3b und Hypothese 3c.....	206
2.6.	Hypothesen	208
2.6.1.	Hypothesen zu den psychischen Störungen von prominenten Singer-Songwritern	208
2.6.2.	Hypothesen zur Kreativität prominenter Singer-Songwriter	208
2.6.3.	Hypothesen zur perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens bei prominenten Singer-Songwritern.....	209
3.	Methode.....	210
3.1.	Probanden/-innen	210
3.1.1.	Probanden/-innen und ihre soziodemographischen Merkmale.....	210
3.1.2.	Rekrutierung der prominenten Probanden/-innen.....	212
3.1.2.1.	Einschlusskriterien.....	213
3.1.2.2.	Ausschlusskriterien.....	213
3.1.3.	Rekrutierung der nicht prominenten Probanden/-innen	213
3.1.3.1.	Einschlusskriterien.....	214
3.1.3.2.	Ausschlusskriterien.....	214
3.1.4.	Dropouts.....	214
3.2.	Durchführung der Untersuchung	214
3.3.	Angewandte Untersuchungsverfahren	216
3.3.1.	Strukturiertes Klinisches Interview für DSM-IV (SKID II)	216
3.3.2.	Mini International Neuropsychiatric Interview (M.I.N.I.)	219
3.3.3.	Appearance Attitudes Scale (AAS).....	220
3.3.4.	Test zum schöpferischen Denken - Zeichnerisch (TSD-Z)	221
3.4.	Untersuchungsdesign	224
3.5.	Datenauswertung	224
4.	Ergebnisse.....	227

4.1.	Überprüfung der Hypothesen zu den psychischen Störungen von prominenten Singer-Songwritern	227
4.1.1.	Überprüfung der Hypothese 1a	227
4.1.2.	Überprüfung der Hypothese 1b	229
4.2.	Überprüfung der Hypothesen zur Kreativität.....	231
4.2.1.	Überprüfung der Hypothese 2a	231
4.2.2.	Überprüfung der Hypothese 2b	232
4.2.3.	Überprüfung der Hypothese 2c.....	233
4.3.	Hypothesen zur perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens bei prominenten Singer-Songwritern.....	234
4.3.1.	Überprüfung der Hypothese 3a	234
4.3.2.	Überprüfung der Hypothese 3b	236
4.3.3.	Überprüfung der Hypothese 3c.....	237
5.	Diskussion	239
5.1.	Limitationen und Stärken der Untersuchung.....	248
5.2.	Forschungsausblick.....	249
6.	Literaturverzeichnis	251

Anhang

Anhang A: Untersuchungsmaterialien

A1 Mini International Neuropsychiatric Interview, German Version 5.0.0 für:
'Affektive Störungen', 'Alkoholabhängigkeit/-missbrauch', 'Substanzabhängig-
keit/- missbrauch'

A2 Strukturiertes Klinisches Interview für DSM-IV, Achse II: Persönlichkeits-
störungen für: 'Narzisstische Persönlichkeitsstörung', 'Borderline-
Persönlichkeitsstörung'

A3 Appearance Attitudes Scale

A4 Test zum schöpferischen Denken – zeichnerisch

Anhang B: Schriftstücke

B1 Probandeninformation

B2 Einverständnis- und Vertraulichkeitserklärung

B3 Kontaktdaten der Studienleiterin

**Anhang C: Ergebnisse des t-Tests für unabhängige Stichproben für die einzel-
nen Items der Appearance Attitudes Scale, die nicht in den drei Faktoren 'Per-
fektionismus', 'Soziale Isolation' und 'Negatives Selbst' zusammengefasst sind**

Anhang D: Stellungnahme der Ethikkommission

Anhang E: Erklärung und eidesstattliche Versicherung

Zusammenfassung

Gegenstand der Untersuchung ist eine umfassende Analyse der zeitgenössischen Medienprominenz, hier deutschsprachige Singer-Songwriter, eingebettet in die Kontexte 'psychische Störungen' (erhoben mit dem SKID-II/M.I.N.I.), 'Kreativität' (TSD-Z) und 'Perfektionismus hinsichtlich des Aussehens' (AAS), mit der Zielsetzung dieses heterogene Phänomen mittels einer ganzheitlichen Perspektive zu erfassen. An der Studie nahmen insgesamt 31 prominente und 31 nicht prominente deutschsprachige Singer-Songwriter teil, wobei 15 der prominenten Singer-Songwriter in Besitz von mindestens einem 'ECHO', 14 in Besitz von mindestens einer 'Goldenen Schallplatte' und 2 mit mehr als 200 Nennungen in der Gruner + Jahr Pressedatenbank verzeichnet sind. Zunächst geht die Arbeit der Fragestellung nach, ob sich die prominenten Singer-Songwriter in den Störungsbildern 'affektive Störung', 'narzisstische Persönlichkeitsstörung', 'Borderline-Persönlichkeitsstörung', 'Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit' und 'Substanzmissbrauch/-abhängigkeit' von den nicht prominenten Singer-Songwritern unterscheiden. Die Ergebnisse zeigen auf, dass prominente Singer-Songwriter signifikant häufiger unter einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung, Alkoholabhängigkeit und Substanzmissbrauchs leiden als nicht prominente Singer-Songwriter. Außerdem wird ersichtlich, dass die prominenten Singer-Songwriter vermehrt Kokain und die nicht prominenten Singer-Songwriter vermehrt Marihuana konsumieren. Die Werte der prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter in Bezug auf die narzisstische Persönlichkeitsstörung sowie Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit übersteigen bei weitem die Prävalenzzahlen der deutschen Allgemeinbevölkerung. Als nächstes wurde geprüft, ob prominente Singer-Songwriter kreativer sind als nicht prominente Singer-Songwriter. Diese Annahme konnte, ebenso wie die darauffolgende Annahme, nämlich dass die Kreativität den Zusammenhang zwischen einer psychischen Störung und der Prominenz erklärt, nicht bestätigt werden. Die Kreativität stellt des Weiteren auch kein Moderatoreffekt dar und wirkt somit nicht, gemeinsam mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung, verstärkend auf die Prominenz. Wiederum ergab sich hypothesenkonform, dass prominente Singer-Songwriter perfektionistischer hinsichtlich ihres Aussehens eingestellt sind als nicht prominente Singer-Songwriter. Zuletzt zeigen die Ergebnisse, dass die Prominenz den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und der perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens nicht erklärt, jedoch verstärkt die Prominenz den Einfluss einer Depression auf die soziale Isolation.

1. Einführung und Untersuchungsziele

Täglich werden wir mit neuen Schlagzeilen moderner Medien konfrontiert, in denen über verschiedene Skandale, Exzesse und exzentrische Verhaltensweisen prominenter Persönlichkeiten berichtet wird und auch in der Alltagspsychologie begegnet man immer wieder mehr oder weniger klaren stereotypen Vorstellungen über die Ausprägung bestimmter Eigenschaften und das psychische Befinden jener Gruppe. Rätselhaft umgeben viele prominente Künstler, deren Ruf es ist exzentrisch und sonderbar zu sein, was vor allem auf die Gruppe der Musik Performer zuzutreffen scheint. Dass eine hohe Nachfrage an intimen Informationen über die in Öffentlichkeit stehenden Persönlichkeiten besteht, zeigt die Vielzahl an angebotenen Zeitschriften der Boulevardpresse und eigens diesem Thema gewidmete Fernsehprogramme. Ruhm ist ein wachsendes Phänomen und die Massenmedien des 20. Jahrhunderts ermöglichen es, das eigene Leben immer mehr der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Wenzel (2000) formuliert treffend: „Prominenz ist zudem Paradox: Die denkbar größte symbolische wie physische Distanz – Prominente sind überhöht, „bigger than life“ – geht bruchlos zusammen mit einer von Massenmedien vermittelten Nahwelt; Prominente sind „intimate strangers““ (S.453). So scheint es heutzutage nur von geringer Bedeutung für die Berichterstattung zu sein, ob die zentrale Figur aufgrund ihrer herausragenden Leistung einen prominenten Status erlangt hat, aufgrund medienwirksamer Schlagzeilen oder aus einer bereits etablierten Bekanntheit heraus, im Sinne von Boorstins (1962) Definition: „The celebrity is a person who is well-known for his well-knownness“ (S.57). Und auch Wenzel (2000) hält fest, dass „wer schon bekannt ist, immer noch bekannter wird“ (S.453). So trifft es Georg Franck (1998) in seinem Buch „Ökonomie der Aufmerksamkeit“, welches eine ökonomische Theorie des öffentlichen Ansehens behandelt, die eine Spannbreite vom Prestige bis zum Ruhm abdeckt und in der Aufmerksamkeit, d.h. die Beachtung, die anderen geschenkt wird, die kleinste Münze eines jeden sozialen und kulturellen Kapitals darstellt, auf den Punkt, wenn er schreibt: „Prominent ist nicht mehr nur, wer unterwegs ist zur Spitze des Ruhms und der Macht; es bedarf nicht mehr der hohen Geburt, der genialen Leistung oder der großen Tat. Prominent wird man heute durch standardisierte Karrieren. Am Anfang steht nicht mehr und nicht weniger, als irgendwie in die Medien zu finden“ (S.151). Hierbei kommt Franck auf den zentralen Stellenwert des Selbstwertgefühls zu sprechen, welches sich aus der gespendeten Wertschätzung durch die Beachtung Dritter speist, wobei ein „Mindesteinkommen an Zu-

wendung“ (S.11) nicht unterschritten werden darf. Es handelt sich um ein Geben und Nehmen, denn anderen kann man sowohl Aufmerksamkeit schenken als auch von ihnen Aufmerksamkeit erhalten. Für Franck ist die Alltagsinteraktion ein fortlaufender reziproker Tausch von Beachtung und Gegenbeachtung (S.75 ff). Es kann jedoch auch zu einem Ungleichgewicht kommen, welches dann vorliegt, wenn man mehr Aufmerksamkeit erhält als man selbst anderen spendet. Aufmerksamkeit, so Franck, kann nicht nur über eine direkte Zuwendung, also persönlich, eingenommen werden, sondern auch über das eigene Ansehen und da sich die erhaltene Aufmerksamkeit individuell über die Massenmedien popularisiert lässt, führt dies in der Mediengesellschaft zu Aufmerksamkeitsgewinnern und Verlierern. Franck versteht Aufmerksamkeit als kleinste Währungseinheit, die in vier unterschiedlichen Einkommensarten eingenommen werden können: 1) Ansehen, hier noch einmal unterteilt in Prestige (quantitativ betrachtet) und Ruf (qualitativ betrachtet), 2) Reputation, welche derjenige genießt, der „dafür bekannt ist, in den einschlägigen Fachkreisen bekannt zu sein (S.19), 3) Prominenz, „Prominent ist, wer reich an Beachtung und für diesen Reichtum allgemein bekannt ist“ (S.19), wobei hier der Weg in die Medien das Fundament dieser Einkommensform bildet, und zuletzt 4) Ruhm, welche die höchste und im Vergleich zur Prominenz weniger vergängliche Form darstellt. „Berühmt ist nur, wer so bekannt ist, dass die Bekanntheit für sich genommen schon hinreicht, um für fort-dauernde Beachtung zu sorgen“ (S.25). Wer diese Form der Aufmerksamkeit für sich beanspruchen kann, erhält eine „ewige Rente“ (S.118), die sogar über seinen Tod hinausreicht. Nach Franck sind Prominente „die Einkommensmillionäre in Sachen Aufmerksamkeit“ (S.10), welche durch die Massenmedien, vor allem dem Fernsehen, entstehen.

Im Fokus zu behalten gilt die unumstößliche Tatsache, dass Prominenz ohne irgendeine Form verbreiteter Informationen nicht existieren kann. Diese Informationsverarbeitung kann auf verschiedenen Wegen erfolgen, zentral hierbei ist jedoch, dass die Informationen durch Objekte kommuniziert werden, die große Verbreitung garantieren. Hierbei gilt es nicht zu verkennen, dass die modernen Massenmedien ein großes Interesse daran haben absatzsteigernde Sensationsnachrichten zu publizieren und besonders im Unterhaltungssektor immer wieder gerne ruhmfördernd beziehungsweise ruhmvernichtend berichten und so einen großen Teil der Zeitungsläser und TV-Konsumenten in ihrer Meinung in eine gewünschte Richtung hin manipulieren. Dass die Medien nicht objektiv agieren ist kein Geheimnis, denn vielen ist be-

kannt, dass die Themen, über die berichtet werden, gezielt in eine gewünschte Richtung gelenkt werden. Die Medien bestimmen, über was und wen berichtet und was auf welche Art und Weise nach außen hin kommuniziert wird. So können Gedanken und die gesamte Perspektive der Rezipienten auf eine bestimmte Gegebenheit auf gezielte Weise beeinflusst werden. In diesem Zusammenhang soll der zynische Blick von Braudy (1997) auf den Einfluss der Nachrichtenerstattung durch die Medien erwähnt werden: „These days a great proportion of what the media considers to be news is its own effect on people and events [...]. The media are no longer only what their name implies: Intermediaries between events and audience“ (S.617). So ist es durchaus interessant hinter die eingefärbten Berichterstattungen über beispielsweise die psychischen Auffälligkeiten Prominenter zu schauen, welche zum großen Teil die dahinter stehende Persönlichkeit in ihrer Komplexität verbirgt beziehungsweise überstahlt, und zu erfahren, wie es tatsächlich um das psychische Befinden der Prominenten bestellt ist. Sprich nicht urteilsfrei die Berichte anzunehmen, die durch die Boulevardpresse verbreitet werden, sondern auch kritisch zu hinterfragen.

Kaum ein Thema interessiert die Boulevardpresse mehr als „der Rummel um die bekannten Gesichter und die Kunstwerte der Prominenz“ (Franck 1998, S.14). Jeder meint zu wissen, wer die Medienstars sind, sprich mehr oder minder gut über ihre intimen Details ihrer Privatleben, ihre Triumphe und Niederlagen und über ihre Charakterzüge informiert zu sein. Von den meisten prominenten Persönlichkeiten hat man eine deutliche Vorstellung, jedoch stellt sich diese bei näherer Betrachtung meist als ungenau heraus. Der Kampf um die Aufmerksamkeit scheint in diesem hart umkämpften Geschäft ein zentrales Thema zu sein, denn nur wer medial präsent ist, kann sich seinen Prominentenstatus sichern. Hierbei ist allerdings das oben genannte Phänomen ‘Famous for being Famous’ zu erwähnen, welches sich auf Stars bezieht, die noch lange nach ihrem medialen Höhepunkt bekannt sind, auch dann noch, wenn sie kaum in der Öffentlichkeit auftreten beziehungsweise sich aus dem Showgeschäft zurückgezogen haben. Ob dies an ihren herausragenden Leistungen liegt, an ihrem Charisma, ihrer Attraktivität, ihrer Authentizität oder einer Kombination aus alledem sei dahingestellt. Peters (1996) kommt in diesem Zusammenhang auf deren Symbolcharakter als eine dominante Größe für eine Erklärung dieses Phänomens zu sprechen. „Dabei handelt es sich weniger um eine der konkreten Persönlichkeit zugeschriebenen Eigenschaften. Vielmehr gehen hier die Umstände und der Zeitpunkt ein, zu der eine Person und ihre Taten oder Leistungen sichtbar wurden. [...] Ein

dauerhafter Prominentenstatus ist am ehesten von Vertretern des Kunstbereichs zu erreichen, genauer: von Schauspielern und Musikern. Eine starke Generationsabhängigkeit der Prominenzzuschreibung und damit auch der Stabilität der Zuschreibung besteht also vor allem dann, wenn dem Publikum aufgrund unklarer bereichsimmanenter Kriterien mehr Selektionsspielraum bleibt. Im Kunstbereich ist die Stabilität des Status offensichtlich an eine spezifische Generation geknüpft, nämlich an diejenigen Generationen, für die die Prominenten Idole der Jugend verkörper(te)n. Der sich lange erhaltende Status ist demnach als ein Effekt der kulturellen Sozialisation der Jungjahre der Rezipienten zu deuten“ (S.138 ff). Und zuletzt „sorgen vor allem Bild- und Tonträger dafür, daß die alten neben den neuen Stars nicht in Vergessenheit geraten. Die Stabilität des Prominentenstatus ist demnach im Kunstbereich als am größten einzuschätzen. Umgekehrt verhält es sich, wenn der Prominentenstatus an Positionen geknüpft ist. Dann dreht sich das Prominentenkarussell leicht in derselben Geschwindigkeit, in der diese Positionen neu besetzt werden“ (S.141), was, nach Peters, vor allem für die politische Prominenz¹ gilt. Wer sich hier dennoch Symbolcharakter erworben hat, so die Autorin, war sehr wahrscheinlich nicht nur Symbol für eine Generation, sondern auch für einen historischen Zeitabschnitt. „Zusammenfassend läßt sich also festhalten, daß die Ursache des einmal erworbenen Prominentenstatus nicht ausreicht, Prominenz auf Dauer zu stellen. Hier kommt ins Spiel, ob die jeweiligen kulturellen und tagespolitischen Rahmenbedingungen geeignet sind, einer Person und ihren Leistungen Symbolcharakter zu verleihen“ (S.142).

Um einen Prominentenstatus zu erlangen, muss der Wunsch nach Aufmerksamkeit und Anerkennung mindestens so stark ausgeprägt sein, wenn nicht gar stärker, wie die Angst vor Demütigung und Versagensangst, um die notwendige Energie zur Realisierung dieses Bedürfnisses aufzubringen. Und hat es die jeweilige Person ins Zentrum der Aufmerksamkeit geschafft, werden ihre Auftritte von den Massenmedien verfolgt und dokumentiert, wird der Fokussierung des Prominenten auf sein eigenes Erscheinungsbild, sprich auf sein Aussehen, sicherlich eine tragende Rolle zukommen, denn „Glamour was the magic word. Everything had to be geared to what the producers thought the public imagined was the perfect romantic male or ideal woman. If one of your eyebrows didn't match the other it had to be made identical. If your

¹ „Politische Eliten nehmen mehr und mehr den Charakter von Unterhaltungsprominenz an“. Sie sind in den „Sog der Expressivität“ geraten (Keller, in Wenzel 2000, S.456 ff).

mouth was crooked, that had to be made straight. If you had no bust, they gave you one" (Todd 1980, S.135). Im Zuge des Wunsches nach Aufmerksamkeit und Anerkennung wird sich häufig der inszenierten Selbstdarstellung bedient, so dass sich auf den ersten Blick nur schwer erkennen lässt, ob die extremen Verhaltensweisen und Auffälligkeiten vieler Prominenter auf diese zurückzuführen sind oder auf tieferliegende psychologische Ursachen. Nach Leary (1995) ist die Selbstdarstellung ein Prozess, bei dem Menschen bewusst versuchen eine Beeinflussung der Personenwahrnehmung vorzunehmen. Die Beobachtung des Versuchs, den Eindruck, den eine andere Person von einem selbst haben könnte, im Sinne der Selbstdarstellung zu kontrollieren und somit zugleich selbst wahrgenommene Schwächen vor der Öffentlichkeit zu verbergen beziehungsweise zu verbergen versuchen, geht auf den Soziologen Goffman (1959) zurück. So kann die Selbstdarstellung den Zweck erfüllen Anerkennung, Zuneigung und Belohnung zu erhalten, was unter anderem durch Status und Attraktivität verstärkt wird. Hier ist in einem kurzen Satz Schlenkers (1980) Aussage festzuhalten, nach der das Ausmaß der selbstgewählten Darstellung einer Person davon beeinflusst wird, ob ihr Verhalten öffentlich feststellbar ist oder nicht. Um einen Einblick darüber zu erhalten, ob die auffälligen Verhaltensweisen mancher Prominenter eher auf eine geplante Selbstdarstellung oder aber auf tiefer liegende psychologische Ursachen zurückzuführen sind, bedarf es einen tieferen Blick in deren Psyche. Es ist dieser Balanceakt zwischen Schein und Wirklichkeit, zwischen den Sehnsüchten des Publikums, die es zu befriedigen gilt, und den eigenen Möglichkeiten, der die gesamte Thematik der Prominenz immer wieder umschwebt. In vielen Fällen jedoch ist der Ruhm nur von kurzer Dauer. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn die gewonnene Aufmerksamkeit und das Ansehen nicht auf eine besondere erbrachte Leistung, sondern auf kurzlebige Parameter, wie zum Beispiel ausschließlich Schönheit, zurückzuführen ist. Um sich die bereits gewonnene Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit weitgehend langfristig zu sichern, bedienen sich viele Prominente nebst der zum Teil bewusst zur Show gestellten auffälligen Verhaltensweisen, bei denen fraglich ist, ob sie überwiegend das Resultat einer geplanten Selbstdarstellung oder Folge psychischer Labilität sind, den entscheidenden Parametern Ort und Zeit, was bedeutet, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein. Abgesehen von der medialen Präsenz, welche auf diese gezielte Weise aufrecht erhalten wird, können diese ausgewählten Auftritte entscheidende Aussagen über die jeweilige Qualität des Prominenten machen, die wiederum eine ausschlaggebende Bedeutung für die eigene Reputation darstellt. Die eigene Reputation wiederum kann

von großer Bedeutung für den Marktwert des jeweiligen Prominenten sein und lässt sich in Verbindung mit dem aufgebauten Image gezielt von der Werbeindustrie für ausgewählte Produkte einsetzen.

Bei den meisten Prominenten ist neben dem permanenten Wunsch nach Aufmerksamkeit und Anerkennung, sei es, dass dieser als Motivator für ein Leben in der Öffentlichkeit dient oder die bereits hart erkämpfte mediale Zuwendung sichern soll, überdies das Öfteren ein durch die Presse kommuniziertes indisponiertes Gefühlsleben zu erkennen, welches sich zum Großteil in ihren auffälligen Verhaltensweisen widerspiegelt. Wie bereits oben erwähnt ist unsere gegenwärtige Vorstellung von der Persönlichkeit und den Verhaltensweisen verschiedener Prominenten primär durch die Massenmedien beeinflusst. Immer wieder wird in diesen Medien von Drogenexzessen, Sexskandalen, Gewalt und Depressionen Prominenter berichtet, wobei häufig davon ausgegangen wird, dass erst ein Leben im Fokus der Öffentlichkeit zu diesen extremen Verhaltensweisen und seelischen Problemen führt. Nicht von der Hand zu weisen ist die Tatsache, dass Auftritte vor Publikum in der Tat häufig mit großen persönlichen Herausforderungen wie Ängsten, Anspannung, Lampenfieber und allen daraus resultierenden Folgen sowie erheblichem Druck verbunden sind. Ein Darsteller möchte seinem Publikum eine unvergessliche Performance vorweisen, die noch sehr lange positiv in Erinnerung bleiben soll, so dass nicht selten die Furcht besteht, dass diese durch negative Gefühlszustände nachteilig beeinflusst wird. In seinem 1999 veröffentlichtem Buch „Fame – The Psychology of Stardom“ schildert Evans detailliert zahlreiche Anforderungen an Personen kurz nach Ihrem Durchbruch, wie beispielsweise der Verlust enger Vertrauter oder des Partners aufgrund eines straff umfassten Terminkalenders oder unterschiedlicher Lebensstile, das intensive Arbeiten mit fremden Menschen unter neuen Lebensbedingungen, die Ungewissheit, ob man als derjenige gemocht und anerkannt wird, der man ist oder lediglich aufgrund eigener Bekanntheit, oder die Problematik kontinuierlicher Exponiertheit, nur um einige der wesentlichen Punkte zu nennen. Auch Ranking geht in ihrer 2005 veröffentlichten Studie „The popular musician: Personality traits and their relationship to creativity, self-esteem and clinical symptomatology“ auf die einzelnen Herausforderungen ein, die prominente Künstler zu bewältigen haben, wie „Work Environment“, „Occupational Stress“ und „Road Life vs. Home Life“ (S.68 ff) und beleuchtet verschiedene „Psychological Risk Factors“ (S.75 ff). So sind manche Darsteller in der Lage mit diesen Schwierigkeiten und denen, die eine Performance vor Publikum mit sich zieht,

auf ihre ganz eigene Weise und mit ganz eigenen Mechanismen erfolgreich umzugehen, andere jedoch können diesen Herausforderungen nicht stand halten und verlieren sich beispielsweise in den Folgen exzessiven Substanzkonsums als Lösung ihrer Probleme, ohne zu bedenken, dass sich dies, wenn auch hilfreich zu Beginn, auf Dauer nachteilig auf ihre Karriere auswirken kann. Auch Schaller kommt in seinem 1997 veröffentlichten Artikel „The Psychological Consequences of Fame: Three Tests of the Self-Consciousness Hypotheses“ auf das Risiko zu sprechen, zunehmende Bekanntheit als äußerst stressvoll zu empfinden und dadurch Zuflucht in diversen Substanzen sowie selbstzerstörerischen Verhalten zu suchen. Doch könnte eine psychische Labilität mit entsprechenden Folgen beziehungsweise auffälligen Verhaltensweisen nicht nur die Kehrseite des beruflichen Erfolgs sein, sondern, wie Bandelow (2007) und Ludwig (1992) postulieren, für manche Bereiche, speziell in künstlerische Richtung, vielleicht auch die Voraussetzung dafür? Sprich, kann es nicht auch sein, dass kreatives Arbeiten durch psychische Störungen positiv begünstigt wird, was sich, aufgrund einer daraus resultierenden genialen Leistung, förderlich auf den Karriereverlauf auswirkt?

Für Bandelow, der in seinem 2007 veröffentlichten Buch „Celebrities - vom schwierigen Glück, berühmt zu sein“ verschiedene Biographien prominenter Künstler analysiert und einen Zusammenhang von psychischen Störungen und dem ehrgeizigen Streben nach Erfolg postuliert, entsteht der Eindruck, als sei „ein unausgeglichenes Seelenleben die Grundvoraussetzung für Berühmtheit und ein herausragendes Talent nur Beiwerk“. Außerdem fragt er sich, ob die „Ausschweifungen, Suchtprobleme und menschlichen Tragödien die logische Konsequenz der Kehrseite des Triumphes, eines Lebens im Zentrum des öffentlichen Interesses, ohne Privatsphäre, abhängig von der Laune der Medien“ ist oder ob es sich so verhält, „dass nicht nur das Streben nach Erfolg einerseits, sondern andererseits auch die Zerrissenheit des Künstlerlebens mit Drogensucht, Ängsten und Lebensüberdruß auf einen gemeinsamen Ursprung zurückzuführen ist?“ (S.9). Dieser Ansatz unterscheidet sich gravierend von dem Eindruck, der häufig aufgrund der Berichterstattungen der Boulevardpresse entsteht, nämlich dass gerade ein Leben in Öffentlichkeit den Ursprung emotionaler Belastungen und auffälliger Verhaltensweisen darstellt. Auch Ludwig erkannte anhand seiner groß aufbereiteten Studie im Jahr 1992 einen Zusammenhang zwischen psychischen Störungen, Kreativität und künstlerischem Erfolg und ging der Frage nach, ob gewisse psychische Störungen vorteilhaft für das Ausüben einiger Berufe sein

können und nachteilhaft für das Ausüben anderer, und ob es einen Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Genialität gibt. Ludwig (1992) und Bandelow (2007) stimmen in ihrer Meinung überein, dass der berufliche Erfolg die Menschen nicht verändert, sondern primär bereits vorhandene Wesenszüge verstärkt beziehungsweise manifestiert werden und psychische Auffälligkeiten den künstlerischen Erfolg aufgrund genialer Leistungen begünstigen können. Allerdings ist nach Bandelow (2007) der Zusammenhang zwischen einer psychischen Krise und kreativem Arbeiten keineswegs zu idealisieren, da es bei manchen Künstlern während oder nach einer psychischen Störung zu einem Versiegen der kreativen Arbeit kommen kann. Auch Evans (1999) nimmt sich in seinem Buch „The Psychology of Stardom“ genau dieser Fragestellung nach Ursache und Wirkung an und betont, dass beides nicht immer klar voneinander zu differenzieren ist, sprich häufig nicht genau abgegrenzt werden kann, ob eine psychische Störung dem Ruhm voranging beziehungsweise letzteres auf das Auftreten einer psychischen Störung förderlich wirkt. Doch zieht er in seiner Veröffentlichung eine klare Parallele zwischen Personen, die unter einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung leiden und denen, die prominent sind und besessen nach Aufmerksamkeit und dem Wunsch nach Einfluss und Macht: „Both are manipulative in milking others for attention“ (S.136). Unabhängig von der Frage, ob Ruhm das Auftreten einer psychischen Störung bedingt oder letzteres dem Ruhm vorausgeht stellt Evans fest, dass zunehmender Ruhm unwillkürlich zu einer ungesunden Obsession mit sich selbst führt, da man sich in einem hoch kompetitiven Umfeld bewegt, in dem es unter all den anderen, die sich diversen Diäten, Trainingsprogrammen, Schönheitsoperationen und vielem mehr unterwerfen, gilt zu den Schönsten der Schönen zu gehören. Weshalb bezüglich des Phänomens der Prominenz, besonders im Bereich der Unterhaltungsbranche, stets die latent vorhandene Frage mitschwingt, wie perfektionistisch eingestellt Prominente hinsichtlich ihres eigenen optischen Erscheinungsbildes sind.

Medienstars spielen im Alltag unseres Jahrhunderts immer wieder eine unübersehbare Rolle und nehmen einen nicht von der Hand zu weisenden Platz im kulturellen Wissen der meisten Menschen ein. So rückt das gesamte Thema Prominenz immer stärker in den Mittelpunkt unserer Gesellschaft, doch trotz beträchtlichem Interesse seitens der Öffentlichkeit hat sich die Forschung diesem Untersuchungsgegenstand bisher nur in geringem Maße angenommen. Auf die Tatsache, dass das Phänomen Prominenz als solches weitgehend aus dem wissenschaftlichen Raster herausfällt,

geht Peters (1996) ein, die auf die „auffällige Diskrepanz zwischen der Dauerpräsenz der Prominenten in den Medien (und damit im Alltag eines großen Publikums) und ihrem Fehlen als wissenschaftliches Forschungsobjekt“ (S.196) zu sprechen kommt. „Begibt man sich mit einer Studie auf ein derart unbearbeitetes Feld, so ist zum einen der Ausgang ungewiß, zum anderen stellt sich ein gängiges Phänomen wissenschaftlichen Arbeitens noch deutlicher ein: Die Konzentration auf wenige Fragen und der Versuch, Antworten darauf zu finden, lassen die verbleibenden Lücken noch deutlicher zu Tage treten“ (S.196). Des Weiteren formuliert sie treffend, dass „trotz ihrer medialen Dauerpräsenz, die nicht ohne Einfluß bleiben kann, hat Prominenz in der Forschung bislang kaum Aufmerksamkeit gefunden“ (S.12). Und auch Wenzel (2000) hält fest, dass „obschon Prominenz längst ein Normalphänomen der Alltagswelt ist, ist sie als Gegenstand theoretischer Reflexion und empirischer Forschung [...] vernachlässigt worden. [...] Gleichwohl steht der Umfang von Theoriebildung und empirischer Forschung zu diesem Thema weiterhin in keinem Verhältnis zu seiner Allgegenwart“ (S.453 ff). Ebenso hebt Hargreaves (1997) diesen Aspekt deutlich hervor, indem er schreibt: „Popular music and its makers influence people within every culture, social, and economic groups. From setting a mood and defining fashion to espousing socio-political views and criticism, popular music helps shape and define a culture. Despite the impact popular rock musicians have on society, little academic research has been performed on this population of creative individuals“ (in Ranking 2005, S.1). Und auch Young & Pinsky machen in ihrem 2006 veröffentlichtem Artikel „Narcissism and celebrity“ deutlich: „Of significance, a search of the academic literature on celebrity across all social science disciplines reveals virtually no studies that have gathered systematic data from large or even moderately sized samples of celebrities. Thus, we opine that celebrities are simultaneously the most widely exposed, yet one of the most understudied and least understood groups in our society“ (S.2). „Prominenz ist, entgegen ihrer gesellschaftlichen Verbreitung und Bedeutung, in der Wissenschaft ein noch weit gehend junger und unerforschter Gegenstand“ (Scheider 2004, S.22) und auch Borgstedt (2008) stellt fest, dass das Phänomen der Prominenz bislang kein etablierter Forschungsgegenstand ist und es bislang insbesondere an einer „umfassenden theoretischen und methodischen Fundierung, die als Basis für konkrete Analysen nutzbar gemacht werden könnte“ (S.9) fehlt. Betrachtet man die Literatur zum Thema Prominenz zeigen sich zwar „zahlreiche, disziplinspezifische Ansatzpunkte, aber kaum Versuche einer umfassenden transdisziplinären Theoriebildung, geschweige denn einer Entwicklung von direkt daraus abge-

leiteten methodischen Implikationen und konkrete Ideen zur Operationalisierung. Gerade diese Verlinkung von Theorie und Empirie ist aber erforderlich, um das Phänomen selbst überhaupt tiefgehend untersuchen und verstehen zu können“ (Borgstedt 2008, S.10). Zuletzt soll Ranking (2005) erwähnt werden, der feststellt: “Musicians, particularly popular musicians, represent a relatively small number of creative artists studied” (S.65). Weiter führt sie in ihrer Veröffentlichung aus:

“Research on popular music has been described as “a battered and neglected orphan...in the world of scholarship” (Denisoff & Bridges, 1982). The majority of research that exists in this area has come from sociologists interested in “the social forces which have shaped popular music, or the popular musician’s membership of a deviant sub-group in society (Cooper & Wills, 1989). Other areas of study have focused on the cognitive processes involved in creating music, preferences for and responses to different types of music, and development of musical ability (Kemp, 1996). (...) few studies have explored the personality or temperament of the music makers. Even fewer studies have focused on the specific genre of the popular or rock musician. Kemp (1996) contends that if we are to better understand the phenomenon of musicianship, the study of personality should be included. (...) Little attention has been paid to the individuals who are responsible for creating music that has a profound impact on individuals and society at large” (S.66 ff).

Ziel der vorliegenden Studie, welche eine interdisziplinäre Symbiose aus Psychologie, Soziologie und Kulturwissenschaft darstellt, ist es, dem Missverhältnis zwischen der hohen publizistischen beziehungsweise ökonomischen Bedeutung des Medieninhalts ‘Prominenz’ einerseits und dem niedrigen Forschungsstand zu diesem Bereich auf der anderen Seite entgegenzuwirken. Wissenschaftliche Untersuchungen zu diesem Phänomen sind, wie bereits weiter oben aufgeführt, nur in einem sehr schmalen Umfang zu finden und nicht selten mangelt es ihnen an diagnostischen Kriterien und validen Messinstrumenten. Die wenigen Studien, die zu diesem Thema zu finden sind, entstammen zum Großteil dem englischsprachigen Raum und unterliegen der Limitation biografischer Daten, welche aufgrund der retrospektiven Schilderungen des Autors subjektiv gefärbt beziehungsweise durch die willkürliche Daten-selektion des Wissenschaftlers ungenau sein können. Persönlich durchgeführte Interviews hingegen, wie in der vorliegenden Studie durch Anwendung strukturierter Interviews und standardisierter Testverfahren realisiert, liefern Daten, die sehr viel realitätsnaher sind und daher für wissenschaftliche Auswertungen optimal genutzt werden können. Die Limitation biografischer Daten ist hier somit aufgehoben.

Stellt das Phänomen der Prominenz die Arkade der vorliegenden Arbeit dar, so wird diese von den drei thematischen Säulen ‘psychische Störungen’, ‘Kreativität’ und

zuletzt 'perfektionistische Einstellung hinsichtlich des Aussehens' getragen. Durchgeführt wurde die Studie mit prominenten Singer-Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum² in ihrer Rolle als Unterhaltungskünstler, da diese nicht nur während ihrer Bühnenperformance besonders im Fokus der Aufmerksamkeit stehen, sondern weit darüber hinaus medial einer breiten Öffentlichkeit präsentiert werden und somit das Phänomen der Prominenz par excellence repräsentieren, und nicht prominenten Singer-Songwritern als Pendant. Für die Beschreibung der Gruppe der prominenten Musiker wird Rankings Definition aus ihrer 2005 veröffentlichten Studie „The popular musician: personality traits and their relationship to creativity, self-esteem and clinical symptomatology“ herangezogen:

„The popular musician is defined as a musician working in the field of pop, rock, jazz and commercial music (Kemp, 1996). These musicians typically work in, nightclubs, concert halls or large arena for a live audience. They may also do session work in recording studios as solo artists, as part of a band, as hired players on someone else's recording, or for commercial work for T.V., film, radio, etc. They may be singers and/or play guitar, bass, drums, keyboards/piano, and may compose original music and/or write lyrics for themselves or others. The popular musician earns his living by playing music which falls outside the context of symphonic or classical music (Wills & Cooper 1988)“ (S.65 ff).

Zahlreiche Veröffentlichungen konzentrieren sich auf die Persönlichkeitseigenschaften prominenter Musiker (vgl. Ranking 2005) und Herausforderungen, mit denen sie im Laufe ihrer beruflichen Karriere konfrontiert werden (vgl. Evans 1994), die vorliegende Untersuchung jedoch widmet sich den psychischen Störungen prominenter Singer-Songwriter (Hypothese 1a und Hypothese 1b), ihrer Kreativität (Hypothese 2a, Hypothese 2b und Hypothese 2c) sowie deren perfektionistische Einstellung hinsichtlich ihres Aussehens (Hypothese 3a, Hypothese 3b und Hypothese 3c). Die Studie soll eine Sensibilisierung hervorrufen mehr wissenschaftliche Arbeiten auf dem nur wenig erforschten Gebiet der Prominenz zu initiieren und stellt ein Grundstein dar, auf welchem in Zukunft anhand der Ergebnisse und Erkenntnisse weitere Untersuchung aufgebaut werden können. Des Weiteren greift vorliegende Studie eine nicht nur durch die Presse zum Teil direkt, zum Teil indirekt postulierte Annahme auf, nämlich die, dass Prominenz psychisch krank macht, und setzt dieser eine entgegengesetzte Sichtweise entgegen, die besagt, dass gerade aufgrund von psychischen Störungen die Prominenz begünstigt wird und zwar insofern, als dass psy-

² Aus Gründen der Übersicht wird nachfolgend auf den Zusatz „aus dem deutschsprachigen Raum“ weitgehend verzichtet

chische Störungen zu einer erhöhten Kreativität führen, was wiederum den beruflichen Erfolg begünstigt. Natürlich führen mehrere Attribute zu künstlerischem Erfolg, wie Talent, Einzigartigkeit, Disziplin, Ausdauer und Glaubwürdigkeit³, und natürlich führen psychische Störungen nicht automatisch zu einer erhöhten Kreativität sowie umgekehrt sind kreative Leistungen auch ohne bestehende psychische Erkrankung möglich. Ebenso führt eine erhöhte kreative Leistung nicht automatisch zur Prominenz und umgekehrt kann es sein, dass Prominente im kreativen Bereich kein künstlerisches Potential in sich tragen, dennoch kann eine Studie wie diese nicht nur einen Hinweis auf eine eventuell vorliegende Verbindung von psychischer Störung, erhöhter Kreativität sowie ein daraus resultierender Prominentenstatus liefern, sondern darüber hinaus, durch die Beantwortung weiterer durch die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung aufgeführten Fragestellungen, mehr Licht auf das nur wenig untersuchte Gebiet der Prominenz werfen.

Die Struktur der Arbeit ergibt sich aus den Überlegungen zu den drei übergeordneten Forschungszielen, welche sind: Prominenz und psychische Störungen, Prominenz und Kreativität sowie Prominenz und perfektionistische Einstellung hinsichtlich des Aussehens. Die nachfolgenden Kapitel liefern als Fundament den entscheidenden Kontext zum Verständnis dieser Studie. Sie dienen einer Bestandaufnahme und Problematisierung der untersuchten Themen, der Einordnung ihrer wissenschaftlichen Bedeutung sowie der Herleitung der Fragestellungen. Ausgehend von einer Einführung in die theoretischen Grundlagen (Kapitel 2), deren inhaltliche Basis notwendigerweise aus unterschiedlichen Disziplinen stammt, wird im Nachfolgenden der Methodenteil (Kapitel 3) behandelt, gefolgt von den Ergebnissen (Kapitel 4) und einer abschließenden Diskussion samt Forschungsausblick (Kapitel 5).

³ Eine detaillierte Beschreibung darüber, welche Eigenschaften zu beruflichem Erfolg auf der Bühne führen, wird von Cohen (1981) gegeben

2. Theoretischer Hintergrund

Zunächst wird auf das Gesamtphänomen der Prominenz eingegangen und der Begriff genauer erläutert, in seiner Abgrenzung zu den Begriffen Elite und Star, bevor sich den psychischen Störungen und dem komplexen Themengebiet der Kreativität zugewendet wird. Nachdem unterschiedliche Theorien und Ansätze sowie einzelne Befunde und Überlegungen verschiedener Autoren zu diesen Bereichen vorgestellt wurden, schließt der theoretische Teil mit einer umfassenden Beleuchtung zur Thematik der eigenen optischen Erscheinung ab. Hierbei wird neben der Selbstdarstellung und des Personenimages in einem kurzen Umriss die Bereiche Selbstkonzept und Körperkonzept vorgestellt, wobei sich hier die Konzentration vor allem auf die physische Attraktivität von Personen des öffentlichen Lebens richtet. Später dürfen sich anhand dieser Grundlagen die Fragestellungen formulieren.

2.1. Das Phänomen der Prominenz

2.1.1. Historischer Hintergrund des Phänomens der Berühmtheit

Reckwitz (2012) kommt in seiner Veröffentlichung auf die modernen und spätmodernen Bedingungen von Ruhm und Berühmtheit zu sprechen und führt auf, dass sich diese grundsätzlich von jenen der Antike, des Mittelalters und der Frühen Neuzeit unterscheiden. Die klassische Form des Ruhms, so der Autor, richtet sich von der Antike bis zur Frühen Neuzeit im Wesentlichen auf politische, militärische und kirchliche Führer. „Demgegenüber ist die moderne Form der Berühmtheit seit der Renaissance zunächst eng mit der Werkindividualität des Künstlers verknüpft, bevor sie sich im 20. Jahrhundert unter dem Etikett 'Star' auf verschiedenste medial präsente Versionen des expressiven Individualismus ausdehnt“ (S.242). K Die Orientierung der Berühmtheit insgesamt kann sich nach Reckwitz seit dem Ende des 19. Jahrhunderts an außergewöhnlicher expressiver Individualität in der Form des medialen Stars verallgemeinern. „Die Aufmerksamkeit richtet sich nun auf das Öffentliche und das Private, und im Star verschränken sich Alltäglichkeit und Außeralltäglichkeit miteinander. In seiner massenmedialen Repräsentation ist der Star grundsätzlich eine öffentliche Figur. Zugleich bildet über seine beruflich-künstlerischen Leistungen hinaus das Private – seine gesamte Biografie, seine persönlichen Beziehungen und Interessen, sein Modestil etc. – einen Teil dieser öffentlichen Darstellung. [...] Alltäglich ist er, indem er in Werk wie Persönlichkeit einen kulturellen Typus repräsentiert. Au-

ßeralltaglich fasziniert er hingegen durch die Idiosynkraisie seines Werkes, seiner Performance oder seiner Persönlichkeit, die sich nicht in einen Typus einfügt und die zum Gegenstand der Auratisierung werden kann“ (S.242 ff). Hinsichtlich der verschiedenen Medienformate führt Reckwitz auf, dass das Phänomen der Berühmtheit eng an die Transformation der Medientechnologie gebunden ist. „Während die Repräsentation des Kunstlergenies seit der Renaissance zunächst eng an das Massenmedium des Buchdrucks gekoppelt war, ist die Konstitution des Stars seit dem Ende des 19. Jahrhunderts nicht nur mit der weiteren Entwicklung der periodischen Printmedien und ihres >Beruhmtheitsjournalismus< (celebrity journalism), sondern auch und vor allem mit der Entstehung und Verbreitung der Medien zur technischen Reproduktion visueller und auditiver Darstellungen (Fotografie, Schallplatte, Kinofilm, Fernsehen, später das Internet) verknüpft“ (S.243). Wobei hier die Massenmedien einen grundsätzlichen Effekt haben, denen, so der Autor, eine Schrittmacherfunktion zukommt: „Sie versetzen das Subjekt flächendeckend und auf Dauer in eine besondere Position, nämlich die des Rezipienten, des Teilnehmers an einem Publikum, der nicht interagiert oder produziert, sondern in erster Linie kognitiver und ästhetisch-sinnlicher Beobachter des Geschehens ist“. Auf den historischen Hintergrund des Phänomens der Berühmtheit geht auch Leslie in seinem 2011 veröffentlichtem Buch „Celebrity in the 21st Century“ ein, welcher hier zusammenfassend dargestellt wird. Zunächst kommt der Autor auf die klassischen Epochen zu sprechen, angefangen vom alten Ägypten mit samt seinen herausragenden architektonischen Besonderheiten und fortschrittlichen Bewässerungsanlagen. Obgleich legendäre Herrscher noch heute namentlich bekannt sind, wie Cleopatra oder Ramses, kann man nicht von Berühmtheiten im heutigen Sinne sprechen, denn „they led interesting and sometimes exciting lives. But the typical Egyptian probably did not think much about them. [...] stories about rulers and warriors were circulated, but life for most Egyptian was hard. [...] While most slaves probably knew the name of the ruler for whom they worked, it is unlikely they held that person in high esteem. We in modern times know the names and accomplishments of many Egyptian rulers. We might even call Cleopatra, for example, a celebrity. But our judgment is based on historical perspective [...]. In short, there is no evidence that Egyptians recognized anyone as a celebrity“ (S.4). Als nächstes kommt Leslie auf die Griechen zu sprechen, die, ebenso wie die Ägypter, beeindruckende architektonische Monumente hervorbrachten, aber auch in den Bereichen der Literatur und Philosophie große Fortschritte verzeichneten. Socrates, Plato, Aristotle, Pythagoras und Homer sind noch heute weit verbreitete und

bekannte Namen, jedoch verhält es sich nach Leslie so, dass „while there was much talk about and recognition of these and other well-known individuals among the Greeks, there is no indication that these men rose to the level of celebrity” (S.5). Dennoch, so der Autor, ist eine Entwicklung von den Ägyptern hin zu den Griechen festzustellen: „Nevertheless, we can see some progress from the Egyptian to the Greek culture. The Greek were more likely to have known about the major figures in their culture and much closer to identifying a celebrity than were the Egyptians. [...] We must take care, however, not to force our 21st-century perspective on the historical record of these early civilizations. By our modern standards, Socrates, Sophocles, Plato, and Aristotle would indeed all be celebrities. But there is no evidence that they were considered such by the Greeks. They were well known, but – as we all see – being well known is not enough to make one a celebrity, particularly in the 21st century, and almost certainly not in the early civilization where the concept of celebrity did not exist” (S.5 ff). Hinsichtlich der klassischen Epochen kommt Leslie zuletzt auf das alte Rom zu sprechen, dem wesentliche Entwicklungsfortschritte in technischen Bereichen, Kunst und Literatur zu verdanken sind. Auch das Christentum weitete sich in jener Zeit stark aus und wurde später zur Staatsreligion des römischen Reiches. Der Autor kommt auf Namen zu sprechen, die noch heute allgemein bekannt sind, wie Julius Caesar und Nero, ebenso beleuchtet er die Tatsache, dass diese eine zentrale Stellung im öffentlichen Leben einnahmen und eine verstärkte Verbreitung ihrer Leistungen durch das Volk auf öffentlichen Plätzen proklamiert wurde, auch wenn die Verbreitung von Nachrichten durch den Herrscher lizenziert wurden. Dennoch schreibt Leslie, „no major figures in Roman life were famous or well-known, and while there were plenty of celebrations during Roman times, there is no evidence that any famous or well-known individuals were called celebrities“ (S.7), denn bekannt zu sein, so der Autor, heißt noch lange nicht berühmt zu sein. Nach dem Zusammenbruch des römischen Reichs trat der Beginn des Mittelalters ein. Die Kelten waren in Westeuropa und Nordspanien aktiv, die Germanen befanden sich in Nordeuropa. Eine zentrale und einflussreiche Rolle in jeder Zeit spielte die Religion und Kirche, wobei besonders dem Papst und einigen religiösen Führungsfiguren ein hoher politischer Stellenwert eingeräumt wurde. „The Vikings expanded their culture, and the Black Death swept across Europe. Clearly, the Middle Age were years of change. A few individuals became well known during time, but their fame was not widespread. It was more difficult to communicate with increasingly larger populations and expanding territories” (S.7). Die Informationsverbreitung verlief zwar schneller

und weitreichender als in den vorherigen Epochen, dennoch war diese, besonders im Vergleich zur heutigen Zeit, stark eingeschränkt, was unter anderem daran lag, dass nach wie vor viele nicht lesen konnten. „Thus, fewer people were famous because the public was larger and spread over many developing territories. If you were famous, you were likely well known primarily in your own limited geographical area. The exception, of course, was the pope who was widely known because of his influence on religious and political life” (S.7 ff). Die Kommunikationswege verbesserten sich massiv in der Zeit der Renaissance mit Beginn der Druckpresse durch Gutenberg Mitte des 15ten Jahrhunderts. Menschen begannen vermehrt das Lesen zu lernen und eigene Leistungen konnten weitreichend bekannt gemacht werden. Bekannte Persönlichkeiten wie Michelangelo, Galileo, Martin Luther, Shakespeare und Henry VIII entstammen dieser Zeit. Leslie schreibt hierzu: „By this time, the word *celebrity* had sprung from the more general *celebration* in some of the literature of the time, although there is no evidence that this term was regularly applied to the famous in public life. It is important to note that oral communication was not replaced by the printed word during this time” (S.8). Erst das Zeitalter der Aufklärung brachte große Veränderungen mit sich, welche sich auf zahlreiche Bereiche des Lebens beziehen. Es kam in jeder Zeit zu einer Art Erwachen, so der Autor, welches sich nicht nur in der Kunst, Musik, Philosophie und Religion niederschlug. Bücher spielten in dieser Zeit eine große Rolle, doch war es primär die die Oberschicht, welche in jeder Zeit lesen und sich diese Bücher leisten konnte. Zu der Epoche der Aufklärung zählen unter anderem Descartes, Voltaire, Rousseau, Louis XIV, Marie Antoinette, Mozart, Handel, Haydn, Bach und Beethoven. Im 18ten Jahrhundert waren Zeitungen weit verbreitet, wodurch es leicht wurde das Leben und die Handlungen zentraler Schlüsselfiguren jener Zeit nachzuverfolgen. Leslie schwenkt nach dieser historischen Einführung hinsichtlich des Phänomens der Berühmtheit in Richtung Amerika des 19ten Jahrhunderts, zu dessen Zeit eine neue Ära technischer Revolution eintrat. „The public was no longer dependent only on oral communication and simple printed documents for news and information. When the penny press arrived in 1833, America had its first mass medium. Newspapers were now within the reach of many Americans” (S.10). Nur wenige Jahre später wurde der erste elektrische Telegraph entwickelt. „Where newspapers and magazines had to be transported from where they were printed to where they would be sold, the “lightning lines” of the telegraph had no such problem. However, only brief messages could be sent by telegraph; therefore, we must consider it a personal medium, not a mass medium” (S.11). Ende des

19ten Jahrhunderts florierte das Geschäft um Bücher und Zeitungen. Zeitungen und Zeitschriften stellten das Massenmedium der damaligen Zeit dar und Illustrationen wurden ergänzt, um Inhalte für die Leser attraktiver zu gestalten. „The new mass media, primarily newspapers and magazines at this point, enabled the American public to follow social, political, and technological developments, and to become well acquainted with individuals who were making contributions to public life” (S.11). Leslie stellt sich die Frage: “How does one go from being famous or well known to being a celebrity” und seine Antwort lautet: “It is really quite simple: *celebrity depends on regular media exposure*. Moreover, an individual must, in some way, *seek fame and recognition*. In other words, one’s activities must be reported by the media, or, in some cases, be made available to the public as media. [...] During the 19th century, a great many Americans were famous or well known [...]. Do these individuals qualify as celebrities? Yes, some of them do” (S.11 ff). Nach diesem kurzen Einblick ins 19te Jahrhundert schwenkt Leslie seinen Blick auf das 20ste Jahrhundert, indem er zunächst Richard Schickel (1985) zitiert: “There was no such thing as celebrity prior to the beginning of the 20th century” (S.12). Die Zeitungsindustrie florierte, Bücherclubs wurden gegründet und die ersten Filmtheater entstanden. Das Radio wurde zu einem einflussreichen Massenmedium, „reaching what some call its golden age in the 1930s“ (S.13). Das Fernsehen wurde 1939 unter der Präsidentschaft von Franklin Roosevelt eingeführt und steckte noch in seinen Kinderschuhen. „Becoming a celebrity was fairly easy in the 20th century. Individuals in public life, or the public sphere as it is sometimes called, could not avoid media attention. Many of them did not want to avoid it, but depended on it, in fact, to lift them to celebrity status” (S.13). Nach dem Ende des zweiten Weltkriegs bis zu den frühen 80er Jahren nahm die mediale Entwicklung rapide zu. „The word that best describes the tremendous advances in media technology and content is the verb *exploded*. [...] This rich media environment made it possible for individuals in public life – and even some in private life – to become celebrities. [...] Thus, celebrity can be seen as fame modernized“ (S.14). Schickel hält hierbei fest, dass in den 1940er Jahren das Wort ‘celebrity’ so gut wie nie in schriftlichen Veröffentlichungen oder Gesprächen verwendet wurde, sondern primär von ‘successful’ oder ‘famous’ gesprochen wurde. Dies änderte sich 1959 durch das von Blackwell und Amory veröffentlichte Buch „International Celebrity Register“, in dem Biographien von über 2000 Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens festgehalten wurden. Leslie fasst hier zusammen, was eine berühmte Persönlichkeit auszeichnet:

”At the end of the 20th century, a celebrity can be said to have each of the following characteristics: 1. leads a public life; involved in work or activity in some area of the public sphere, 2. has accomplishments of interest and importance to the general public, 3. is well known or famous, usually because of those accomplishments, 4. seeks to become a celebrity by finding ways to be regularly seen and heard, thus maintaining status as a well-known, famous individual, 5. is highly visible on or in media, 6. connects with the public on a subconscious level, embodying its dreams and desires” (S.16 ff).

„Without media, celebrities are not celebrities at all, but merely individuals who are successful, well known, or famous” (S.19). Und weiter: “Celebrity is fame modernized. In the 21st-century America, modern means new media [...]. The development of new media has absolutely changed or definition of celebrity“. In einem kurzen Umriss geht Leslie darauf ein, was mit „new media“ gemeint ist, nämlich sämtliche neue technischen Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Computer und Internet. „A computer, connected to the Internet and accessing the World Wide Web, is the doorway to new media content. It is this content that will define celebrity in the 21st century” (S.20). Die Möglichkeit der Gestaltung einer eigenen Webseite, die Informationsverarbeitung und Meinungsäußerung über eigene Blogs, das Veröffentlichen eigener Videos über den YouTube Kanal und die Verwendung verschiedener sozialer Netzwerke „can increase your visibility in the world, or at least in the online world. You can present yourself as successful, rich, talented, an important, even if you are none of these” (S.21). Auch die Entwicklung von Smartphones mit schneller Internetverbindung und der Zugriff auf Digital- und Videokameras tragen einen großen Teil dazu bei Informationen über sich selbst schnell und global zu verbreiten. Nichtsdestotrotz spielen nach wie vor auch Printmedien eine bedeutsame Rolle für die Entstehung von ‘Celebrities’ und den Erhalt ihres Status: „It would be a mistake to assume that celebrity in the 21st century is dependent only on electronic media, that is, television, computers, cell phones, iPods, and the Internet. A growing magazine industry has become an important part of the celebrity world. [...] Appearing on a magazine cover is, of course, extremely important, but being featured inside the publication isn’t bad either” (S.22 ff). Abschließend hält Leslie fest: “It is obvious that the expansion of media in the 21st century provided additional opportunities for celebration to become more visible and for some private individuals to become somewhat visible in the new media world. We have the means today to present ourselves to the world in ways that everyday people in the ancient civilizations of Egypt, Greece, Rome, and the Middle Ages could not even imagine” (S.23). Und Turner formuliert in

seinem 2004 veröffentlichtem Buch "Understanding Celebrity": „The contemporary celebrity will usually have emerged from the sports or the entertainment industries; they will be highly visible through the media; and their private lives will attract greater public interest than their professional lives" (S.2). Dementsprechend hängt der eigene Ruhm weniger stark von den eigenen Leistungen ab als vielmehr von der medialen Präsenz, so der Autor, denn „the modern celebrity may claim no special achievements other than the attraction of public attention" (S.2). Und weiter: „The exorbitance of celebrity's contemporary culture visibility is certainly unprecedented, and the role that the celebrity plays across many aspects of the cultural fields has certainly expanded and multiplied in recent years" (S.4).

2.1.2. Prominenz: Überblick über den Forschungsstand

2.1.2.1. Zum Ursprung und Bedeutungsgehalt des Prominenzbegriffs

Dem Begriff 'Celebrity' am nächsten kommt im Deutschen der Begriff 'Prominenz'. Alrun Seifert (in Robertson-von Trotha 2013) schreibt hierzu: „Für das, was im Englischen als celebrity gilt, wird im Deutschen für gewöhnlich das Wort ‚Prominenter‘ bzw. ‚Prominenz‘ gebraucht. Doch der Celebritybegriff hält – vorangetrieben von einer globalen Medienkultur – zunehmend auch im deutschsprachigen Raum Einzug. Dies beschränkt sich bislang vor allem auf den Sprachgebrauch in Medien und Presse" (S.33). Peters (1996) weist darauf hin, dass es sich bei dem Wort Prominenz um einen relativ jungen Begriff handelt, der zum ersten Mal in den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts auftauchte. Umgangssprachlich scheint vollkommene Klarheit darüber zu herrschen, was der Begriff Prominenz bedeutet, doch wissenschaftlich herrscht Uneinigkeit über eine eindeutige Definition, so die Autorin. Treffend formuliert Schneider (2004): „Im Ergebnis handelt es sich um einen changierenden Begriff, der einen derart amorphen Charakter aufweist, so dass er als amöbenartige Schablone alles und somit nichts zugleich ausdrücken kann" (S.25).

Der Blick auf das Wesen der Prominenz erfolgt zunächst über die historische Begriffsentwicklung, welche sich aus dem Berufsstamm der Filmschauspieler beziehungsweise der amerikanischen Filmindustrie heraus entwickelt hat. „Hier wurden Personen erstmalig bewusst und in Serie als ökonomische Strategie zur Produktdifferenzierung eingesetzt" (Borgstedt 2008, S.15). Schnell etablierte sich die Bezeichnung Prominenz auch in anderen Bereichen. Betrachtet man den Begriff Prominenz aus etymologischer Sicht, zeigt sich die ursprüngliche Bedeutung aus dem Lateini-

schen abgeleitet 'prominere/prominentia', was ins Deutsche übersetzt bedeutet 'hervorragend/das Hervorragende' im Sinne von 'Herausragen'. Folglich sind mit Prominenten „hervorragende Personen“ gemeint. Borgstedt (2008) schreibt hierzu: „Notwendige Basis für die Entstehung von Prominenz ist eine moderne Vorstellung von Individualität, die sich durch umfassende soziale Veränderungen und damit einhergehenden neuen Erfahrungen des Selbst herausbildet“ (S.21). Des Weiteren zeichnet sich der Begriff der Prominenz als Distanzmerkmal zu einer Mehrheit aus, wobei die Distanz auf die Bekanntheit der jeweiligen Person zurückzuführen ist (Peters 1996). Auch Determeyer (1975) schreibt: „Auf jeden Fall impliziert 'hervorragend' ein Distanzmerkmal zu einer Mehrheit aufgrund von bestimmten Werten, die allgemeiner Anerkennung bedürfen, um eben 'hervorragend' zu sein“ (S.165). „Das führt zu einer Bestimmung von Prominenz auf dem denkbar kleinsten gemeinsamen Nenner: Prominente sind solche Personen, die dadurch hervorragen, daß sie dauerhaft präsent sind“ (Peters 1996, S.32). Demnach sind prominente Personen, die sich aufgrund ihrer hohen Bekanntheit von anderen unterscheiden, worauf diese hohe Bekanntheit zurückzuführen ist, bleibt jedoch zunächst erst einmal ohne Belang. Um den Begriff der Bekanntheit konkretisieren zu können, werden zwei Dimensionen näher beleuchtet: Erstens der Bekanntheitsgrad, ab dem eine Person als prominent gilt, und zweitens bedarf es der Bestimmung der Grundgesamtheit, in welcher der Bekanntheitsgrad zu messen ist. Zur Erfassung des Bekanntheitsgrades, ab dem sich eine Person als prominent ansehen lässt, wird nach Peters (1996) das Konstrukt der systematischen Bekanntheit genutzt. Wenn ein annäherndes Gleichgewicht herrscht zwischen kennen und gekannt werden, spricht man von einer symmetrischen Bekanntheit. Erst bei einer Asymmetrie dieses Konstrukts, sprich, „wenn die Anzahl der „Kennenden“ die Anzahl der Personen übersteigt, die „der Gekannte“ kennt“ (S.27), bezogen auf einen geographisch oder sozio-demographisch abgegrenztem Bezugsraum, kann von Prominenz gesprochen werden. Der Kreis der Prominenten zeichne sich also dadurch aus, so Peters, dass sie von mehr Leuten gekannt werden als sie selbst kennen. Auch für Fanderl (2005) sind Prominenten „Personen, die sich von anderen Personen auf Grund ihrer hohen asymmetrischen Bekanntheit in der jeweils betrachteten Bezugsgruppe und über einen längeren Zeitraum hinweg unterscheiden“ (S.96).

In diesem Sinne spielt das Phänomen der Aufmerksamkeit eine zentrale Rolle, die der Prominente auf sich zieht und das von Georg Franck in seinem 1998 veröffent-

lichem Buch „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ ausführlich behandelt wird, sowie die zugehörige Inszenierung als notwendige Bedingung diese zu erlangen beziehungsweise aufrecht zu erhalten. Nach Franck sind Prominente auf das „knappe Gut Aufmerksamkeit“ angewiesen, da sie sich über die Menge an Beachtung definieren, die ihrer Person zu Teil wird. So schreibt er: „Die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen. Ihr Bezug sticht jedes andere Einkommen aus. Darum steht der Ruhm über der Macht, darum verblasst der Reichtum neben der Prominenz. [...] Aber wie vom Geld, so können wir von der Aufmerksamkeit nie genug bekommen“ (S.10). Nach Franck sind Prominente „die Einkommensmillionäre in Sachen Aufmerksamkeit“ und „der Ruhm ist die schönste der irdischen Belohnungen, weil er den Status des Großverdieners an Aufmerksamkeit noch über den Tod hinaus sichert“ (S.10). Auch Peters (1996) betont, dass Prominente Personen sind, die dadurch hervorstechen, dass sie dauerhaft präsent sind (S.33) und der Prominentenstatus auf die Fähigkeit zurückzuführen ist, sich in einem breiten Publikum Aufmerksamkeit zu sichern (S.144). So schreibt die Autorin: „Wer mittels Bildschirm ein breites Publikum ansprechen will, muß sich den Erfordernissen der visuellen Medien anpassen, muß telegen sein. In dieser Hinsicht stellt das Medium an alle Protagonisten ähnliche Anforderungen, verpflichtet sie nämlich zu einer gewissen Inszenierung“ (S.145). Außerdem, so Peters weiter, verhält es sich so, „daß zunehmend die persönlichen Eigenschaften eines Kandidaten beurteilt werden, anstelle seines Handelns“. Nach Peters geht Sennett (1983) davon aus, „daß das Publikum an die verschiedenen Protagonisten dieselben Meßlatten anlegen. Trifft dies zu, so müßten alle Prominenten als kleinsten gemeinsamen Nenner Interessantheit und Unterhaltbarkeit garantieren“ (S.145). Schneider (2004) schreibt, wer Aufmerksamkeit erlangen möchte, muss „einen Scheinwerfer mit sich führen, den er auf sich selber lenkt. Was sie anleuchten, muss nicht einmal ihre wahre Persönlichkeit sein, sie können sich interessant machen, maskieren, inszenieren, und sie tun es gern“ (S.93) und betont in seiner Ausführung über den Zerfall und die Erneuerbarkeit des Prominentenstatus die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Berichterstattung, um den Status der Prominenz aufrecht zu erhalten. Er spricht von der „Notwendigkeit der ständigen Erneuerung und Bestätigung. Die öffentliche Aufmerksamkeit muss erhalten und vor einem 'natürlichen Verfallsdatum' geschützt werden“ (S.382). Passend zu der Metapher mit dem Scheinwerferlicht passt auch Gablers (2001) Zitat, in welchem er auf den Wandel von Ruhm, Leistung und Talent in Verbindung mit dem Phänomen der Prominenz eingeht: „Da Prominente durch Publicity gemacht wurden, mussten die

Medien, um neue Prominente zu schaffen, bloß den Strahl ihres Schweinwerfers vergrößern, auch wenn das bedeutete, dass endgültig alle Verbindungen zwischen Prominenz und Leistung, Ruhm und Talent gekappt wurden“ (S.180). Hinsichtlich des Phänomens der Prominenz und des Begriffs Ruhm führt Wippersberg (2007) folgende Differenzierung auf: „Ruhm ist im Gegensatz zur Prominenz immer ein Element der Leistung, des Erfolgs, der großen und eindrucksvollen Taten immanent – was bei der Prominenz möglich, aber nicht unbedingt nötig ist“ (S.81). Somit ist für sie Prominenz, also „Bekanntsein“, völlig losgelöst von Ruhm.

Linz definiert in ihrem 1965 erschienen Buch „Literarische Prominenz in der Bundesrepublik“, einer der wenigen sozialwissenschaftlichen Arbeiten, die sich explizit mit dem Phänomen der Prominenz auseinandersetzt, den Begriff Prominenz wie folgt: „Prominent sein, heißt zunächst nichts anderes als hervorragend. Nun ist noch lange nicht prominent, wer irgendeine hervorragende Leistung vollbracht hat. Breite Anerkennung einer Leistung, einer Persönlichkeit, einer Gruppe schafft erst den notwendigen Bezug zwischen Öffentlichkeit und einzelnen beziehungsweise einer Mehrheit und einer Minderheit, ohne den es keine Prominenz gibt. Auf irgendeine Weise muß der Konsensus vieler hergestellt werden für die Wertschätzung einzelner“ (S.26). Hierbei betont sie des Weiteren vor allem die Notwendigkeit wiederholter anerkannter Leistungen: „Über Ihre Zugehörigkeit zur Prominenz entscheidet aber noch nicht eine einmal anerkannte Leistung. Wer prominent sein will, ist auf wiederholte Anerkennung angewiesen“ (S.28). Prominenz als reines Medienprodukt zu deuten lehnt Linz jedoch ab. Alles in allem hat die Entwicklung der Massenmedien dem Phänomen der Prominenz eine andere Qualität verlieht, dienen zuvor stattdessen mündliche Überlieferungen, schriftliche Dokumente und Portraits zu ihrer Verbreitung. Erst durch die Massenmedien wurde die Reichweite der Bekanntheit Prominenter schlagartig vergrößert und der Hype um ihre Person erfuhr einen weiteren Schub (vgl. Peters, 1996), woraufhin die Notwendigkeit einer genaueren Definition des Begriffs der Prominenz zunimmt.

Um die Frage zu beantworten wer zur Prominenz zählt, wird in einem kurzen Umriss Kraus (1927) herangezogen, der nach dem Ende des Ersten Weltkriegs in Deutschland eine ungewöhnliche Häufung des Begriffs ‘Prominenz’ registrierte und für den jedermann einen Promientenstatus erlangen kann:

„Wie auf einen Zauberschlag war das Wort 'prominent' dar, nunmehr allen verliehen, was vordem keineswegs hervorgeragt hätte. Das ist sicherlich so zu erklären, daß in der deutschen Seele ein tiefes und nun obdachloses Kaiserbedürfnis wohnt, das nun Superioritäten herstellen muß. [...] 'Die Prominenten' [...] haben dem Deutschen nach den Wirren des Umsturzes den Glauben an Ideale gerettet. *Die Prominenten, das sind die Obertanen.* [...] Komödianten, Filmfritzen, Kabarettfakzen, Boxer, Fußballer, Parlamentarier, Eintänzer, Damenfriseur, Literarhistoriker, Persönlichkeiten schlechtweg – *alle können prominent sein*“ (in Wenzel 2000, S.452).

Wenzel fasst zusammen, wie das Phänomen der Prominenz gesehen werden kann: „Eine ihrer Spitze enthauptete Gesellschaft such nach neuen Orientierungsfiguren und geht dabei recht wahllos vor“ (S.245). Des Weiteren hält der Autor fest, „die Aura der Prominenz ist transferierbar auf diejenigen, die sich in ihrem unmittelbaren Umkreis aufhalten“ (S.453). Auch Peters (1996) geht in ihrem Buch „Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung“ auf die Frage ein, wer zur Prominenz zählt, wobei von der Autorin die juristische Literatur herangezogen wird, da dort eine sinnvolle Unterscheidung zweier Typen von Prominenz vorgenommen wird. „Die Frage, wer zur Prominenz zu zählen ist, ist für Juristen in Hinblick auf das Presserecht von Bedeutung. Jede Person hat das Urheberrecht an ihrem Wort und Bild, mit Ausnahme der sogenannten „Personen der Zeitgeschichte“. Dabei werden zwei Typen unterschieden, nämlich „absolute“ und „relative“ Personen der Zeitgeschichte (nach Neumann-Duesberg 1960), wobei nur auf den erstgenannten Typus das in der Literatur erwähnte Kriterium der wiederholten massenmedialen Vermittlung zutrifft: „Absolute Personen der Zeitgeschichte sind diejenigen, die zumindest für eine bestimmte Zeit kontinuierlich am öffentlichen Leben teilnehmen und dabei unabhängig von Einzelereignissen ein andauerndes Informationsinteresse der Öffentlichkeit begründen. Dies sind in der Regel vor allem Prominente aus den Bereichen der Kirche, Politik, Kunst (...), Sport (...), Wissenschaft und Wirtschaft“. [...] Relative Personen der Zeitgeschichte sind solche, die nur im Zusammenhang mit einem bestimmten Ereignis oder Vorgang Bedeutung erlangt haben und dadurch vorübergehend aus der Anonymität herausgetreten sind [...]“ (S.33). So wird sich hinsichtlich der vorliegenden Arbeit der Definition von Peters angeschlossen, welche differenziert formuliert „Die Definition von absoluter Prominenz soll hier als Arbeitsbegriff dienen, während die relativen Personen der Zeitgeschichte aus den weiteren Betrachtungen ausgeschlossen werden, da sie nur eine Randerscheinung von Prominenz sind“ (S.33).

2.1.2.2. Entstehung von Prominenz

Einleitend zu dieser Thematik wird in einem kurzen Umriss auf Krischke & Pörksen (in Robertson-von Trotha 2013) eingegangen, die sich auf Andy Warhols 1986 viel zitierten Satz beziehen, nämlich dass in Zukunft jeder Mensch für 15 Minuten berühmt sein wird. „Heute, gute vierzig Jahre später, sind wir dieser prophezeiten Zukunft ziemlich nahe. Die Zahl der Menschen, die sich schon einmal im Fernsehen oder in den sozialen Netzwerken einem Massenpublikum präsentiert haben, ist rapide gewachsen. Auf diese Weise wechselt eine steigende Zahl normaler Bürger von der Zuschauer- in die Akteursrolle, macht Bekanntschaft mit dem Inszenierungsgeschäft und schafft es einen flüchtigen Moment lang, die Blicke der Millionen anderen auf sich zu ziehen. [...] Neben die Stars der alten Schule, die ihren Status durch Professionalität, Können und ein sorgfältig aufgebautes Image erreicht haben, treten junge Menschen, für die Leistung, Talent, Ausbildung keine zwingenden Voraussetzungen mehr sind und von denen es trotzdem manche zu millionenfacher Bekanntheit bringen – wenn auch oft nur für eine Zeitspanne, die Warhols Viertelstunde kaum überschreitet“ (S.146 ff).

Wippersberg kommt in ihrem 2007 veröffentlichten Buch „Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen“ darauf zu sprechen, dass sich die Bekanntheit von Personen durch die Formel P-P-P (Prominenz-Presse-Publikum) erklären lässt und schreibt: „Die mediale Vermittlung sowie die Annahme durch das Publikum sind konstituierende Faktoren für Prominenz. Diese zeigen sich auch als unabdingbar im Modell zur Entstehung und Erhaltung von Prominenz“ (S.282). Auch Seemann (1996) hebt die unabdingbare Bedeutung des Publikums für die Entstehung von Prominenz hervor, indem er schreibt: „Nicht die Leistung, die Anlage, auch nicht der Erfolg allein genügen, um Berühmtheit zu bewirken, sondern es muss etwas anderes hinzukommen; oft handelt es sich um das Schicksalhafte der Figur, jedes Mal ausschlaggebend ist jedoch die Aufnahme beim Publikum“ (S.24). Wobei hier Peters (1996) Einwand erwähnt werden soll, nämlich dass es keine Publikumsgesamtheit gibt, denn: „Prominenz findet nicht immer die Aufmerksamkeit des gesamten (Medien) Publikums, dennoch gibt es einen kleinsten gemeinsamen Nenner, der identisch ist mit denen, die am häufigsten in den Medien zu sehen sind. Es sind diejenigen Personen, deren Präsenz sich kaum jemand entziehen kann, [...]. Der größere Teil der Prominenz findet jedoch nur bei mehr oder weniger vielen Teilpublika Aufmerksamkeit“ (S.120). Der ausschlaggebende Faktor für die Entstehung und Aufrechterhaltung der

Prominenz ist somit zum einen die Mediennutzung als auch zum anderen der Bereich, aus dem der Prominente stammt und auch Wippesberg (2007) schreibt, dass dieselben Kohorten dieselben Prominenten kennen: „Der Prominente ist ein soziales Konstrukt, das von der spezifischen Perspektive der jeweiligen Konstrukteure (zum Beispiel von den verschiedenen Zielgruppen) und vom je relevanten soziokulturellen Kontext abhängt“ (S.252). Darüber hinaus, so Sohn und Welling (2002), besitzt die Bezugsgruppe eine bedeutende Relevanz, die zum einen regional (regionsspezifische Prominenz) und zum anderen anhand qualitativer Aspekte (segmentspezifische Prominenz) abgegrenzt wird, als auch zeitpunkt- und zeitraumbezogene Unterschiede. Besonders Ricker (1989) konzentriert sich auf die zeitraumbezogene Komponente und definiert Prominente als „diejenigen, die zumindest für eine bestimmte Zeit kontinuierlich am öffentlichen Leben teilnehmen und dabei unabhängig von Einzelergebnissen ein andauerndes Informationsinteresse der Öffentlichkeit begründen“ (S.105). Folglich lässt sich zusammenfassend sagen, dass die Personen als prominent bezeichnet werden, die sich von anderen Personen auf Grund ihrer asymmetrischen Bekanntheit in der jeweils betrachteten Bezugsgruppe oder sogar über diese hinaus unterscheiden und sich über einen längeren Zeitraum hinweg mediale Aufmerksamkeit und das Interesse des Publikums sichern können.

Näher soll auf die im Jahre 1996 veröffentlichte Studie von Peters „Prominenz - eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung“, eine Bevölkerungsumfrage zum Thema Prominenz, eingegangen werden, in dem ein „Modell zur Entstehung von Prominenz“ vorgestellt wird. Nach diesem Modell, welches durch die Ergebnisse der von Peters durchgeführten Studie belegt werden konnte, muss ein potentieller Prominenter drei Selektionsschritte, die sich gegenseitig bedingen, (erfolgreich) durchlaufen, um letztendlich prominent zu werden:

1. Nominierung der Prominenz-Kandidaten in gesellschaftlichen Teilsystemen. Hierbei wird von einer Vorauswahl von „Kandidaten“ für Prominenz ausgegangen, „noch bevor die Personen von den Medien vermittelt werden. Denn der erste Selektionsschritt auf dem Weg zur Prominenz wird nicht von den Medien vollzogen, sondern findet in den einzelnen gesellschaftlichen Teilsystemen selbst statt“ (S.78). Wobei sich die Vertreter eines jeden Gesellschaftsbereichs in einer pyramidenförmigen Struktur verorten lassen, so die Autorin, die sich auf die Arbeiten von Pierre Bourdieu (1987) stützt, der davon ausgeht, dass „die Struktur von Gesellschaften ein Produkt des Kampfes um Positionen ist, Positionen, die sich relational zu den Stellungen der

anderen Individuen in der Gesellschaft beziehungsweise in dem jeweiligen gesellschaftlichen Subsystem verorten lassen. Aufgrund dieses Mechanismus entsteht innerhalb jedes sozialen Systems eine Hierarchie, die nicht immer auf dieselben Merkmale zurückzuführen ist“ (S.78). Ist ein geeigneter „Kandidat“ eines gesellschaftlichen Teilsystems selektiert worden, gilt es nun „den Sprung über eine Systemgrenze hinweg“ zu bewältigen. Denn „solange sie außerhalb ihrer Fachkreise nicht mehr sichtbar sind, können sie nicht zur Prominenz gerechnet werden. Der Prominenzbegriff in seinem allgemeinsten Sinn bezeichnet Personen, die mindestens einem spezifischen Laienpublikum bekannt sind. Der dafür nötige Schritt aus dem reinen Fachpublikum hin zum Laienpublikum kann allein über massenmediale Vermittlung bewältigt werden“ (S.80), die, so Peters weiter, ihrerseits nach eigenen Kriterien eine Auswahl aus den Personenkreisen vornehmen, die bereits von den einzelnen gesellschaftlichen Teilsystemen bestimmt wurden. Genauer wird in einem kurzen Umriss der Selektionsprozess im künstlerischen Bereich beleuchtet, da dieser, so die Autorin, durch starke Differenzierung gekennzeichnet ist. Der Kunstbericht „hat kaum Positionen zu vergeben und weist kein immanentes Selektionskriterium auf, das ohne weiteres erkennbar wäre. Während in der Politik das Kriterium Macht benennbar ist, in der Ökonomie Geld, in Sport Leistung beziehungsweise Wettkampferfolg, so läßt sich für den Kunstbereich kaum ein äquivalentes Kriterium bezeichnen, auf dem der Konsens über eine „Bereichselite“ beruht“ (S.82). Dies bedeutet, so Peters, dass eine künstlerische Elite kaum bestimmbar ist, „was einschließt, daß die Elite auch für die Medien nicht erkennbar sein können“ (S.83). Eine künstlerische Elite ist somit von außen betrachtet nicht eindeutig bestimmbar. Aus diesem Grund werden vorgelagerte Vermittlungsinstanzen hinzugezogen, um den künstlerischen Erfolg sichtbar und messbar zu machen. „Eine noch so talentierte Person bleibt, solange sie im Verborgenen arbeitet, ohne soziale Bedeutung und kann somit nicht zur Elite zählen. Erst wenn ihr eine solche Instanz Aufmerksamkeit widmet, ist Bekanntheit in Fachkreisen zu erreichen“ (S.83). Wichtig ist hierbei zu erwähnen: „Bei der Selektion, die diese Vermittlungsinstanzen vornehmen, sind jedoch nicht notwendigerweise kunstimmanente Kriterien ausschlaggebend oder das Urteil von Fachkreisen. Vielmehr richten sich ihr Handeln in der Regel auch nach marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten aus und dies bedeutet auch ein Ausrichten am Publikumsgeschmack“ (S.83). „Bekanntheit sichert sich demnach nicht bereits derjenige, dessen *Werke* große Verbreitung finden, sondern derjenige, dessen *Person* zum Gegenstand massenmedialer Kommunikation wird. [...] Von daher dürfte es dem Schau-

spieler leichter fallen, Prominenz in der großen Öffentlichkeit zu erlangen als einem Regisseur, dem Sänger leichter als dem Komponisten. Die einen agieren auf, die anderen hinter der Bühne. [...] Damit treten diejenigen Künstler, die ihre Darbietungen direkt in den Medien ausüben, häufiger auf und erreichen so zwangsläufig größere Sichtbarkeit, die für eine potentielle Prominenzierung ihrer Person von Vorteil ist“ (S.92 ff).

2. *Publizität der Person durch Massenmedien.* „Die besondere Bedeutung der Medien für Prominenz liegt darin, daß diese das Phänomen selbst produzieren. Es gibt keine „objektive, real existierende Prominenz“, von der die Medien ein zutreffendes oder unzutreffendes Bild vermitteln könnten. Prominente sind vielmehr diejenigen, die vermittelt werden und beim Publikum ankommen, die Frage, ob es sich um die „Richtigen“ oder „Falschen“ handelt, ist somit nicht stellbar. [...] allein aufgrund der Tatsache, daß die Medien einige Personen besonders häufig vermitteln, ihnen mehr Aufmerksamkeit schenken als anderen, muß sich beim Rezipienten das Bild einstellen, daß es sich tatsächlich um herausragende Personen handelt. Prominenz, von der Medienkultur produziert, wird Bestandteil der Realität. Da die Massenmedien an der Produktion und Vermittlung von Prominenz entscheidend beteiligt sind, dürfte das Bild der Rezipienten von der Prominenz in besonderem Maße abhängig sein von dem Bild, das die Medien zeichnen“ (S.85 ff). Die Medien entscheiden somit letztendlich darüber, wer aus den Subsystemen vermittelt wird, wenn mehrere „Bereichseliten“ zur Verfügung stehen. Hierbei orientieren sich die Medien am Geschmack des Publikums, denn die Medien können „eine Person zwar „hochjubeln“, aber solange die Öffentlichkeit diese nicht annimmt, sie ignoriert, kann von Prominenz kaum gesprochen werden: Prominenz braucht Publikum, das sie zur Prominenz erklärt“ (S.96).

3. *Akzeptanz der Person durch das Publikum als letzte Instanz.* „Häufige massenmediale Vermittlung einer Person ist [...] eine notwendige Voraussetzung für die Erlangung des Prominentenstatus, jedoch keine hinreichende; erst das Publikum definiert, wer zur Prominenz zu zählen ist. Damit läßt sich ein Merkmal benennen, das allen Prominenten gemeinsam ist, nämlich Erfolg; Erfolg sowohl bei den Medien als auch Erfolg beim Publikum. Von Erfolg läßt sich erst sprechen, wenn die vollbrachte Leistung auf Anerkennung stößt, die – wenn es um Prominenz geht – zunächst vor allem durch die massenmediale Aufmerksamkeit verliehen wird“ (S.99 ff). In der heutigen Zeit kann so gut wie jeder Prominent werden, der sich die Aufmerksamkeit

der Presse beziehungsweise der Öffentlichkeit zu sichern weiß, vom Publikum angenommen wird und von diesem den Status der Prominenz zugeschrieben bekommt. Peters bezieht sich in ihrer Veröffentlichung auf Sieburg (1954), „[...] das Publikum ist mit der Vergebung des Prominententitels sehr großzügig, es hat gegen heikle Begleitumstände, wie Ehebruch, Mitgiftjägerei, Trunkenheit, Fausthiebe und Schamlosigkeit nichts einzuwenden [...]“ (S.21). Für Peters ist das Laienpublikum der „notwendige Resonanzboden, auf dem Prominenz erst entstehen kann. Denn ohne die Aufmerksamkeit des Publikums kann es keine Prominenz geben. Es bestimmt letztlich über die Vergabe des Prominentenstatus einer Person und dessen Dauerhaftigkeit“ (S.96).

Hier interessant zu erwähnen ist Peters Bezug zu Thomas Macho (1993), welcher die Macht des Publikums aufzeigt, indem er von der „Verschiebung eines *aktiven*, hierarchiebewußten Aufmerksamkeitsprivilegs – alle zu sehen, ohne selbst gesehen werden zu können – in ein passives, medienbewußtes Aufmerksamkeitsprivileg – von allen gesehen zu werden, ohne selbst sehen zu können“ (S.96) spricht. Aus dieser Verschiebung, so Peters, erwächst „die neue soziale Funktion eines Massenpublikums, das immer mehr Urteile fällt, ohne selbst beurteilt werden zu können“. Wichtig ist hierbei zu erwähnen, so die Autorin, dass es sich beim Publikum nicht um eine homogene Größe handelt, „die das Medienangebot und damit auch die vermittelten Personen einheitlich auf- und annimmt. Es ist vielmehr zu vermuten, daß verschiedene Teilpublika unterschiedlich großen Konsens über Prominenz aufweist [...]. Aus dem Umstand, daß Prominenz einen Nachrichtenwertfaktor darstellt, läßt sich zwar ableiten, daß Prominente im allgemeinen Aufmerksamkeit im Publikum hervorruft. Jedoch wird damit nicht die Frage tangiert, ob sich alle Prominenz in allen Bevölkerungsgruppen gleichermaßen Aufmerksamkeit sichert“ (S.118). Und weiter: „Gibt es Selektionsmuster der Teilpublika, so dürften sich persönliche Interessenlagen am ehesten niederschlagen [...]“ (S.122). Neben den persönlichen Interessen, so Peters, kommen auch Alter und Bildung als Rezipientenmerkmale zum Tragen, die bei der Promienzzuschreibung eine Rolle spielen. „Das Publikum ist weder eine homogene Größe, die den massenmedial vermittelten Personenkreis einheitlich annimmt, noch zerfällt es in Individuen, deren persönliche Präferenzen die Selektion soweit beeinflussen, daß sie keinen gemeinsamen Konsens über die Zuschreibung von Prominenz mehr finden“ (S.136). Es kann also zusammenfassend statuiert werden, dass „Prominenz insgesamt auf dem Konsens unterschiedlich vieler Teilpublika be-

ruht. Dabei finden nur einige der Spitzenprominenten in *allen* Rezipientenkreisen unabhängig von deren Alter, Bildung, Geschlecht oder Interessenlagen gleichermaßen Aufmerksamkeit. Es handelt sich damit um Personen, deren Präsenz sich kaum jemand entziehen kann. Ihre dauerhafte Vermittlung in allen Medien rückt sie ins Bewußtsein der gesamten Bevölkerung“ (S.135).

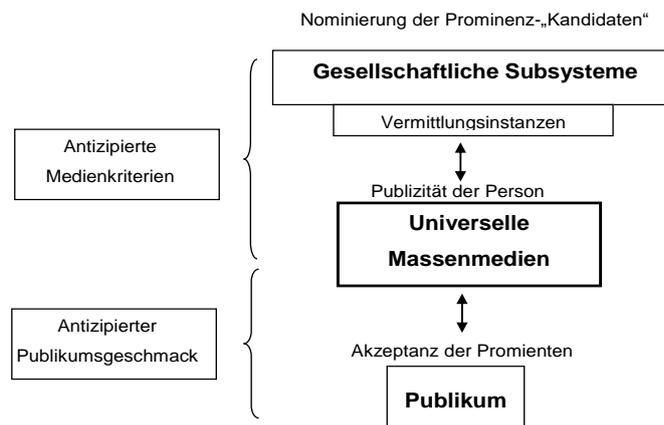


Abbildung 1: Modell zur Entstehung von Prominenz (in Peters 1996)

Zwischen den drei Systemen sind Interdependenzen wirksam, denn „einerseits richten die Medien ihr Angebot auch am Publikumsgeschmack aus, andererseits ist dieser wiederum durch das Medienangebot mitgeprägt. Die Medien sind zusätzlich abhängig von dem ihnen gelieferten Input, vermitteln dem Modell nach also vor allem Bereichseliten, wobei davon auszugehen ist, dass sich dieser Input – wo es möglich ist – bereits im Vorfeld nach medienimmanenten Selektionskriterien richtet. Daher illustriert das vorangestellte Modell nicht nur eine sich nacheinander abspielende Schrittfolge, sondern berücksichtigt auch Rückkopplungseffekte, die darauf verweisen, daß sich die einzelnen Selektionsschritte gegenseitig bedingen“ (S.100 ff). „Ob ein regelmäßiger Input an das Mediensystem geliefert werden kann, hängt in entscheidendem Maße davon ab, ob Vermittlungsinstanzen existieren und mit welchen Ressourcen diese ausgestattet sind. Sie strukturieren den Input, nehmen die erste Selektion vor [...]. Diese Rolle wird vor allem dann wichtig, wenn die systemimmanenten Prozesse und Selektionskriterien für Außenstehende – und damit auch die Medien – kaum nachvollziehbar sind, d.h. insbesondere im künstlerischen Bereich“ (S.106). Es sind somit die Vermittlungsinstanzen, die im Wesentlichen dafür verantwortlich sind, welche Informationen an die Medien weitergeleitet werden. Ihre Selektion

tionsfunktion gestalten sie nach eigenen Kriterien. „Jedes Medium legt spezifische Kriterien an die zu vermittelnden Inhalte an, was sich auf die Selektionsentscheidung auswirkt [...]“ (S.112). Und weiter „Da die Mechanismen der Medien bekannt sind, ist eine Ausrichtung des Inputs an deren Selektionskriterien zu vermuten [...]. Die Kenntnisse der Medienmechanismen können sowohl zur geschickten Lancierung von Themen wie Personen eingesetzt werden. Daß die Ausrichtung des Inputs an Nachrichtenwertfaktoren nicht nur möglich ist, sondern tatsächlich praktiziert wird, ist empirisch belegt: Indem Akteure ihr Handeln entlang der Nachrichtwertfaktoren ausrichten, erhöhen sich ihre Chancen, massenmediale Präsenz zu erlangen“ (S.114). Somit sind nicht nur die Massenmedien auf den von den Teilsystemen vorselektierten Input angewiesen, sondern die Protagonisten der Teilsysteme wiederum sind den Anforderungen der Massenmedien in ihrer Funktion als selektierende und vermittelnde Instanzen unterworfen, sofern sie ihre Person einem breiten Publikum bekannt machen möchten. „Dies trifft vor allem auf die reine Medienprominenz zu, auf Teile der Kunstprominenz und in starkem Maße auch auf Politiker“ (S.115). Somit wird Sieburgs These „Beifall statt Auslese“ nicht nur von Peters (1996) in „Beifall nach Auslese“ modifiziert, sondern durch das soeben vorgestellte Modell durch die Autorin erweitert. „Denn berücksichtigt man die Interdependenzen aller drei Selektionsschritte, so muß die Formel noch um folgenden Aspekt ergänzt werden: Bereits die Auslese, die in den gesellschaftlichen Teilsystemen stattfindet, orientiert sich – vermittelt über die Anpassung an die Medienanforderungen – am potentiellen „Beifall“ des Publikums“ (S.117).

Auch Schneider beleuchtet im Rahmen seines 2004 veröffentlichten Bands „Der Januskopf der Prominenz“ das Phänomen der Prominenz und zitiert in seinem Kapitel „Prominente und die Medien – eine ambivalente Symbiose“ die Feststellung Thomas Machos: „Prominenz heißt, erreicht zu haben, dass einem alle Blicke folgen wollen. Der Wille zur Prominenz schließt also die konstruktive Zustimmung ein, sich verfolgen zu lassen, das Einverständnis mit einem paranoiden Schema: einer Montage göttlich unsichtbarer Augen auf die Stative der Kameras. Und auch diese Augen sehen alles“ (S.21 ff). Primär geht es Schneider in seinen Analysen um „das widersprüchliche Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit bei Prominenten im Hinblick auf die Gestaltung ihres Lebens als öffentliche Personen“ (S.41), wobei insbesondere das Wechselspiel mit den Medien, charakteristische Merkmale der Öffentlichkeit sowie das Motiv des Heraustretens aus der Masse hervorgehoben werden. Auch die

Kommerzialisierung der Prominenz wird in diesem Rahmen ausführlich behandelt, welche ebenso in Georg Francks (1998) Veröffentlichung mit dem Titel „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ beleuchtet wird. Der Autor betrachtet die Medien als ökonomische Plattformen und bezeichnet sie als Informationsmärkte, welche sich in alte und neue Medien unterscheiden: „Es zeigt sich der Unterschied zwischen einem alten und einem neuen Typ von Medien. Die Medien des älteren Typs sind diejenigen Informationsmärkte, auf denen die Informationen im herkömmlichen Sinn gegen Geld gehandelt wird. Beispiele sind das Verlagswesen, Presse, Kino, Konzert- und Theaterbetrieb. Die Neuen Medien lassen den normalen Tausch von Ware gegen Geld hinter sich. In Medien wie dem kommerziellen Fernsehen und dem Internet wird das Informationsangebot der Kundschaft nachgeworfen. [...] in den Neuen Medien wird Information direkt gegen Aufmerksamkeit getauscht“ (S.16). Und weiter: „Das Besondere an den Neuen Medien ist zwar auch, dass sie auf dem Altar der Quotenmaximierung hemmungslos opfern, aber nicht nur. Charakteristisch ist ferner, dass die neuen Medien besonders mächtig sind, was das Kanalsystem betrifft, das Informationen liefert und Aufmerksamkeit abholt, und besonders effektiv, was die Attraktionsleistungen und die Messung der eingenommenen Aufmerksamkeit betrifft. Die neuen Medien sind, was das Zusammenragen der Einkommen an massenhafter Aufmerksamkeit anbelangt, die Existenzgrundlage der neuen Klasse von Reichen“ (S.17). Für Franck sind prominente Personen eine „Klasse von Schwerreichen“, die sich „weder durch besondere Distinktionen noch durch hochkulturelles taste leaderships“ hervortun, „sie sind nur eben schwerreich an gemessener und dokumentierter Beachtung“ (S.18). „Wer reich an Beachtung – und wer bekannt für diesen Reichtum – ist, findet schon deshalb Beachtung, weil es sich herumgesprochen hat, dass er oder sie ein Großverdiener an Aufmerksamkeit ist. Kaum etwas scheint das zusehende oder zuhörende Publikum mehr zu faszinieren als der zur Schau gestellte Reichtum an Beachtung. So kommt es, dass der Auftritt von Prominenz zum probatesten Mittel der Medienanbieter geworden ist, die Einschaltquoten, Auflagen oder Besucherzahlen in die Höhe zu treiben. Noch nie gab es so viele Prominente wie heute. Der Einzug der Neuen Medien war verbunden mit einer atemberaubenden Vermehrung der Celebrities. Und der Grund ist nicht nur, dass die Neuen Medien so mächtig im Einsammeln von Aufmerksamkeit sind, der Grund ist auch und gerade, dass man Promis in Massen braucht, um die Attraktion als Massengeschäft betreiben zu können. Weil die Neuen Medien sich auf dieses Geschäft spezialisieren, haben sie sich auch darauf spezialisiert, den Reichtum an Beachtung zu kapitalisieren. Was heißt Kapita-

lisierung des Reichtums? Reichtum zu kapitalisieren heißt, ihn auf eine Weise zu aktivieren, die Rendite abwirft. Der Reichtum an Beachtung beginnt sich zu rentieren, wenn die Besitzerin allein deshalb Aufmerksamkeit einnimmt, weil sie schon so viel verdient“ (S.18). Hierbei, so Franck, ist es notwendig, dass der Reichtum an Beachtung bereits eine kritische Größe erreicht hat, weshalb die Neuen Medien besonders in diesem Zusammenhang eine äußerst wichtige Rolle spielen, da sie über ein geeignetes Verteilungsnetz verfügen und den notwendigen Präsentationsraum zur Verfügung stellen. Allerdings, so der Autor, beruht das Geschäft auf Gegenseitigkeit. Das Medium wird „nur in solche Personen investieren, die die Attraktivität des Mediums zu steigern beziehungsweise zu halten versprechen“ (S.29). Von Seiten der Medien, so der Autor, wird Präsentationsfläche- und zeit investiert, dafür nehmen sie Aufmerksamkeit ein. Prominenz definiert Georg Franck aufbauend auf die soeben genannten Aspekte wie folgt: „Ich schlage als Definition von ‘Celebrity‘ vor, darunter diejenigen bekannten Gesichter zu fassen, die ein börsennotiertes Beachtungskapital ihr Eigen nennen. Ihre erste Sorge gilt der Pflege des Kurswerts dieses ihres Kapitals. Ihnen ist nicht mehr die Souveränität der alten Eliten vergönnt, die sich auf der Dauerhaftigkeit ihres Besitzstands sicher fühlen können. Sie werden nervös, wenn der Interviewer und Paparazzi weniger werden, die denken beim kleinsten Abschwung an ein großes Comeback. Sie kennen die Abhängigkeit von der Droge der Aufmerksamkeit, die wir freilich alle kennen, als schwere Sucht. [...] Die Medien spielen die Rolle, die die Hochfinanz im Kapitalismus des Geldes spielt, die Neuen Medien haben sogar eine Art von Turbokapitalismus beschert. Es ist möglich geworden, ohne Verdienst im klassischen Sinne, durch lediglich geschickte Veranlagung von etwas eingenommener Beachtung, in die höchsten Ränge der Prominenz aufzusteigen“ (S.20).

Determeyer (1975), welcher den Zusammenhang zwischen Prominenz und Massenmedien in den Mittelpunkt seiner Gedanken über das Prominenzphänomen stellt, formuliert „daß ‘Prominenz‘ letztlich nichts anderes als eine Funktionsgröße der Publizität ist“ (in Peters 1996, S.30). Hierbei hebt Peters die von Determeyer charakterisiert nachfolgende drei Merkmale hervor: 1) Belohnung der vermittelten Person durch (häufig wiederholte) Beachtung (= Anerkennung), 2) wenig Feedback-Möglichkeiten bei Massenkommunikation (= erhöht die Chance zur Manipulation) und 3) Wahrscheinlichkeit, dass die Funktionäre der Massenmedien eine Selektionschwäche für hervorragende oder angeblich hervorragende Personen haben. Des

Weiteren geht Determeyer der Frage nach „inwieweit sich das menschliche Verhalten an seine neue „Umwelt“ der Massenmedien bereits angepaßt hat, d.h. inwieweit die Massenmedien Wahrnehmungs-, Kommunikations- und Interaktionsprozesse zwischen den Menschen verändert haben. [...] Die massenmedial vermittelten Inhalte werden von breiten Bevölkerungsschichten rezipiert und zum Gegenstand interpersonaler Kommunikation gemacht. Dadurch, daß man feststellt, der Gesprächspartner ist auf dieselbe Weise informiert, entsteht eine Vertrautheitssphäre, in der die Gegenstände der Veröffentlichung zunehmend öffentlichkeitserfüllende Bedeutung erhalten. Dies trifft auch auf die dauerhaft präsenten Prominenten zu“ (in Peters 1996, S.30 ff). Determeyer, so Peters, hebt besonders die von den Massenmedien produzierte Publizität hervor, welche seiner Ansicht nach inzwischen einen Wert an sich darstellt und zu einem festen soziokulturellen Bestandteil geworden ist. Und Dröge (1967) sieht als Extremform des Publizitätsstrebens den „Starrummel“ an, d.h. „die provozierten Skandale mit dem Ziel der Veröffentlichung, weil diese Menschen nicht nur *in* der Öffentlichkeit leben, sondern auch *von* der Öffentlichkeit“ (in Peters 1996, S.31). Hierbei ist Peters Ergänzung zu erwähnen, welche darauf hinweist, dass das Streben nach Ruhm und Bekanntheit keine Erfindung der Moderne ist, ebenso wenig die von Dröge erwähnten „provozierten Skandale“, sondern sich diese Phänomene bis in die Antike zurückverfolgen lassen. „Die Medien haben Prominenz nicht erfunden, sondern dem Phänomen ein anderes Erscheinungsbild verliehen. Die Verbreitung der Medien erlaubt mehr und anderen Personen, den Prominentenstatus zu erreichen“ (S.31 ff). Peters weist darauf hin, dass die Medien das Erscheinungsbild von Prominenz verändert haben. „Konnte Prominenz, Ruhm oder Bekanntheit vor der Verbreitung der Massenmedien allein über eine Position oder eine Leistung oder eine ungewöhnliche Tat erreicht werden, also über einen Tatbestand, der zum Gesprächsinhalt werden konnte, so erlauben die Massenmedien einen solchen Status allein über die dauerhafte visuelle Präsenz einer Person herzustellen“ (S.34). Peters ändert durch ihr Modell die bekannte Formel von Siegburg, nach der Prominenz als eine Erscheinung definiert wird, „die nicht durch Auslese, sondern durch Beifall zustande kommt“ in „Beifall nach Auslese“. Denn „bevor das Publikum Gelegenheit hat, einer Person den Prominentenstatus zu- oder abzusprechen, muß die mediale Vermittlung bereits erfolgt sein“ (S.74). Somit kommt den Medien in ihrer Rolle als selektierende und vermittelnde Instanz eine besondere Bedeutung zu, da sie ausgewählten Personen der Teilsysteme den Zugang zu einer breiten Öffentlichkeit ermöglichen, denn Publizität erreichen die Personen erst durch massenmediale

Vermittlung. Auch Reckwitz (2012) kommt in seiner Veröffentlichung auf das Phänomen der Massenmedien zu sprechen und hebt in diesem Zuge den wesentlichen Aspekt hervor, dass dieses Medienformat eine stete Präferenz für Neues innehat. „Angesichts dieser Überfülle ergibt sich ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Betrachters, sowohl zwischen medialen und nichtmedialen wie auch zwischen unterschiedlichen medialen Ereignissen. Von daher liegt es auf der Hand, dass die Massenmedien Strategien zur Aufmerksamkeitsgewinnung entwickeln. Deren wichtigste lautet, auf Ereignisse zu setzen, die beanspruchen, neuartig zu sein. [...] Die systematische Präferenz für das Neue geht allerdings mit einer scheinbar gegenläufigen – zweiten – Tendenz Hand in Hand: der Produktion von symbolischen >Markern<, die über längere Zeiträume die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen und zu binden vermögen und damit der flottierenden Aufmerksamkeit Halt geben. Diese Marker (populäre Fernsehserien, große politische Themen, klassische Autoren etc.) müssen zugleich hinreichend symbolisch produktiv sein, um trotzdem immer wieder überraschende Ereignisse zu bieten. Eine dritte Eigenschaft, die die massenmediale Präferenz für das Neue kennzeichnet, ist der Affektcharakter des Neuen“ (S.244 ff). So führt Reckwitz auf, dass sich seit dem Ende des 19. Jahrhunderts ein „mediales Regime des Neuen“ ausbreitet, „das primär auf sinnliche Reize und affektive Erregungen, insgesamt also auf ästhetische Überraschungen um ihrer selbst willen setzt. Hier geht es um die Produktion handlungsentlasteter affektiver Reize – ob des Erregenden oder Schockierenden oder schwächer des Überraschenden oder Interessanten -, die den massenmedialen Ereignissen erst Aufmerksamkeit sichern. Die Repräsentation des Stars befindet sich im Zentrum eines solchen massenmedialen Regimes des ästhetisch Neuen. Der Star wird zum Star, indem er sich in irgendeiner Weise vom >gewöhnlichen< Individuum unterscheidet. Im Starsystem werden darüber hinaus immer wieder neue Stars publik gemacht, die immer wieder neue Abweichungen markieren. Zugleich verspricht der Star immer weitere neue Werke oder Ereignisse. Er ist trotz seines Wiedererkennungswerts gerade kein fixes Subjekt, sondern eine Art >epistemisches Objekt<, das sich beständig transformiert“ (S.245).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass hinsichtlich der Entstehung des Phänomens Prominenz weitgehend ein allgemeiner Konsens herrscht. Von allen Autoren wird die wechselseitige Beziehung der Faktoren: 1. Inszenierung, 2. mediale Vermittlung und 3. Publikum, ergänzend mit dem einen oder anderen weiteren Faktor, anerkannt. Inszenierung ist hierbei eine wichtige Strategie, um das gesamte öffentliche

Erscheinungsbild zu beeinflussen, denn Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens werden „zunehmend nach ihrer Selbstdarstellung, ihren expressiven Fähigkeiten beurteilt und nicht nach ihren Sachaussagen“ (Ludes 1997, S. 24). Durch eine geplante Inszenierung erfolgt ein bestimmter Imageaufbau, hierbei ist jedoch auf die Gradwanderung zu achten, die es zu bewältigen gilt, denn einerseits findet die Selbstdarstellung auf medialer Bühne statt, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu sichern, andererseits sollte diese Inszenierung jedoch ungeplant wirken, sprich nicht sofort zu erkennen sein, um Authentizität vorzutäuschen. Besonders dann wird eine mehr oder weniger inszenierte Handlung bedeutsam, „wenn sie rollendiskrepant ist. Das heißt, ein bestimmtes Verhalten kann bei einer Person als ungewöhnlich und daher bemerkenswert empfunden werden, wenn es mit dem bisher verkörperten Typ inkongruent ist. In Bezug auf Stars spielt dies auf den dynamischen Aspekt eines Images an. Zwar sollten starbezogene Informationen zum Großteil auf das bisher aufgebaute Bild oder einen bekannten sozialen Typ bezogen sein. Es bedarf jedoch bisweilen – neben kontinuierlichen Erneuerungen – ungewöhnlicher oder überraschender Momente in der Berichterstattung, da insbesondere die Brechung von Normen einen hohen Aufmerksamkeitswert besitzt: >Departures from norms are meaningful<“ (Borgstedt 2008, S.107). Die massenmediale Präsenz an sich verfolgt nicht alleine nur den Zweck den aufgebauten Prominentenstatus aufrecht zu erhalten, sondern es steht meist auch ein wirtschaftlicher Zweck dahinter, bleiben Prominente so zum Beispiel in ihrer Funktion als Testimonial für fremde oder eigene Produkte attraktiv. Wer nicht auffällt und somit kein Publikum hat führt zu finanziellen Verlusten. Wippersberg (2007) formuliert in ihrer Veröffentlichung hinsichtlich der Verbindung von Prominenz, Inszenierung, Presse und Publikum treffend: „Die Prominenten passen sich den Inszenierungslogiken der Massenmedien an, die selbst wiederum nur versuchen, den Publikumsgeschmack zu antizipieren. Umgekehrt ist das Publikum aber bereits an gewisse Inszenierungsmechanismen gewöhnt, die von den Medien vorgegeben werden und verlangt weiter danach. Ob nun das Publikum oder die Medien die Inszenierungslogiken vorgeben, ist nicht klar voneinander zu trennen“ (S.207). Der Weg der Selbstinszenierung wird primär über die Massenmedien eingeschlagen, um die größtmögliche Aufmerksamkeit und somit das größtmögliche Publikum auf sich zu ziehen. Denn nur Prominente, die ein breites Publikum anziehen, werden von den Medien vermittelt, weshalb in dieser Aufgabe die meisten Bemühungen stecken. Auch Wippersberg beleuchtet die Abhängigkeit des Phänomens der Prominenz von Presse und Publikum: „Ohne Medienpräsenz kann keine Prominenz entstehen, und

sie kann sich auch nicht behaupten – schließlich ist die massenmediale Vermittlung ein Element der symbiotischen Beziehung, durch die Prominenz entstehen kann. Ohne die Vermittlung der Personen durch die Massenmedien kämen die Prominenten nicht zu ihrem Publikum, ohne das sie nicht prominent werden könnten“ (S.226). Die Wechselwirkung zwischen Prominenz, Medien und Publikum ist unabdingbar. Nach Wippesberg werden Prominente überhaupt erst durch Medien „erschaffen“, weshalb diese in ihren Augen „synthetische Produkte“ sind. Somit stellt Prominenz für die Autorin kein Objekt dar, über welches „richtig“, „falsch“ oder „verzerrt“ berichtet werden kann, da es sich bloß um ein von den Medien aufgebauten Status handelt. Wer sich der Berichterstattung entzieht, so Wippesberg, weiß nicht, ob jemand prominent ist, da dies nur über die Medien überprüfbar ist. Somit ist für sie Prominenz nur ein Phantasma. Für noch wichtiger als die Massenmedien hält Faulstich (2000) die Bedeutung des Publikums für die Entstehung von Prominenz, denn seiner Ansicht nach können die Massenmedien Personen noch so „herausragend“ darstellen, wenn das Publikum diese nicht annimmt, wird auch keine Prominenz entstehen. Somit unterbreiten die Medien seiner Ansicht nach dem Publikum nur einen Vorschlag an potentiellen prominenten Personen und das Publikum entscheidet anschließend, ob sie die vorgeschlagenen Personen annehmen möchten und ihnen somit den Prominentenstatus zuschreiben: „Ein Star wird gemacht - nicht durch Werbung, Kommerz, Religion, Psychologie oder Marketingstrategien, sondern durch uns: die Fans“ (S.202).

Nach Peters (1996) entsteht Prominenz vor allem dort, „wo sich die betreffenden Personen oder die sie vermittelnden Instanzen einen Vorteil von deren Bekanntheit versprechen und darum den Kontakt zu den Medien suchen. Besondere Relevanz gewinnt der Prominentenstatus für zwei Personengruppen: zum einen für Personen aus solchen Bereichen, die keine Positionen zu vergeben haben, Bekanntheit in Fach- und Laienpublikum demnach die größte Auszeichnung ist, die erworben werden kann. Mehr noch ist Bekanntheit dann von Bedeutung, wenn der Prominentenstatus in besonderem Maße als Kapital gewinnbringend eingesetzt werden kann oder wenn Personen von der Gunst des Publikums abhängig sind. Prominenz als ein Äquivalent für nicht erreichbare Positionen findet sich vor allem im kulturellen Bereich, in dem – historisch gesehen – die Wurzel des Prominentenkultes liegt. Diesem Subsystem sind die meisten Prominenten zuzurechnen. Von besonderer Bedeutung ist der Prominentenstatus für eine künstlerisch tätige Person dann, wenn es sich bei

deren Werken oder Produktionen nicht um Unikate handelt. In diesem Fall, der beispielsweise für Musiker und Schriftsteller zutrifft, reicht die Anerkennung durch ein Fachpublikum nicht aus. Diese Künstler sind vielmehr darauf angewiesen, Interesse bei einem größeren Publikum zu erwecken, das Konzerte besucht und Platten beziehungsweise Bücher kauft. Musiker, Schriftsteller und auch Schauspieler sind demnach von einer größeren Publizität abhängig in zumindest einem interessierten Laienpublikum als etwa bildende Künstler, für die die Größe des Publikums weniger ausschlaggebend ist“ (S.104 ff). Für Sportler hingegen, so Peters, „liegt die Bedeutung ihres Prominentenstatus vor allem in der ökonomischen Funktion. Denn weithin bekannte Sportler der Spitzeklasse sind beliebte Werbeträger [...]“ und das Funktionieren von Politik ist „in der Regel nicht an die Bekanntheit der agierenden Personen geknüpft, jedoch stellt die Prominenz der Protagonisten zu Wahlkampfzeiten ein wichtiges Gut dar. [...] Ökonomie und Wirtschaft hingegen funktionieren ohne Bekanntheit ihrer Vertreter in einem Laienpublikum“ (S.105), was die geringe Anzahl von Prominenten aus diesen Reihen erklärt. In diesem Zuge wird am Rande in einem kurzen Umriss auf Linz (1965) Begriff der „Berufsprominenz“ eingegangen, „die kreiert und honoriert wird von der eigenen Zunft. [...] diejenigen Hervorragenden, die nicht auf Grund des augenblicklichen breiten Geschmacks, eines gerade besonders dringenden populären Bedürfnisses aufsteigen, sondern die sich durch spezielle Fähigkeiten und Kenntnisse auszeichnen müssen. Sie werden nicht von einer großen Gruppe oder der gesamten Gesellschaft als prominent anerkannt, sondern nur von den Berufskollegen“ (S.30). Im Vordergrund steht hierbei die herausragende, eindrucksvolle Leistung, welche Voraussetzung ist, um der Gruppe der „Berufsprominenz“ anzugehören, wobei selten die Anerkennung eines Publikums außerhalb von Fachkollegen angestrebt wird. Andere Autoren verwenden hierfür, so Linz, den Begriff „Fachbereichsprominenz“, wobei das Publikum die Branchenkollegen stellen. Um eine breite gesellschaftliche Prominenz zu erreichen, reicht es nach Linz nicht aus, wenn eine Person nur von der eigenen Gruppe anerkannt und geschätzt wird: „[...] doch ist ihre Gruppe zu klein, als daß sie allein das gesellschaftliche Phänomen der Prominenz schaffen könnte. [...] Es können noch so viele Schauspieler, Maler, Musiker und Literaten einen der ihren hoch schätzen und achten – solange Presse, Rundfunk, einflußreiche Gesellschaften und Organisationen keine Notiz von ihm nehmen, solange er dem Publikum nicht vorgestellt und wenigstens von ihm akzeptiert wird, bleibt er ohne soziales Gewicht und kann nicht zur Prominenz gerechnet

werden“ (S.39). Der Sprung in die allgemeine Prominenz ist somit nur durch massenmediale Berichterstattung möglich.

Insgesamt lassen sich hinsichtlich des Phänomens der Prominenz drei Hauptkonzepte identifizieren, die Schneider (2004) treffend zusammenfasst: 1) Das systemtheoretische Konzept. Dieses Konzept „legt den Schwerpunkt seiner Betrachtung auf das Spiel zwischen einzelnen Gesellschaftsbereichen, in die Prominente integriert sind und in denen sie sich durch anerkannte Fachleistungen vorqualifizieren. Zu dieser Basisqualifikation kommen dann, als weitere Faktoren, die Anforderungen der Medientreibenden und des Publikuminteresses hinzu“ (S.125). 2) Das ökonomische Konzept. Dieses „sieht Prominenz als Spiel zur Verteilung von Aufmerksamkeit. Jedes Gesellschaftsmitglied nimmt automatisch, aber in unterschiedlichem Umfang, an diesem Austausch und Verteilungsprozess teil. Prominente sind die Gewinner dieses Spiels, indem sie mithilfe ihrer Medienpräsenz massenhaft Aufmerksamkeit akkumulieren. Dieser Wert kann daraufhin in vielfältigster Weise kapitalisiert werden“ (S.125). Als letztes Konzept wird 3) das individualpsychologische Konzept genannt, welches im Prominenten eine Ausnahmepersönlichkeit sieht, „deren Abnormität in der Persönlichkeitsstruktur des Akteurs wurzelt. Prominente zeichnen sich demnach durch ein hohes Sendungsbewusstsein und einem starken Geltungsdrang aus, die haben das Geschick, sich in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses zu stellen – sei es im Positiven wie Negativen“ (S.125). Abschließend führt der Autor weiter auf: „Eine Person des öffentlichen Lebens entsteht sowohl aus ihren persönlichen Eigenschaften als auch aus einer sozialen Zuschreibung. Das Problem der Konzepte zur Prominenzierung liegt in der unterschiedlichen Gewichtung der daran beteiligten Instanzen. Die genaue Rezeptur dieses Zusammenwirkens ist unbekannt. Es ist das undurchschaubare Geflecht aus personeninternen- und externen Faktoren, wie etwa „Kreativität und Überzeugungskraft“ sowie „Herrschaft, die auf Konsens fußt“, die einen öffentlichen Akteur als übernatürlich, mitunter gar „göttlich“ erscheinen lassen (S.125).

2.1.2.3. Abgrenzung der Begriffe Prominenz und Elite

Um mit dem Begriff Prominenz arbeiten zu können, muss eine Abgrenzung zu jenen beiden Gruppen vorgenommen werden, mit denen er im ständigen Vergleich steht und häufig auch verwechselt wird, nämlich zum einen mit der Gruppe der Elite und zum anderen mit der Gruppe der Stars.

Münkler (2006) kommt in seinem Buch „Deutschlands Eliten im Wandel“ auf die historisch-semantic Entstehung des Elitebegriffs zu sprechen, welcher bis in die Französische Revolution zurückreicht, „wo er gegen die Machtansprüche des Geburtsadels auf die bürgerlich-republikanische Legitimität der Ausgewählten und Erwählten (*élite*, *electi*) abzielte. Doch eine sozialwissenschaftliche Reflexion und Theoriebildung beginnt erst mit Gaetano Mosca, Vilfredo Pareto und Robert Michels, die das Konzept der Elite vor dem Hintergrund der zweiten großen Industrialisierungs- und Demokratisierungswelle am Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts entwickelten“ (S.12). Der Terminus Elite stammt aus dem lateinischen ‘*eligere*’, was auswählen, auslesen bedeutet. Ursprünglich bezeichnete der Begriff ‘Elite’ Waren höchster Qualität beziehungsweise das höchste einer bestimmten Klasse. Später wurde „[...] der Ausdruck auf Gruppen übertragen, die auf Grund irgendwelcher überdurchschnittlicher Eigenschaften für besondere Aufgaben besonders geeignet sind und deshalb auch maßgebenden Einfluß auf die Gesellschaft oder einen ihrer Teilbereiche ausüben“ (Kaltenbrunner, 1984). Zur Elite gehören demzufolge die „Besten“ hinsichtlich eines oder mehrerer Kriterien. Nach Kaltenbrunner gibt es „[...] ebenso viele Arten von Eliten, wie es menschliche Tätigkeitsbereiche gibt: politische, wirtschaftliche, unternehmerische wie gewerkschaftliche, künstlerische, wissenschaftliche, intellektuelle, religiöse, erotische, ja sogar Eliten der Kriminalität. Es gibt Eliten von Heiligen und Gentlemen, wie es auch Eliten von Gangstern und Prostituierten gibt“ (S.51). Der Begriff Elite wird somit für Kaltenbrunner für alle Gruppen verwendet und gilt nicht nur: „für bestimmte als hoch, edel oder sonst vornehm angesehene Minderheiten,[...] die in einem gewissen Bereich (sei er auch moralisch anrüchig) überdurchschnittlich erfolgreich sind“ (S.52). Scott (2008) definiert das Phänomen der Elite wie folgt: „[...] at the height of its popularity almost any powerful, advantaged, qualified, privileged, or superior group or category might be described as elite“ (S.27) und ergänzt, ähnlich wie Kaltenbrunner (1984), „[...] it was applied to such diverse groups as politicians, bishops, intelligent people, aristocrats, lawyers and successful criminals“ (S.27). Und der deutsche Soziologe Felber (1986) weist darauf hin, dass in der Eliteforschung dieser Wortgebrauch den kleinsten gemeinsamen Nenner darstellt:

„Das einzige Merkmal, das den Eliten von allen Autoren gemeinsam zugeschrieben wird, ist die Eigenschaft des *Auserlesenseins*: Zur Elite zählen demnach nur solche Menschen, die in einem bestimmten Selektionsprozess hinsichtlich bestimmter Merkmale als den übrigen Mitgliedern eines sozialen Systems überlegen hervorgingen“ (S.19).

Dreitzel (1962) hält in seinem Buch „Elitebegriff und Sozialstruktur“ zusammenfassend fest: „[...] können wir nunmehr eine endgültige Definition des Elitebegriffs versuchen: Eine Elite bilden diejenigen Inhaber einer Spitzenposition in einer Gruppe, Organisation oder Institution, die auf Grund einer sich wesentlich an dem (persönlichen) Leistungswissen orientierenden Auslese in diese Position gelangt sind“ (S.71). Doch reicht die Eliteselektion alleine nach dem Leistungsprinzip nicht aus, so der Autor, der darauf hinweist, dass zusätzlich zur Leistung auch Erfolg auf einem bestimmten Gebiet vorliegen muss, was als wesentliches Merkmal elitärer Qualifikationen gilt. „Erfolg ist jedoch eine Größe, die sich auf eine soziale Umwelt bezieht, welche Erfolg erst als solchen deklarieren kann“ (S.44). Und, so Dreitzel, je homogener eine Gruppe ist, desto eher kann eine Leistung beurteilbar bleiben und zum Erfolg führen. Durch Methoden wie Orden und Titel wird dann die Leistung der Gruppe sichtbar gemacht, wobei die Methode eine Symbolisierung ist, hinter der letztendlich „die eigentliche Leistung dann doch unsichtbar bleibt. Ob die Leistung, die sich etwa hinter einem Nobelpreis verbirgt, wirklich den damit verbundenen Erfolg rechtfertigt, kann nur noch von Fachkollegen beurteilt werden“ (S.44). Insgesamt, so Münkler (2006), wirft der Leistungsbegriff Probleme auf, da nicht klar ist „wer definiert, was Leistung ist, und wer misst auf der Grundlage dieser Definition die Leistung?“ (S.37). Nach Münkler sind es die Teileliten der verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche, die die „Definitionscompetenz“ besitzen.

In der Literatur wird der Begriff Prominenz oft in engem Zusammenhang mit dem Begriff Elite behandelt, „[...] das Motiv, Prominenz mit Elite in Zusammenhang zu bringen, ist bei allen Autoren ein ähnliches. Sie schreiben den Prominenten Einfluß und Funktionen zu, die auch der traditionellen Elite zukommt [...]“ (Peters 1996, S.25), wobei sich zahlreiche Autoren an einer abgrenzenden Definition dieser beiden Begriffe versuchen und sich dabei häufig, so Peters (1996), in analytische Sackgassen verirrt haben. Einzig und allein über die Tatsache, dass Prominenz und Elite sich unterscheiden herrscht Einigkeit, worin jedoch genau, darin unterscheiden sich die Geister. So formuliert Franck (in Robertson-von Trotha 2013): „Der Adel der Mediengesellschaft ist die Prominenz. Das ist keine gewagte These. Kühn wäre es nur zu behaupten, die Prominenz sei auch deren Elite. Viel näher liegt doch die Auffassung, die in den Medien vorgeführte Prominenz sei das Produkt eines blühenden Populismus“ (S.13). In diesem Zusammenhang stellt Franck die Frage, ob es in der Mediengesellschaft überhaupt eine Elite gibt, denn zur Elite gehört der Definition nach, „wer

in einem anspruchsvollen Metier Herausragendes leistet“ (S.13), wobei hier offen bleibt, was anspruchsvoll bedeutet und wer kompetent genug ist diesen Anspruch zu setzen. „Die Rede von der Elite stützt sich auf die problematische Annahme, dass es möglich wäre, so etwas wie eine gesellschaftliche Pyramide zu identifizieren, nämlich einen Schichtenbau mit breiter Basis und einsamer Spitze. Der Mediengesellschaft fehlt diese eine Spitze – sie hat derer viele. Sie kennt auch keine für alle verbindlichen Normen für Hochleistung. Was die vielen Spitzen und die partikularen Hinsichten der Hochleistung eint, ist nur noch der überragende Bekanntheitsgrad. Wenn es einen Generalnenner für die heute noch erkennbaren Eliten gibt, dass ist es die Prominenz. Daraus folgt aber gerade nicht, dass prominent nur wird, wer in herausragender Stellung Außerordentliches leistet. Prominent wird in der Medienlandschaft, wen die Medien dazu machen. Die Medien verfügen über – beziehungsweise sind – das Kanalsystem, das nötig ist, um die Massen an Aufmerksamkeit einzufahren, die eine breite Schicht von an Beachtung Reichen ernährt“ (S.13), wobei Franck deutlich macht, dass die Mediengesellschaften hierbei eigene, absatzsteigernde Geschäftsinteressen verfolgen. „Von den Medien werden diejenigen mit Prominenz geadelt, aus deren Popularisierung das Medium selbst Popularität bezieht“. Und Sieburg (1893) hebt vor allem die Tatsache hervor, dass Prominenz eine Erscheinung ist, die nicht durch Auslese, sondern durch Beifall zustande kommt, im Gegensatz zur Elite, welche durch Auslese geformt wird. So werden die beiden Phänomene Prominenz und Elite über verschiedene Perspektiven bestimmt, die sich jedoch nicht unbedingt ausschließen müssen: Prominenz über die Perspektive des Beifalls und Elite über die Perspektive der Auslese. An dieser feinen Nuance des Hergangs ihrer Entstehung lässt sich die Unterschiedlichkeit der koexistierenden, voneinander unabhängigen Gruppen deutlich erkennen, die unter Umständen eine Schnittmenge bilden können, aber nicht müssen. Solm (1956) betont, dass Prominenz, im Gegensatz zur Elite, einen stark oberflächlichen Charakter trägt und „eine äußerliche Herstellung“ bezeichne, „die nichts über faktische Leistungen aussagt“ (S.288). Er geht von einer Minimalanforderung hinsichtlich der Prominenzzuschreibung aus, nämlich lediglich davon, dass „deren Namen zumindest in jedem Kreis, dem sie angehören bekannt und formal anerkannt sein müssen“ (Schneider 2004, S.60). Auch Rössler sieht die Prominenz als Gegenbild zur Elite, indem er konstatiert, dass es besonders die vorbildhaften Lebens-, Leistungs- und Verhaltensweisen sind, die die Elite auszeichnen, sie wirken „ausstrahlend“, während Prominente „angestrahlt“ werden (Freund 1977). Dreitzel (1962) hält fest, dass die Begriffe Prominenz und Elite in einem Spannungs-

verhältnis zueinanderstehen und nicht deckungsgleich einzusetzen sind, da Prominenz immer nur dort auftritt, wo die Qualifikation nicht sofort erkannt wird, der Begriff Elite hingegen in ein qualifiziertes Kollegen- und Experten Umfeld gehört. Für Dreitzel sind sowohl Elite als auch Prominenz durch Erfolg gekennzeichnet. Während Elite jedoch Erfolg in einem kleineren homogenen Kreis, also einem Fachpublikum, aufweist, muss Prominenz in einem großen heterogenen (Laien-)Publikum erfolgreich sein. Somit ist der Erfolg der Elite nach Dreitzel an tatsächliche Leistung gebunden, der Erfolg der Prominenz hingegen im Glauben an die Leistung, welche der Autor durch mediale Vermittlung und Symbole geschürt sieht, sprich an das Urteil eines heterogenen, großen Laienpublikums. Was als Leistung beziehungsweise Erfolg zählt ist abhängig von der sozialen Bezugsgruppe, von Wissen und Werten, Definitionen und Urteil, so Dreitzel, und nur eine in ihrer Fachkompetenz relativ homogene Bezugsgruppe kann das begründete Urteil fällen, ob eine Leistungsanforderung erfüllt wurde. „Wenn sich hingegen der Erfolg auf eine unübersichtliche und heterogene Gruppe bezieht, muss die Leistung durch Methoden sichtbar gemacht werden, die ihr nicht immanent sind, und zwar entweder durch Reklame und Popularisierung oder durch Titel und Orden. Jene ist die Aufbereitung für den Massenkonsum, die nicht selten an die Substanz der Leistung greift; diese ist eine Symbolisierung, hinter der die eigentliche Leistung dann doch unsichtbar bleibt. [...] Für die Elite bedeutet die Abhängigkeit des Erfolgs vom sozialen Umkreis, in dem er als solcher gilt, dabei ein eigentümliches Gefälle von der sichtbaren Leistungsqualifikation zur bloßen Prominenz.“ (Dreitzel 1962, S.106). Schneider (2004) spricht in diesem Zusammenhang von einem Teilbereich und einer Gesamtgesellschaft und formuliert: „Die Überschneidung beider Zuschreibungen, des Teilbereichs und der Gesamtgesellschaft bringt eine Schnittmenge hervor, welche sowohl zur Elite als auch zur Prominenz zählt. Darüber hinaus existiert ein Kreissegment, dessen Mitglieder nur in ihrem Teilbereich anerkannt sind, damit zur Elite zählen, aber nicht prominent sind, da sie nicht in der großen Öffentlichkeit bekannt sind. Umgekehrt gibt es aber ein Kreissegment, das nur von der Gesamtgesellschaft für prominent gehalten wird, aber nicht zur Elite gehört“ (S.60).

Traugott unterscheidet in seinem 1979 veröffentlichtem Artikel „Die Prominenz ist keine Elite“ zwischen „alter Elite“ und „neuer Elite“, wobei die „alte Elite“ ihre Legitimation aus „Herkunft, Bildung und Standeszugehörigkeit“ erhält, während die Legitimation der „neuen Elite“ alleine in ihrem Erfolg besteht. „Das einzige Prinzip ihrer

Exklusivität liegt im schlichten, faktischen Gegenteil jedes menschlich-verbindlichen Ranges, nämlich im bloßen Bekanntsein, der berühmten Publicity“ (S.76). Traugott spricht in letzterem Fall von einer „Zufalls-Elite“, zu der prinzipiell jeder dazugehören kann und deshalb keine wirkliche Elite ist. Gegenteilige Ansicht vertritt Leggewie (2000), für den Prominenz erst recht zur Elite hinzuzurechnen ist, indem es als „Mittel eigener Art – beim Aufstieg in Top-Positionen aller Art“ fungiert. Für den Autor ist die heutige Prominenz, die er auch als „neo-elitäre Prominenz“ (S.162) bezeichnet, zum universellen Erfolgsfaktor und dadurch zu einem „Elitestatus“ erhoben worden (S.149). Wippesberg formuliert in ihrer 2007 veröffentlichten Studie „Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen“ treffend: „Es wird wohl unwidersprochen bleiben, dass sich die beiden Phänomene Elite und Prominenz hinsichtlich der tatsächlichen Personenkreise überschneiden. Gleichgesetzt können die beiden gesellschaftlichen Erscheinungen aber eindeutig nicht werden. Eliten können prominent werden, aber definitiv nicht jeder Prominente gehört zur Elite“ (S.102). Und weiter: „Elite braucht gerade nicht notwendigerweise massenmedial vermittelt und von einem Publikum angenommen werden. Elite entsteht durch Legitimation, Leistung oder Herkunft, ohne dass die Massenmedien und ein Publikum daran konstituierend beteiligt sind. Meist folgt auf Elite wohl auch Prominenz, sie tritt aber zur Elite hinzu. Die beiden Phänomene dürfen in ihrer Entstehung nicht miteinander vermischt werden“ (S.107). Auch Wenzel (2000) kommt auf die Rolle der Massenmedien zu sprechen, wenn er schreibt, dass „die modernen Massenmedien führen zum *Aufstieg professioneller Unterhaltungsprominenz*, d.h. von Personen, die durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit [...] rasch hohes Prestige ansammeln. Der Aufstieg der Unterhaltungsprominenz vollzieht sich auf Kosten der lokal gebundenen, gesellschaftlich maßgebenden Familien des Geldadels. Ihnen bleibt nur die Wahl, entweder selbst prominent zu werden, d.h. in der nationalen Öffentlichkeit beziehungsweise in den Massenmedien aufzutreten, oder den Bedeutungsverlust ihrer lokalen Prestigearenen hinzunehmen“ (S.454). Demnach lässt sich eine prominente Elite von einer nicht prominenten Elite unterscheiden und eine Einteilung vornehmen von Prominenten, die nicht der Elite angehören und Prominenten, die der Elite angehören. So betont Peters (1996), dass nicht von unterschiedlichen Personengruppen gesprochen werden sollte, sondern dass Prominenz sowie Elite als spezifischer Status zu verstehen ist, welcher durchaus eine Schnittmenge von beiden widerspiegeln kann (S.32).

Zur Abrundung sollen die von Wippesberg (2007) aufgeführten Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden gesellschaftlichen Phänomene Prominenz und Elite, die zwar unterschiedlich sind, sich jedoch überschneiden können, zusammenfassend dargestellt werden. So haben die beiden Phänomene Prominenz und Elite folgende vier grundlegenden Elemente gemeinsam: 1. Vorkommen in allen gesellschaftlichen Bereichen, 2. Qualifikation durch Leistung und Erfolg, wobei hier angemerkt werden soll, dass für den Elite-Status eine tatsächliche Qualifikation erbracht werden muss, während für den Prominentenstatus die Leistung alleine in der Fähigkeit des „Sich-In-Szene-Setzen“ liegen kann. Hierbei ist die Sichtbarkeit des Erfolges ein wichtiger Faktor, denn: „Der Versuch, etwas zu erreichen, die Fähigkeit oder Tüchtigkeit allein ist für Elite nicht ausreichend, für Prominenz nur in sehr seltenen Fällen“ (S.107). Als nächster Punkt wird 3. offener Zugang genannt und 4. Vorbildfunktion. Die Unterschiede der beiden Phänomene Elite und Prominenz sind nach Wippesberg in folgenden 4 Faktoren zu finden, die für den Status einer Elitezugehörigkeit zwingend notwendig sind und auf Prominente zutreffen können, aber nicht müssen: 1. Spitzenposition, 2. Entscheidungsinstanz, 3. positive Bewertung und 4. Führungsanspruch. Zur Spitzenposition ist zu erwähnen, dass es, so Wippesberg, in einer Gesellschaft nicht unzählig viele Spitzenpositionen zu besetzen gibt und an diesen höchsten Rangplätzen der Elitebegriff festzumachen ist, während es mit Prominenz zu besetzende Positionen zu genüge gibt, diese gegebenenfalls medial erschaffen und inszeniert werden, so dass hier, gegensätzlich zur Elite, die Orientierung nicht an der Position, sondern an der Person erfolgt. Zur positiven Bewertung ist hinzuzufügen, so die Autoren, dass diese, bezogen auf das Phänomen der Elite, aus dem eigenen Fachkreis stammen muss, sonst führt eine individuelle Leistung nur zu einer „Abhebung von der Masse“, was nicht automatisch in einer Zuschreibung zur Elite mündet. Um einen Prominentenstatus zu erreichen, so Wippesberg weiter, ist allein bereits dieses bloße Hervortreten aus der Masse gefolgt von einer medialen Berichterstattung ausreichend, es muss jedoch nicht zwingend eine positive Bewertung folgen. Auf die Frage, ob sich der Elitebegriff bei Künstlern sinnvoll anwenden lässt, geht Todt (2008) in ihrer Publikation „Künstler als Elite?“ in einem kurzen Umriss ein, wobei die Autorin Selbstinszenierung, Protektion und künstlerisches Können als wichtigste Kriterien aufführt. Besonders den Repräsentationstrukturen, so Todt, wird eine tragende Bedeutung für die Herausbildung einer künstlerischen Elite zugesprochen (S.275).

2.1.2.4. Elitetheorien

Den Gründervätern der Eliteforschung, Gaetano Mosca, der von einer „herrschenden Klasse“ spricht, Vilfredo Pareto, der von einem Kreislauf der Eliten ausgeht, und Michels, der von oligarchischen Tendenzen ausgeht, dient der Begriff der Elite zur Bezeichnung einer herrschenden Klasse gegenüber einer beherrschten Minderheit, auch als Masse bezeichnet. Diese Differenzierung von Elite und Nicht-Elite betrachten sie als eine der wichtigsten Unterscheidungen, wobei Pareto die herrschende Oberschicht nochmal unterteilt in eine regierende und eine nicht regierende. „Diese fundamentale Dichotomie (Herrscher – Beherrschte) ist Ausgangspunkt für die Eliteforschung. Ihr Erkenntnisinteresse richtet sich auf die soziologischen Strukturen der Macht. Sie will erklären, wie Menschen, unabhängig von der jeweiligen Verfassungsform und ideologischen Legitimation, über andere Macht erringen, wie sie diese ausüben und wieder verlieren“ (Herzog, in Pallinger 1997, S.2). Der Elite gegenüber steht als logisches Korrelat die Masse, so Pallinger: „Die Masse ist relativ (im Verhältnis zur Elite) gross, aber ihr Organisationsgrad und ihre Aktivität sind eher niedrig. Demgegenüber handelt es sich bei der Elite um ein relativ *keines, hoch organisiertes* soziales Gebilde, welches dank dieser Eigenschaft eine *höhere Aktivität* entfaltet, das heisst, sein *Interesse effektiver verfolgen* kann als die Masse“ (S.2). Des Weiteren stellt Pallinger verschiedene Arten von Eliten vor, wobei er sich hierbei an Felber (1986) hält. Demnach gibt es: A) die Selbsteinschätzungseliten, deren Macht auf der Tatsache beruht, dass sie sich selbst als mächtig einschätzen, B) die Fremdeinschätzungselite, nach der die Akteure dann als mächtig betrachtet werden, wenn sie von anderen Personen so eingeschätzt werden, C) die Wertelite, zu der Menschen gehören, die sich durch hohe sittliche und geistige Fähigkeiten auszeichnen und sich gerade dadurch von der Masse unterscheiden, D) die Funktionselite, deren Sachwissen und fachliche Leistungen dazu befähigen Aufgaben wahrzunehmen, welche für die Funktionsfähigkeit der Gesellschaft wichtig sind, E) die Machtelite, zu der Menschen gehören, die Macht – aufgrund welcher Qualitäten auch immer – über andere besitzen und zuletzt F) die Herrschaftselite, deren Macht auf der Einnahme formaler Herrschaftspositionen beruht. Schneider (2004) spricht in diesem Zusammenhang von: A) Geburtselite, die sich auf das Kriterium ihrer Abstammung beziehen, B) Machtelite, die sich auf militärische, wirtschaftliche und politische Macht bezieht, C) Positionselite, „deren Mitglieder sich alleine über ihre Rollen definieren“ (S.51), D) Leistungselite, die Leistungen auf einem bestimmten Leistungsniveau er-

bringen, E) Funktionseliten, die sich über ihre Funktion im politischen System definieren und F) Werteelite. Letztere „beansprucht, unabhängig von eigenen Leistungen und Machtmitteln, die Höherwertigkeit ihrer eigenen Sicht als gesamtgesellschaftlichen Geltungsmaßstab“ (S.51). Auch Wenzel (2000) kommt in seiner Veröffentlichung auf die Machtelite zu sprechen und führt auf, dass sich diese „nach wie vor der moralischen Ordnung der Oberklassenideale verpflichtet fühlt, die sich der massenmedialen Öffentlichkeit entzieht“ (S.455).

Die Elitetheorie, so Pallinger, kann nicht „ohne die Berücksichtigung ihrer wichtigsten Konkurrentin (Klassentheorie) erfolgen. Durch den Vergleich lassen sich die Konturen der Elitetheorien schärfer herausarbeiten“ (S.5). Beide Theorieansätze, sowohl die Elitetheorie als auch die Klassentheorie, wollen gesellschaftliche Ungleichheiten erklären, wobei die Klassentheorie soziale Klassen analysiert und die Elitetheorie Eliten, welche sich durch Macht und Einfluss von der Masse unterscheiden. Die Klassentheorie, so Pallinger, wird in zwei Richtungen unterteilt, wobei sich die eine an Karl Marx und die andere an Max Weber orientiert. Karl Max geht von einer Gesellschaft aus, die sich in zwei Kategorien unterteilt: in die Klasse der Eigentümer von Produktionsmitteln (Kapitalisten) und die Klasse der Besitzlosen (Proletariat). Die Herrschaft beruht somit auf wirtschaftlichen Grundlagen und die besitzlosen Klassen werden ausgebeutet, so Pallinger. Demnach führt die Polarisierung der Gesellschaft zu einer Spaltung der Lebensverhältnisse, wobei das Proletariat immer mehr verarmt, während die besitzende Klasse immer reicher wird. Max Weber hingegen geht von drei Einteilungen aus: Klasse, Status und Partei. „Die *Klasseneinteilung* beruht auf Vermögen, Marktposition und Chancen. *Status* wird als Produkt von Konsum und Lebensstil definiert. Die *Parteien* schlussendlich sind Ausfluss des Machtkampfs zwischen verschiedenen Gruppen“ (S.6), wobei hier drei verschiedene Klassen unterschieden werden: 1) Inhaber von Vermögen, 2) Vermögenslose, deren Marktsituation aber durch besondere Fertigkeiten und Wissen verbessert wird und zuletzt solche, die 3) nur ihre Arbeitskraft verkaufen können. Beide Theorien, sowohl die von Karl Marx als auch die von Max Weber, haben gemeinsam, dass als Hauptursache gesellschaftlicher Ungleichheit in erster Linie ökonomische Ressourcen angesehen werden, so Pallinger. Macht, Wissen und Fähigkeiten sind von geringerer Bedeutung, so der Autor. Auch herrscht nach Pallinger Übereinstimmung darin, dass Ungleichheit zur Bildung verschiedener Klassen führt.

Die Vertreter der Elitetheorie berufen sich darauf eine wirklichkeitsnähere Konzeption zu besitzen als die der Klassentheorie, so Pallinger. Ihrer Ansicht nach können nur Individuen oder kleine Gruppen handeln, nicht aber ganze Einheiten wie Klassen. Pallinger unterscheidet in seiner Abhandlung über die Elitetheorien drei Theorien, wobei nachfolgend in einem kurzen Umriss jede Theorie genauer beleuchtet wird: 1) die klassische Linie der Elite-Theorie, 2) die strukturell-funktionale Theorien und zuletzt 3) die demokratische Elitetheorie. Pallinger beleuchtet im Rahmen der klassischen Linie der Elitetheorie die beiden Gründerväter dieser Forschungsrichtung näher, nämlich Pareto und Mosca, deren gemeinsamer Ausgangspunkt die unüberwindbare Spaltung der Gesellschaft in Herrscher und Beherrschte bildet. Die Massen haben demnach keinen Einfluss, sondern werden geführt. Sie sind, im Gegensatz zu den Eliten, welche geschlossene, handlungsfähige Gruppen bilden, unorganisiert, machtlos und passiv. Pallinger kommt zunächst auf den Eliteforscher Pareto zu sprechen, der mit Elite diejenigen bezeichnet, die in einem Tätigkeitsgebiet die höchste Fähigkeit haben. Der Rest der Gesellschaft bildet seiner Ansicht nach die Nicht-Elite. Pareto unterscheidet zwei Arten von Elite: die Herrschaftselite, welche direkt oder indirekt an der Regierung teilnimmt, und die Nicht-Herrschaftselite, wobei er von einem Prozess der Elitezirkulation ausgeht. Dies bedeutet, dass es den Eliten, so lange sie offen sind, gelingt, „die talentiertesten Leute aus der Nicht-Elite zu absorbieren. Es herrscht ein gesellschaftliches Gleichgewicht, wobei eine kontinuierliche Auswechslung und Erneuerung der Herrschaftselite stattfindet“ (S.9). Im Gegensatz zu offenen Eliten gibt es nach Pareto auch Eliten, die zur Abschottung tendieren. „Wenn dies geschieht, entwickelt sich ein Ungleichgewicht, ein Graben tut sich auf zwischen Begabung und Position. Es treten Degenerationserscheinungen innerhalb der Elite auf. Die Herrschenden ermatten, verlieren den Willen zum Regieren. Die Begabtesten der Nicht-Elite organisieren sich als „Gegenelite“ und verdrängen die alte Elite. Dieser Prozess kann durchaus gewalttätige Dimensionen annehmen“ (S.9). Für Pareto, so Pallinger, „ist das Interesse der Herrschaftselite an der Machterhaltung sowie das gleichartige Bestreben der Gegenelite zur Eroberung der Macht das dynamische Element der Geschichte. [...] Die Ablösung einer Herrschaftselite ist nicht das Produkt des Zerfalls ihrer Basisklasse, sondern des Nachlassens ihrer Fähigkeit zur Machtausübung. Die Gegenelite kann die Machthaber verdrängen, weil sie als Gruppe eine höhere Geschlossenheit, mehr Aktivität und Zielstrebigkeit aufbringt, nicht aber weil sie einer neuen, aufsteigenden sozialen Klasse entstammt“ (S.9). Hier lässt sich deutlich der Unterschied zur marxistischen Klassentheorie er-

kennen, da für Pareto Faktoren wie Leistungsfähigkeit, Stärke und Konsens, sprich das Ausmaß des inneren Zusammenhalts einer Gruppe, das Behaupten oder den Verlust der Macht erklären. Wie Pareto geht auch Mosca von einer Zweiteilung der Gesellschaft in Herrschende und Beherrschte aus, wobei die herrschende Klasse kleiner als die beherrschte Klasse ist, ebenso vertritt er die Ansicht, dass die Geschichte einem zyklischen Prozess unterworfen ist, in der es um das Erringen und des Verlustes von Macht geht. Allerdings analysiert er diesen Prozess ausführlicher als Pareto, so Pallinger.

Der deutsche Soziologe Michels (1982) wiederum geht von einer Führungselite aus und statuiert eine Oligarchietheorie, welche bis heute das bevorzugte Analysemodell zur politisch-soziologischen Erforschung von Parteien, Gewerkschaften, Interessenverbänden und anderen Großorganisationen ist (vgl. Pallinger 1997). Seiner Theorie nach werden mit zunehmender Größe einer Organisation die Aufgaben insgesamt komplexer, was gemeinschaftliche Entscheidungen praktisch unmöglich macht. „Die einfachen Mitglieder sind diesen Anforderungen nicht mehr gewachsen, deshalb müssen Kompetenzen delegiert werden“. Und weiter „Die Komplexität der Aufgaben und die internen Entscheidungsfindungsprozesse erfordern ein hohes Mass an Fachwissen. Die Führungseliten erwerben dieses durch Ausbildung und lange Erfahrung“ (S.11). Dieser Theorie nach sondern sich die Führungseliten von den Massen der Mitglieder ab und bestimmen die Führungsrekrutierung, um als Gruppe praktisch unersetzbar zu werden. Für Michels sind es somit nicht zwangsläufig die Besten, die führen, sondern die Unentbehrlichen. „Wer Organisation sagt, sagt *Tendenz zur Oligarchie*“. Eine solche Oligarchie ist undemokratisch, „weil die Führungskader, sobald sie im Amt sind, nicht mehr die Interessen der Mitglieder verfolgen, sondern ihren eigenen Nutzen suchen. [...] Kritiker des Systems werden einfach an der Macht beteiligt und somit zum Verstummen gebracht“ (S.11). Somit sind nach Michels die Führungseliten das Produkt eines sich ständigen Verschmelzens, indem alte und neue Eliten zusammen immer wieder eine neue Elite bilden. Alle drei Theoretiker haben gemein, so Pallinger, dass sie die Ablösung von Eliten betrachten, wie diese Ablösung jedoch vollzogen wird, sehen alle drei unterschiedlich. Die Theorien reichen von einer Verschmelzung der Elite mit Teilen der Masse bis hin zu ihrem vollständigen Austausch. Sie stehen mit ihren Konzepten der Demokratie skeptisch gegenüber, was dem Autor zufolge vor allem durch den zeitgeschichtlichen Hintergrund zu erklären ist. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts etablierte sich aufgrund der fort-

schreitenden Industrialisierung eine Arbeiterklasse, welche häufig mit Unruhen und Revolten einhergingen. Die entstehende Demokratie wurde vom Bürgertum kritisch beäugt. Kurze Zeit später vereinnahmten die Nationalsozialisten in Deutschland die Konzepte der drei Elite-Pioniere für ihre Ideologien.

Als nächstes geht Pallinger auf die strukturell-funktionale Elitetheorie ein, welche den Hintergrund für die beiden Ansätze „Entwicklungskrisentheorie“ und „Differenzierungstheorie“ darstellt. Die strukturell-funktionale Elitetheorie wurde von Parsons und Merton entwickelt und „stellt einen umfassenden Versuch dar, das Verhältnis vom Ganzen zu seinen Teilen zu analysieren. Sie stellt den Gesamtzusammenhang einer Gesellschaft als das Zusammenspiel von (zweckgerichteten) Handlungen in verschiedenen Teilsystemen dar. Dabei sind sowohl das Gesamtsystem als auch die Teilsysteme bestrebt, vier Zielsetzungen zu erreichen: Anpassung an die Systemumwelt, Zielerreichung, Integration und Strukturhaltung. Im Zentrum der Theorie steht die Frage, *in welchem Zusammenhang (wie) sich die Handlungen der sozialen Akteure als funktional (zweckmäßig) zum Erreichen der Ziele erweist*“ (S.13 ff). Da dies sehr abstrakt wirkt, zieht Pallinger die beiden strukturell-funktionalen Theorien „Entwicklungskrisentheorie“ und „Differenzierungstheorie“ heran, um eine genauere Konkretisierung vornehmen zu können. Nach der „Entwicklungskrisentheorie“ erfordert das Überleben eines bestimmten Systems „eine Führungsgruppe (Elite), die genau diejenigen Eigenschaften besitzt, welche für die Steuerung der betreffenden Gesellschaft funktional sind. Wenn fundamentale Veränderungen im Bereich der Wirtschaft, der Technologie oder im Wertesystem auftreten, werden die Fähigkeiten der alten Elite obsolet. Krisen treten auf, welche nur von *neuen* Führungsgruppen bewältigt werden können. Diese besitzen die neuen Fähigkeiten, die für das veränderte System funktionale sind; ein Elitewechsel wird notwendig. Nach dem Wandel festigt sich die Machtstruktur wieder. [...] Die Eliten spielen in diesem Prozess sowohl eine passive als auch aktive Rolle. Zum einen sind sie (bloss) das Produkt von Funktionsbedürfnissen des soziopolitischen Systems, zum anderen beeinflussen und bewerkstelligen sie die Krisenbewältigung. Im Rahmen der Entwicklungskrisentheorie werden Elitetransformation und gesellschaftlicher Wandel als interdependent angesehen“ (S.14). Hier kommt das Konzept der Gegenelite zu tragen, welche besagt, „dass jeder Machtwechsel als Ablösung einer herrschenden Elite durch die Gegenelite verstanden werden kann“ (S.15). Auch die „Differenzierungstheorie“ geht von einer Verknüpfung des Gesellschafts- und Elitewandels aus, im Gegensatz zur „Entwick-

lungskrisentheorie“ geht sie jedoch von einer „zunehmenden *Pluralisierung der Eliten* in modernen Gesellschaften aus. Der soziale Differenzierungsprozess führt zu einer Vermehrung der Aufgaben und damit auch der Führungsgruppen. [...] Die einzelnen Akteure müssen gleichzeitig eine Vielzahl von Rollen ausfüllen. Die Aggregation und Integration der Einzelinteressen erfolgt nur noch partiell für den betreffenden organisatorisch-institutionellen Teilbereich der Gesellschaft. Die Funktion der jeweiligen Organisationselite ist nicht mehr universell, sondern nur noch partikulär“ (S.15)⁴. Die Eliten, so fasst Pallinger zusammen, besitzen demnach eine doppelte Funktion, nämlich zum einen vertreten sie Partikularinteressen, zum anderen müssen sie „den Interessenausgleich, die Kooperation und Koordination zwischen den verschiedenen Teilbereichen der Gesellschaft sicherstellen, damit keine Blockierung oder Systemkrise auftritt“ (S.15). Sprich, sie stellen Steuerungsgruppen dar, „die die interorganisatorische Kooperation und die gesamtgesellschaftliche Entscheidungs- und Handlungsfähigkeit sicherstellen“ (S.15). Im Gegensatz zur „Entwicklungskrisentheorie“ wird hier die monopolistische Machtelite nicht durch eine andere ersetzt, sondern der Wandel der temporären Vorherrschaft der Funktionselite problematisiert, so Pallinger.

Zuletzt geht Pallinger auf die demokratische Elitetheorie ein, die verschiedene Gruppierungen aufgrund ihres Einflusses, sprich ihrer Macht, unterscheidet. Pallinger konzentriert sich hierbei auf die Dreiteilung der Machtstruktur nach Etzioni-Halevy (1993). Diese gliedert sich auf: 1) In die Kern-Elite, deren Angehörige die höchste Position in der Machtpyramide einnehmen. Zu ihr gehören beispielsweise die Inhaber höchster politischer Positionen, aber auch die Spitzen der Wirtschafts-, Bürokratie-, Militär-, Polizei- und Justizelite, 2) in die Sub-Elite, die in der Hierarchie zwischen der Kern-Elite und der Masse steht und aus Führern von mittleren und kleineren Interessengruppen sowie den mittleren Chargen der oben genannten Gruppen besteht und 3) in die Masse, zu welcher der Rest der Gesellschaft gehört. „Sie nimmt die unterste Position in diesem Gefüge ein, ist aber nicht machtlos. Sie dient zum einen als Rekrutierungsbasis für die Elite und zum anderen als Schiedsrichter im politischen Wettbewerb. Darüber hinaus besitzen ihre Angehörigen zum Teil eigene Machtpotentiale (Ressourcen), was die Bildung von Unterkategorien grundsätzlich ermöglicht“ (S.18). Die Herrschaft erfolgt demnach im Auftrag des Volkes oder besser ausgedrückt

⁴„Die Elitisten sehen eine abgeschlossene Elitegruppe, die die Machtfäden in den Händen hält, während die Pluralisten die Einflusstrukturen in der Gesellschaft auf mehrere Gruppen verteilt glaubt“ (Greck 2017).

durch das Volk (vgl. Greck 2017)⁵. Die Beziehung der Elite zur Masse, so Pallinger, „ist in einer Demokratie nicht einseitig, sondern ist auf *Gegenseitigkeit* aufgebaut. Die Elite muss die Konflikte, Interessen und Bedürfnisse der Masse berücksichtigen, weil sie auf deren Zustimmung angewiesen ist (vgl. Rückkopplungstheorie). Deshalb kommt in diesem Modell der Sub-Elite eine wichtige Funktion zu: Sie dient als *Bindglied und Mediator* zwischen Masse und Kernelite. Sie vermittelt die (von unten kommenden) Inputs nach oben und ist umgekehrt für Implementierung und Entscheidungen zuständig“ (S.18). „Demokratische Eliten sind somit jederzeit auswechselbar sowie nach unten offen. Sie stellen keine abgeschlossene Schicht oder Klasse dar. Diese Offenheit ist ein zentrales Merkmal demokratischer Eliten. Es kann in Demokratien keine Zugangsschranken zur Elite geben – jeder kann theoretisch aufgenommen werden“ (Greck 2017, S.30 ff). Um einer all zu starken Machtkonzentration entgegen zu wirken, so Pallinger, bedarf es der Autonomie einer Elite, wie beispielsweise unabhängige Parteien, Medien und Justiz). „Die Autonomie einer Elite erklärt sich aus ihrem *Verhältnis zu anderen Eliten* und ihrer *Unabhängigkeit vom Staat*. Sie ist deshalb *relativ*“ (S.19). Und weiter: „Ihre Existenz ermöglicht das Funktionieren von Demokratie. Die Autonomie sagt nichts aus über die Anzahl der Eliten (Pluralismustheorie), sondern problematisiert die Ressourcenverteilung zwischen ihnen“ (S.20).

2.1.2.5. Elitenforschung

In einem kurzen Umriss wird im nachfolgenden auf die empirische Eliteforschung sowie auf die wichtigsten Ansätze eingegangen, wobei hierfür Greck (2017) herangezogen wird. Der Autor kommt zunächst auf die Community-Power-Forschung zu sprechen, die ihre Wurzeln in den USA hat und sich mit Macht- und Einflusststrukturen in Gemeinden befasst und deren Hauptaugenmerk auf die Politik gelegt wird. „Nach Deutschland schwappt die Welle der Elitestudien erst nach dem Zweiten Weltkrieg“ (S.49), wobei zunächst die historische Betrachtung von Eliten im Vordergrund steht, „um die NS-Vergangenheit aufzuarbeiten“ (S.49), gefolgt von der Untersuchung von Sozialstrukturen von Eliten sowie Analysen zu Entscheidungen und Netz-

⁵ „Ein zentraler Punkt des Konzepts demokratischer Eliten ist, dass es mehrere Eliten in der Gesellschaft gibt, die von dieser kontrolliert werden und die sich gegenseitig kontrollieren“ (Greck 2017, S.31 ff).

werken. Die Pionierstudien auf dem Gebiet der Eliteforschung erfolgte in den USA von dem sozialanthropologischen Ehepaar Lynd im Jahr 1929, so Greck, die sich darauf konzentrierten Strukturen gemeindlicher Macht festzuhalten, sprich wer welche Entscheidungen in welchem Maße beeinflusst, was für sei ein direkter Hinweis auf Eliten sind. Als Ergebnis hat sich gezeigt, dass die „business class“ an der Spitze der Machtpyramide steht und Prestige und Reichtum anhäufen, was ihr wiederum die Macht verleiht, Entscheidungen in der Gemeinde zu lenken. Die beiden Forscher übertragen ihre gewonnenen Ergebnisse auf ganz Amerika, was, so Greck, gewagt erscheint. Dieser Pionierstudie folgend entwickelten sich zwei Lager, die verschiedene Standpunkte einnehmen: die Elitisten und die Pluralisten, welche bereits in Kapitel 2.1.2.4 näher beleuchtet wurden. Die beiden Forscher Hunter und Mills, welche sich auf der Seite der Elitisten sehen, schließen sich dem Forschungsansatz von Lynd an, so Greck, die davon ausgehen, dass es in einer Gesellschaft eine kleine Minderheit gibt, „die sich an der Spitze der Gesellschaft herausbildet und diese aufgrund von Herkunft, Ansehen und Reichtum lenkt. Die Elitisten stellen bei ihren Untersuchungen fest, dass sich die Elite der Gesellschaft aus einer speziellen Klasse ständig selbst rekrutiert“ (S.51). Auch auf den Politikwissenschaftler Dahl kommt Greck zu sprechen, welcher sich zu den Pluralisten zählt, die davon ausgehen, dass die gesellschaftliche Macht auf verschiedene politische und soziale Bereiche verteilt ist, wodurch verschiedene Machtzentren entstehen. In seiner 1961 aufgesetzten Studie untersucht er, „ob Politiker – wie die Elitisten annehmen – unter Einfluss der wirtschaftlichen Elite stehen oder vielmehr autonom entscheiden“ (S.54). Die Ergebnisse zeigten auf, dass es nur eine kleine Gruppe von Machthabern gibt, die direkten Einfluss auf Entscheidungsfragen ausüben, allerdings kristallisiert Dahl „subleaders“, diejenigen, die Person mit direktem Einfluss umgeben, und „followers“, diejenigen, die der Wählerschaft näherstehen als die Entscheider, heraus. Ihnen und den Wählern weist Dahl großen indirekten Einfluss auf Entscheider und somit Entscheidungsfragen zu, so Greck, was er als Beweis für eine pluralistische Machtstruktur sieht.

Des Weiteren geht Greck darauf ein, wie Eliten vor dem Hintergrund der Community-Power-Forschung in der Gesellschaft identifiziert werden können. Unterschieden wird hier: 1) Der Positionsansatz, 2) der Reputationsansatz und 3) der Entscheidungsansatz. Der Positionsansatz „identifiziert Eliten anhand formell mächtiger Positionen in Organisationen, die in jedem Bereich der Gesellschaft angesiedelt sein können. Sind diese bestimmt, bilden die Positionsinhaber die jeweilige Elite ab. Damit stellt dieses

Vorgehen nur auf institutionalisierte Macht ab. Diese ist demnach keine Eigenschaft von Personen, sondern von Positionen, deren formale Entscheidungsbefugnisse maßgeblich sind“ (S.57). Macht ist im Verständnis dieses Ansatzes somit an Positionen gebunden. Beim Reputationsansatz wird die zugeschriebene Macht gemessen, was bedeutet, dass „durch Befragung von Experten wird ermittelt, wer die einflussreichsten Personen einer Gemeinschaft sind“ (S.57). Hier wird jedoch kritisch angemerkt, dass sich unter anderem Unschärfen bei der Auswahl der Experten ergeben, denn „die Experten können ein repräsentativer Querschnitt der Gemeinschaft sein, oder einer Gruppe, die die Gemeinschaft gut kennt. Aus dieser Voraussetzung ergibt sich, dass die Machtstrukturen, die hier reputativ aufgezeigt werden sollen, in einer überschaubaren Gemeinschaft lokalisiert sein müssten und sich somit meist auf Gemeinden beschränken“ (S.58). Der Entscheidungsansatz erweist sich als der aufwändigste der drei Verfahren. „Dabei werden Schlüsselentscheidungen in Gemeinschaften ausgewählt und anhand von Dokumenten, Interviews und/oder Beobachtungen nachgezeichnet. Dabei wird herausgefiltert, wer erfolgreich an einem Entscheidungsprozess in Bezug auf eine konkrete Streitfrage teilgenommen hat“ (S.58). Im Rahmen des Vergleichs dieser drei Methoden zur Eliteidentifikation fanden Forscher heraus, dass die Positionsmethode „im gleichen Feld Elitegruppen liefern, die sehr ähnlich sind, während Entscheidungstechnik und Reputationsansatz relativ unterschiedliche Eliten zu Tage fördern. [...] Einen Königsweg der Eliteidentifikation gibt es offensichtlich nicht. Der Ansatz muss immer an den Forschungsgegenstand angepasst werden“ (S.58).

2.1.2.6. Abgrenzung der Begriffe Prominenz und Star

Dem häufig inflationär gebrauchten Begriff Star fehlt es, gleich dem Prominenzbegriff, an einer zufriedenstellenden, wissenschaftlich erforschten Definition und Abgrenzung. Bei Versuchen die konkreten Merkmale und Eigenschaften von Stars zu definieren, um herauszufinden, was genau den Star ausmacht, verwickelt man sich schnell in Widersprüchen, da für jedes Beispiel ein Gegenbeispiel zu existieren scheint. Eine einheitlich geltende Definition existiert bislang nicht, auch scheinen allgemeingültige Kategorien wie Jugend, Schönheit und Talent, die eher „Kann-Kriterien“ als „Muss-Kriterien“ sind, nicht zu greifen, doch haben nach Stimniker (2008) die wenig existierenden Definitionsversuche nachfolgende Instanzen gemein: Öffentlichkeit, Publikum, Fans und die Zuschreibung zum Star-Status. Nach Korte

(1990) werden in der Literatur des Weiteren übereinstimmend die Kriterien „Erfolg“, „Kontinuität im Image“ und „Wirkung“ als Eigenschaften der Stardefinition genannt (S.14). Er schreibt: „Alle Mühe der Studios sind umsonst, wenn der geplante Star vom Publikum nicht angenommen wird. Erst in der Rezeption werden die potentiellen Bedeutungen des Starimages realisiert. [...], weshalb der Erfolg als eine allgemeine, definierende Kategorie des Stars gelten kann“ (S.23). Strobel und Faulstrich (1998) betonen folgende beide Aspekte für heutige Definitionsansätze: Zum einen wird eine konventionelle Begriffsauffassung beleuchtet, die besagt, dass man den Star nicht vorab abstrakt und normativ definieren kann, sondern ein Star ist, wer als solcher bezeichnet wird, und zum anderen eine ganzheitliche Betrachtungsweise, nämlich der Star als „Brennpunkt hochkomplexer kultureller Bezugssysteme und allgemeingesellschaftlicher Verhältnisse und Prozesse. Ein Star ist keine isolierte Person“ (S.12). Für Borgstedt (2008) wiederum handelt es sich hinsichtlich des Phänomens Star sehr wohl um eine isolierte Person: „Da ein Star nur leuchten kann, wenn alles um ihn herum dunkel ist, geht dies auch mit einer Isolierung des Musikers einher, der sich immer in Relation zu anderen Menschen (vor allem anderen Musikern und dem Publikum) bewegt und sich entsprechend abgrenzen muss. Von Bedeutung sind daher auch die soziale Rangordnung von Musikern sowie die Entwicklung einer positionalen Struktur, in der ein einzelner, strahlender Musiker einem großen Publikum gegenüber steht“ (S.18). „Es sind zwar wirkliche Personen, die Stars werden“⁶, so Lowry (1997), „als Stars aber sind sie Teil der Öffentlichkeit [...] und normalerweise ausschließlich durch ihre in der Öffentlichkeit verbreiteten Images zugänglich. Allerdings ist es dem Publikum wichtig, dass Stars reale Personen sind. Ein Großteil seines Interesses konzentriert sich auf die Frage, wie Stars „wirklich“ sind. Das Bestreben, die „Wahrheit“ über den Star als Privatperson zu erfahren, ist sowohl für das Interesse der Fans als auch für die Publikationsstrategie der Klatschblätter wichtig. Dieses Moment des Startums funktioniert aber nur, wenn auch die Differenz zwischen dem öffentlichen Image und der dahinter vermuteten realen Person – also eine gewisse Rätselhaftigkeit des Stars – erhalten bleibt. Das Startum ist nicht eine Qualität der Person allein, sondern hat ein Eigenleben und kann sich zum Beispiel auch nach dem Tod des Schauspielers oder der Schauspielerin weiterentwickeln und neue Wege nehmen“ (S.14 ff). Und weiter: „Das, was das Startum ausmacht, ist gerade die Differenz von einer wirklichen Person und einer besonderen, „übermenschli-

⁶ Hier sei zu vermerken, dass es heutzutage auch Zeichentricksfiguren gibt, die als Stars bezeichnet und verehrt werden

chen“ Qualität, die dem Star zugeordnet wird und die sich zum Beispiel in der Rede von der „Göttlichkeit“ (Divisme) oder vom „Mythos“ des Stars niederschlägt [...]. Natürlich liefert die reale Person durch ihr Talent, ihre erlernten Fähigkeiten, ihr Aussehen, ihre Präsenz oder Ausstrahlung, ihr Auftreten und ihre Lebensweise die unverzichtbare Grundlage für das „übermenschliche“ Starimage“ (S.15). So hält auch Hicketier (in Faulstich & Korte 1997) fest, dass ein Star eine Person ist, „die durch ihre körperliche Präsenz, ihr Auftreten, ihre Gestik und Mimik nicht nur eine Rolle glaubhaft verkörpern kann, sondern darüber hinaus auch noch ein Publikum zu faszinieren und auf seine Person zu fixieren weiß“ (S.31). Immer sei auch der Aspekt der Medien im Auge zu behalten, die der Star braucht, um seine Präsenz zu erhalten, ebenso wie das Publikum, welches den Star annehmen muss, um, wie Hicketier schreibt, „in ihm auf idealisierte, überhöhte Weise Eigenschaften wiedererkennt, die es sich selbst zuschreibt“ (S.31). Ein Star ist somit mehr als ein Prominenter, er ist „das Produkt kollektiven Begehrens“ und hat „die Funktion eines Idols, dem man nacheifern kann, das man verehren kann und durch das man sich selbst aufwerten kann“ (Rustemeyer 1997, S.99). Für Seifert (in Robertson-von Trotha 2013) ist ein gewisser Grad an Unnahbarkeit und Distanz zum Publikum konstituierend: „Der Star unterscheidet sich von den anderen Berühmtheitsformen durch eine besondere Aura der Unnahbar- und Räselhaftigkeit. [...] Das stets unvollkommene öffentliche Bild lässt auch den notwendigen Raum für Projektion und Idealisierung“ (S.28 ff). Das Rätsel um die wahre Person muss ungelöst bleiben, denn durch zu viel Nähe geht der Starstatus verloren. Im Gegensatz zum Starstatus, der unabdingbar mit Leistung und einer Aura von Unerreichbar- und Außeralltäglichkeit verbunden ist, verhält es sich bei Prominenten so, dass hier der Fokus des Medien- und Publikumsinteresses auf dem Privatleben liegt. „Während der Star im Kern unerreichbar und fern vom alltäglichen Leben seines Publikums in einem transzendenten Raum existiert, ist beim Celebrity kein Platz für diese auratische Distanz. Bei ihm ist die private Komponente zentral. [...] Auch Stars werden außerhalb ihrer beruflichen Bühne zu Objekten der Beobachtung, sind die Kameras der Paparazzi und Journalisten jenseits von Leinwand, Bühne oder Sportplatz auf der Jagd nach dem ‚Echten‘, das sich hinter ihrer professionellen Oberflächlichkeit verbirgt. Diese Dimension des Privaten bzw. Persönlichen macht bei den Stars jedoch nur eine Komponente ihres Startextes (Images) aus. Die Auflösung der Grenze zwischen öffentlichem und privatem Leben, das konsequente Eindringen in die Sphäre des Persönlichen, ist hingegen definierendes Merkmal des Systems, welches Celebrities entstehen lässt“ (S.31 ff). Und auch Seifert hebt, neben

der Bedeutsamkeit massenmedialer Vermittlung berühmter Personen durch verschiedene Medien, die ausschlaggebende Rolle des Publikums hervor, indem festgehalten wird, dass „keine Industrie oder Institution kann Celebrities, Stars oder Prominente ‚gegen den Willen‘ des Publikums hervorbringen, es kann höchstens ‚Anwärter‘ für diese Positionen vorschlagen. Erst das Publikum legitimiert diesen Status, der immer nur provisorisch ist und wiederholter Bestätigung bedarf, um bestehen zu bleiben. Kein Celebrity, Star oder Prominenter entsteht demgemäß ohne ein Publikum, das ihn (widerholt) als solches anerkennt“ (S.26).

Die beiden Phänomene „Prominenz“ und „Star“ entstammen demselben Ursprung, so Stimnicker (2008), und weisen viele Gemeinsamkeiten auf, wie Öffentlichkeit, Bekanntheit, Status und Zuschreibung durch Dritte (Publikum), werden in der Literatur jedoch einer strikten begrifflichen Trennung unterzogen. Beide Phänomene sind nach dem Autor Erscheinungen der Populärkultur und stark vom Zeitgeist abhängig. Jacke (in Robertson-von Trotha 2013) nannte Stars die Elite der Prominenz, da sie sowohl kommerziellen Erfolg erzielen, „medial auf Dauer präsent sind, eine Leistung in ihrem Bereich erbringen und bekannt (Quantität) und beliebt (Qualität) sind“ (S.76). Treffend beschreibt auch Hagendorf (1999) die Schwierigkeit der Isolierung beider Begriffe: „Jeder Star ist auch prominent, aber nicht jeder Prominente ist ein Star. Stars sind also eine Teilmenge der Prominenten. Ganz klar ist auch, dass ein Star mehr ist als ein Prominenter. Ein Star hat die gleichen Eigenschaften wie ein Prominenter nur in verstärktem Maße. Ein Star ist in der Regel bekannter, aufmerksamkeitsstärker und hat einen noch höheren Nachrichtenwert. Auch wird Stars in der Literatur öfter eine Opinion-leader-Funktion zugeschrieben. Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe weiterer Merkmale, die ihn von Prominenten abgrenzen“ (S.12). In diesem Zusammenhang nennt er als weitere Merkmale 1. Außeralltäglichkeit (Stars sind etwas Besonderes, fernab vom Alltag und umgeben von einer Aura des Übernatürlichen, Unnahbaren und bieten dem Publikum eine Möglichkeit der Flucht in eine andere, perfektere, Welt), 2. Idealisierung (dem Star werden höhere Eigenschaften zugeschrieben als er eigentlich hat), 3. Projektion, die bei Prominenten weniger oder sogar gar nicht ausgeprägt sei („[...] ein Star erlebt das, was ich nicht erleben kann oder darf - er ist der, der ich (manchmal zumindest) gern sein möchte und erntet dafür paradoxerweise nicht Neid, sondern Bewunderung“ (S.13)), 4. Fans, 5. Meinungsmacher, wobei Hagendorf hier betont, dass Stars unsere Meinung beeinflussen können, aber nicht müssen, 6. öffentliches Interesse am Privatleben und 7.

Imagekontinuität. Jedoch, so der Autor, ist die Idee der Imagekontinuität als Merkmal für Stars heute überholt, da die Erfahrungen zeigten, dass ein gleichbleibendes Image, zumindest bei Schauspielern, kein Erfolgsgarant ist. Ganz im Gegenteil, da „mit der stetigen Zunahme der Erwartungen des Publikums an die schauspielerischen Künste eine erhöhte Wandelbarkeit“ erwartet werde (S.14). Hagendorf baut seine Definition des Begriffs Stars auf den der Prominenz auf und postuliert: „Prominente sind Personen, die für eine bestimmte Zeit kontinuierlich am öffentlichen Leben teilnehmen und dabei unabhängig von Einzelereignissen ein andauerndes Informationsinteresse der Öffentlichkeit begründen. Stars sind Prominente, die zusätzlich durch eine Fangemeinde eine idealisierende Verehrung erfahren“ (S.15). Auch Saxers (1997) versucht sich in der Bestimmung des Begriffs Star und definiert diesen wie folgt: „Stars sind Personen von exzeptionell hoher Medienpräsenz und Publikumsakzeptanz dank spezifischer Merkmale“ (S.207). Während Faulstich (1997) in seiner Definition die Rolle der Fans beleuchtet: „Ein Star wird zum Star durch seine jeweiligen Fans“ (S.156), hebt Linz (1965) den Star aus dem Kreis der Prominenz hervor und betont, dass es sich um eine andere „Spielart“ von Prominenz handelt. Sie definiert: „Wo sich ein Star sehen lassen mag: er wird erkannt und, was noch wichtiger ist, aufgeregt und ehrfürchtig bewundert“ (S.27). Besonders treffend macht Wippersberg (2007) anhand ihrer Definition deutlich, dass sich die Begriffe „Star“ und „Prominenz“ nicht wechselseitig austauschen lassen, denn „ein Idol ist immer auch ein Star, ein Star immer auch prominent, und Prominente sind immer auch bekannt. Aber nicht jeder, der bekannt ist, ist auch prominent, nicht jeder Prominente gleich ein Star und nicht jeder Star ein Idol“ (S.35). Die beiden Begriffe „Prominenz“ und „Star“ sind somit nicht synonym zu verwenden. Es sind zwar alle Stars prominent, aber es sind bei Weitem nicht alle Prominente Stars. Stars sind eine Teilmenge der Prominenz und befinden sich an deren oberster Spitze, ragen also noch stärker hervor und erfreuen sich noch breiterer Bekanntheit.

Reckwitz (2012), der in seiner Veröffentlichung ebenfalls auf das Starphänomen eingeht, schreibt: „>Starfähig< sind dabei jedoch kaum Personen, die lediglich herausgehobene berufliche Positionen innehaben, sondern vor allem jene, die sich durch einen ausgeprägten >expressiven Individualismus< auszeichnen: Es handelt sich um Individuen, deren vermeintliche Einzigartigkeit und kulturelle Produktivität sich in ihren Werken und in ihrer öffentlich dargestellten Subjektivität selbst ausdrückt und verwirklicht. [...] Der Star ist gerade nicht jemand, mit dem ein Verhältnis der Kom-

munikation oder des Austausches eingegangen wird. Er ist ein Subjekt, das primär als ästhetischer, als sinnlich-affektiver Gegenstand eigenen Rechts betrachtet wird“ (S.239 ff). Hierbei lassen sich, so der Autor, drei unterschiedliche Zuschreibungsmuster von Kreativität unterscheiden lassen: „Der Star als Produzent eines Werkes (der Werk-Star); der Star, dessen Gestaltungsleistung sich im Wesentlichen auf sich selbst bezieht (der Persönlichkeitsstar); der Star, dessen Werk in seiner körperlichen Performance besteht (der Performance-Star). Für alle drei Startypen gibt, dass sich die Aufmerksamkeit auf sie richtet, da sie aus der Sicht des Publikums etwas Neues, Ungewöhnliches oder Originelles produzieren. [...] Beim Werk-Star ist das kreative Produkt eben dieses – künstlerische oder anderweitig ästhetisch wirksame – objektivierte Werk und der Star sein faszinierender Repräsentant. Im Fall des Persönlichkeits-Stars sind der Starkörper und die Starbiografie selbst das vom Publikum fasziniert verfolgte originelle Produkt der eigenen Selbstgestaltung. Beim Performance-Star schließlich stellt die körperliche Aufführung des Subjekts sein kreatives >Werk< dar, das vom Rezipienten im Moment seiner Verfertigung beobachtet wird. Als Star ist das Kreativsubjekt gerade kein >innenorientiertes<, sondern ein >außenorientiertes< Subjekt, das sich vom Publikum als erfolgreicher Hervorbringer von ästhetisch Neuem zertifizieren lässt“ (S.240). Des Weiteren kommt der Autor darauf zu sprechen, dass der Star zum gesellschaftlich verbreiteten Ideal-Ich avancieren kann, „weil er aufgrund seiner Leistungen als expressives Individuum in besonderem Maße öffentliche Aufmerksamkeit auf sich zieht und damit soziale Anerkennung im Übermaß erhält“ (S.241). In diesem Zusammenhang erwähnt Reckwitz die nicht außer Acht zu lassende Rolle der Massenmedien, denn „während das Schriftmedium dazu anleitete, Subjekte in ihrer psychologischen Innerlichkeit zu begreifen, trainieren die audiovisuellen Medien darin, Subjekte primär auf der Ebene ihrer sinnlich wahrnehmbaren Oberfläche festzumachen. Dass der Star zum faszinierenden Ideal-Ich werden kann, hängt nicht zuletzt von dieser massenmedial verbreiteten Präsenz seiner sinnlich erfahrbaren Bildlichkeit (und Sinnlichkeit) ab, so dass die Performativität seines Körpers zum Gegenstand eines ästhetisierten Blicks wird“ (S.246). Insgesamt, so Reckwitz, kann festgestellt werden, dass das mediale System die moderne Kultur seit den 1920er Jahren in eine bestimmte Richtung hin steuert, nämlich in die „einer weitgehenden Ästhetisierung von Subjekten als wahrnehmbare Körper mit Gesichtern und Stimmen. Angetrieben durch die audiovisuelle Kultur, kann sich die Form des idealen Subjekts so vom innerlichen >Charakter< zur äußerlichen, faszinierenden >Persönlichkeit< verschieben. Auf der Affektebene changiert die Relation des

Betrachters zu den Bildern des Stars dabei zwischen zwei Modi: der Objektbesetzung und der Identifikation“ (S.247).

Auch die Arbeit von Borgstedt (2008) befasst sich mit dem Phänomen des Startums, wobei die Autorin nachfolgende zentrale Komponenten für dessen Entstehung herausgearbeitet hat: 1) Leistung/Erfolg, 2) Bekanntheit, 3) feste Anhängerschaft und 4) Persönlichkeit als öffentlicher Gesamteindruck (Image). Hierbei werden die Komponenten 'Leistung/Erfolg' und 'Bekanntheit' als „notwendige Bedingungen von Startum betrachtet. Eine Person, der beide Aspekte zugeordnet werden können, kann somit als >prominent< bezeichnet werden. Prominenz ist also eine Voraussetzung für Startum, da die Gruppe der Prominenten die der Stars inkludiert. Hinreichende Bedingungen für die Etikettierung einer Person des öffentlichen Lebens als >Star< liefern eine feste Anhängerschaft und eine faszinierende oder als faszinierend inszenierte und wahrgenommene Persönlichkeit“ (S.127 ff). Hinsichtlich der Leistung bzw. des Erfolgs schreibt die Autorin: „Herausragende Fähigkeiten und/oder Pionierleistungen, die in einer bestimmten Zeit Aufsehen erregen, [...] sind das Kapital, mit dem eine Person auf sich aufmerksam macht“ (S.128), wobei es besonders im Kunst- und Kulturbereich keine eindeutigen Schlüsselindikatoren zu einer solchen Bewertung einer Darbietung als besondere Leistung gibt. „[...] der Aspekt des >Herausragens< ist für einen Musiker unabdingbar. Um die Zuschreibung von Leistung personenorientiert zu kanalisieren, wird daher vor allem die öffentlichkeitswirksame *Prämierung* von Leistung in den Vordergrund gestellt. [...] Es ist somit nicht verwunderlich, dass Preise und Wettbewerbssiege sich dabei häufig als reine Gütesiegel verselbständigt haben und allein durch die *Symbolisierung* von Leistung hohe Aufmerksamkeitswerte und Anerkennung erzielen“ (S.129). Für den Musiker spielen hier somit die Verkaufszahlen in Form von Chartplatzierungen und die Verleihung von Auszeichnungen eine bedeutsame Rolle, denn „Leistung wird zumeist erst wahrgenommen, wenn sie sich als öffentlich anerkannter Erfolg verbuchen lässt“ (S.130). Zu Bekanntheit schreibt Borgstedt: „Bekanntheit ist für sich eine zentrale Bedingung für Startum. Durch Bekanntheit wird die asymmetrische Beziehung zwischen Star und Fan zementiert, denn Bekanntheit bedeutet: Die Zahl derer, die den Bekannten kennen, ist ungleich viel größer als die Zahl derer, die der Bekannte selbst persönlich kennt“ (S.130). Während Leistung, so die Autorin, theoretisch einmalig sein kann, ist Bekanntheit eine dauerhaft vorherrschende Komponente. Musikdarbietungen jedoch sind an „wiederholte Leistung und damit an die – wenn auch zumeist imaginäre – Präsenz

eines Interpreten gebunden. [...] Anerkennung durch ein Fachpublikum alleine reicht hier nicht aus, in der Regel ist die kontinuierlich erworbene Wahrnehmung durch eine breite Öffentlichkeit vonnöten“ (S.130 ff). Hierbei ist allerdings zu erwähnen, dass „Bekanntheit nicht nur eine Folge tatsächlicher Leistung oder erreichten Erfolges, sondern abhängig von der öffentlichen Wirksamkeit dieser Leistung bzw. der durch die Medien – in Form einer Zuordnung von Nachrichtenwerten – unterstellten Wirksamkeit“ (S.132) darstellt. Zur festen Anhängerschaft als weitere Komponente des Startums schreibt Borgstedt: „[...] der Star ist ohne ein begeistertes Publikum, das sich kontinuierlich für ihn interessiert, nicht denkbar“ (S.133). Deshalb verhält es sich so, „[...] dass Stars insbesondere durch spezifische, ausdifferenzierte Formen der Erzeugung verbindlicher Anhängerschaften charakterisiert werden können. D.h., die Zuordnung dieses Status bedarf letztlich der Instanz eines Publikums. Einmal erreichte Bekanntheit stellt somit ein >Beziehungskapital< dar, indem es weiteren Zugang zu Massenmedien und damit zur Aufmerksamkeit des Publikums ermöglicht. Hat ein Staranwärter den Status erreicht, Bestandteil medialer Berichterstattung zu sein, kann allein das kontinuierliche Auftauchen aufgrund der Omnipräsenz der Medien in Beliebtheit resultieren“ (S.132). Hierbei bezieht sich die Autorin auf den ‘Mere Exposer-Effekt’, nach dem sich „die positive Bewertung einer Person durch bloße Vertrautheit des Anblicks steigt“. Für die Beantwortung der Frage, wie der Konsens vieler für die Wertschätzung einzelner entsteht, zieht Borgstedt die Rolle der Massenmedien hinzu, denn „potentielle Fangemeinden werden durch die Struktur der Massenmedien kanalisiert. [...] Rezipienten, die an ein konkretes Medium – oder bestimmte inhaltliche Einheiten darin – gebunden sind, betrachten dieses als verlässliche Quelle, entsprechend den eigenen Erwartungen und Ansprüchen“ (S.132). Besonders das Fernsehen und Internet erfüllen hierbei eine genreübergreifende Funktion, so die Autorin. Des Weiteren kommt Borgstedt in ihrer Veröffentlichung auf die drei Dichotomien: Gewöhnlichkeit/Außergewöhnlichkeit, Nähe/Distanz und Realität/Fiktion zu sprechen. „Die erste Dichotomie fokussiert das komplexe Verhältnis von sozialer Integrität und auffälliger Individualität. [...] Demnach führen Stars einerseits ein normales Leben und haben gleiche Hoffnungen, Ängste und Träume wie die nicht-prominente Bevölkerungsmehrheit, heben sich aber andererseits vom Leben der >Norma-Sterblichen< ab. Somit ist ein Star – zumindest imaginär – erreichbares Objekt der Begierde, indem es fühlt und denkt wie man selbst und den Menschen medial nahe gebracht wird, als auch ein unerreichbares Objekt der Begierde, indem es die normale Welt durch seine Existenz im virtuellen Raum übersteigt“ (S.140). Bei

der zweiten Dichotomie, nämlich Nähe/Distanz, geht es um die mediale Vermittlung eines Stars und ihre Wahrnehmung durch die Rezipienten. „Zwar kann das Nähe/Distanz-Verhältnis auch real räumlich gestaltet sein (wie zum Beispiel im Konzert oder Theater), durch die Massenmedien werden jedoch ausdifferenzierte Mischformen ermöglicht. So lässt sich beispielsweise durch filmtechnische Mittel wie Schnitt, Kamerafahrt, Zoom und Nahaufnahme eine Dynamik zwischen Nähe und Distanz vielfältig gestalten. [...] Vermittelt wird also eine sinnliche Präsenz, die den Zuschauer zu weiterer Kontaktsuche motiviert: Nähe und Distanz, Verheißung und Zurückweisung sind grundlegende Pole im Spannungsfeld zwischen Star und Publikum. Bewunderung entsteht demnach nicht allein durch umfassende Verfügbarkeit eines Stars, sondern aus Versprechungen und distanzierendem Rückzug“ (S.141). Mit der dritten Dimension, in der es um Realität/Fiktion geht, „wird die Rätselhaftigkeit hinsichtlich öffentlichem Image und >tatsächlicher< bzw. vermuteter Persönlichkeit aufrechterhalten“ (S.141). Hier werden, so Borgstedt, auf der einen Seite Belege für eine Vorstellung gesucht, die sie als real qualifizieren würde (Bottom-Up) und auf der anderen Seite färbt ein verallgemeinernder, idealisierter oder entstellender Gesamteindruck die Wahrnehmung einzelner Informationen ein (Top-Down). „Auch diesen Effekt unterstützen die medialen Inszenierungstechniken, indem sie zum Beispiel durch naturalistisch-dokumentarische Darstellungen reale Tatsachen suggerieren und durch Close-Ups das Gefühl vermitteln, eine Person wirklich >entlarven< und verstehen zu können oder aber durch bestimmte Lichtverhältnisse und Einstellungen ästhetische Überhöhungen und Idealisierungen visualisieren, die die Person als unwirklich und >wie aus einer anderen Welt< erscheinen lassen. Bezüglich Musiker können diese visuellen Vermittlungsformen um auditive ergänzt werden [...]“ (S.141). Passend hierzu schreibt Schuegraf (in Robertson-von Trotha 2013): „Doch vor allem in den letzten Jahren und mit den aufkommenden technologischen und medialen Fortschritten sowie den daran gekoppelten Möglichkeiten des Produzierens, Distribuierens und Präsentierens – insbesondere mittels digitaler Medien über das Internet – zeigt sich, dass die Grenzen zwischen dem (klassischen) Star und anderen (teils selbst ernannten) Berühmtheiten immer mehr verwischen. Dazu kommt, dass die Grenze zwischen dem öffentlichen, professionsbezogenen Startum und der vermeintlich privaten Person zusehends verschwimmen. Die Privatperson und ihr Handeln jenseits ihrer Profession rückt immer stärker ins öffentliche Interesse und wird crossmedial über sämtliche Kanäle verhandelt. Diese beiden Entwicklungen, einerseits die Digitalisierung und das Aufkommen des Web 2.0 und andererseits die Fo-

kussierung auf die privaten und persönlichen Seiten des Stars (und seinen vermeintlichen Alltag), impliziert ein Näherrücken von Stars und Fans bzw. Publikum. Das verdeutlicht, dass eine Verschiebung vom entrückten, in erster Linie an das Starsystem gekoppelte Star zu einem gesellschaftlichen und kulturell verhandelbaren Celebrity stattfindet [...]“ (S.121).

2.1.2.7. Die Expansion des Starsystems

Eine weitere, nicht außer Acht zu lassende Thematik wird von Reckwitz (2012) in seiner Veröffentlichung beleuchtet, nämlich die der Expansion des Starsystems. Insgesamt verhält es sich so, dass der Filmstar und der Star der Pop- und Rockmusik innerhalb des Starsystems des 20. Jahrhunderts die beiden wichtigsten Kontenpunkte gebildet haben. „Ihr Ästhetisierungseffekt ist ein doppelter: Die Wahrnehmung des Stars ist primär nicht von einem Informationsinteresse geleitet, sondern sinnlich-affektiv orientiert, und die Stars in ihrer Werk-, Persönlichkeits- und insbesondere Performance-Kreativität erscheinen wiederum als expressive Individuen, die immer wieder ästhetisch Relevantes hervorbringen“ (S.262). Das Starsystem, so der Autor, erreicht seit den 1980er Jahren seine ausgereifteste, spätmoderne Struktur und erfährt nun eine „Expansion und kulturelle Generalisierung [...]“. Vieles spricht dafür, dass eine Entgrenzung des Starsystems stattgefunden hat, welche die Anzahl der Subjektfiguren, die medial starfähig erscheinen, weiter vergrößert und damit auch die Bedeutung der Film- und Musikstars relativiert. Diese spätmodernen Stars bestätigen in der Regel das Modell eines expressiven Kreativsubjekts, und sie bekräftigen zudem häufig das Paradigma des Performance-Stars“ (S.262 ff). In diesem Zusammenhang kommt Reckwitz auf den Werk- und Persönlichkeitsstar zu sprechen beziehungsweise auf das ambivalente Verhältnis zwischen Werk und Persönlichkeit beim postmodernen Künstler: „Einerseits ermöglicht erst das anerkannte oder umstrittene Werk dem Künstler Starfähigkeit, andererseits richtet sich das massenmediale Interesse nur sekundär auf dieses Werk und regelmäßig vielmehr auf die Selbstkreation der Künstlerpersönlichkeit als Träger eines individuellen Stils“ (S.246). Hinsichtlich der Expansion des Starsystems verhält es sich nach Reckwitz so, dass der Künstler nur mehr einen Kontenpunkt unter vielen innerhalb eines umfassenden Starsystems bildet und neben dem Künstler weitere Professionen „aus der ästhetischen Ökonomie zu einer Expansion und Diversifizierung der Domäne der Werk- (und Persönlichkeits-) Stars“ (S.264) beitragen, was insbesondere für die Bereiche der Mode und des Designs sowie der Architektur gilt. Aber auch das Feld der Wis-

senschaft wird hier mit eingeschlossene sowie auch Unternehmerfiguren, die unter Umständen starfähig werden, indem sie sich überzeugend als Kreative präsentieren. „Die Ausdehnung und Diversifizierung des Starsystems bedeutet eine quantitativ gesteigerte und qualitativ aufgefächerte mediale Präsenz von Subjekten, denen – ob als Schauspieler, Sänger, bildender Künstler, Moderator, >genialer< Sportler, Modeschöpfer, Designer, Architekt, Intellektueller oder Kreativunternehmer– Leistungen für Kreation von Neuem, primär von ästhetisch Neuem zugeschrieben werden“ (S.265). Diese Ausdehnung und Diversifizierung des Starsystems enthält jedoch eine gegenläufige Tendenz, so Reckwitz, nämlich „eine Entkopplung der Aufmerksamkeit des Publikums von der öffentlich zertifizierten kreativen Leistung. Generell hängt die Originalität eines Werks oder einer Performance, ihr Status als etwas wertvoll Neuem und ästhetisch Interessantem zwar vom Urteil des Publikums ab. Aber die Aufmerksamkeit des Publikums für massenmedial präsentierte Stars kann sich auch von der Fähigkeit dieser Stars ablösen [...]. Vor allem in zwei Konstellationen wird diese Entkopplung von Aufmerksamkeit und Kreationswert deutlich: im Falle des >berüchtigten<, negativen Stars und des reinen Persönlichkeits-Stars. Seit der Entstehung des massenmedialen Starsystems in den 1920er Jahren erlagen auch Urheber spektakulärer Gewaltakte enorme öffentliche Aufmerksamkeit und in bestimmter Hinsicht Starqualitäten“ (S.266). Dies wird dadurch begründet, so der Autor, dass im Zuge der Popularisierung einer Ästhetik des Bösen und Unheimlichen ein morbider sinnlich-affektiver Reiz auf das Publikum ausgeübt wird. Hinsichtlich der zweiten Konstellation, nämlich die des Persönlichkeits-Stars, bei dem es, so der Autor, um einen Startypus geht, der weder ein spezifisches Werk noch eine außergewöhnliche Performance vorweisen kann, dessen Starcharacter sich vielmehr aus seiner medial präsentierten Persönlichkeit ableitet, schreibt Reckwitz: „Während Werk- und Performance-Star zumindest sekundär immer auch Persönlichkeits-Stars sind, handelt es sich hier um verabsolutierte Persönlichkeits-Stars, um jenen Typus, von denen Daniel Boorstin kulturkritisch feststellt, dass sie >berühmt dafür sind, berühmt zu sein< [...]. Bei diesem greift folgender Mechanismus: Durch Zufall oder eine minimale (positive oder negative) Abweichung richtet sich die mediale Aufmerksamkeit auf eine Person; diese entwickelt sich vor diesem Hintergrund zu einem symbolischen >Marker< auf Dauer, an dessen private und berufliche Existenz sich ein sich selbst verstärkendes Publikumsinteresse heftet. Die Intensität des Neuen und des sinnlich-affektiven Reizes mögen in diesem Falle eher schwach ausgeprägt sein, reichen aber aus, um einen Prominenstar zu installieren“ (S.267). Hierbei, so der Autor, sind

die Affekte des Publikums gegenüber einem solchen Prominenzstar ambivalenter Natur und verkehren sich schnell ins Negative: „Der Prominenzstar ist kein faszinierendes Ideal-Ich mehr, sondern eine vollständig veralltäglichte Figur, der nicht selten mit Verachtung und Schadenfreude begegnet wird. Die mediale >Fabriziertheit< des Prominenten wird dem Publikum bewusst, und dies unterminiert seine Legitimationsgrundlage“ (S.268). Analog zum negativen Star ergibt sich hier eine Diskrepanz zwischen Leistung und Erfolg, so Reckwitz, sprich „der Tatsache, dass keine anerkannt wertvolle Kreativeleistung vorliegt, und dem sozialen Erfolg, zum Gegenstand perpetuierter öffentlicher Aufmerksamkeit zu werden. [...] Das Starsystem ermöglicht damit ein gesellschaftliches Dispositiv, das jene Subjekte auszeichnet, die ästhetisch anerkannt Neues kreieren – und unterhöhlt es zugleich“ (S.268).

2.1.3. Psychische Störungen prominenter Musik Performer

Nach dem Versuch der begrifflichen Differenzierung der Phänomene Prominenz, Elite und Star und der näheren Beleuchtung ihrer Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte sowie der damit zusammenhängenden Theorien, soll im Folgenden die Aufmerksamkeit in Richtung des Untersuchungsgegenstands dieser Studie gelenkt werden, nämlich auf die Frage nach den psychischen Störungen prominenter Musik Performer.

Passend hierzu wird in dem von Brackett veröffentlichtem Buch „Dark Mirror: The Pathology of the Singer-Songwriter“ (2008) einleitend aufgeführt, dass sowohl die Talente als auch die psychischen Störungen der Singer-Songwriter in ihren geschriebenen Werken manifestiert sind und dem Zuhörer teilweise als vorgehaltenen Spiegel dienen (Prologue S.x). Sehr anschaulich spricht Brackett über die von Singer-Songwriter Bob Dylan geäußerte Metapher einer Kohlemine, die sinnbildlich für seine unvergesslichen Songs steht:

„Basically, they all work inside coal mines, but in the coal mines of their own personalities and identities, real or imagined, into which they must first descent to scrape away at the dim walls of their own emotional mine shafts. The raw material they chip away out of the deep darkness, a coal blacker than belief, eventually becomes refined, baked under extreme pressure until it somehow is transformed into that other substance that originates as humble carbon but which we all treasure so greatly: the glittering diamond of a great song. [...]. They all must lower themselves into that coal mine - their own emotional histories, their own personal little swatches of gritty territory – in order to chisel off portions of the damp cave itself. [...]. These chunks

are then meticulously dragged up into the daylight and their ascent to the light, where the rest of us stand waiting to discover meaning. [...]. At this stage, the diamond still resembles any other rock, yet after the cutting and polishing process, the process that gifted artists [...] so dreaded as a form of indentured servitude, the shining facets of a song that will last forever being to emerge. [...]. After all is said and done, there is a price to pay, but the writers pay it on our behalf: we get the diamond and they undergo a drastic convulsion of their emotional mine shafts” (Prologue S.xiii). Und weiter: “Such artists tell the truth as they see it, whether we want to hear it or not, preferring not to whitewash their insights with any illusions that help us cope with the information in the song. Nakedness of emotion, they seem to suggest, is all that matters” (S.3).

Und Ludlow schreibt:

“It’s a persistent myth that psychological torment and creativity are inextricably linked. According to the myth, we run the risk of drying up creatively when we attempt to heal ourselves emotionally through careful self-examination or psychotherapy. The thinking is, if you exorcize your emotional demons, your creative angels will leave too. Our disturbances don’t help us keep our edge. Instead, they prevent free passage into the deeper, more spontaneous elements of the creative unconscious” (in Brackett 2008, S.3).

West betont in seinem 2004 veröffentlichten Artikel „Drugs and musical performance“, dass musikalische Performanz mit zu den schwierigsten und anspruchsvollsten menschlichen Tätigkeiten zählt und es von daher nicht verwunderlich ist, dass viele in diesem Bereich zu künstlichen Hilfsmitteln greifen, um psychisch oder physisch den Anforderungen stand halten zu können. Musik, so West, und der damit zusammenhängende Gebrauch von psychotropen Substanzen ist auf Jahrhunderte zurückzuführen. Shapiro (1988), Curry (1968) und Taki (1969) weisen in ihren Veröffentlichungen ebenfalls einen erhöhten Konsum psychotroper Substanzen bei musikalischen Künstlern nach. Leonard (1989) veranschaulicht in ihrer Veröffentlichung „Witness to the Fire: Creativity and the Veil of Addiction“ treffend die Ähnlichkeit des psychischen Befindens während der kreativen Phase und dem Konsum diverser Substanzen und schreibt, dass weniger ein kausaler Zusammenhang zwischen Kreativität und dem Hang zu Substanzen besteht, sondern eher eine interessante Übereinstimmung:

“Both descend into chaos, into the unknown underworld of the unconscious. Both are fascinated by what they find there. Both encounter death, pain, suffering. But the addict is pulled down, often without choice, and is held hostage by addiction; the creative person chooses to go down into that unknown realm, even though the choice may feel destined. Artists who are addicted have a ‘double descent’ – the one of their addiction and the other of their creativity; their situation is compounded and complex, and they respond in different ways. Some creative

artists descent with the help of drugs or alcohol and continue to create. Some find they must give up their addictions in order to create. And others continue their addiction to the early loss of their creativity and/or their lives. But once in the realm of the underworld mysteries, they must eventually choose to find from a meaning from the chaos and do return to life and society" (S.xvii).

Des Weiteren geht Leonard auf die Angst vieler Künstler vor dem Verlust ihrer Kreativität bei Verzicht auf den Konsum diverser Substanzen ein und schreibt:

„Many addicts fear they will lose their creativity if they give up the drinks or drugs, romance or power, that they feel takes them to the creative source. Of these, many who hold onto their addictions die an early death or find their creative spring has gone dry or soured. In contrast, many recovering addicts, after enough healing time has passed, find new energy and open spaces in themselves for a creative life. Both need to know there is a way down and back from the creative depths without recourse to addiction" (S.xv).

Prus & Irini (1980) kommen in diesem Zusammenhang auf die vereinfachte Zugänglichkeit zu Alkohol und Drogen im Musikgeschäft zu sprechen, welche verbunden ist mit der Tatsache, dass Musiker größtenteils eigenständig und somit unbeaufsichtigt arbeiten, was die Einnahmen dieser Substanzen fördert bis zu dem Grad, als dass der Gebrauch als selbstverständlich angesehen wird. Breitenfeld betont in seinem 2008 veröffentlichten Artikel „Substance Abuse in Performing Musicians“, dass eine Vielzahl von Singer-Songwriter zu chemischen Substanzen greifen, um die Qualität ihrer Darstellung aufrecht zu erhalten, aber auch um Belastungen wie Anspannung, Ängste und Lampenfieber, was sich nachteilig auf einen gelungenen Auftritt auswirken kann, in den Griff zu bekommen. Unter der Vielzahl an chemischen Substanzen, so Breitenfeld, ist Kokain eine der am meisten verbreiteten Droge unter Singer-Songwritern, besonders im Bereich der Popmusik, aber auch Beruhigungsmittel werden häufig verwendet, um Ängsten zu entfliehen. Groce (1991) erwähnt in seinem Artikel „What the buzz?: Rethinking the meanings of uses of alcohol and other drugs among small-time rock'n'roll musicians“, dass er sowohl auf Becker's Arbeit über den Marijuanakonsum von Jazzmusikern als auch auf Bennett's Diskussion über die Rolle von Drogen im Leben von Rockmusikern aufbaut und in seiner eigenen Studie die Bedeutung und den Nutzen von Alkohol und anderen bewusstseinsweiternden Substanzen unter kontemporär populären Musikern untersucht, hier auch "small-time" Musiker genannt. Unter diesem Begriff, der, so Groce, auf Bennett zurückzuführen ist, versteht man jene Musiker, die „not yet commercially successful“ (S.363) sind. Die Ergebnisse seiner Studie zeigen auf, dass 77,1% der befragten Musiker

zugaben regelmäßig Alkohol zu konsumieren, die restlichen 22,9% haben entweder niemals regelmäßig Alkohol getrunken oder dies in der Vergangenheit getan. Hinsichtlich anderer Drogen haben 60% der Musiker zugegeben regelmäßig Marijuana zu rauchen, 37% konsumieren entweder Kokain oder andere Stimulanzien, wie Speed oder Chyystal Meth. Des Weiteren geht Groce in seiner Studie auf die Bedeutung und den Nutzen des Substanzkonsums ein, indem er die soziale Welt der "small-time" Musiker aus drei verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet. So wird zunächst eine Dimension unter die Lupe genommen, die er als „micro“ oder „social interactional dimension“ bezeichnet. Hierbei liegt der Sinn des Konsums gewisser Substanzen für Musiker darin „to organize and maintain the largely fragile social reality of public music performance. It is also clear that these musicians' definitions of the meanings and uses of drugs are tied to developing the social identity of a professional musician, which is in the turn tied in large part to both individual and collective presentation of self before live audiences“ (S.357). Als nächstes geht Groce auf eine Dimension ein, die er "macro" oder "structural perspective" nennt. Hierunter ist zu verstehen, dass "small-time" Musiker unter anderem der Tatsache ausgeliefert sind schlechter bezahlt zu werden als manche ihrer erfolgreicherer Kollegen. Häufig, so der Autor, wird ihnen von Bar- oder Clubbesitzern als Teilzahlung freier Alkohol beziehungsweise Alkohol zu reduzierten Preisen angeboten, was förderlich auf den Konsum dieser Substanz wirkt. Erschwerend kommt hinzu, dass die Künstler von ihren Auftraggebern häufig dazu angehalten werden die Anwesenden zum Trinken zu motivieren, um Profit zu generieren, an dem sie selbst jedoch nicht beteiligt werden. Auch ist es von den Auftraggebern häufig erwünscht, dass die Musiker während ihrer Performance zu Alkohol greifen, um dem Publikum zu symbolisieren, welchen Spaß sie haben. Des Weiteren sehen sich nach Groce "small-time" Musiker gerne selbst als professionelle Musiker, werden jedoch von Auftraggebern und dem Publikum nicht als solche behandelt, was häufig zu Missmut und Verbitterung führt. Als letzte Dimension führt Groce die Dimension „situation“ auf, die sich auf die Lokation, den Auftraggeber und das Publikum bezieht. Hierbei geht es um die Konzentration der Musiker auf ihren Ausdruck sowie auf den Eindruck, den sie bei dem Publikum hinterlassen, um ihre Fähigkeit des Teamworks und die kontinuierliche Bemühung um Ausbesserung von Fehlern und Lücken während des Auftritts. Die Herausforderungen der letztgenannten Dimension sind neben vielen weiteren Aspekten einer der Gründe, so Groce, weshalb sich Musiker zum Konsum diverser Substanzen stark hingezogen fühlen; „to loosen up“, „get in the mood“ und „be more creative“

(S.377). Als weitere Gründe für den Konsum von Alkohol und Drogen wird Langeweile und Frustration aufgeführt, der es zu entfliehen gilt, sowie ein Gefühl von Gemeinschaftlichkeit bei der rituellen Einnahme der Substanzen. Abschließend zu Groce's Untersuchung wird in einem kurzen Umriss auf seine Ergebnisse hinsichtlich der Bewertung des Konsums von Substanzen durch "small-time" Musiker eingegangen. Hierbei unterteilte er die Künstler in drei verschiedene Gruppen: „Starting bands“ sind jene Bands, die maximal sechs Monate oder kürzer miteinander arbeiten, „working bands“ sind jene, die zwischen sechs Monaten und einem Jahr miteinander arbeiten und „veteran bands“ sind Bands, die seit einem Jahr oder länger auftreten. „Starting bands“ heben deutlich vermehrt die positiven Aspekte des Substanzkonsums hervor im Gegensatz zu den negativen Aspekten, ebenso wie „working bands“. Letztgenannte Gruppe jedoch auf eine andere Weise als erstgenannte, da sie Liveauftritte bereits gewohnt sind und davon ausgehen, dass durch die Substanzen die Kreativität erhöht und das Bewusstwerden von Feinheiten in der Qualität der Musik verfeinert wird. Sie erkennen die potentiellen Gefahren, die mit dem vermehrten Substanzkonsum einhergehen, beobachten die negativen Konsequenzen bei ihren Kollegen und können durch ihre Erfahrung auf der Bühne besser abschätzen, wo ihr eigenes Limit liegt. Die Gruppe der „veteran bands“ formuliert sowohl die positiven als auch die negativen Aspekte des Substanzkonsums, wobei manche Teilnehmer als primären Nutzen die Flucht aus der Langeweile aufführen, da ihnen der Ablauf einer Liveperformance bereits vertraut ist und die Aufregung des Neuen seinen Glanz verloren hat. So ist die Tätigkeit für diese Personengruppe „no longer an adventure, it's just a job“ (S.380).

Auch Boyd (1992) kommt in ihrer Veröffentlichung auf die sowohl positiven als auch negativen Erfahrungen prominenter Musiker mit Alkohol und Drogen zu sprechen und erläutert, dass einige der interviewten Musiker schon einmal mit diversen Substanzen in Berührung gekommen sind, diese allerdings nicht mochten, viele jedoch den Konsum als äußerst hilfreich beschreiben. So hat der Konsum schüchternes und selbstkritisches Verhalten sowie Ängste und andere unangenehme Gefühle reduziert, ihre Inspiration verstärkt und neue Sichtweisen ermöglicht. Doch wurde von den meisten interviewten Musikern aufgeführt, dass bei schleichendem Übergang von regelmäßigem Substanzgebrauch in Missbrauch oder Abhängigkeit die Kreativitätsleistung nachlässt und immer weiter abnimmt. Raeburn (2000) nennt ebenfalls Substanzmissbrauch beziehungsweise Substanzabhängigkeit, aber auch Depression

und Angststörung als wesentliche Probleme, mit denen Musiker zu kämpfen haben und schreibt, dass Substanzmissbrauch beziehungsweise Substanzabhängigkeit eindeutig die am meisten erwähnten Problematiken berühmter Musiker sind und es so scheint, als nimmt deren Tod aufgrund von Alkohol- und Drogenmissbrauch beziehungsweise der damit zusammenhängenden Unfälle mit jeder Generation immer stärker zu. Oftmals lässt sich nur schwer unterscheiden, so Raeburn, ob die Todesursache eine ungeplante Folge übermäßigen Drogen- oder Alkoholkonsums ist, als Mittel zum Zweck eingesetzt wird, wie eines ersehnten, sich langsam vollziehenden Suizids, oder auf andere Ursachen zurückzuführen ist. So vergleicht Preti in seiner 2001 veröffentlichten Studie „Musical creativity and suicide“ die Suizidrate berühmter Künstler in den Bereichen Musik, Literatur und bildende Künstler, wobei für den Autor die Suizidraten stellvertretend für psychische Störungen anzusehen sind. Preti hat diese drei Berufsgruppen für seine Studie gewählt, da sie sich in verschiedenen vorangegangenen Untersuchungen als diejenigen mit dem höchsten Suizidrisiko, verglichen mit der Allgemeinbevölkerung, herausgestellt haben. Die Ergebnisse seiner Studie zeigen auf, dass Musiker ein geringeres Suizidrisiko aufweisen als Schriftsteller und darstellende Künstler. Preti weist darauf hin, dass seine Ergebnisse mit denen von Juda (1949) und Jamison (1993) übereinstimmen und kommt zu dem Schluss, dass Berufe, welche mit spezifischen technischen Fertigkeiten verbunden sind, wie das Spielen eines Instruments oder dem Singen, und mit häufigem sozialen Kontakt einhergehen unvereinbar zu sein scheinen mit schweren, lang andauernden psychischen Störungen. Andere Künstler hingegen, wie Dichter oder Schriftsteller, können sich, im Gegensatz zu Singer-Songwriter, seiner Ansicht nach erlauben nach Wunsch ein Leben in Einsamkeit zu führen, was zu einer Verstärkung ihrer Symptomatik führen kann. Des Weiteren lässt das geringere Suizidrisiko bei Musikern darauf schließen, so Preti, dass sich eine gewisse schützende Wirkung aus der Musik ergibt. Musiker arbeiten mit Klängen, so der Autor, und somit in einem Bereich, welcher sie darin unterstützt sich selbst näher zu kommen, auch zu den Teilen ihres Selbst, welche die Quelle von Konflikten darstellt. Abschließend kommt er auf die therapeutische Bedeutung von Musik zu sprechen, welche bei der Behandlung unterschiedlicher Störungen und Krankheiten zum Einsatz kommt (S.724 ff). In diesem Zusammenhang ist die im Jahr 2007 durchgeführte Studie von Bellis zu nennen, welche aufzeigt, dass nordamerikanische und europäische Rock- und Popstars einen früheren Tod sterben als die Allgemeinbevölkerung, wobei die Mortalität nordamerikanischer Rock- und Popstars über der Mortalität europäischer Rock- und Popstars

liegt (S.897). Interessant ist hierbei zu beobachten, dass in den ersten beiden Jahren des Ruhms die Mortalität nordamerikanischer Rock- und Popstars knapp unterhalb der europäischen liegt, danach jedoch, mit zunehmender Dauer des Ruhms, eine Veränderung eintritt und zwar insofern, als dass die der europäischen Rock- und Popstars weitgehend konstant bleibt beziehungsweise sich nach 25 Jahren der Mortalität der Allgemeinbevölkerung angleicht, während die Mortalität der nordamerikanischen Rock- und Popstars mit der Dauer des Erfolges kontinuierlich ansteigt. So macht Bellis darauf aufmerksam, dass regionale Unterschiede zu beobachten sind (S.898). Neben regionalen Unterschieden sind des Weiteren auch die verschiedenen Musikrichtungen zu berücksichtigen, wenn die Frage nach dem psychischen Befinden von Musikern im Fokus steht. So geht Blake (in Manning 2007) in seiner Veröffentlichung „*Drugs and Popular Culture*“ auf verschiedene Musikrichtungen ein, wenn es um den Konsum verschiedener Substanzen geht. Die Beziehung zwischen Musik und dem Konsum verschiedener Substanzen „has been expressed through journalism, biography and fiction, the lyrics of songs, the cultural practices of popular musicians and audience, and through musical forms and performance styles“ (S.103). Wurden die Substanzen Narkotika und Heroin in UK zunächst primär von Jazz Musikern konsumiert, so der Autor, änderte sich dies in den frühen 60er Jahren in Richtung Popmusik und Mitte der 70er Jahre in Richtung Punk. „The use of heroin [...] was pioneered partly by musicians who genuinely believed that its use would improve their performance whatever its other effects on their lives. [...] the use of illegal drugs for performance enhancement was a dangerous form of masquerade“ (S.106). Mitte der 50er Jahre breitete sich der Cannabis Konsum verstärkt aus: „While not directly associated in the public imaginary with jazz, pop and rock, cannabis was associated with the music of the new Anglo West Indians, who brought ganja with them“ (S.108). Besonders die Musikrichtung Reggae stand mit dem Konsum von Marihuana in engem Zusammenhang sowie Mitte der 60er Jahre in den USA der Konsum von LSD im Bereich der Rockmusik. „The use by musicians of synthetic chemicals such as LSD [...] rather the ‘natural highs’ of material made directly from the opium poppy, the coca leaf or the cannabis plant, can be seen as a direct parallel to progressive rock’s engagement with the highly synthetic, lengthy and relatively complex Western tradition of classical music composition“ (S.109). Die in den 80er Jahren entstandene Elektromusik stand eng in Zusammenhang mit dem Konsum von Ecstasy, so Blake: „[...] this music was conceived as part of a synaesthetic experience, not as something to listen to in its own right, and the experience as a whole

seemed to involve the implied use of drugs, and in particular the newly-popular synthetic drug ecstasy". Und weiter: „The music was made from fragments, without the usual narratives of pop lyrics or jazz chord changes, and it was built above all on pulse. [...] by the end of the decade most dance music would pulse at 120 bpm or more, sometimes far more – thus synchronising with the heartbeat rate associated with the use of speed or ecstasy. Furthermore, producers and DJs evolved a range of musical techniques [...] which are expressly designed to stimulate the bodies of the ecstasy user" (S.112).

Auch Mula kommt in seiner 2009 veröffentlichten Studie „Music and madness: neuropsychiatric aspects of music“ auf die psychischen Störungen von Musikern zu sprechen und zeigt auf, dass mit unterschiedlichen Musikrichtungen unterschiedliche psychische Störungen einhergehen. So weisen seine Ergebnisse darauf hin, dass Musiker aus den Bereichen Klassik und Jazz vermehrt unter affektiven Störungen leiden, Rockmusiker hingegen vermehrt unter Substanzmissbrauch. Häufig wird davon ausgegangen, so Mula, dass besonders in der manischen Phase die kreative Schaffenskraft am ausgeprägtesten ist, da ein vermehrter Ideenreichtum vorliegt, doch können die Ideen ebenso schnell wieder verfliegen wie sie aufgetaucht sind. Von daher sollten kreative Ideen, seien diese musikalischen, literarischen oder malerischen Ursprungs, in einer moderaten Geschwindigkeit erfolgen. Meist folgt, so Mula, auf eine depressive Phase umgehend die produktivste Schaffensphase, was darauf schließen lässt, dass Stimmungsschwankungen mit einer Tendenz zur Depression förderlich für den Künstler seien. Wintersgrill (1994) konzentriert sich in seinem Artikel „Music and melancholia“ auf die beiden Aspekte psychische Störungen und künstlerische Schaffenskraft in Bezug auf zwölf berühmte Komponisten und fand anhand seiner Recherchen heraus, dass auch hier primär schwere Depressionen und Bipolare Störungen vorlagen.

Neben den soeben genannten psychischen Störungen, nämlich Substanzmissbrauch/-abhängigkeit und affektive Störungen, ist nach Ansicht von Bandelow (2007) bei prominenten Musikern am häufigsten eine Borderline-Persönlichkeitsstörung beziehungsweise eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zu finden. Bandelow kommt in seinem 2007 veröffentlichtem Buch „Celebrity – vom schwierigen Glück berühmt zu sein“ auf Ludwig zu sprechen, der im Jahr 1992 mehr als eintausend Biographien prominenter Persönlichkeiten unterschiedlicher Berufsgruppen studierte und herausfand, dass die kreativen Berufsgruppen am häufigsten psychische Probleme aufzei-

gen, wobei darunter Musiker vermehrt unter Alkohol- und Drogenproblemen sowie Depressionen litten. Bandelow macht in seinem Buch darauf aufmerksam, dass in der „Ludwig-Untersuchung“ die Persönlichkeitsstörungen nicht berücksichtigt wurden, es jedoch anzunehmen ist, dass diejenigen Künstler, „die das charakteristische Muster aus Sucht, Depression, Suizidalität und sexuelle Störungen zeigten, die Kriterien einer Borderline-Persönlichkeitsstörung erfüllten“ (S.146). Des Weiteren “[...] fällt übrigens auf, dass die Musiker und Schauspieler, also diejenigen, die ihren Erfolg ohne zeitlichen Verzug auf der Bühne einheimen können, deutlich häufiger das Borderline-Spektrum erfüllten als die Künstler, die oft lange auf die Früchte ihres Schaffens warten müssen, wie etwa Komponisten und Autoren“ (S.146). Zu erwähnen ist hier, dass das im Jahr 2007 erschienene Buch von Bandelow keine wissenschaftliche Arbeit darstellt, sondern die einzelnen Biografien internationaler Stars analysiert, wohingegen seine im Jahr 2010 veröffentlichte Arbeit wissenschaftlich untermauert ist. Auch hier kommt Bandelow auf die Borderline-Persönlichkeitsstörung zu sprechen und führt auf, dass Personen mit diesem Störungsbild ihren Körper unkontrolliert und unbewusst in einen künstlich hergestellten „Überlebensmodus“ manövrieren, um den rasch darauffolgenden „Endorphinrausch“ zu genießen. So sind Selbstverletzungen, Essstörungen, aggressives Verhalten, häufige und riskante sexuelle Ausschweifungen sowie das krampfhaft Ringen um Aufmerksamkeit, alles häufig zu beobachtende Konstellationen vieler Prominenter und für Bandelow ein Indiz einer Borderline-Persönlichkeitsstörung, bemühte Versuche dem Gefühl von Leere, Lust- und Freudlosigkeit zu entfliehen und das Belohnungssystem, auch Endogenes Opioidsystem (EOS) genannt, zu stimulieren. Dass bei Personen mit einer Borderline-Persönlichkeitsstörung eine komplexe Dysfunktion des Opioidsystems vorliegt lässt sich für Bandelow daran erkennen, dass Betroffene einer Borderline-Persönlichkeitsstörung bei selbstverletzendem Verhalten, wie dem sich selbst Schnitte zuzufügen, von euphorischen, schmerzfreien Gefühlen berichten, während Personen ohne solch eine psychische Störung große Schmerzen dabei empfinden. So ist auch Sucht für Bandelow keine Folge des Rock’n’Roll Lebens vieler Stars, sondern eine unmittelbare Folgeerscheinung einer Persönlichkeitsstörung mit autoaggressivem Verhalten. Da der Dopaminhaushalt bei Betroffenen einer Borderline-Persönlichkeitsstörung gestört ist, so Bandelow (2010), helfen die Drogen eine gesteigerte Dopamin- und Endorphinfreisetzung im mesolimbischen System zu bewirken. Für Bandelow ist das Streben nach einem Leben in Öffentlichkeit primär auf das Belohnungssystem zurückzuführen, welches durch das Stehen im Zentrum

der Aufmerksamkeit und somit durch die vermehrte Aufmerksamkeit des Publikums stimuliert wird: „Triebkraft der gewaltigen Energie, die notwendig ist, ein Star zu werden, ist das Belohnungssystem des Gehirns, [...]. Das Superbenzin für dieses anspruchsvolle Wohlfühlssystem ist der Erfolg“ (Bandelow 2007, S.132). Personen mit einer Borderline-Persönlichkeitsstörung finden nach Bandelow meist immer einen Weg, um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, wie beispielweise den Weg über die Bühne als Musiker, Schauspieler oder eine andere Form der Kunst, weshalb sie unter anderem deshalb besonders häufig im Showbusiness zu finden sind. Das Bedürfnis nach Aufmerksamkeit und Anerkennung wird auch von Franck in seinem 1998 veröffentlichtem Buch „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ wie folgt beschrieben: „Die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen. Ihr Bezug sticht jedes andere Einkommen aus. Darum steht der Ruhm über der Macht, darum verblasst der Reichtum neben der Prominenz“ (S.10).

Neben der Borderline-Persönlichkeitsstörung kommt Bandelow in seinem 2007 veröffentlichtem Buch auch auf die narzisstische Persönlichkeitsstörung zu sprechen. Narzissmus führt dazu, so Bandelow, dass die betroffenen Personen „ihre künstlerischen Fähigkeiten mit sehr viel mehr Energie ausgestalten als gesunde Menschen und sich somit im harten Konkurrenzkampf des Showgeschäfts besser durchsetzen können“ (S.132). Und weiter: „Natürlich sind es auch Lust an der Musik oder Spaß am Schauspiel, die die Künstler motivieren. Aber mehr als durch natürliche Begabung und Talente, Geld, gute Worte oder Darstellungsfreude werden Künstler von der Angst angetrieben, nicht die Belohnung durch Anerkennung zu bekommen“. So ist nach Bandelow neben einer gewissen künstlerischen Begabung, Einfallsreichtum, Intelligenz, einer harten Ausbildung und Organisationstalent ein gewisses Maß an Narzissmus notwendig, um den Eifer zu entwickeln überragende Kunst zu schaffen. Das Kerosin, das den „Raketennotor Narzissmus“ antreibt, besteht, so Bandelow, aus der Angst nicht zu den Besten zu gehören, denn „Erfolg und gesellschaftliche Anerkennung sind die existenziellen Drogen der Künstler“ (S.154). Dies soll jedoch nicht bedeuten, so Bandelow, dass alle berühmten Musiker geltungssüchtige Narzissten sind, jedoch haben es diese leichter das Publikum für sich zu gewinnen. Es gibt ebenso ausgeglichene Kunstschaffende und zurückhaltende, scheue Genies, die ihren Fokus nicht primär auf den Publikumserfolg legen, „aber wenn zwei Künstler mit dem gleichen Talent gegeneinander um die Gunst des Publikums antreten, gewinnt meist derjenige, der mit einem gehörigen Selbstbewusstsein und Geltungs-

drang ausgestattet ist“ (S.153). Menschen mit einer Persönlichkeitsstörung können, wenn sie ihre Energien in die richtigen Bahnen lenken, Großes und Bedeutendes schaffen. So vermutet Bandelow, dass das Leben vieler Prominenten nicht besser verlaufen wäre, wären sie nicht berühmt geworden, sondern in diesem Falle allein mit den negativen Aspekten psychischer Störungen zu leben hätten „ohne die Chance, die eigenen Talente zur Geltung zu bringen, um Anerkennung zu finden, ohne die Möglichkeit, Angst, Unbehagen und Wut in Kreativität umzulenken“ (S.263). Nach Bandelow muss die „Befriedigung durch künstlerische Erfolge allerdings ständig aufrechterhalten werden – sonst kommt es zum Zusammenbruch. Daher werden viele der ganz Großen des Showgeschäfts nicht mit der Tatsache fertig, dass der Ruhm natürlicherweise irgendwann einmal nachlassen muss“ (S.155). In diesem Fall, so Bandelow, stürzen die Betroffenen häufig in Verzweiflung oder versuchen ihr Belohnungssystem durch Drogen zu befriedigen.

Auch nach Young & Pinsky (2006), die erstmals 200 Prominente aus dem Unterhaltungssektor dem psychologischen Test NPI (Narcissistic Personality Inventory) unterzogen, der Merkmale für eine narzisstische Persönlichkeitsstörung misst, leiden Prominente in der Unterhaltungsbranche stärker unter einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung und Studenten der Wirtschaftswissenschaften und haben nach Ansicht der Autoren deshalb bessere Karrierechancen im Medienbereich. Des Weiteren fanden Young & Pinsky heraus, dass viele der Prominenten bereits vor ihrer Zeit in der Öffentlichkeit narzisstische Verhaltensweisen gezeigt haben, was die These von Bandelow stützt, die besagt, dass viele psychische Störungen Prominenter bereits vor ihrem Leben in der Öffentlichkeit vorlagen. Für Lasch (in Young & Pinsky 2006) lässt die Beobachtung zum einen darauf schließen, dass die Unterhaltungsbranche besonders anziehend auf Personen mit narzisstischen Tendenzen wirkt, da in diesem Bereich die Phantasie von Erfolg, Macht und Ruhm stark angeheizt wird: „The media give substance to and thus intensify narcissistic dreams of fame and glory, encourage the common man to identify himself with the stars and to hate the “herd“ and make it more and more difficult for him to accept the banality of everyday existence“ (in Young & Pinsky 2006, S.8). Zum anderen wird seiner Ansicht nach aufgezeigt, dass die Unterhaltungsbranche besonders Personen mit narzisstischen Tendenzen favorisiert, da diese häufig auf positiven Anklang stoßen und sehr unterhaltsam sind. Letzteres macht besonders deutlich, so der Autor, dass nicht die Medien oder die Unterhaltungsbranche durch die

durch sie gewonnene vermehrte Aufmerksamkeit zu narzisstischen Tendenzen führen, sondern Personen mit narzisstischen Eigenschaften in dieser Branche aufgrund ihrer hohen Resonanz präferiert sind.

Nach Vaknin, der sich in seinem 2001 veröffentlichten Buch "Malignant Self Love: Narcissism Revisited" ausführlich mit diesem Thema beschäftigt, sind Personen mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung süchtig danach berühmt zu sein. Der Prominentenstatus erfüllt seiner Ansicht nach einige wichtige Funktionen, die dem Narzissten als wesentlich erscheinen, wie Macht zu haben, anerkannt, angebetet und ehrfürchtig behandelt zu werden: „Narcissists are addicted to being famous. This, by far, is their predominant drive. Being famous encompasses a few important functions: it endows the narcissist with power, provides him with a constant source of Narcissistic Supply (admiration, adoration, approval, awe), and fulfils important ego functions. [...] the narcissist equally enjoys all types of attention and likes as much to be feared as to be loved" (S.64). Nur auf diese Weise fühlt sich der Narzisst völlig lebendig, so der Autor. In seiner Bemühung um Prominenz kennt er keine Grenzen – wichtig für ihn ist alleine die allgemeine Aufmerksamkeit. „There is a set of narcissistic behaviours typical to the pursuit of celebrity. There is almost nothing that the narcissist refrains from doing, almost no borders that he hesitates to cross to achieve renown. To him, there is no such thing as "bad publicity" – what matters is to be in the public eye“ (S.64). Erst wenn diese Aufmerksamkeit nachlässt, so Vaknin, sich das Publikum zurückzieht und keine Möglichkeit mehr besteht sich selbst darzustellen, ist der Narzisst zutiefst getroffen und fühlt sich leer, unbedeutend, erniedrigt und vernachlässigt: „The narcissist then feels empty, hollowed out, negligible, humiliated, wrathful, discriminated against, deprived, neglected, treated unjustly and so on. At first, he tries to obtain attention from ever narrowing groups of reference ("supply scale down"). But the feeling that he is compromising gnaws at his anyhow fragile self-esteem“ (S.65). Neben der Ansicht, dass Narzissmus als Triebfeder für ein Leben in Öffentlichkeit dient, geht Lachkar (2004) davon aus, dass besonders für Künstler ein gewisses Maß an Narzissmus notwendig ist, um kreativ arbeiten zu können.

2.1.4. Soziale Isolation

2.1.4.1. Zum Begriff soziale Isolierung

Die Beziehung jeder Person zu seiner Umwelt ist eine grundlegende Komponente des menschlichen Lebens und von lebensprägender Bedeutung. Zieht sich eine Person immer mehr aus seinem sozialen Umfeld zurück und hat nur wenige bis gar keine Kontakte zu anderen Menschen, spricht man von sozialer Isolation. Besonders im heutigen Zeitalter der modernen Industrialisierung fallen häufig Begriffe wie Entwurzelung, Vereinsamung der Menschen sowie Verlassenseiterlebnisse und auch die wissenschaftliche Literatur wendet sich mit ihren zahlreichen Veröffentlichungen diesem Themengebiet zu, wobei die soziale Isolierung erst seit kurzem Gegenstand psychologischer Forschung ist (Lauth et al. 1987). Allerdings, so die Autoren, findet hier das Schlagwort soziale Isolation kaum Verwendung, sondern es werden häufig leichter operationalisierbare Nachbarbegriffe herangezogen, „um Formen sozialen Kontaktmangels zu beschreiben. [...] Ähnliche Begriffe lauten etwa: Soziale Zurückgezogenheit, Schüchternheit, Einsamkeit, soziale Angst, soziale Unsicherheit, sozial defizitäres Verhalten, soziale Anomie, Alienation (Entfremdung). Diese Begriffe umschreiben jeweils nur einzelne Aspekte der sozialen Isolierung (S.10). Auf die Begriffe ‘Entfremdung’ und ‘Anomie’ geht auch Günther (1978) in ihrer Veröffentlichung ein. Entfremdung, so die Autorin, beschreibt in psychologischer Verwendungsweise einen „intra-psychischen Zustand im einzelnen Menschen. Die von Entfremdung betroffene Person hat das Gefühl, daß sie die Umwelt bzw. deren Normen und Kausalitäten nicht versteht bzw. ablehnt“ (S.15). Zum anderen beschreibt die Bezeichnung Entfremdung in soziologischer Verwendungsweise bestimmte gesellschaftliche Prozesse, die bei den einzelnen zum erstgenannten Zustand führen können. Hierbei führt die Autorin zwei Überlegungsrichtungen auf: „1) Das Individuum kann sich unter den gegebenen Umständen nicht genügend verwirklichen, nicht zu sich selbst finden, indem es die Umwelt überschaut, versteht und beeinflussen kann; 2) Die bestehende gesellschaftliche Ordnung wird durch schlecht angepaßte “entfremdete“ Individuen in ihrer Stabilität gefährdet“ (S.16). Beide Betrachtungsweisen, so Günther, beziehen sich in ihren Grundlagen auf die Marx’schen Gedanken zur Entfremdung. Neben Marx und anderen Autoren kommt Günther auch auf Seemann (1971) zu sprechen, nach dem Entfremdung durch die fünf Grundkomponenten, nämlich Machtlosigkeit, Sinnlosigkeit, Normenlosigkeit, Isoliertheit und Selbstentfremdung, charakterisiert wird. Und auch auf Allardts Diskrepanz-These geht Günther ein, welche besagt, dass

„Entfremdung entsteht, wenn/weil erlernte Ansprüche, Werte und Ziele im jeweils vorgegebenen gesellschaftlichen System nicht erfüllbar erscheinen. Aus solcher Diskrepanz zwischen 'wollen' und 'für machbar halten' können Gefühle der Machtlosigkeit und der Sinnlosigkeit allen Bemühens entstehen“ (S.21). Zum Begriff 'Anomie' schreibt Günther, dass auch dieser in zwei Bedeutungen gebraucht wird: „Er umschreibt einmal ein Gefühl von Sinnlosigkeit mit allen Bedingungen, die zu dessen Entstehung und Aufrechterhaltung gehören; zum anderen wird das Wort 'Anomie' bisweilen auch zur Bezeichnung der Folgeerscheinungen dieses Sinnverlustes verwendet, also etwa als ein Synonym von 'Verwahrlosung', einem Zustand des Desorientiertseins und des Sich-Gehenlassens meinent“ (S.22). Beide Begriffe fassen somit eine „Nicht-Übereinstimmung von inneren Bedürfnissen und äußeren Bedingungen des Menschen“ (S.24) zusammen. Günther kommt hier auf Heinemann zu sprechen, der diese Ausprägung mit einem Riss zwischen dem Individuum und seiner Umwelt verdeutlicht. „In jedem Fall bezeichnet Entfremdet-Sein einen Zustand, in dem das Individuum keine Kontrolle über seine Situation hat“ (S.24).

Günther beleuchtet in ihrer Studie den Hintergrund des Begriffs der sozialen Isolierung, indem sie beginnend vom Mittelalter, einer Epoche, „in der die Welt so strukturiert war, daß niemand in sozialer Isolation länger überleben konnte“ (S.11), über das Zeitalter der Renaissance, in der das Individuum „in den Mittelpunkt der gedanklichen Durchdringung der Welt“ (S.12) gerückt und dadurch zum Kernpunkt gemacht wurde, über das Zeitalter der Klassik und Romantik, in denen das Genie „per se einsam und gerade dadurch in besonderem Maße wirksam“ (S.12) zum Idealbild des Menschen wurde, bis in unsere Gegenwart hineingeht, in der die „Verherrlichung des losgelösten Einzelmenschen, von dem so getan wird, als lebe er aus sich heraus, in gänzlich eigener Verantwortung und letztlich durch nichts als den eigenen Willen bestimmt“ (S.12) ihren Höhenpunkt findet. „In solch großer Freiheit liegt nun notwendigerweise auch in starkem Maße die Möglichkeit enthalten, daß jemand keine für ihr brauchbare Lebensform findet, desorientiert ist, sich aus einer Umwelt, die er nicht handhaben kann, zurückzieht und so in soziale Isolation gerät. Dabei wird der Betroffene immer kontaktungeübter und angstvoller der Umwelt gegenüber. Schließlich entsteht Furcht vor persönlichen Begegnungen und also auch Gesprächen mit anderen Menschen, gleichzeitig aber ein dringendes Bedürfnis danach“ (S.14). Auch die Autoren Lauth et al. (1987) kommen auf die „soziale Randständigkeit einzelner Personen oder Gruppen“ als Erscheinungsform des Industriezeitalters zu sprechen und

schreiben: „Die Schwächung traditioneller Gruppenstrukturen, die gesellschaftliche Wertschätzung von Individualität und Tüchtigkeit, das Bestreben, dem Einzelnen Emanzipation und Unabhängigkeit zu sichern und die Reduzierung der direkten Kommunikation (zum Beispiel durch Videogeräte, Fernsehkonsum) sind sicherlich Hintergrundfaktoren für die Vereinzelung des Menschen. Die Instabilität oder die Mangelhaftigkeit sozialer Beziehungen erscheint dabei als die Kehrseite einer erreichten individuellen Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung, Emanzipation bzw. technischen Fortschritts“ (S.3). Hierbei erwähnen die Autoren, dass Alleinsein „nur dann als soziale Isolation empfunden wird, wenn die betreffende Person wichtige soziale Motive nicht mehr befriedigt sieht. Soziale Isolierung hat demnach konkrete gesellschaftliche und materielle Voraussetzungen; sie entsteht aber erst durch die individuelle Wahrnehmung bzw. Wertung. Deshalb wird der zeitweilige (zumeist freiwillige) Rückzug eines Menschen aus seinen sozialen Bezügen oft als befriedigend, entspannend und als Bedingung für die eigene Selbstreflexion und Selbstfindung empfunden. Das Alleinsein ist also nicht per se negativ; es erhält seinen negativen Charakter erst dadurch, daß jemand entgegen seiner Bedürfnisse mangelnde oder unbefriedigende soziale Kontakte unterhält und sich folglich als „sozial isoliert“ erlebt“ (S.3 ff). Insgesamt definieren die beiden Autoren das Konstrukt soziale Isolation zusammenfassend als „das negative individuelle Erleben unzureichender Sozialkontakte. Dieses Erleben resultiert daraus, daß das Individuum innerhalb seiner sozialen Situation persönlich wichtige Bedürfnisse nicht befriedigen kann. Soziale Isolierung setzt das Werturteil des Individuums voraus, daß seine gegenwärtigen sozialen Beziehungen (Ist-Lage) seinen sozialen Wünschen im Hinblick auf Nähe (Soll-Lage) nicht entsprechen. Grundlegend für soziale Isolierung ist also eine Ist-Soll-Diskrepanz. [...] Bei unserer Definition der sozialen Isolierung gehen wir davon aus, daß die Ist-Soll-Diskrepanz subjektiv repräsentiert ist und intra-psychische Verarbeitungsprozesse die Grundlage für das Entstehen sozialer Isolierung sind. Wir stellen damit das bewertende Erleben des Menschen in den Vordergrund [...]“ (S.11). Hierbei werden direkte Isolierungsindikatoren, die sich auf die Erfassung von subjektiven Aspekten beziehen, wie beispielsweise Bewertung seiner sozialen Beziehungen durch das Individuum oder Einsamkeitserlebnis, von indirekten Isolierungsindikatoren, die sich auf äußere Umstände beziehen, wie beispielsweise soziale Netze, die Kontakthäufigkeit einer Person, die Vielfalt an Interaktionsmöglichkeiten oder der soziale Status, unterschieden. Die direkten und indirekten Isolierungsindikatoren können übereinstimmen, aber auch weit auseinanderliegen, so die Autoren. Inge-

samt kann soziale Isolierung nicht gleichgesetzt werden mit „geringen sozialen Kontakten oder mit Kontakten zu einem eingeschränkten Personenkreis. Es ist davon auszugehen daß bei einer subjektiven Definition sozialer Isolierung die qualitativen Dimensionen der sozialen Situation wie die Intimität, der Austauschcharakter der Beziehungen, die Regelmäßigkeit der Kontakte, die Wählbarkeit der Kontaktpartner sowie die Vielseitigkeit der Kontakte von besonderer Bedeutung sind“ (S.12).

Zuletzt wird auf die beiden Facetten sozialer Isolierung, nämlich damit einhergehende Gefühle und Motive, eingegangen, die von Lauth et al. (1987) näher beschrieben werden. „Soziale Isolierung besteht meist aus einem Bündel negativer Erlebnisweisen: Das Gefühl der Verlassenheit; das Gefühl, verstoßen zu sein, anderen fremd zu sein; Einsamkeit; Furcht vor sozialen Kontakten; Erlebnisse der Entfremdung; Angst, Bedrohung, Niedergeschlagenheit. [...] Die Isolation enthält tiefgreifende negative Erlebnisse, die jeweils Gefühle des Mangels sowie der Selbstabwertung einschließen. Dabei ergibt sich eine relativ hohe Korrelation zu Depressions- und Angstindikatoren“ (S.13). Motive sind, so die Autoren, interindividuell unterschiedlich ausgeprägt und zählen zu den sozialen Bedürfnissen eines jeden Individuums (S.18). Zu den Motiven, die unbefriedigt zu keiner vollständigen sozialen Integration führen, zählen das Anschlußmotiv, „neben Anregung und Bereicherung können noch andere Aspekte für das Anschlußmotiv wichtig sein: der Wunsch nach Zuneigung, Anerkennung und Schutz; der Wunsch nach Furcht- bzw. Streßverminderung und der Wunsch nach sozialem Vergleich und der damit verbundenen Orientierung“ (S.14), das Motiv ‘Soziale Integration’, ‘Gelegenheit, für andere zu sorgen’, ‘Versicherung des Selbstwertes’, ‘Beratung und Fürsorge durch andere’, ‘Hilfemotiv’, im Sinne von Hilfe erhalten, ‘Machtmotiv‘ und das ‘Sexualmotiv’.

2.1.4.2. Ursachen und Auswirkung sozialer Isolation

Dieses Kapitel konzentriert sich auf die Frage, wie es zur sozialen Isolierung kommt und welche Auswirkung diese auf die Menschen hat, die nicht in der Lage sind soziale Kontakte aufzubauen oder aufrecht zu erhalten, obgleich sie darunter leiden. Günther (1978) führt in ihrer Veröffentlichung wissenschaftliche Erklärungsansätze verschiedener Autoren zur sozialen Isolierung auf, wie den ‘logischen Ansatz’ (Cloward und Buckner), den ‘tiefenpsychologischen Ansatz’ (Horney), ‘empirisches Vorgehen’ (Linden), ‘experimentalpsychologisches Vorgehen’ (Teichman), ‘lernpsychologische Betrachtungsweise’ (Vigor), ‘wahrnehmungsakzentuierte Betrachtungsweise’ (Pulvi-

no) und den 'interaktionstheoretischen Ansatz' von Wisener, wobei letztes vor dem Hintergrund der vorliegenden Studie näher betrachtet werden soll. Wieser geht bei seiner Theorie davon aus, daß „zwei Komponenten zur sozialen Isolierung Wesentliches beitragen: Jemand, der aufgrund wie auch immer gearteter psychischer Störungen in seinem Verhalten abweichend ist, gelangt durch diese Andersartigkeit in eine Außenseiterposition, weil die anderen auf sein Verhalten mit Unverständnis, Angst und Abwehr reagieren, und gerät damit in Isolation. Daneben empfindet er jedoch sich selber – unabhängig davon, ob auch andere diese Ansicht teilten – als andersartig. Er verspürt eine Kluft zwischen seinem Denken und Empfinden und demjenigen der anderen und er fühlt sich von ihnen unverstanden. Daher zieht er sich „freiwillig“ von der Umwelt selbst zurück“ (S.29 ff). Durch die Akzentuierung der subjektiven Seite, so Günther, geht Wieser über den Ansatz der 'labeling-approach-theory' hinaus, welcher nach Keupp (1972) von folgender Grundannahme ausgeht: „Vereinzelt auftretendes abweichendes Verhalten wird beim Betroffenen von der sozialen Umwelt durch 'labeling' (Etikettierung) verfestigt. Da ihn die Gesellschaft als andersartig behandelt, wird der Betroffene schließlich zu einem der Etikettierung entsprechenden andauernden abweichenden Verhalten veranlaßt“ (S.30). Wieser geht in seiner Theorie von einer Kausalität von 'psychischer Störung' und 'sozialer Isolation' aus, die weitgehend in eine Richtung verläuft, so Günther, nämlich durch psychische Andersartigkeit zu sozialer Isolation. „Die Wechselwirkung von sozialer Isolierung, die bereits entstandene psychische Störungen verstärkt und möglicherweise weiter hervorruft, bleibt unberücksichtigt. Ferner hat es nach Wiesers Darstellung den Anschein, als könne es ohne psychische Erkrankung – was immer das genau sein mag – nicht zu sozialer Isolierung kommen“ (S.31).

Über diese verschiedenen Ansätze hinaus setzt Günther beim Erlernen sozialer Kontaktfähigkeit im Kleinkindalter an und zieht mehrere Autoren mit ihren Theorien heran. Zusammenfassend wird hier festgehalten: „Für den Fall, daß ein Kind keine positiven sozialen Verhaltensweisen der Eltern in bezug auf einander, auf andere oder sogar auf es selbst wahrnimmt, weil solche nicht beobachtbar vorhanden sind, erscheint es unmittelbar einleuchtend, daß das Kind selber auch keine Verhaltensweisen wie 'Kontaktsuche durch Hinwendung zu anderen' entwickeln kann“ (S.58). Während sich manche Autoren in ihren Erklärungsansätzen für das Phänomen der sozialen Isolierung auf die konkreten Lernkonditionen in der frühen Kindheit konzentrieren, legen andere Autoren ihren Fokus auf andere Akzente. Hier führt Günther beispiels-

weise Wieser (1973) auf, der der Ansicht ist, dass eine psychische Erkrankung Anlass für eine schrittweise fortschreitende soziale Isolierung darstellt. „Der Umstand, sich nicht anpassen zu können, von anderen nicht verstanden und schließlich als ‘nicht normal’ eingestuft zu werden, bringt es dabei zwangsläufig mit sich, daß der psychisch Andersartige selber mit seiner Umwelt, von der er nicht verstanden wird, mit der er sich nicht auseinandersetzen kann und die er daher auch nicht versteht, keinen Kontakt mehr anstrebt“ (S.59 ff). Dreitzel (1970), so Günther, führt auf, dass es hinsichtlich des Zustandes des vollständigen Kontaktverlustes zu anderen Menschen nur noch eine Steigerungsstufe gibt, nämlich der Verlust des Kontaktes auch zu sich selbst (S.60). Günther geht noch auf verschiedene Theorien anderer Autoren ein, um die Ursache sozialer Isolation zu beleuchten, welche in ihrer Veröffentlichung im Einzelnen nachgelesen werden können. „Eine zentrale Komponente für das Verständnis von Entstehung und Aufrechterhaltung eines Zustands der sozialen Isolierung bildet der Problembereich ‘Angst’“ (S.65), so Günther, die sich hier auf Teichmann (1971) bezieht, die herausfand, dass „Leute mit größerer, ständig latent vorhandener Ängstlichkeit neigen bei steigender Angsterregung immer mehr dazu, sich zurückzuziehen, während Personen mit geringer Angstprädisposition bei akuter Angsterregung die Gesellschaft suchen“ (S.66). Und auch Vigdors (1971) Untersuchungen ergeben eindeutig, so Günther, „dass Angst dazu veranlaßt, soziale Kontakte zu meiden“ (S.68). Günther fasst insgesamt zusammen, dass „Personen, die augenblicklich von bestimmter Furcht oder Unsicherheit beherrscht werden, suchen Gesellschaft, sofern diese nicht furchterregend ist. Der Austausch (der Vergleich) mit anderen dient ihnen zur Angstreduktion. [...] Menschen, bei denen Angst habituell geworden und in hohem Grade ständig latent vorhanden ist, neigen in Stress (-Angst-) Situationen dazu, sich zurückzuziehen: der Austausch mit anderen bringt ihnen keine Angstreduktion. Gegen ihre Ängste hilft keine Überprüfung an Hand der Realität, sondern nur intra-psychische Aktionen sind dagegen wirksam (Verdrängung; Verkehrung eines angsteinflößenden Objekts in sein Gegenteil, etc.)“ (S.68 ff). Die Autoren Lauth et al. (1987) ziehen als Entstehungsbedingungen sozialer Isolierung zum einen interne Faktoren als auch externe Faktoren heran. „Da wir unter sozialer Isolierung ein subjektives Erlebnis verstehen, ist das Entstehen sozialer Isolation vorrangig ein psychischer, ein individueller Vorgang. Die kognitiven Verarbeitungsprozesse, die bei der Entstehung sozialer Isolierung wichtig sind, bzw. die (differenziellen) Merkmale, die diese Prozesse beeinflussen, bezeichnen wir als „interne Faktoren“. Wir bestimmen soziale Isolierung als einen Zustand mit hoher Ist-Soll-

Abweichung. Die Frage nach den kognitiven Verarbeitungsvorgängen, die für die Entstehung sozialer Isolierung wichtig sind, stellt sich somit die Frage nach intrapsychischen Beurteilungsprozessen, die zum Erleben einer Diskrepanz zwischen sozialer Wirklichkeit und sozialen Wünschen führen“ (S.15). Als zentrale Beurteilungsprozesse nennen die Autoren das Einschätzen der Ist-Lage, das Vergleichen von Ist- und Soll-Lage (Bewerten) und das Erklären von Ist-Soll-Abweichungen. Auch auf die Faktoren, die die Beurteilungsprozesse beziehungsweise Kognitionen beeinflussen kommen die beiden Autoren zu sprechen und führen soziale Kenntnisse und Fertigkeiten, Selbstwertgefühl und komplexere differentielle Merkmale (wie zum Beispiel Schüchternheit und soziale Angst) auf (S.16). Insgesamt verhält es sich so, dass die Entstehung sozialer Isolierung als ein „dynamischer Prozeß zu verstehen ist, bei dem sich Einschätzungs-, Bewertungs- und Erklärungsvorgänge wechselseitig beeinflussen. Ein Individuum kann die Beobachtung, daß andere den erwünschten Kontakt nicht aufnehmen, erträglicher machen, indem es – im Laufe verschiedener kognitiver Zwischenprozesse – dem Kontakt zu anderen geringeren Wert einräumt. Die Veränderung der Sollvorstellung führt zu einer Verminderung der Ist-Soll-Abweichung und ermöglicht eine angenehmere Ursachenklärung“ (S.18). Zu den internen Faktoren zählen die Autoren nicht nur die Beurteilungsprozesse, sondern auch Personenmerkmale, bestehend aus sozialen Bedürfnissen (Motive, soziale Fertigkeiten, soziale Kenntnisse, Selbstwertgefühl, Schüchternheit, soziale Angst als Verschärfung der Schüchternheit, spezifische Kognitionsmuster, wie das antizipieren des Scheiterns des eigenen Verhaltens oder das verstärkte zentrieren der Aufmerksamkeit auf die eigene Person (Selbstaufmerksamkeit)), und familiäre Sozialisationsbedingungen, zu denen elterliches Modellverhalten und Erziehungsstil gehören. Hinsichtlich der externen Faktoren schreiben die Autoren, dass die soziale Isolierung das „Ergebnis einer Wechselwirkung zwischen Individuum und Umwelt“ darstellt. „Dabei ist zu bedenken, daß die Umwelt immer nur über die Vermittlung der internen Faktoren zu sozialer Isolation führt (wie zum Beispiel interindividuelle Unterschiede sozialer Isolierung in sehr ähnlichen Umwelten erklärt), daß aber auch die Auseinandersetzung des Individuums mit seiner Umwelt zu einer Veränderung der internen Faktoren beiträgt“ (S.27). Zu den externen Faktoren zählen die Autoren die persönlichen Lebensverhältnisse, hierzu gehören externe Erfahrungen (soziale Mobilität, beruflich-sozialer Aufstieg, Verlust von Bezugspersonen, krisenhafte Veränderungen), soziale Unterstützung (Anzahl der Personen, zu denen das Individuum Kontakt hat und Dichte des sozialen Netzwerkes, sprich „das Ausmaß, in dem sich die Bekannten und Freunde

des Individuums untereinander kennen“ (S.29)) und die materiell-ökologische Situation. Des Weiteren fallen unter die externen Faktoren gesellschaftliche Strukturen und Prozesse, sprich gesellschaftliche Grundprinzipien (Arbeitsbedingungen, Ideologie der Privatheit, Normativ-rechtliche Regelungen, beruflich-gesellschaftlicher Aufstieg, und Leistungsfähigkeit) und gesellschaftliche Ausgrenzungsprozesse. „Soziale Isolierung konstituiert sich auch als Ausgeschlossensein aus einer Gemeinschaft [...]: Personen werden aufgrund äußerlicher bzw. persönlicher Merkmale (Behinderung, Ausländer, Psychiatrie-Patient) oder aufgrund der Abweichung von bestehenden Normen (zum Beispiel Straftäter) wenig respektiert oder sozial isoliert“ (S.31). Zu den gesellschaftlichen Ausgrenzungsprozessen zählen Stigmatisierung, Gettoisierung und Entfremdung.

Hinsichtlich der Folgen sozialer Isolierung schreiben die beiden Autoren, dass soziale Isolierung als ein Prozess von unterschiedlicher Dauer zu betrachten ist, wobei zwischen einem kurzzeitigen Gefühl, welches an bestimmte Situationen gebunden ist, einem längerfristigen, aber vorübergehende Gefühl und einem dauerhaften Zustand unterschieden werden muss. „Längerfristiges Fortbestehen sozialer Isolierung führt zu einer Verfestigung und Verschärfung negativer kognitiver Strukturen bzw. Verhaltenstendenzen“ (S.33). Neben der Verfestigung kognitiver und verhaltensbezogener Strukturen sind die Folgen längerfristiger sozialer Isolation interne und stabile Attributionen, sprich „die Überzeugung, langweilig und kontaktschwach zu sein, wird als Grund dafür herangezogen, keine befriedigenden Sozialkontakte aufrechterhalten zu können. Diese Attributionen werden von negativen Gefühlserlebnissen bis hin zu depressiven Verstimmungen begleitet“ (S.34), Übergeneralisierung, Resignation und Depression, soziale Deprivation, denn „infolge außergewöhnlich langer sozialer Deprivation und dadurch fehlender sozialer Regulierung des Handelns kann es zu Realitätsverlusten kommen. Für den Betroffenen ist unklar, ob das eigene Denken und Handeln noch angemessen ist; es entsteht ein Gefühl der sozialen Unwirklichkeit“ (S.35), und Entfremdung. Auch Günther (1978) kommt auf die Auswirkung sozialer Isolierung zu sprechen, indem sie sich auf die Autoren Starke & Laux (1971) bezieht, die davon ausgehen, dass zum einen die objektive soziale Isolation die Gefahr auftretender psychischer Erkrankungen erhöht, als auch auf Wieser, der deutlich macht, dass „wenn jemand nach dem Ausbruch einer psychischen Krankheit in sozialer Isolierung lebt, so verschlimmert dieser Umstand zum anderen seine Krankheit in fast allen Fällen beträchtlich“ (S.62). Doch auch wenn

keine psychische Erkrankung auftritt, so Günther, „birgt der Zustand der Kontaktlosigkeit bereits in sich selbst eine Reihe von potentiellen Störfaktoren für das psychische Gleichgewicht“ (S.63). Darüber hinaus „muss bei längerem Leben in sozialer Isolation die Fähigkeit, bestimmte Nuancen im Verhalten anderer wahrzunehmen, abnehmen oder gar verschwinden“ (S.53), so Günther. Und weiter: „Etwaige positive Reaktionen werden „übersehen“, die anderen erscheinen dem Kontaktungewohnten auf unbegreifliche Weise gleichgültig und nicht-zu-gewandt und also schließlich fremd und furchterweckend. Die Entfremdung wird immer größer!“. Außerdem zieht Günther in ihrer Veröffentlichung hinsichtlich der Auswirkung sozialer Isolation nicht nur den Ansatz von Bandura (1973) heran, nach dem sich beim sozial isolierten allmählich die Fähigkeit abbaut, sich sozial angenehm zu verhalten, oder von Halmos (1952), der auf die starke Suizidgefährdung sozial Isolierter hinweist, sondern beleuchtet verschiedene Ansätze weiterer Autoren. Günther betont, dass das Phänomen der sozialen Isolation nicht immer in allen Fällen ein nur negativer Zustand sein muss, da der Vermeidung von Sozialkontakten auch ein heilsamer Wert zugesprochen wird. Hier bezieht sie sich beispielsweise auf Mierke (1955), der darauf hinweist, dass „bei ‘seelischer’ Überforderung nach demjenigen Stadium, in dem mehr oder weniger starke Verhaltensauffälligkeiten zu beobachten sind, eine zweite Phase der Zurückziehung folgt, in der soziale Kontakte gemieden werden; diese Isolierung ermöglicht das Eintreten der Restitution, im Verlauf derer schrittweise die Auseinandersetzung mit der Umwelt von neuem angefangen werden kann“ (S.69 ff). Und auch auf Kubacki (1971) bezieht sich Günther, der die Ansicht vertritt, dass „ein Charakteristikum einer Depression eine bestimmte Form sozialer Isolation ist. Dieser Zustand hat eine spezielle Funktion für die Überwindung der Depression. Der in seinem Selbstwertgefühl Verunsicherte braucht diese Phase auf dem Weg zur Wiedererlangung seines psychischen Gleichgewichts: Bei einer Störung dieses Gleichgewichts entsteht zunächst ein Stadium des „Alamiertseins“ und des Widerstands gegen die feindlich gewordenen Umwelt; darauf folgt ein Stadium der Erschöpfung, das eine Zurückbringung aus den bisherigen Aktivitäten mit sich bringt, denn eine Lösung seines inneren Angst-Zustandes muß der Verstörte finden – selbst um den Preis des Abbrechens sozialer Kontakte. Im Stadium der Isolierung nimmt seine ängstliche Spannung auch tatsächlich ab und es können zum Beispiel Aggressionsgefühle entstehen. – Aber auf die Dauer hilft dieses ‘sich-in-Distanz-halten’ nicht als Mauer gegen die anflutende Umwelt. Das Selbstwertgefühl gerät von neuem stark ins Wanken und die Depression verstärkt sich“ (S.70). Demnach, so Günther, ist die soziale Iso-

lierung ein „gewähltes untaugliches Mittel zur Behebung einer psychischen Problemsituation, wenn das Selbstwertgefühl verunsichert ist, die bisherigen Verhaltensmuster nicht mehr anwendbar scheinen, man nicht mehr „zurechtkommt“. Fernen können öffentlich viele einmal durch irgendwas verunsicherte Menschen aus ihrer „selbstgewählten“ Isolierung nicht wieder herausfinden; und nicht nur die Abschliessung gegenüber der Umwelt, die jemand zur ferneren „Schonung“ seines Selbstwertgefühls anstrebt, gelingt niemals hinlänglich, sondern die soziale Isolierung bringt dann zusätzlich noch alle genannten Auswirkungen für Wahrnehmung und soziale Fertigkeiten mit sich, die früher dargestellt worden sind! In länger andauernder Isolation liegt also mit Sicherheit keine Möglichkeit der Entwicklung zur Restitution und Integration für aus dem Gleichgewicht Geratene mehr!“ (S.70 ff). Doch nicht nur Kubacki wird von Günther hinsichtlich eines Zusammenhangs von sozialer Isolation und Depression genannt, sondern auch Blöschl (1975), der betont, das zu einem depressiven Verhalten neben einer allgemeinen Antriebsschwäche auch interpersonalen Kontaktverlust gehört (S.72). Abschließend erwähnt Günther: „Je weniger soziale Fertigkeiten – noch – vorhanden sind, desto stärker kontaktvermeidend und passiv wird das Verhalten werden. Findet aber keine aktive Auseinandersetzung mit der Umwelt statt, so ist das ein wesentliches Merkmal von ‘Depression‘. Eine geringe Auftretenshäufigkeit von Kontaktverhalten – und damit eine geringe Rate an positiven Verstärkern – wirkt auslösend für depressives Verhalten. – Soziale Isolierung ist, da sie die Verhaltensmöglichkeiten auf dem interpersonalen Gebiet mit den dazugehörigen Verstärkern schlagartig verringert, also depressionsfördernd, „krank“-machend“ (S.73). Und auch Joiner (2001) schreibt: „Loneliness is a risk factor for depression after all“ (S.135).

Für die vorliegende Untersuchung relevant lässt sich zusammenfassend festhalten: „Interpersonale Kontaktstörung, die den Betroffenen in soziale Isolation führen, treten einmal als Begleiterscheinung bestimmter psychischer Störungen auf, zum Beispiel depressiver oder psychotischer Art. Andererseits kann aber auch das Vermeiden von interpersonalen Kontakten selbst das eigentlich auffallende, abweichende Verhalten sein. Ein Zustand sozialer Kontaktvermeidung ist dabei sowohl das Ergebnis einer bestimmten Art der psychischen Entwicklung, als auch das verursachende Moment für bestimmte künftige Verhaltensänderungen“ (S.73). Und auch Lauth et al. (1987) schreiben, dass dauernde (chronifizierte) Einsamkeit und soziale Isolierung die Entstehung und Aufrechterhaltung emotionaler und psychischer Störungen begünstigen,

„allerdings kann die soziale Isolierung kaum als direkte Ursache für eine psychosoziale Beeinträchtigung angesehen werden. Vielmehr kann sie auch als Folge einer primären Beeinträchtigung (zum Beispiel Behinderung, emotionale Störung) auftreten. Unabhängig von dieser Kausalfolge geht eine bestehende soziale Isolierung mit einer sich verringernden psychosozialen Gesundheit und Integrationsfähigkeit bzw. -bereitschaft einher“ (S.3).

Neben den oben genannten Ursachen, die zu Einsamkeit und sozialer Isolation führen, führt Joiner in seinem 2011 veröffentlichtem Buch „Lonely at the top“ das Phänomen „alone in a crowd“ (S.129) auf. Sprich das Gefühl sich einsam zu fühlen, obwohl man von vertrauten Menschen umgeben ist. Dies, so Joiner, trifft häufig auf einen Personenkreis zu, der für sich monetären Reichtum und Status verzeichnen kann und auf diesen fixiert ist: „a person overly focused on entitlement, fierce independence, status, or money is often unable to observe that interpersonal resources are all the while draining away. [...] The contrast is between a full bank account or high status on the one hand, and the emptiness of loneliness on the other“ (S.130). Hierbei bezieht sich Joiner auf Riesmans Veröffentlichung „The Lonely Crowd“ (1961), welches beruflichen Erfolg sowie die damit einhergehenden Konsequenzen näher beleuchtet, wie beispielsweise die ständig begleitende und unerträgliche Angst „waiting to be cut down from the heights. [...] Success is fatal“ (S.131). Joiner schreibt hierzu: „Words like “heights“ and especially “pinnacle“ imply a place of prominence and influence, to be sure, but also of isolation“ (S.131). Weshalb es zur sozialen Isolation kommt erklärt Joiner mit der Fixation auf den beruflichen Erfolg auf Kosten zwischenmenschlicher Beziehungen: “[...] those who pour themselves into career development at the expense of relationship maintenance. The neglect of relationships engenders isolation and increasing loneliness and atrophies relationship-building skills [...]. The person in this scenario finds himself lonely, without the skills to do much about it, and even with the skills, lacking in the energy it would take to use them“ (S.133 ff). Zusammenfassend hält der Autor fest: “When you are lonely at the top, your attention tends to get narrowed to the fact of your social isolation and its attendant negative emotions. [...] the presence of money and status make the absence of connection and satisfaction all the more stark. Whatever its reason, the narrowing of attention can be productive because it can focus solutions on present problems. But it can be problematic, too, because of all the things missed that are outside of one’s awareness“ (S.137 ff).

2.2. Psychische Störungen

2.2.1. Der Begriff psychische Störung sowie deren Diagnostik

Wenn es um den Bereich der Psyche geht, betrifft dies auch immer zugleich das Verhalten, die Emotionen und Kognitionen einer Person. Traditionell sind psychische Störungen, welche als Ergebnis der Interaktion von psychologischen, biologischen und sozialen Faktoren gesehen werden (vgl. Lieb et al. 2016, S.1), von denen der körperlichen abzugrenzen. „Heute wissen wir, dass psychologische, neurobiologische/somatische und soziale Faktoren – wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß – bei der Entstehung und Aufrechterhaltung aller psychischen Erkrankungen beteiligt sind. Daher sollten psychisch erkrankte Menschen immer multidimensional betrachtet und therapiert werden“, so die Autoren (S.1). Auch die American Psychiatric Association (APA) betont, „dass viel Physisches in psychischen Störungen und viel Psychisches in physischen Störungen zu finden ist“ (vgl. Grawe 2004). Hierbei ist in einem kurzen Nebensatz zu erwähnen, dass der Krankheitsbegriff in der Medizin als problematisch angesehen wird, denn „neben der objektiv feststellbaren Abweichung von einer zuvor definierten (also an den Grenzen auch willkürlich festgelegten) *Norm* kann das individuelle und nur subjektiv erlebte Leid im Verständnis des Begriffs nie ganz übergangen werden. So ist die Schwelle von der Gesundheit zur Krankheit (auch hinsichtlich objektiver Befunde oder dem Beginn) meist unscharf“ (Waller 2007, S.217 ff). Heute wird der Ausdruck „psychische Störung“ von den meisten Autoren dem der „psychischen Krankheit“ vorgezogen. „Psychische Erkrankungen gehören zu den Erkrankungen, die unter allen (körperlichen und psychischen) Erkrankungen am häufigsten zu chronischen Leiden führen. Psychische Erkrankungen lassen sich anhand operationalisierter Diagnosekriterien gut beschreiben und kategorisieren. Die Therapiemöglichkeiten psychischer Erkrankungen haben sich in den letzten Jahrzehnten dramatisch verbessert, wofür neben neuen Medikamentenentwicklungen insbesondere störungsorientierte Psychotherapieverfahren verantwortlich sind. Häufig sind kombinierte Verfahren aus Psycho- und Pharmakotherapie am besten wirksam“ (Lieb et al. 2016, S.1 ff).

Der Begriff der psychischen Störungen wird von der Enzyklopädie „Der Brockhaus Psychologie: Fühlen, Denken und Verhalten verstehen“ (2001) wie folgt beschrieben:

„Psychische Störungen, psychische Erkrankungen, seelische Krankheiten: Sammelbezeichnung für Störungen, deren Symptome das Erleben und Verhalten einer Person betreffen. Man

unterscheidet psychogene, also auf seelische Ursachen zurückzuführende psychische Störungen von solchen, die als somatogen (körperlich verursacht) oder als endogen (mit unklarer Verursachung; möglicherweise erblich) gelten. Als typische psychogene Störungen werden die Neurosen und Persönlichkeitsstörungen angesehen, als typische endogene die Psychosen (v.a. die Schizophrenie und die manisch-depressiven Erkrankungen), als typische somatogene die organischen Psychosynndrome. Dabei ist jedoch die Einteilung >>psychogen-endogen-somatisch<< unbefriedigend, weil sie eine schlichte Zweiteilung von Psyche (>>Seele<<) und Soma (>>Körper<<) voraussetzt, die verkürzend ist [...]. Die verschiedenen psychischen Störungen können medikamentös oder mit verschiedenen Formen der Psychotherapie behandelt werden. Generell werden Psychosen und organische Psychosynndrome medikamentös behandelt, wobei eine stützende Psychotherapie durchaus hilfreich sein kann. Neurosen sind die eigentliche und unangefochtene Domäne der Psychotherapie, während Persönlichkeitsstörungen nur dann behandelbar sind, wenn die Betroffenen einsehen, dass sie Hilfe brauchen; bei einigen Persönlichkeitsstörungen geschieht dies sehr selten“ (S.460).

Im DSM-IV (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders der American Psychiatric Association in seiner 4. Auflage) gilt eine psychische Störung erst dann als eine solche, wenn bedeutsame Beeinträchtigungen oder Leiden in sozialen, beruflichen oder anderen wichtigen Funktionsbereichen vorhanden sind (Saß et al. 1996). Auf die verschiedenen Modelle zur Ätiologie psychischer Störungen, wie das Vulnerabilitäts-Stress-Modell (vgl. Wittchen 2006), sowie auf einzelne Behandlungsmöglichkeiten wird der Übersichtlichkeit halber nicht näher eingegangen, dafür wird jedoch das Augenmerk verstärkt auf die Klassifikation psychischer Störungen sowie anschließend auf die Prävalenzraten psychischer Erkrankungen gerichtet.

Heute haben sich zwei gängige Klassifikationssysteme in der klinischen Anwendung durchgesetzt, nämlich zum einen die internationale Klassifikation psychischer Störungen (ICD), herausgegeben von der WHO (World Health Organisation), und zum anderen das Diagnostische und Statistische Manual Psychischer Störungen (DSM), herausgegeben von der American Psychiatric Association (APA). Beide Klassifikationssysteme „haben das triadische System abgelöst. Sie teilen psychische Erkrankungen im Wesentlichen nach phänomenologischen Gesichtspunkten ein“ (Lieb et al. 2016, S.2). Mit triadischem System ist die Einteilung psychischer Erkrankungen in organische Psychosen, endogene Psychosen und psychogene Psychosen gemeint, die bis zur Einführung der aktuell gültigen Klassifikationssysteme in den 1990er-Jahren existierte (S.2). Bei beiden Klassifikationssystemen handelt es sich um einen kategorialen Ansatz, was bedeutet, dass nicht von einer kontinuierlichen Merkmalsausprägung ausgegangen wird, sondern entweder ist die für die Diagnose erforderli-

che Anzahl von Merkmalen vorhanden oder nicht. Das DSM ist mittlerweile in seiner fünften Version zu finden (DSM-V), die ICD in seiner zehnten (ICD-10). Letztgenanntes Klassifikationssystem hat bis zu seiner fünften Auflage allerdings nur somatische Krankheiten klassifizierte (damals nannte sich das International Classification of Diseases Klassifikationssystem noch ILCD, International List of Causes of Death) und erst ab der sechsten Auflage wurden psychische Störungen in einem eigenen Kapitel aufgenommen. Auf ein genaues Eingehen der historischen Hintergründe des DSM und des ICD wird hier verzichtet, wichtig ist jedoch zu erwähnen, dass die beiden Klassifikationssysteme zeitlich eng aneinander liegend entwickelt wurden. Die ICD-6 im Jahr 1948 und der DSM im Jahr 1952, wobei das DSM seine Akzentuierung vermehrt auf die psychiatrische und psychologische Forschung legt, die ICD hingegen seine Anwendung allgemeingültiger findet. Beide Klassifikationssysteme, sowohl das DSM als auch die ICD, sind so aufgebaut, dass die Diagnose einer Störung anhand bestimmter, eindeutig vorliegender Kriterien gestellt wird, die klinisch bedeutsam und relevant sein müssen, d.h. ein Leiden oder eine Beeinträchtigung in der sozialen, schulischen oder beruflichen Funktionsfähigkeit hervorrufen. Beide Klassifikationssystemen haben einander gemein, dass sie psychische Krankheiten, die auf medizinische Krankheitsfaktoren oder auf den Konsum psychotroper Substanzen zurückgehen von nicht substanzinduzierten oder medizinischen Störungen unterscheiden. Aus diesem Grund sind substanzinduzierte Störungen und Störungen aufgrund eines medizinischen Krankheitsfaktors vorrangig zu klassifizieren, sprich sie müssen erst ausgeschlossen werden, bevor eine andere Kategorie psychischer Störung diagnostiziert werden kann. Die Unterschiede beider Klassifikationssysteme, die allerdings nur sehr gering sind, da sich über die Jahre hinweg die ICD immer mehr dem DSM angeglichen hat, liegen darin, dass sich das DSM ausschließlich auf psychische Störungen bezieht, während die ICD Erkrankungen aller Art erfasst. Außerdem berücksichtigt das DSM im Gegensatz zur ICD geschlechtsspezifische Unterschiede. Auch der Aufbau beider Systeme divergiert stark voneinander sowie die Anzahl der benötigten Symptome für die Diagnosestellung, die beim DSM etwas genauer sind als bei der ICD. Des Weiteren werden in der Arbeit von Keller (2000) nachfolgende Unterschiede genannt: Die Beschreibung der Störungen sind nur zum Teil kompatibel und die klinische Relevanz (Beeinträchtigungen und Belastungen in verschiedenen Funktionsbereichen) einer Störung wird im DSM-IV stärker hervorgehoben als im ICD-10, welche die Funktionsbeeinträchtigungen lediglich auf Achse II kodiert. Außerdem sind die Diagnosekriterien des DSM-IV empirisch besser abgesi-

chert als die ICD-10 Kriterien und die multiaxialen Systeme verschieden eingeteilt. Im ICD-10 werden nur 3 Achsen aufgeführt, im DSM-IV 5 Achsen. Als letzten Unterscheidungspunkt führt Keller auf, dass die Kodierungen der beiden Systeme nicht nur verschieden sind, die DSM-IV Kodierung entspricht noch eher der ICD-9 Kodierung, sondern auch differenzierter, da im ICD-10 durch die fünfte Kodierungsstelle eine Ebene mehr differenziert werden kann als im DSM. Auch kann die ICD-10 Kodierung leichter logisch hergeleitet werden und ist daher leichter einzuprägen, so Keller (S.18 ff). Auf die einzelnen Problematiken der aktuellen Klassifikationssysteme sowie den Umgang mit Komorbidität wird hier nicht näher eingegangen, doch können diese in der oben genannten Veröffentlichung von Keller (2000) nachgelesen werden. Konzentriert werden soll sich vor dem Hintergrund der vorliegenden Studie primär auf die einzelnen Achsen des DSM-IV, um sich ein genaueres Bild der Klassifizierungen machen zu können. So sind auf Achse I des DSM-IV alle klinischen Störungen zusammengefasst, mit Ausnahme von geistiger Behinderung, auf Achse II die Persönlichkeitsstörungen und die geistigen Behinderungen, auf Achse III die medizinischen Krankheitsfaktoren, die mit einer psychischen Störung in Verbindung stehen können, auf Achse IV die psychosozialen und umgebungsbedingten Probleme und auf Achse V die globale Erfassung des Funktionsniveaus. Achsen I und II stellen die eigentliche Klassifikation psychischer Störungen dar, die restlichen drei Achsen sind für die Diagnosestellung zwar nicht notwendig, aber zum Verständnis der Lebenssituation des Betroffenen von Bedeutung. Zuletzt ist zu erwähnen, dass das DSM-IV nicht nur in verschiedene Achsen eingeteilt wird, sondern auch in verschiedene Schweregrade ('leicht', 'mittelschwer', 'schwer'), Verlauf ('teilremittiert', 'vollremittiert' und 'in der Vorgeschichte') und andere Zusatzcodierungen. Die diagnostischen Leitlinien für die einzelnen Störungsbilder geben zwar die Anzahl und Gewichtung der Symptome an, die zur Stellung einer Diagnose nötig sind, es verbleibt jedoch eine Flexibilität bei der Diagnosestellung. Sind alle Kriterien vollständig erfüllt, gilt die Diagnose als sicher, eine unsichere Diagnose aufgrund des Fehlens bestimmter Informationen kann mit „vorläufig“ oder „Verdacht auf“ gekennzeichnet werden.

Für die vorliegende Studie nicht relevant, dennoch der Vollständigkeit halber soll ein kurzer Blick auf die Klassifikation des ICD-10 geworfen werden, die sich auf nur drei Achsen beläuft: Achse I: Klinische Diagnosen, Achse II: Soziale Funktionseinschränkungen und Achse III: Umgebungs- und situationsabhängige Ereignisse/Probleme der Lebensführung und Lebensbewältigung mit ihren jeweiligen Codierungen. Die

klinischen Störungen werden mit dem Buchstaben F codiert und die somatischen Störungen mit anderen, je nach Störungsart verschiedenen Buchstaben, wobei die jeweiligen Buchstaben für weitere Diagnosen anhand von Ziffern weiter untergliedert werden können, zum Beispiel F31 für Bipolare affektive Störungen und F31.3 für leichte oder mittelgradige depressive Episode. Jede Achse des ICD-10 liefert Informationen über die Person und es können so viele Diagnosen vergeben werden, wie zur Beschreibung des Störungsbildes nötig sind. Die Hauptdiagnose ist diejenige Diagnose, der die größte Bedeutung zukommt. So kann erst durch die multiaxiale Diagnostik die Störung in ihrer Komplexität erfasst und wichtige Hinweise für die Behandlung gewonnen werden.

Tabelle 1: Multiaxiale Ansätze im ICD-10 und DSM-IV

	ICD-10	DSM-IV
Achse I	Klinische Diagnosen la) Psychische Störungen lb) Somatische Störungen	Klinische Störungen und andere klinisch relevante Probleme
Achse II	Psychosoziale Funktionseinschränkungen	Persönlichkeitsstörungen, geistige Behinderung
Achse III	Umgebungs- und situationsabhängige Ereignisse/Probleme der Lebensführung und Lebensbewältigung	Medizinische Krankheitsfaktoren
Achse IV	Entfällt	Psychosoziale und umgebungsbedingte Probleme
Achse V	Entfällt	Globale Erfassung des Funktionsniveaus

2.2.2. Ursachen psychischer Störungen und deren Epidemiologie

„Physische Erkrankungen entstehen immer durch ein komplexes Zusammenspiel biologischer (also zum Beispiel genetischer, entwicklungsbiologischer, neurochemischer etc.), psychischer (also zum Beispiel Lernerfahrungen, Traumatisierung etc.) und sozialer (zum Beispiel Bezugspersonen, Bildung etc.) Faktoren. Je nach Er-

krankungen haben jedoch die einzelnen Faktoren wie zum Beispiel biologische bzw. genetische Ursachen ein unterschiedlich starkes Gewicht“ (Lieb et al. 2016, S.4). Die Autoren nennen hier das geschätzte prozentuale Gewicht genetischer Faktoren bei der Entstehung psychischer Störungen: 20%-40% bei den psychischen Erkrankungen Depression, Angststörung, Bulimie, Persönlichkeitsstörung; 40%-60% bei Alkohol- und Drogenabhängigkeit; 60%-80% bei bipolarer Störung und Schizophrenie und 80%-100% bei Autismus (S.4). Bei der Genese von beispielsweise Persönlichkeitsstörungen oder Angsterkrankungen spielen psychosoziale Faktoren eine größere Rolle, so die Autoren.

Hinsichtlich der Prävalenzraten psychischer Erkrankungen in Deutschland führen Lieb et al. (2016) auf, dass die Lebenszeitprävalenz 42,6% beträgt, wobei Frauen mit 48,9% häufiger betroffen sind als Männer mit 36,8%. Die Wahrscheinlichkeit in den letzten 12 Monaten an einer psychischen Störung zu erkranken liegt insgesamt bei 31,1%, wobei dies auch hier bei Frauen eher zutrifft als auf Männer (Frauen: 37,0%; Männer: 25,3%) und die Wahrscheinlichkeit in einem Monat an einer psychischen Störung zu erkranken liegt insgesamt bei 19,8% (Frauen: 23,9%; Männer: 15,8). Angststörungen (15,3%), unipolare Depressionen (7,7%) und Störungen durch Alkohol- und Medikamentenkonsum (6,9%) gehören zu den häufigsten Erkrankungen. Weiterhin führen die Autoren auf, dass 55,7% nur unter einer, 22,1% unter zwei, 9,6% unter drei und 12,8% unter vier oder mehr Störungen leiden und dass sich gegenüber der Erhebung von 1998 keine signifikante Veränderung ergab. Außerdem werden im Vergleich zu den 35-49 Jährigen psychische Erkrankungen häufiger bei Jüngeren (18-34 Jahre) und seltener bei Älteren (65-79 Jahre) beobachtet, sie sind häufiger in der unteren im Vergleich zu der mittleren sozioökonomischen Schicht zu finden und psychotische sowie affektive Störungen treten häufiger in Großstädten auf (S.3). „In Deutschland versterben mehr Menschen durch Suizid als durch Drogen, Verkehr, Mord und AIDS zusammen. Wenn man davon ausgeht, dass Suizid in ca. 90% der Fälle im Rahmen psychischer Erkrankungen (v.a. Depressionen, Suchterkrankungen und Schizophrenie) erfolgen, lässt sich auch daran die Bedeutung psychischer Erkrankungen verdeutlichen“ (S.4). Auf die historischen Hintergründe sowie auf die Epidemiologie der verschiedenen Störungsbilder, die Ätiopathogenese und auf die verschiedenen Therapieansätze kommt Möller (2013) ausführlich zu sprechen und kann dort vereinzelt nachgelesen werden.

Wie in Kapitel 2.1.3 aufgeführt, weisen prominente Musiker neben affektiven Störungen des Weiteren häufig auch Störungen im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen, Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit, eine narzisstische Persönlichkeitsstörung sowie, nach Bandelow (2007), eine Borderline-Persönlichkeitsstörung auf. Um einen Einblick in die einzelnen Störungsbilder mit ihren diagnostischen Kriterien zu erhalten, wird im Folgenden näher auf diese eingegangen. Da den im Rahmen dieser Studie verwendeten Messinstrumenten zur Erhebung der soeben aufgeführten psychischen Störungen der DSM-IV zugrunde liegt, werden im Folgenden die einzelnen Störungsbilder ausschließlich nach dessen Kriterien in einem kurzen Umriss erläutert.

2.2.3. Affektive Störungen

Unter Affektstörungen versteht man Erkrankungen, die mit einer Störung der Affekte, wie niedergeschlagene Stimmung oder Hochstimmung, und des Antriebs einhergehen (vgl. Hell 2007, S.115). Sie werden im DSM-IV mit den Ziffern 296 codiert und die weiteren nach einem Punkt folgenden Ziffern stehen für die spezifische Art der Störung sowie für den Schweregrad und die Zusatzsymptomatik. Die Diagnose einer Major Depression wird sowohl bei dem Auftreten einer einzelnen Episode als auch bei rezidivierender Symptomatik gestellt, die erste Episode wird mit 296.2, jede weitere mit 296.3 verschlüsselt. An fünfter Stelle lässt sich der Schweregrad erkennen, wobei 1 = leicht bedeutet, 2 = mittelmäßig, 3 = schwer ohne psychotische Symptome und 4 = schwer mit psychotischen Symptomen. Wenn die Kriterien für eine Episode einer Major Depression gegenwärtig nicht vollständig erfüllt sind, gibt die fünfte Ziffer den gegenwärtigen klinischen Zustand der Major Depression wie folgt wieder: 5 = teilremittiert, 6 = vollremittiert. Wenn der Schweregrad der gegenwärtigen Episode oder der gegenwärtige Zustand der Störung unspezifisch ist, ist die fünfte Ziffer 0. Weitere Phänomene, wie das Auftreten mit sozialen Mustern, sind möglich, können aber nicht mit Ziffern kodiert werden (vgl. Köhler 1999).

Im DSM-IV werden die affektiven Störungen in 'Depressive Störungen' (monopolare Depression), 'Bipolare Störungen' und 'Andere affektive Störungen' unterteilt, wobei unter Depressive Störungen die 'Major Depression, einzelne Episode', 'Major Depression, rezidivierend', 'Dysthyme Störung', die mit 300.4 verschlüsselt ist und weiter unten im Kapitel noch einmal separat näher beleuchtet wird, und die 'Nicht näher bezeichnete depressive Störungen' zusammengefasst werden. Auch die Bipolaren

Störungen sind in weitere Subkategorien untergliedert, nämlich in die 'Bipolar-I-Störungen', wiederum untergliedert in 'Bipolar-I-Störung, einzelne manische Episode', 'Bipolar-I-Störung, letzte Episode hypoman', 'Bipolar-I-Störung, letzte Episode manisch', 'Bipolar-I-Störung, letzte Episode gemischt', 'Bipolar-I-Störung, letzte Episode depressiv', 'Bipolar-I-Störung, letzte Episode unspezifisch', ebenso wie die 'Bipolar-II-Störungen', die in 'Zyklothyme Störung' und 'Nicht näher bezeichnete Bipolare Störungen' untergliedert ist. Zuletzt gibt es die 'Zusatzcodierungen für die letzte Episode', die ebenfalls in verschiedene Subkategorien unterteilt sind.

Die Zuordnung zu einer monopolaren Depression oder einer bipolaren Depression erfolgt nach der Art der auftretenden Episoden. Diese sind:

- Episode einer Major Depression
- Manische Episode
- Gemischte Episode
- Hypomanische Episoden

Die Episoden haben „keine eigenen Codierungsziffern und können nicht separat diagnostiziert werden, dienen jedoch als Bausteine für die Störungsdiagnose“ (DSM-IV-TR 2003, S.149). Die depressive Störung unterscheidet sich von der bipolaren Störung darin, dass in ihrer Anamnese niemals eine manische, gemischte oder hypomanische Episode aufgetreten ist. Die Bipolar-I-Störung hingegen zeichnet sich durch entweder nur manische, sowohl manische als auch depressive oder gemischte Phasen, in denen manische und depressive Symptome gleichzeitig auftreten, aus. Die Bipolar-II-Störung ist durch weniger ausgeprägte beziehungsweise kürzer andauernde Manien, die sogenannten Hypomanien, und depressive Episoden gekennzeichnet. In der Anamnese ist hier keine manische Episode oder gemischte Episode zu erkennen. In diesem Zusammenhang wird Hells (2007) prägnante Zusammenfassung wiedergegeben: „In der Depression ist die Stimmung bedrückt, >herabgestimmt<, in der Manie gehoben. Bei Erkrankungen mit depressiven und manischen Episoden, wenn also die Stimmung im Lebensverlauf zu beiden Polen hin verschoben wird, spricht man von einer bipolaren affektiven Störung. Als Zyklothymie wird eine andauernde Instabilität der Stimmung mit einem (zyklischen) Wechsel von leichter Depression (Subdepressivität) und leichter Manie (Submanie) bezeichnet. Milde, aber anhaltende depressive Verstimmungen, die einen Menschen oft von Jugend an als supdepressiv erscheinen lassen, werden als Dysthymien bezeichnet“ (S.115).

Da für die Diagnosestellung eines affektiven Störungsbildes die oben genannten Episoden ausschlaggebend sind, wird sich im Folgenden auf die Erläuterung ausschließlich dieser konzentriert.

2.2.3.1. Episode einer Major Depression

Das DSM-IV beschreibt als wesentliches Merkmal einer Episode einer Major Depression eine mindestens zweiwöchige Zeitspanne, in der mindestens als eines der Symptome eine depressive Verstimmung (bei Kindern und Heranwachsenden kann sich der Affekt auch als reizbare Verstimmung zeigen) oder ein Verlust des Interesses oder der Freude an fast allen Aktivitäten zu erkennen ist. Zu beachten ist hierbei, dass Symptome, die eindeutig auf einen medizinischen Krankheitsfaktor zurückgehen sowie stimmungsinkongruente Wahnphänomene oder Halluzinationen nicht berücksichtigt werden. Mindestens fünf der folgenden neun Symptome müssen während derselben Zwei-Wochen-Periode bestehen: 1. Depressive Verstimmung an fast allen Tagen für die meiste Zeit des Tages, vom Betroffenen selbst oder von anderen beobachtet, 2. deutlich vermindertes Interesse oder Freude an allen oder fast allen Aktivitäten an fast allen Tagen für die meiste Zeit des Tages, 3. deutlicher Gewichtsverlust ohne Diät oder Gewichtszunahme oder verminderter oder gesteigerter Appetit an fast allen Tagen (bei Kindern ist das Ausbleiben der zu erwarteten Gewichtszunahme zu berücksichtigen), 4. Schlaflosigkeit oder vermehrter Schlaf an fast allen Tagen, 5. psychomotorische Unruhe oder Verlangsamung, 6. Müdigkeit oder Energieverlust, 7. Gefühle von Wertlosigkeit oder übermäßige oder unangemessene Schuldgefühle, 8. verminderte Fähigkeit zu denken oder sich zu konzentrieren oder verringerte Entscheidungsfähigkeit, 9. wiederkehrende Gedanken an den Tod, wiederkehrende Suizidvorstellungen ohne genaueren Plan, tatsächlicher Suizidversuch oder genaue Planung eines Suizids. Außerdem dürfen die Symptome nicht die Kriterien einer gemischten Episode erfüllen, die Symptome müssen in klinisch bedeutsamer Weise Leiden oder Beeinträchtigungen in sozialen, beruflichen oder anderen wichtigen Funktionsbereichen verursachen, nicht auf die direkte körperliche Wirkung einer Substanz (zum Beispiel Drogen, Medikamente) oder eines medizinischen Krankheitsfaktors zurückgehen und können nicht besser durch einfache Trauer erklärt werden. Die Symptome einer Episode einer Major Depression lassen sich demnach, so Comer (2008), in folgende fünf Bereiche zusammenfassen: In den Bereich Motivation (Antriebslosigkeit, Interessenlosigkeit), den Bereich Verhalten (Unproduktivität,

psychomotorische Einschränkungen, Rückzug), den kognitiven Bereich (negatives Selbstbild/Körperbild, Gefühl der Wertlosigkeit, Schuldgefühle, Verschlechterung der Denk- und Konzentrationsfähigkeit und eine veränderte Wahrnehmung), den emotionalen Bereich (Niedergeschlagenheit, Gefühl von Freudlosigkeit sowie eine innere Leere, Traurigkeit) und in den somatischen Bereich (Kopfschmerz, Verstopfung, Benommenheit, allgemeiner Schmerz, Appetitlosigkeit, Schlafstörungen, Libidoverlust).

Eine einzeln vorliegende Episode einer Major Depression ist nach dem DSM-IV nicht eigenständig codierbar. Erst wenn weitere Bedingungen hinzutreten, kann man die Diagnose 'Major Depression, einzelne Episode' stellen. Hierzu gehören folgende drei Kriterien: A) Vorhandensein einer einzelnen Episode einer Major Depression, B) die Episode einer Major Depression kann nicht durch eine schizoaffektive Störung besser erklärt werden und überlagert nicht eine Schizophrenie, schizophreie Störung, wahnhaftige Störung oder psychotische Störung und C) in der Anamnese gab es niemals eine manische, eine gemischte oder eine hypomane Episode. Zu beachten ist hierbei, dass dieser Ausschluss nicht gilt, wenn alle einer manischen, gemischten oder hypomanen Episode ähnlichen Symptombilder substanz- oder behandlungsinduziert oder die direkte Folge eines medizinischen Krankheitsfaktors waren. Die letzten beiden Kriterien für die Diagnose einer 'Major Depression, einzelne Episode' stimmen mit denen einer 'Major Depression, rezidivierend' überein, nur im ersten Punkt unterscheiden sich die beiden Ausführungen voneinander, und zwar insofern, als dass für eine 'Major Depression, rezidivierend' das Vorhandensein von zwei oder mehreren Episoden einer Major Depression gilt, wobei hierbei zu beachten ist, dass die Episoden erst dann als separat gelten, wenn ein Intervall von mindestens zwei aufeinanderfolgenden Monaten, in denen die Kriterien für eine Episode einer Major Depression nicht erfüllt waren, gegeben sind.

Im DSM-IV werden drei Schweregrade der 'Major Depression, einzelne Episode' und 'Major Depression, rezidivierend' unterschieden, sofern die Kriterien für eine Episode einer Major Depression gegenwärtig vollständig erfüllt sind: Leicht, mittelschwer und schwer, wobei bei letzterem differenziert wird zwischen 'ohne psychotischen Merkmalen' und 'mit psychotischen Merkmalen'. Bei der leichten Episode ist die Anzahl der erforderlichen Symptomkriterien gerade erreicht oder wird knapp überschritten und führen nur zu einer geringen Beeinträchtigung der beruflichen Leistungsfähigkeit oder der sozialen Aktivitäten und Beziehungen. Bei der schweren Form bestehen sehr viel mehr Symptome als für die Diagnosestellung erforderlich wäre und die

Symptome führen zu einer deutlichen Beeinträchtigung der beruflichen Leistungsfähigkeit oder der sozialen Aktivitäten und Beziehungen. Die mittelschwere Form liegt zwischen der leichten und schweren. Hinzu kommen weitere klinische Merkmale, die bei vollständig erfüllten Kriterien einer Episode einer Major Depression bestimmt werden sollen, nämlich: chronisch, mit katatonen Merkmalen, mit melancholischen Merkmalen, mit atypischen Merkmalen, mit postpartalem Beginn. Sind die Kriterien für eine Episode einer Major Depression gegenwärtig nicht vollständig erfüllt, ist eine Einteilung in leicht, mittelschwer oder schwer nicht möglich.

2.2.3.2. Manische Episode

Die Manie steht im Erleben, Verhalten und in den Kognitionen entgegengesetzt zur Depression. Während sich eine Major Depression in tiefer Niedergeschlagenheit und Antriebslosigkeit, der Selbstabwertung und Freudlosigkeit ausdrückt, wird die Manie als ein Gefühl der Hochstimmung wahrgenommen. Vitalität, Aktivität und Energie stehen im Vordergrund. Wie bei einer Depression sind auch bei der Manie viele unterschiedliche Funktionen gestört. Für die Diagnose der Manie fundamental ist eine Störung der Affektivität. Diese kann sich entweder in gehobener Stimmung oder in Gereiztheit niederschlagen, wobei Goodwin & Jamison (1990) betonen, dass dies nicht zwei verschiedene Formen der Manie sind, sondern nur zwei verschiedene Ausdrucksformen gestörter Affektivität, die in ein und derselben Episode auftreten können. Die Variationsbreite der Symptome beginnt bei den leichten manischen Episoden, die sich bei ein und derselben Person zu einer schweren psychopathologischen Form entwickeln und die Form einer delirösen oder psychotischen Manie annehmen kann, so die Autoren.

Nach dem DSM-IV muss die manische Episode eine mindestens einwöchige (bei Hospitalisierung auch kürzere) abgegrenzte Periode mit abnorm und anhaltend gehobener, expansiver oder reizbarer Stimmung aufweisen. Außerdem muss sie schwer genug sein, um eine deutliche Beeinträchtigung der beruflichen Leistungsfähigkeit oder der üblichen sozialen Aktivitäten oder Beziehungen zu verursachen, oder eine Hospitalisierung zur Abwendung von Selbst- oder Fremdgefährdung erforderlich machen, oder es sind psychotische Symptome vorhanden. Die Symptome dürfen nicht auf die direkte körperliche Wirkung einer Substanz (zum Beispiel Droge, Medikament) oder eines medizinischen Krankheitsfaktors zurückgehen, außerdem müssen während der Periode der Stimmungsveränderung mindestens drei (bei nur

reizbarer Verstimmung mindestens vier) der nachfolgenden sieben Symptome in einem deutlichen Ausmaß bestehen: 1. Übersteigertes Selbstwertgefühl, 2. vermindertes Schlafbedürfnis, 3. vermehrte Gesprächigkeit oder Rededrang, 4. Ideenflucht oder subjektives Gefühl des Gedankenrasens, 5. erhöhte Ablenkbarkeit (Aufmerksamkeit wird zu leicht auf irrelevante äußere Reize gelenkt), 6. gesteigerte Betriebsamkeit (im sozialen, beruflichen, schulischen oder sexuellen Bereich) oder psychomotorische Unruhe, 7. übermäßige Beschäftigung mit angenehmen Aktivitäten, die mit hoher Wahrscheinlichkeit unangenehme Konsequenzen nach sich ziehen (zum Beispiel ungezügelter Einkauf, sexuelle Eskapaden, törichte geschäftliche Investitionen). Die Symptome dürfen nicht die Kriterien einer gemischten Episode erfüllen.

2.2.3.3. Hypomane Episode

Die leichtere Form der Manie nennt sich Hypomanie, hier ist die Symptomatologie geringer ausgeprägt. Die Grenzen können fließend sein. Im DSM-IV wird für die hypomane Episode eine umschriebene Zeitspanne von mindestens vier Tagen angegeben, in der die Stimmung anhaltend gehoben, expansiv oder gereizt ist und deutlich von der normalen, nicht-depressiven Stimmungslage unterschieden werden kann. Es muss eine eindeutige Veränderung der gewohnten Verhaltensweisen und der Leistungen im Vergleich zu symptomfreien Zeiten einhergehen und die Stimmungsveränderung und Funktionsbeeinträchtigungen müssen für andere beobachtbar sein. Die Episode darf nicht schwer genug sein, um deutliche soziale oder berufliche Funktionsbeeinträchtigungen zu verursachen oder eine Hospitalisierung erforderlich werden zu lassen und es dürfen keine psychotischen Symptome bestehen. Des Weiteren müssen körperliche oder pharmakologische Ursachen der Symptomatik auszuschließen sein. Während der Periode der Stimmungsveränderung müssen mindestens drei (bei nur reizbarer Verstimmung mindestens vier) der gleichen sieben Symptome vorliegen, die bereits bei der 'Manischen Episode' aufgeführt wurden.

2.2.3.4. Gemischte Episode

Die 'Gemischte Episode' zeichnet sich dadurch aus, dass die Kriterien für sowohl eine 'Manische Episode' als auch eine 'Episode einer Major Depression', mit Ausnahme des Zeitkriteriums, fast täglich über einen mindestens einwöchigen Zeitraum erfüllt sind. Außerdem müssen die Stimmungsschwankungen schwer genug sein, um eine deutliche Beeinträchtigung der beruflichen Funktionstätigkeiten, der sozialen

Aktivität oder der zwischenmenschlichen Beziehungen zu verursachen oder eine Hospitalisierung wegen Selbst- oder Fremdgefährdung notwendig machen oder es bestehen psychotische Symptome. Die Symptome gehen nicht auf die direkte körperliche Wirkung einer Substanz (zum Beispiel Drogen, Medikamente) oder eines medizinischen Krankheitsfaktors zurück

2.2.3.5. Dysthyme Störung

Zu den depressiven Störungen gehört neben der 'Major Depression' (einzelne Episode; rezidivierend) die 'Dysthyme Störung', welche ebenfalls im Rahmen der vorliegenden Untersuchung erhoben wird und daher im Folgenden separat näher beleuchtet werden soll.

Die Dysthyme Störung, auch „Dysthymie“ oder „Dysthymia“ genannt, wird als eigenständig diagnostizierbare Störung aufgeführt, die sich von der Major Depression im Schweregrad der depressiven Symptome unterscheidet und chronisch verläuft. Bei der Major Depression muss die Verstimmung mindestens zwei Wochen lang fast jeden Tag vorliegen, während sie bei der Dysthymen Störung mehr als die Hälfte der Zeit über mindestens zwei Jahre hinweg vorhanden sein muss. Die Differenzialdiagnose zwischen Dysthymer Störung und Major Depression kann häufig schwerfallen, da beide Störungen die gleichen Symptomkriterien verwenden und die Unterschiede in Beginn, Dauer und Schwere der Beeinträchtigung im zeitlichen Rückblick oft sehr schwer abzugrenzen sind. Des Weiteren kann die Dysthyme Störung im Vorfeld oder nach Abklingen von depressiven Episoden auftreten, was eine Abgrenzung der beiden Formen ebenfalls erschwert. Als wichtiges Unterscheidungskriterium kann jedoch herangezogen werden, dass die Major Depression in den meisten Fällen episodisch verläuft, während die Dysthyme Störung anhand eines dauerhaften Auftretens zu erkennen und durch leichtere Symptome zu charakterisieren ist. Außerdem legt das DSM-IV fest, dass während einer Dysthymen Störung mindestens zwei der folgenden sechs Symptome bestehen müssen: 1. Appetitlosigkeit oder übermäßiges Bedürfnis zu essen, 2. Schlaflosigkeit oder übermäßiges Schlafbedürfnis, 3. Energiemangel oder Erschöpfung, 4. geringes Selbstwertgefühl, 5. Konzentrationsstörungen oder Entscheidungserschwerernis, 6. ein Gefühl der Hoffnungslosigkeit. Außerdem darf es in der betreffenden Zweijahres Periode (ein Jahr bei Kindern und Heranwachsenden) keinen Zeitraum von mehr als zwei Monaten ohne die soeben genannten Symptome geben und in den ersten beiden Jahren der Störung (ein Jahr bei Kin-

dern und Heranwachsenden) keine Episode einer Major Depression, d.h. das Störungsbild wird nicht besser durch eine chronische oder teilremittierte Major Depression erklärt. Hierbei ist zu beachten, dass vor der Entwicklung der Dysthymen Störung eine Episode einer Major Depression aufgetreten sein kann, vorausgesetzt, dass eine vollständige Remission erfolgt ist, also für mindestens zwei Monate keine bedeutsamen Zeichen oder Symptome aufgetreten sind. Nach den ersten zwei Jahren einer Dysthymen Störung (ein Jahr bei Kindern und Heranwachsenden) können Episoden einer Major Depression eine Dysthyme Störung überlagern. In solchen Fällen können beide Diagnosen gestellt werden, wenn die Kriterien für eine Episode einer Major Depression erfüllt sind. Als weiteres Kriterium ist vermerkt, dass zu keinem Zeitpunkt eine manische Episode, eine gemischte Episode oder eine hypomane Episode auftreten darf und dass die Kriterien für eine Zyklotyme Störung nie erfüllt sein dürfen. Die Störung darf nicht ausschließlich im Verlauf einer chronischen psychotischen Störung wie Schizophrenie oder wahnhaftige Störungen auftreten und die Symptome nicht auf die direkte Wirkung einer Substanz (zum Beispiel Droge, Medikament) oder eines medizinischen Krankheitsfaktors zurückzuführen sein. Als letztes wird genannt, dass die Symptome in klinisch bedeutsamer Weise Leiden oder Beeinträchtigungen in sozialen, beruflichen oder anderen wichtigen Funktionsbereichen verursachen.

Die Differentialdiagnose von Dysthymer Störung und Major Depression ist aufgrund der vielen Gemeinsamkeiten der beiden Störungsbilder erschwert. Von den typischen Symptomen einer Major Depression werden im DSM-IV lediglich psychomotorische Störungen und Suizidalität aus der Kriterienliste zur Diagnosestellung einer Dysthymen Störung ausgeschlossen. Hinzu kommt erschwerend, dass die Dysthyme Störung von einer Major Depression überstülpt werden kann, wobei in diesem Fall beide Diagnosen gestellt werden, die als Double Depression bezeichnet wird. Dieses Störungsbild wird vergeben, wenn, wie weiter oben bereits beschrieben, eine Episode der Major Depression nach Ablauf der ersten Zwei-Jahres-Periode einer vorliegenden Dysthymen Störung auftritt. Kommt es zu einer Abschwächung der Symptome einer Episode Major Depression auf das Niveau einer Dysthymen Störung, wird nur noch die Diagnose Dysthyme Störung gestellt. Eine Differentialdiagnose ist häufig auch deshalb schwierig, weil das Spektrum von Depressionen weitaus größer ist als die im DSM-IV und ICD-10 aktuell aufgeführten diagnostischen Kriterien annehmen lassen.

2.2.4. Störungen im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen

Psychotrope Substanzen sind Wirkstoffe, die das zentrale Nervensystem beeinflussen, was Auswirkungen auf die Gedanken, Stimmungen und das Verhalten des Konsumenten hat. Medikamente-, Drogen- und Alkoholsucht ist nach der Definition der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ein Zustand periodischer oder chronischer Vergiftung, hervorgerufen durch den wiederholten Gebrauch einer natürlichen oder synthetischen Droge, wobei nachfolgende fünf Kriterien entscheidend sind: 1. Unbezwingbares Verlangen zur Einnahme und Beschaffung des Mittels, 2. Tendenz zur Dosissteigerung (Toleranzerhöhung), 3. psychische und meist auch physische Abhängigkeit von der Wirkung der Droge, 4. Schädlichkeit für den Einzelnen und oder die Gesellschaft, 5. Verlust der Kontrolle über das eigene Verhalten. Tretter (2000) drückt das Vorliegen von Sucht ebenfalls mit den sieben aufgeführten Merkmalen menschlichen Verhaltens aus. Zum einen handelt es sich, so der Autor, um ein „übermäßiges Verhalten in Hinblick auf Menge, Dauer und/oder Häufigkeit des Verhaltens“, wobei Kennzeichen dieses extremen Verhaltens die „Unfähigkeit, sich dem Verhalten gegenüber enthalten zu können (Minderung der Abstinenzfähigkeit) und/oder das Verhalten jederzeit stoppen zu können (Minderung der spezifischen Verhaltenskontrolle)“ ist. Zum anderen handelt es sich „um ein krankheitswertiges Geschehen, womit die das Verhalten aufrechterhaltende Eigengesetzlichkeit der süchtigen Entwicklung gemeint ist, die auf psychische, körperliche und soziale Funktionen störend und daher krankhaft wirkt“ (S.2). Diese Betrachtung macht deutlich, dass ein fließender Übergang besteht „vom, vielleicht bereits gewohnheitsgemäßen, Konsum über den bestimmungsgemäßen Gebrauch überscheidenden Mißbrauch [...] und über den schädlichen Gebrauch bis zur Abhängigkeit“ (S.2). Tretter spricht in diesem Zusammenhang von einer ‘Bindung’ der Person in Hinblick auf das Verhalten (oder Objekt), was gut daran zu erkennen ist, dass die Person, sofern sie an der Ausübung des Verhaltens gehindert wird, den Bestand des Verhaltens verteidigt. So kann auch von einer ‘Affinität’ gegenüber Drogen oder von ‘Appetenz’ gesprochen werden. Nach Tretter wird ‘Sucht’ oft als Missbrauch und als Abhängigkeit verstanden, betrifft jedoch im Wesentlichen die Abhängigkeit. Nach Gastpar (1999) empfahl die WHO den Begriff ‘Sucht’ als „unwissenschaftlichen Terminus aufzugeben und ihn stattdessen durch „Abhängigkeit“ zu ersetzen, da dieser in zwei Formen spezifiziert werden kann: als psychische und physische Abhängigkeit“ (S.70). So wird der Begriff ‘Sucht’ heute lediglich noch umgangssprachlich genutzt. „Viele Formen

der Abhängigkeit stehen im Zusammenhang mit dem Bestreben, aus einem unerträglich erlebten Alltag durch Ablenkung, Betäubung oder Euphorisierung zu entweichen. Gründe für das Bedürfnis nach einer solchen Art von >Flucht< können äußere Belastungen (wirtschaftliche, soziale, familiäre) oder innerpersönliche Gründe (Enttäuschung über sich selber, Ambivalenzkonflikte, Sinnentleerung) sein. Die konsumierten psychotropen Substanzen erleichtern eine solche Distanzierung. Allerdings wird der Alltag nach Abklingen der Wirkung oft noch bedrückender erlebt als zuvor. Als Folge kann das Bedürfnis nach Ablenkung zu einem unbezwingbaren Verlangen nach der Substanz anwachsen. Im Sinne eines Teufelskreises entsteht immer größere Abhängigkeit“ (Hell 2007, S.76). Auch auf das sogenannte Belohnungssystem kommt der Autor zu sprechen und geht näher hierauf ein: „Psychotrope Substanzen, die als Droge eingenommen werden, bewirken eine Dopaminfreisetzung im limbischen System, was zu positiven Gefühlen führt. Im Rahmen einer positiven Verstärkerwirkung nehmen in der Folge alle Verhaltensweisen, die den erneuten Zugang zur Droge begünstigen, zu. Mit der Zeit entsteht ein unwiderstehliches Verlangen nach der Droge (>craving<, oder >Suchtdruck<). Vorher neutrale Stimuli, die mit den Umständen der Drogeneinnahme assoziiert werden, können dieses Craving auslösen (zum Beispiel Ort, Gerüche, Musik, bestimmte Stimmungen oder Stresssituationen). Bei vielen Abhängigen finden sich komorbide psychische Erkrankungen zum Beispiel Depression oder Angststörung. Der Substanzkonsum kann dabei als Selbstheilungsversuch verstanden werden (zum Beispiel Erleichterungstrinken)“ (S.77). Welche Substanzen eine psychische Abhängigkeit hervorrufen, welche eine körperliche Abhängigkeit und welche ein Entzugsdelir/epileptische Entzugsanfälle auslösen, kann bei Hell (S.78) nachgelesen werden. Allgemein lässt sich sagen, dass psychische Abhängigkeit meist an einem typischen Beschaffungsverhalten und pathologischen Einnahmemuster erkennbar ist, während physische Abhängigkeit vor allem auf den körperlichen Wirkungen wiederholten Substanzkonsums beruht.

Die Störung im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen wird im DSM-IV aufgeteilt in: *Störungen durch Substanzkonsum* und *substanzinduzierte Störungen*. Im ersten Teil sind die Kriterien für Substanzabhängigkeit und für Substanzmissbrauch enthalten, der zweite Teil definiert Substanzintoxikation sowie Substanzentzug und verweist auf weitere substanzinduzierte Störungen, die in denjenigen DSM-IV Kapiteln beschrieben werden, die sich mit Störungen mit ähnlicher Symptomatik befasst (zum Beispiel ‘Substanzinduzierte affektive Störung’). Das DSM-IV untergliedert die

verschiedenen Störungen im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen wie folgt: 'Störungen im Zusammenhang mit Alkohol', 'Störungen im Zusammenhang mit Amphetamin (oder Amphetaminähnlichen Substanzen)', 'Störungen im Zusammenhang mit Cannabis', 'Störungen im Zusammenhang mit Halluzinogenen', 'Störungen im Zusammenhang mit Inhalantien', 'Störungen im Zusammenhang mit Koffein', 'Störungen im Zusammenhang mit Kokain', 'Störungen im Zusammenhang mit Nikotin', 'Störungen im Zusammenhang mit Opiaten', 'Störungen im Zusammenhang mit Phencyclidin (oder Phencyclidinähnlichen Substanzen)', 'Störungen im Zusammenhang mit Sedativa, Hypnotika oder Anxiolytika', 'Störungen im Zusammenhang mit multiplen Substanzen' und zuletzt 'Störungen im Zusammenhang mit anderen (oder unbekannt) Substanzen'. Somit wird im DSM-IV unterschieden zwischen 'Substanzmissbrauch' und 'Substanzabhängigkeit', wobei bei der Substanzabhängigkeit bestimmt werden muss, ob eine körperliche Abhängigkeit vorliegt oder ausgeschlossen werden kann. Missbrauch wird nach dem DSM-IV als unangemessenes Konsumverhalten mit psychotropen Substanzen definiert, während Abhängigkeit als schwerwiegender betrachtet wird und die Definition mehr auf der gestörten Kontrolle über den Konsum basiert. Die Diagnosestellung 'Substanzmissbrauch' wird von der 'Substanzabhängigkeit' im DSM-IV wie folgt unterschieden: Substanzmissbrauch liegt vor, wenn ein unangepasstes Muster von Substanzkonsum in klinisch bedeutsamer Weise zu Beeinträchtigungen oder Leiden führt. Hierbei muss zu irgendeiner Zeit in demselben Zwölf-Monats-Zeitraum mindestens eins der folgenden Kriterien vorliegen: 1. Wiederholter Substanzmissbrauch, der zu einem Versagen bei der Erfüllung wichtiger Verpflichtungen bei der Arbeit, in der Schule oder zu Hause führt, 2. wiederholter Substanzgebrauch in Situationen, in denen es aufgrund des Konsums zu einer körperlichen Gefährdung kommen kann und 3. fortgesetzter Substanzgebrauch trotz ständiger oder wiederholter sozialer oder zwischenmenschlicher Probleme, die durch die Auswirkung der psychotropen Substanz verursacht oder verstärkt werden. Die Symptome dürfen niemals die Kriterien für Substanzabhängigkeit der jeweiligen Substanzklasse erfüllen.

Substanzabhängigkeit wird diagnostiziert, wenn, wie beim Substanzmissbrauch, ein unangepasstes Muster von Substanzkonsum in klinisch bedeutsamer Weise zu Beeinträchtigungen oder Leiden führt. Hierbei müssen zu irgendeiner Zeit in demselben 12-Monats-Zeitraum allerdings mindestens drei der folgenden Kriterien vorliegen: 1. Toleranzentwicklung (definiert durch eines der folgenden Kriterien: a) Verlangen

nach ausgeprägter Dosissteigerung, um einen Intoxikationszustand oder erwünschten Effekt herbeizuführen, b) deutlich verminderte Wirkung bei fortgesetzter Einnahme derselben Dosis), 2. Entzugssymptome (die sich durch eines der folgenden Kriterien äußert: a) charakteristisches Entzugssyndrom der jeweiligen Substanz, b) dieselbe (oder eine sehr ähnliche) Substanz wird eingenommen, um Entzugssymptome zu lindern oder zu vermeiden), 3. die Substanz wird häufig in größeren Mengen oder länger als beabsichtigt eingenommen, 4. anhaltender Wunsch oder erfolglose Versuche, den Substanzkonsum zu verringern oder zu kontrollieren, 5. viel Zeit für Aktivitäten, um die Substanz zu beschaffen, sie zu sich zu nehmen oder sich von ihrer Wirkung zu erholen, 6. wichtige soziale, berufliche oder Freizeitaktivitäten werden aufgrund des Substanzkonsums aufgegeben oder eingeschränkt und 7. fortgesetzter Substanzkonsum trotz Kenntnisnahme eines anhaltenden oder wiederkehrenden körperlichen oder psychischen Problems, das wahrscheinlich durch die Substanz verursacht oder verstärkt wurde.

Die Symptome der Abhängigkeit sind über die verschiedenen Substanzklassen hinweg weitgehend vergleichbar, allerdings sind manche Symptome für bestimmte Stoffgruppen weniger hervorstechend. In einigen Fällen treten auch nicht alle Symptome auf (zum Beispiel werden Entzugssymptome nicht als Kennzeichen der Abhängigkeit von Halluzinogenen aufgeführt). Am Rande soll noch erwähnt werden, dass Koffein und Sedative/Hypnotika bei der diagnostischen Kategorie Missbrauch und Abhängigkeit ausgeklammert werden, Nikotin nur bei Missbrauch. Auf die substanzinduzierten Störungen wird hier nicht näher eingegangen, eine genaue Beschreibung der notwendigen Kriterien ist jedoch im Handbuch „Diagnostische Kriterien DSM-IV-TR“ (2003) zu finden.

2.2.5. Persönlichkeitsstörung

„Persönlichkeit und Persönlichkeitseigenschaften eines Menschen sind Ausdruck der für ihn charakteristischen Erlebnisart, Verhaltensweisen und Interaktionsmuster, mit denen er gesellschaftlich-kulturellen Anforderungen und Erwartungen zu entsprechen und seine zwischenmenschlichen Beziehungen auf der Suche nach einer persönlichen Identität mit Sinn zu füllen sucht. Man könnte Persönlichkeit kurz als die Gesamtheit des Erlebens und Verhaltens eines Menschen definieren. Die empirische Untersuchung von Persönlichkeit und Persönlichkeitseigenschaften hat eine lange Tradition in der Psychologie. Der Begriff Persönlichkeitsstörung kommt hingegen aus

der Psychiatrie und ist aufgrund klinischer Beobachtungen und nicht aufgrund wissenschaftlicher Studien entstanden“ (Hell 2007, S.151). Möller (2013) betont hierbei, dass die Störung der Persönlichkeit vielgestaltig und heterogen sein kann. „Mit diesem Begriff werden Extremvarianten einer bestimmten seelischen Wesensart, also extreme Ausprägungen von bestimmten Persönlichkeitszügen beschrieben. Ein wesentliches Kriterium für die Diagnose einer Persönlichkeitsstörung ist also zunächst die Ausprägung und die Dominanz eines bestimmten Persönlichkeitsmerkmals, das auch mehr oder weniger allgemein menschlich ist. Eine zweite wesentliche Bedingung für die Annahme einer Persönlichkeitsstörung besteht darin, dass durch diese auffälligen Persönlichkeitszüge das subjektive Befinden, die soziale Anpassung oder die berufliche Leistungsfähigkeit relevant eingeschränkt sind. Darüber hinaus wird vorausgesetzt, dass diese Verhaltensmuster meistens stabil sind sich auf vielfältige Bereiche von Verhalten und psychischen Funktionen beziehen“ (S.379). Auch Davison und Neale (2002) beschreiben die Persönlichkeitsstörungen als eine heterogene Gruppe von Störungen, „die als lange bestehende, tief greifende und unflexible Verhaltensmuster und persönliche Erfahrungen gelten. Sie weichen von dem ab, was von einem Menschen erwartet wird, und beeinträchtigen das soziale und berufliche Leistungsvermögen“ (S.454). Ergänzend hierzu wird Fiedler (2003) aufgeführt, der in seiner Veröffentlichung treffend formuliert: „Mehr noch als die diagnostische Feststellung bei anderen psychischen Störungen (wie bei einer Phobie, Depression oder Schizophrenie) werden durch die Diagnose einer Persönlichkeitsstörung nicht nur einzelne Verhaltens- und Erlebensepisoden als „störend“ bezeichnet. Eine diagnostizierte Persönlichkeits-Abweichung bezieht sich immer auf die Person als Ganzes - eben als eine Verallgemeinerung über konkretes Handeln hinaus“ (S.11). So weist Fiedler darauf hin, dass viele Menschen die Kriterien einer der spezifischen Persönlichkeitsstörungen erfüllen, aber nicht als persönlichkeitsgestört diagnostiziert werden dürfen, wenn die übergeordneten Kriterien einer Persönlichkeitsstörung im Sinne eines vorliegenden Klassifikationssystems nicht erfüllt sind und diese Personen in ihren sozialen Bezügen durchaus zurechtkommt. In einem solchen Fall darf man, so der Autor, nicht von einer Persönlichkeitsstörung sprechen, da es sich lediglich um markante persönliche Stile mit möglicherweise hohem Anpassungswert handelt. Möller (2013) definiert die Persönlichkeitsstörung wie folgt: „Unter Persönlichkeitsstörung werden tief verwurzelte, anhaltende und weitgehend stabile Verhaltensmuster verstanden, die sich in starren Reaktionen auf unterschiedliche persönliche und soziale Lebenslagen zeigen. In vielen Fällen gehen diese Störungen mit persönlichem Lei-

den und gestörter sozialer Funktionsfähigkeit einher. Gegenüber der Mehrheit der Bevölkerung zeigen sich deutliche Abweichungen im Wahrnehmen, Denken, Fühlen und in Beziehung zu anderen“ (S.378). „Der Brockhaus Psychologie: Fühlen, Denken und Verhalten verstehen“ (2001) stellt die Persönlichkeitsstörung wie folgt dar:

„Entwicklungsstörung der Persönlichkeit. Sie zeigen sich in tief verwurzelten, früh erworbenen und anhaltenden Verhaltensmustern, Wahrnehmungen, Auffassungen, Gefühlen und Beziehungsstrukturen, die im jeweiligen Kulturkreis als >>nicht normal<< gelten, sodass die Betroffenen in aller Regel mit Schwierigkeiten in ihrem Sozialleben und ihrem Beruf zu kämpfen haben. Man spricht nur dann von Persönlichkeitsstörungen, wenn diese Muster bereits früh im Leben entstanden sind und stabil bleiben. Sind derartige Veränderungen auf ein späteres Ereignis zurückzuführen, spricht man von einer Persönlichkeitsveränderung. [...] Die Entstehung einzelnen Persönlichkeitsstörungen ist weitgehend ungeklärt. Neben möglichen konstitutionellen Anteilen tragen wohl vor allem bestimmte schwierige Entwicklungsbedingungen zu ihrer Entstehung bei. Die Betroffenen leiden häufig nicht unter ihrer Störung, sondern sind der Auffassung, in einer beeinträchtigenden und >>schwierigen<< Umwelt zu leben. Auf diese Umwelt reagieren sie entsprechend ihrer Störung, was diese wiederum zu spezifischen Reaktionen veranlasst. Persönlichkeitsstörungen können behandelt werden; eine notwendige Voraussetzung dazu ist allerdings die Bereitschaft der betroffenen Person, mit dem Therapeuten zu erarbeiten, dass es tatsächlich eine persönlichkeitspezifische Problematik gibt und nicht alle Störungen durch ihre >>normalen<< Reaktionen auf eine gestörte Umwelt entstehen. Diese Einsicht ist bei vielen Persönlichkeitsgestörten zunächst nur gering entwickelt; sie kann aber durch eine geduldige, weder verhöhnende noch moralisierende Haltung der professionellen Helfer erheblich vertieft werden“ (S.437).

Persönlichkeitsstörungen werden im DSM-IV auf Achse II codiert und müssen die allgemeinen diagnostischen Kriterien einer Persönlichkeitsstörung erfüllen. So muss ein überdauerndes Muster von innerem Erleben und Verhalten vorliegen, das merklich von den Erwartungen der soziokulturellen Umgebung abweicht. Dieses Muster muss sich in mindestens zwei der folgenden Bereiche manifestieren: 1. Kognition (die Art, sich selbst, andere Menschen und Ereignisse wahrzunehmen und zu interpretieren), 2. Affektivität (Variationsbreite, Intensität und Angemessenheit emotionaler Reaktionen), 3. Gestaltung zwischenmenschlicher Beziehungen und 4. Impulskontrolle. Des Weiteren muss das überdauernde Muster unflexibel und tiefgreifend in einem weiten Bereich persönlicher und sozialer Situationen sein und in klinisch bedeutsamer Weise zu Leiden oder Beeinträchtigungen in sozialen, beruflichen oder anderen wichtigen Funktionsbereichen führen. Das Muster muss stabil und langandauernd sein und sein Beginn ist zumindest bis in die Adoleszenz oder ins frühe Erwachsenenalter zurückzuverfolgen. Außerdem darf sich das überdauernde Muster

nicht besser als Folge einer anderen psychischen Störung erklären lassen und nicht auf die körperliche Wirkung einer Substanz oder eines medizinischen Krankheitsfaktors zurückgehen. Nachfolgende Persönlichkeitsstörungen werden durch den DSM-IV erfasst: Cluster A Persönlichkeitsstörungen: Paranoide PS, schizoide PS und schizotypische PS. Cluster B Persönlichkeitsstörungen: Antisoziale PS, Borderline PS, histrionische PS und narzisstische PS. Cluster C Persönlichkeitsstörungen: Vermeidend-Selbstunsichere PS, dependente PS, zwanghafte PS und nicht näher bezeichnete Persönlichkeitsstörungen. Da für die vorliegende Studie lediglich die beiden Störungsbilder 'Borderline-Persönlichkeitsstörung' und 'Narzisstische Persönlichkeitsstörung' von Bedeutung sind, wird sich im Nachfolgenden auf diese konzentriert.

2.2.5.1. Borderline-Persönlichkeitsstörung

Der Begriff „Borderline“ wurde 1884 erstmalig von Hughes erwähnt (vgl. Dulz 1995) und fand zunächst in der Psychiatrie hauptsächlich bei Psychoanalytikern Verwendung. Nach Fiedler (1994) wurde das Konzept Borderline-Störung ursprünglich eingesetzt, um „Randphänomene im Grenzbereich zu den schizophrenen Störungen genauer zu fassen (so vor allem in der psychiatrischen Forschung) oder um eine eigene Störungsgruppe im Übergang zwischen Neurose und Schizophrenie zu konzipieren (so vor allem in Ausarbeitung der Psychoanalyse)“ (S.195). Allerdings ist schon früh übereinstimmend die Vermutung geäußert worden, dass es sich „bei den gemeinten Phänomenen nicht nur um eine spezifische Symptomatik oder um ein spezifisches Syndrom handelt, sondern daß es sich dabei um die Eigenarten einer überdauernden Charakter- beziehungsweise Persönlichkeitsstörung handeln könnte“ (S.195). So erläutert Fiedler, dass der Begriff „Borderline“ in die Diagnosesysteme DSM-III (-R) und ICD-10 als Kennzeichnung einer Persönlichkeitsstörung aufgenommen und zugleich für die Phänomene im Übergang und Grenzbereich zur Schizophrenie eine neue Bezeichnung eingeführt wurde, nämlich die „Schizotypie“. Somit habe der Begriff „Borderline“ die inhaltliche Bedeutung zur primären Kennzeichnung von „Grenzfällen“ im Übergang von Neurose zur Psychose weitgehend verloren, auch die konzeptionelle Struktur entwickle sich in Richtung einer eher „affektiven (Persönlichkeits-) Störung“. Als zentrales Merkmal der Borderline-Persönlichkeitsstörung wird nämlich, so Fiedler, ein „durchgängiges Muster einer besonders auffälligen Instabilität im Bereich der Stimmung und Affektivität betrachtet, die vor allem in zwischenmenschlichen Beziehungen zu erheblichen Schwierigkeiten und Konflikten führen

können“ (S.196). Die Borderline-Persönlichkeitsstörung gehört zu der emotional-instabilen Persönlichkeitsstörung, häufig wird den Betroffenen eine deutliche Unausgeglichenheit im Fühlen, der Wahrnehmung und in der Beziehung zu anderen Menschen nachgesagt, was besonders für die Personen im unmittelbaren Umfeld der Betroffenen zu Leiden führt. Es handelt sich hier um eine schwerwiegende Störung der Affektregulation, begleitet von einer verzerrten Wahrnehmung des Selbstbildes und des zwischenmenschlichen Verhaltens und ist durch eine deutliche Impulsivität gekennzeichnet. Die Störung beginnt im frühen Erwachsenenalter, mindestens fünf der folgenden Kriterien müssen erfüllt sein: 1. Verzweifelt Bemühen, tatsächliches oder vermutetes Verlassenwerden zu vermeiden, 2. instabile, aber intensive zwischenmenschliche Beziehungen, gekennzeichnet durch einen Wechsel zwischen den Extremen der Idealisierung und Entwertung, 3. Identitätsstörung (ausgeprägte und andauernde Instabilität des Selbstbildes oder der Selbstwahrnehmung), 4. Impulsivität in mindestens zwei potentiell selbstschädigendem Bereichen (Geldausgabe, Sexualität, Substanzmissbrauch, rücksichtsloses Fahren, „Freßanfälle“), 5. wiederholte suizidale Handlungen, Selbstmordandeutungen oder - drohungen oder Selbstverletzungsverhalten, 6. affektive Instabilität infolge einer ausgeprägten Reaktivität der Stimmung (zum Beispiel Reizbarkeit oder Angst, wobei diese Verstimmungen gewöhnlich einige Stunden und nur selten mehr als einen Tag andauern), 7. chronisches Gefühl von Leere, 8. unangemessene, heftige Wut oder Schwierigkeiten, die Wut zu kontrollieren, 9. vorübergehende, durch Belastung ausgelöste paranoide Vorstellungen oder schwere dissoziative Symptome.

2.2.5.2. Narzisstische Persönlichkeitsstörung

Der Ausdruck „Narzissmus“ wurde durch eine griechische Sage über den schönen Jüngling Narkissos, Sohn des Flussgottes Kephissos, geprägt, dessen Geschichte verschiedene Gesichter trägt. So heißt es einmal, dass er jegliche Annäherungsversuche seitens seiner Verehrerinnen und Verehrer zurückwies, welche daraufhin um Rache baten, die in Form einer unstillbaren Selbstliebe über Narziss hereinbrach. Als er sich eines Tages an einer unberührten Wasserquelle niederließ, verliebte er sich in sein eigenes Spiegelbild. Dort verharrte er schmachend bis zum Tode über seinem Ebenbild, doch statt seines Leichnams wurde eine Narzisse gefunden. Ein anderes Ende besagt, dass er vom Antlitz seines eigenen Spiegelbildes, nicht wissend, dass es sich um sein eigenes handelte, in dem Teich derart hingerissen war, dass er vor Sehnsucht nach diesem Spiegelbild und durch den innigen Wunsch sich mit die-

sem zu vereinen ertrank und in eine Narzisse verwandelt wurde. Wiederum ein anderes Ende erzählt, dass sich Narziss an einen Teich setzte, um sich an seinem eigenen Spiegelbild zu erfreuen, woraufhin ein Blatt vor ihm ins Wasser fiel und kleine Wellen schlug, welche das Spiegelbild trübten. Schockiert von der Vorstellung er sei hässlich starb er und wurde in eine Narzisse verwandelt. Narkissos ist somit der Namensgeber für all diejenigen, die vor allem eins über alles zu lieben scheinen: sich selbst. Narzissmus, so Fiedler (1994), gehört zu den zentralen Begriffen der Psychoanalyse, vorrangig zur Beschreibung von frühen Störungen der Ich-Entwicklung und somit auch von Charakterzügen, und „bezeichnet in seiner allgemeinen (positiven) Form die interaktionelle Fähigkeit eines Menschen, relativ konstante positive wie negative zwischenmenschliche Beziehungen auszubilden. In seiner (negativen) Variante zur Kennzeichnung einer Persönlichkeitsstörung bezeichnet er zumeist das Gegenteil: nämlich eine Störung der Beziehungsfähigkeit, die durch Selbstbezogenheit, eine hohe Empfindlichkeit gegenüber der Einschätzung durch andere und durch einen Mangel an Einfühlungsvermögen bestimmt ist“ (S.252). Seit Ende des 20. Jahrhunderts kommen neue Perspektiven hinzu, da der Narzissmus verstärkt aus Sicht der Persönlichkeits- und Sozialpsychologie betrachtet wird (Bierhoff 2006). „Im Unterschied zur klinischen Forschung, bei der der pathologische Narzissmus in klinischen Populationen im Vordergrund steht, konzentriert sich die persönlichkeits- und sozialpsychologische Forschung im Wesentlichen auf den normalen Narzissmus in nicht klinischen Populationen“ so der Autor (S.57).

Die narzisstische Persönlichkeitsstörung wurde mit dem DSM-III (1980) erstmals in ein psychiatrisches Klassifikationssystem aufgenommen, was aufgrund mangelnder Forschungsarbeiten zu diesem Störungsbereich anfangs heftig kritisiert wurde. Dem Wunsch der Psychoanalytiker nach Einführung einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung in ein Klassifikationsmodell wurde vor allem jedoch deshalb entsprochen, weil über die zusammengefassten Persönlichkeitsmerkmale weitgehende Einigkeit herrschte (Fiedler 1994). Beachtliche Forschungsaktivitäten und standardisierte Interviewmethoden, unter deren Verwendung recht zuverlässige Diagnosen gestellt werden konnten, haben dazu geführt, dass die narzisstische Persönlichkeitsstörung in das DSM-IV übernommen wurde, so Fiedler. Nach dem Klassifikationsmodell DSM-IV zeigen Narzissten ein tiefgreifendes Muster von Großartigkeit in Phantasie oder Verhalten, Bedürfnis nach Bewunderung und Mangel an Empathie auf. Narzissten überschätzen demnach ihre Talente und Leistungen, fühlen sich anderen Men-

schen gegenüber überlegen, verlangen in übertriebenem Ausmaß Aufmerksamkeit und Zuwendung und nehmen deren Bedürfnisse nicht angemessen wahr oder beachten sie nicht (Bierhoff 2006, S.58). Die Störung beginnt im frühen Erwachsenenalter und muss, neben den weiter oben aufgeführten allgemeinen diagnostischen Kriterien einer Persönlichkeitsstörung, mindestens fünf der folgenden Kriterien erfüllen: 1. Grandioses Gefühl der eigenen Wichtigkeit (Übertreibung von eigenen Leistungen und Talente, erwartet, ohne entsprechende Leistung als überlegen anerkannt zu werden), 2. Phantasien grenzenlosen Erfolgs, Macht, Glanz, Schönheit und ideale Liebe, 3. Der Glaube, „besonders“ und einzigartig zu sein und nur von anderen besonderen oder angesehenen Personen verstanden zu werden oder nur mit diesen verkehren zu können, 4. Verlangen nach übermäßiger Bewunderung, 5. Anspruchsdenken, d.h. übertriebene Erwartungen an eine besonders bevorzugte Behandlung oder automatisches Eingehen auf die eigenen Erwartungen, 6. Ausbeuterisch in zwischenmenschlichen Beziehungen, d.h. Nutzen aus anderen herausziehen, um die eigenen Ziele zu erreichen, 7. Mangel an Empathie, d.h. nicht willens sein, die Gefühle und Bedürfnisse anderer zu erkennen oder sich mit ihnen zu identifizieren, 8. Neid auf andere oder der Glaube, andere seien neidisch auf ihn/sie, 9. Arrogante, überhebliche Verhaltensweisen oder Haltungen.

Das klinische Bild der narzisstischen Persönlichkeitsstörung gewichtet primär das Gefühl der eigenen Grandiosität, welches der Stützung und Erhöhung des Selbstwertes dient, so Fiedler (1994). Jedoch liegen die Hauptmerkmale der narzisstischen Persönlichkeitsstörung, so der Autor, im zwischenmenschlichen Bereich, nämlich in Form von a) einem Mangel an Empathie, b) einem durchgängigen Muster von sozialem Unbehagen und c) Angst vor negativer Beurteilung durch andere. Aber auch positive Seiten werden ihnen des Öfteren zugesprochen, wie Brillanz, ihre anziehende Wirkung auf andere, ihr interessantes Wesen und ihre Kreativität, um Großes zu vollbringen. Nach Bandelow (2007) haben wir „diesem Menschenschlag einen großen Teil unserer Kunstgenüsse dieser Welt zu verdanken“ (S.29). Vazire konnte in ihrer 2008 veröffentlichten Studie „Portrait of a narcissist: Manifestations of narcissism in physical appearance“ aufzeigen, dass eine intensive Besorgnis um das eigene Erscheinungsbild und der Wunsch nach Aufmerksamkeit ein wesentlicher Bestandteil narzisstischer Tendenzen darstellt. So wurde gezeigt, dass Narzissten häufig dazu neigen teure, auffällige Kleidung zu tragen und sich viel Zeit für ihre optische Erscheinung nehmen. Dass Narzissten ein hohes Maß an Eitelkeit und Interesse am

eigenen Erscheinungsbild erkennen lassen und des Weiteren stark darum bemüht sind im Zentrum der Aufmerksamkeit zu stehen, lässt sich, so Vazire, anhand des Narcissistic Personality Inventory (NPI) aufzeigen, eines der am häufigsten eingesetzten Instrumente zur Erfassung von Narzissmus.

2.3. Der prominente Künstler

„Kreativität ist eine Eigenschaft des Lebendigen, eine alltägliche Aufgabe und eine dämonische Kraft“ (Holm-Hadulla 2007, S.1).

2.3.1. Geschichte und Entwicklung des Kreativitätsbegriffs

2.3.1.1. Historischer Hintergrund

Zur Historie der Kreativität schreibt Reckwitz (2012), dass die Idee der Kreativität keine Erfindung unserer Post- oder Spätmoderne ist, „aus einer soziologischen Perspektive auf die Genese der Moderne insgesamt ist sie jedoch vom letzten Drittel des 18. Jahrhunderts bis ins zweite Drittel des 20. Jahrhunderts im Wesentlichen auf kulturelle und soziale Nischen beschränkt gewesen. Es waren die künstlerischen und ästhetischen Bewegungen der Sturm und Drang und der Romantik, die in immer neuen Schüben die Überzeugung forciert haben, dass die Welt und das Ich schöpferisch-kreativ zu gestalten seien“ (S.13). Der Autor spricht davon, dass in den damals künstlerischen und gegenkulturellen Nischen Kreativität als eine Emanzipationshoffnung in Stellung gebracht wurde, „die den repressiv scheinenden okzidentalen Rationalismus von bürgerlicher Erwerbsarbeit, Familie und Bildung überwinden sollte. Für den dominanten Alltagsrationalismus des 19. und 20. Jahrhunderts, gegen den der Kreativitätswunsch dieser Minderheit gerichtet war, wäre ein verallgemeinerter Kreativitätsanspruch völlig undenkbar gewesen“ (S.14). Erst in der spätmodernen Kultur seit den 1970er Jahren vollzieht sich eine bemerkenswerte Umkehrung. „Das Kreativitätsideal der scheinbar hoffnungslos randständigen ästhetisch-künstlerischen Gegenbewegung ist in die dominanten Segmente der Gegenwartskultur, in ihre Arbeits-, Konsum- und Beziehungsform eingesickert“ (S.14). So wird als Beispiel aufgeführt: „Die ehemalige antikapitalistische >Künstlerkritik< von 1800 bis 1986, die Kritik an der Entfremdung im Namen der Selbstverwirklichung, Kooperation und Authentizität ist in das aktuelle projektorientierte Arbeiten und in die Organisation mit ihren flachen Hierarchien bereits eingebaut“ (S.15). Der Kreativitätswunsch, so der Autor, geht jedoch weit über die Felder von Arbeit und Konsum hinaus und „umfasst die

gesamten Strukturen des Sozialen und des Selbst der Gegenwartsgesellschaft. [...] – von der Erziehung bis zum Konsum, vom Sport bis zum Beruf und zur Sexualität. Sie alle werden gegenwärtig Imperativen der Kreativität entsprechend umgeformt“. Insgesamt, so Reckwitz, ist eine Kreativitätsorientierung nicht nur in der Kunst zu finden, sondern „in einzelnen Segmenten der Ökonomie, in Teilen der Humanwissenschaften, in den Massenmedien, in der politischen Planung des städtischen Raums. Am Ende ist die einstmals elitäre und oppositionelle Orientierung am Kreativen allgemein erstrebenswert und zugleich für alle verbindlich geworden“ (S.15). Reckwitz versteht diesen Prozess nicht als das Ergebnis einer Befreiung von Zwängen und die Möglichkeit endlich kreativ sein zu können, sondern als eine „historisch außergewöhnliche Erscheinung des letzten Drittels des 20. Jahrhunderts, die seit dem Ende des 18. Jahrhunderts und insbesondere seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts vorbereitet worden ist. Dieser vielgliedrige Komplex legt uns nahe, in sehr voraussetzungsreichen Begriffen über unsere Kreativität zu denken und diese zu begehren, sie in entsprechenden Techniken zu üben und uns selbst in die Richtung kreativer Subjekte zu gestalten: Kreativität als ein soziales und kulturelles Phänomen ist in diesem Kontext gleichsam erfunden worden. [...] Kreativität scheint als ein natürliches Potential immer schon vorhanden, aber zugleich wird systematisch dazu angehalten, sie zu entwickeln, und zugleich wird sehnsüchtig gewünscht, kreativ zu sein“ (S.16). Abschließend kommt der Autor darauf zu sprechen, dass auf der einen Seite eine Faszination hinsichtlich der Kreativitätsorientierung, die sich lange gegen verschiedene Widerstände durchsetzen musste, besteht und eine Freude darüber, dass diese in vielen verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen umgesetzt werden konnte, „die Faszination schlägt jedoch rasch in ein Unbehagen um: dass die Verwandlung dieser alten, ja auch emanzipatorischen Hoffnungen in einen Kreativitätsimperativ neuartige Zwänge eines Aktivismus permanenter ästhetischer Innovationen mit sich gebracht hat und eine zwanghafte Zerstreung der subjektiven Aufmerksamkeit im unendlichen, niemals befriedigenden Zyklus der kreativen Akte“ (S.18).

Die Geburtsstunde der modernen Kreativitätsforschung stellt der im Jahr 1950 auf der Hauptkonferenz der American Psychological Association mit dem Titel 'Creativity' gehaltene Eröffnungsvortrag des Psychologen und Intelligenzforschers J.P. Guilford dar. Im Zuge seiner Rede rief er dazu auf, dem stark vernachlässigten Bereich der Kreativität mehr Aufmerksamkeit zu widmen, da sich die Gegenwartsgesellschaft eine Ignoranz nicht mehr leisten könne. Eine Ökonomie der Hochtechnologie, die

sich in einem globalen Systemwettbewerb befindet, ist auf die Ausschöpfung aller kreativen Begabungen angewiesen (vgl. Guilford 1950). Der Weg, um ökonomisch-technologische Höchstleistungen zu erbringen, führt nach Guilford über die Kreativität der Individuen: „Warum bringen wir unter den angeblich vorurteilsfreien modernen erzieherischen Praktiken nicht eine größere Zahl von kreativen Hochbegabten hervor?“ (in Ulmann 1973, S.26). Guilford postulierte in seinem Vortrag die These, dass jeder Mensch kreativ sein kann, wenn dessen Potential gefördert beziehungsweise wieder aktiviert werden würde: „Jeder Mensch ist kreativ“ konstatierte Guilford in seiner Rede. Wobei Guilford hervorhebt, dass Kreativität als kognitive Problemlösekompetenz aufgefasst wird, und das Modell für den Kreativen nicht der Künstler, sondern der Naturwissenschaftler und Erfinder ist. Seine Aussage, dass jeder Mensch kreativ sein kann, kollidierte mit der bis dahin angenommenen Ansicht, dass Kreativität eng mit Hochbegabung korrelierte und öffnete die Türen für ein breiteres Kreativitätsverständnis. Für Guilford ist Kreativität definiert als eine neue, noch nicht da gewesene, von wenigen Menschen gedachte und effektive Methode ein Problem zu lösen, wobei nachfolgende vier Merkmale mit einbezogen werden: 1. Problemsensitivität (erkennen, dass und wo ein Problem besteht), 2. Ideenflüssigkeit (in kurzer Zeit viele Ideen hervorbringen), 3. Flexibilität (gewohnte Wege des Denkens verlassen; neue Sichtweisen entwickeln) und 4. Originalität. Für ihn ist Kreativität eine spezielle Form des Denkens und er unterscheidet zwischen konvergentem Denken (gleichgerichtetes Denken, sprich in Richtung einer einzigen, präzisen Lösung abzielend) und divergentem Denken (vielseitiges Denken, sprich die Denkvorgänge bewegen sich in viele Richtungen und beziehen möglichst unterschiedliche Aspekte mit ein). Letztes ist wichtig für das Sammeln und Entwickeln von Ideen, erstes für die Bewertung und das Auswählen dieser (vgl. Guilford 1950). „Die bisherige Intelligenzforschung sei wie selbstverständlich auf das Konvergenzdenken fixiert geblieben, das heißt auf die Fähigkeit, logische Operationen richtig vollziehen zu können. Letztlich handele es sich dabei jedoch um ein bloßes reproduktives Denken, das an Schulleistungen orientiert ist. Kreativität hingegen sei Divergenzdenken, die Fähigkeit zur Entwicklung unkonventioneller Perspektiven, zur Abweichung vom Pfad der scheinbar einzig möglichen Lösung“ (Reckwitz 2012, S.224). Und weiter: „Die sich etablierende kognitivistische Kreativitätspsychologie sieht sich jedoch durchgängig mit einem Abgrenzungsproblem konfrontiert, das eine Schwierigkeit der anvisierten praktischen Förderung von Kreativität spiegelt: Einerseits geht es um eine eindeutig positive Bewertung kreativer Eigenschaften als gesellschaftlich wünschenswert, an-

dererseits sieht sich die Kreativitätspsychologie immer wieder genötigt, zwischen wünschenswerter und fragwürdiger Produktion von neuen Ideen zu unterscheiden. Die uneingeschränkte Förderung des Divergenzdenkens wäre einfach zu riskant“ (S.225). Es geht hier also um die notwendige Abgrenzung produktiver von unproduktiver Kreativität, denn „Neuartigkeit und Ungewöhnlichkeit sind zwar zweifellos ein Kennzeichen kreativer Akte, aber dies erscheint noch nicht ausreichend – irgendwie müssen wir noch die bloßen Seltsamkeiten (oddities) aussondern. Wahre Kreativität müsse auch sozial angemessen sein und zum Kontext passen – wobei [...] der Schöpfer sich dem Kritiker gegenüber langfristig als überlegen erweist“ (S.226). Zuletzt schreibt Reckwitz zu diesem Aspekt: „Die kognitivistische Kreativitätspsychologie sieht sich daher gezwungen, immer wieder neue Anläufe zu unternehmen, um eine >wahre< Kreativität von einer nur scheinbaren abzugrenzen, wobei Letzteres entweder ein Zuviel an Sozialorientierung enthält (der modische Konformist) oder aber ein Zuwenig (die Absurdität des Verrückten oder Kuriosen)“ (S.227). Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts setzte somit die systematische Erforschung der menschlichen Kreativität ein, wobei die Kreativitätsforschung zunächst überwiegend als Teilgebiet der Intelligenzforschung galt. Erst später löste sich die neuere Kreativitätsforschung aus dem engen Umkreis der Intelligenzforschung und erweiterte sich auf andere Disziplinen neben der der Psychologie. Anfang der 1970er Jahre schwappte die morden ‚Kreativitätswelle‘ dann nach Deutschland über, was sich an der rasant steigenden Zahl wissenschaftlicher Abhandlungen zu diesem Thema zeigt (vgl. Urban 2004).

Reckwitz macht darauf aufmerksam, dass nach dem Zweiten Weltkrieg die psychologische Problematisierung von Kreativität in zwei komplementäre Felder zerfällt: Die self-growth-Psychologie, ein Modell des Selbst, das sich „>verwirklichen< oder >entfalten< will, kann und soll, über den Weg der Beratung und Therapie von Individuen, aber auch im Rahmen des Erziehungs- und Bildungssektor sowie der Organisationsberatung“ (S.215), und die kognitivistische Kreativitätspsychologie, die „an der Diagnose und Förderung vor allem beruflich verwertbarer kreativer Kompetenzen“ (S.228) ansetzt, wobei, so der Autor, vieles dafür spricht, dass seit den 1980er Jahren beide Felder zusammenlaufen und sich gegenseitig stützen. „Kreativität wird zum Orientierungspunkt eines ganzen psychologischen Lebensprogramms und aller Alltagspraktiken, in deren Zentrum ein >kreativer Habitus< steht: ein Ensemble von inkorporierten Schemata und Strategien, die das Subjekt permanent und scheinbar ganz natür-

lich zur lustvollen Wahrnehmung und Hervorbringung des Neuen, zum Experiment mit sich selbst befähigen. Die psychologische Kreativitätspraxeologie integriert das Ideal-Ich des schöpferischen Selbst in den Pragmatismus des privaten Alltags“ (S.228). Als Beispiel hierzu führt Reckwitz Mihaly Csikszentmihalyi auf, der das Flow-Phänomen entdeckt hat „als Kern eines solchen alltäglichen kreativen Zustandes: eine weite Öffnung der Wahrnehmung, die zugleich eine enge Konzentration auf eine bestimmte Aufgabe bedeutet und vom Subjekt als zeitlos und befriedigend empfunden wird. Das Bemerkenswerte dieses Zustandes ist, dass er die klassische Unterscheidung der Ästhetik zwischen zweckgebundenem Verhalten und zweckfreier Wahrnehmung unterläuft. Denn das fragliche Verhalten ist einerseits gerade kein handlungsentlastetes, in ihm findet vielmehr die Auseinandersetzung mit einer herausfordernden Aufgabe statt, welche die ganze Aufmerksamkeit erfordert. Andererseits wird dieses Tun Csikszentmihalyi zufolge jedoch als eine >autotelische Erfahrung< erlebt, in der eine Intensivierung und Komplexitätssteigerung der gesamten Wahrnehmung als Selbstzweck stattfindet und mit Lustempfinden verbunden ist: es handelt sich um eine >optimale Erfahrung< (optimal experience). Der Flow-Zustand befindet sich exakt zwischen den Polen der >Langweile< und der >Angst<, er bedeutet eine lustvolle Konzentration, die Ungezwungenheit und Sicherheit in sich vereint. Die Kreativität steckt somit nicht in etwaigen neuartigen Resultaten des Handelns, sondern in der Transformation der Wahrnehmungsverfassung“ (S.229). Insgesamt geht es hier um die „Aufweichung der Grenze zwischen Arbeit und Privatsphäre“ (S.230). Anders als Csikszentmihalyi hat Sternberg nicht eine an Kreativität orientierte Lebensführung, sondern anerkannte kreative Leistungen im Beruf vor Augen, so Reckwitz. Sternberg hebt hervor, dass es um die Kompetenz geht, „den Ideenmarkt geschickt zu beobachten, die Fähigkeit, andere von den eigenen Ideen zu überzeugen [...]“. Das kreative Subjekt setzt gezielt – so Sternberg – gezielt auf relativ unbekannte Ideen, die auf Widerstand stoßen und zugleich >Wachstumspotenzial< versprechen. Es ist risikoorientiert und >investiert< in eine ungewöhnliche Idee auf dem Markt der Ideen, von der es vermutet, dass es durch sie teil einer Avantgarde wird. [...] Neben dieser Fähigkeit zur abschätzenden Beobachtung des Ideenmarkts muss die Bereitschaft treten, für die eigenen Ideen Überzeugungsarbeit zu leisten. Das erfolgreiche Kreativsubjekt stellt sich gerade nicht als weltabgewandter Künstler oder Wissenschaftler dar, sondern als geschickter Selbstvermarkter. Die dritte und wichtigste Voraussetzung ist aber letztlich die Entscheidung, kreativ sein zu *wollen*. Man muss auf lustvolle Weise bereit dazu sein, sich im Dissens zur Mehrheit zu befinden:

Wenn man es nicht aushalten kann, eine Zeitlang umstritten zu sein, wird man nie ein anerkannter Neuerer werden“ (S.231 ff).

2.3.1.2. Der Begriff Kreativität

Zur Etymologie des Wortes Kreativität ist festzuhalten, dass der Begriff ursprünglich aus dem Lateinischen 'creare' stammt, was so viel wie 'erschaffen', 'erzeugen', 'erwählen' bedeutet. Übersetzt man das englische Wort 'creativity' ins Deutsche, gelangt man zu Formulierungen wie 'schöpferische Fähigkeiten', 'schöpferisches Denken' oder 'schöpfen' (vgl. Stockhammer 1983).

Eine einheitliche Definition des Begriffs ist in der Literatur nicht zu finden, da nicht nur begriffliche, sondern auch enorme methodologische Schwierigkeiten zu verzeichnen sind. Der Begriff Kreativität zählt zu den diffusesten Begriffen der Psychologie, denn „definitions range from the creator's personal sense of having created something new for him or herself, including a thought or idea, to the creation of a product that is unique and viewed as such by the dominant culture of the time“ (Ranking 2005, S.7), dennoch gehen zahlreiche Autoren den Bemühungen nach, die der Kreativität zugrundeliegende Natur aufzuklären. Besonders ausführlich geht Brodbeck in seinem 2006 veröffentlichten Artikel „Neue Trends in der Kreativitätsforschung“ auf den Begriff Kreativität und dessen Ursprung ein und kommt auf die Erweiterung des Kreativitätsbegriffes zu sprechen. Nach Brodbeck stammt das Wort „Kreativität“ aus der Theologie und bezeichnet ursprünglich den 'Creator' (Schöpfergott), der aus Nichts etwas Neues erschafft. Der Begriff des Schöpferischen wurde, so Brodbeck, im 17.Jahrhundert auf herausragende Menschen, die „Genies“, übertragen, wobei der Begriffsinhalt hierbei diffus blieb. Brodbeck schreibt hierzu: „Der Genie-Begriff der Kreativität bezieht sich auf die Person; die Unterscheidung „genialer Menschen“ von anderen beruht aber auf einer bestimmten Klassifikation der kreativen Produkte. Zunächst waren es Leistungen in Kunst und Wissenschaft, später kamen dann die Wirtschaft und die Politik hinzu“ (S.3). Noch heute werden kontroverse Diskussionen darüber geführt, ob der Begriff des Genies als Ausdruck höchster menschlicher Werthaltigkeit oder als eine Form von psychischem Irrsinn zu betrachten ist (vgl. Kessel 1989). Bereits 1887 initiierte Lombroso mit seinem Buch „Genio e follia, in rapporto alla medicina legale, alle critica ed alla storia“⁷ eine Dis-

⁷ dt: Genie und Irrsinn in ihren Beziehungen zum Gesetz, zur Kritik und zur Geschichte. Leipzig: Reclam, 1887

kussion, die noch bis heute populär ist, doch wurde, so Post (1994), die auf Aristoteles zurückzuführende fortwährende Assoziation, das menschliche Genialität eng mit Wahnsinn verknüpft ist, in dieser extremen Form aufgegeben.

Auch Reckwitz geht in seinem 2012 veröffentlichtem Buch „Die Erfindung der Kreativität“ ausführlich auf das Thema Kreativität ein und definiert dieses Phänomen wie folgt: „Kreativität hat zunächst eine doppelte Bedeutung. Zum einen verweist sie auf die Fähigkeit und die Realität, dynamisch Neues hervorzubringen. Kreativität bevorzugt das Neue gegenüber dem Alten, das Abweichende gegenüber dem Standard, das Andere gegenüber dem Gleichen. Dieses Hervorbringen des Neuen wird nicht als einmaliger Akt gedacht, sondern als etwas, das immer wieder und auf Dauer geschieht. Zum anderen nimmt Kreativität Bezug auf ein Modell des >Schöpferischen<, das sie an die moderne Figur des Künstlers, an das Künstlerische und Ästhetische insgesamt zurückbindet. Es geht um mehr als eine technische Produktion von Innovationen, sondern um die sinnliche und affektive Erregung durch das produzierte Neue. Das ästhetisch Neue wird mit Lebendigkeit und Experimentierfreude in Verbindung gebracht, und sein Hervorbringen erscheint als ein schöpferisches Selbst, das dem Künstler analog ist“ (S.10). Nach Dukat und Piesbergen (2009) besteht noch immer Uneinigkeit darüber, ob „Kreativität sich am Produkt entscheidet, am Prozess erkennbar wird oder an den persönlichen Eigenschaften bestimmt werden soll“. Weiter schreiben die Autoren: „Bisher liegt keine allgemein anerkannte Definition von Kreativität vor. Der Begriff Kreativität zählt deshalb nicht umsonst zu den verworrensten und mehrdeutigsten Begriffen der Psychologie“ (S.2). Auch Ludwig (1989) beschränkt sich auf diese drei Dimensionen der Kreativität, nämlich Person, Prozess und Produkt. Brodbeck (2006) hingegen bezieht sich in seiner Veröffentlichung auf Taylor (1988), demzufolge der Kreativitätsbegriff vier Aspekte umreißt: 1. Person, 2. Prozess, 3. Produkt und 4. Situation. Die kreative Person zeigt, dass sie in der Lage ist, kreative Produkte zu erzeugen. Die kreativen Prozesse sind die Operationen, die die Person ausführt, wenn sie kreativ tätig wird, sprich was genau während des kreativen Denkens passiert und wie das kreative Produkt zustande kommt. Das kreative Produkt ist das konkrete Ergebnis einer kreativen Leistung. Auffällig ist hierbei, dass von beiden Autoren der Aspekt des Potentials außer Acht gelassen wird, welcher jedoch in diesem Kontext wichtig zu erwähnen ist. Das kreative Potential sagt etwas darüber aus, ob eine Person überhaupt in der Lage ist eine kreative

Leistung zu erbringen, denn nicht jeder kann sein Potential in kreatives Leben umsetzen. Uneinigkeit besteht auch in der Frage, welche der soeben aufgeführten Aspekte am meisten geeignet sind, um Kreativität bewerten zu können. So geht Taylor davon aus "the product was a more important and acceptable measure of creativity primarily because it was tangible" (in Ranking 2005, S.17). Roe hingegen ist der Ansicht "that evaluating the process was more relevant, since the product approach was laden with value judgments that change over time. [...] there are artistic productions or scientific theories which were rejected when they were first offered, only to be acclaimed by later generation; there are others which were acclaimed and have since been rejected; but the process within the individual was as creative in one instance as in the other" (in Ranking 2005, S.18). MacKinnon führt jedoch auf: "Critics argued that studying the creative process posed difficulties in attempting to capture the creative process in a limited amount of time, even if it were over a period of several days or weeks, in asking people to be creative on demand, and in testing in artificial environments" (in Ranking 2005, S.18). Hinsichtlich der Dimension der „Situation“ ist in Brodbeck (2006) nachzulesen, dass sich der Kreativitätsbegriff hinsichtlich einer Innenperspektive (Erleben) und einer Außenperspektive (Verhalten) aufteilt. „Die kreative Situation wiederum kann unterschiedlich aufgefasst werden: Individuell, als Gruppe, systemtheoretisch oder als sozialer Prozess. Je nach Wahl des Ausgangspunktes ergibt sich ein anderer Begriff der Kreativität“ (S.3).

Brodbecks eigene Definition der Kreativität wird von ihm wie folgt dargestellt:

„Man kann mit „kreativ“ alle Formen menschlicher Aktivität bezeichnen, die *neu und wertvoll* sind. Neuheiten, die aus einer Wertschätzung herausfallen, sind keine kreativen Leistungen, sondern nur zufällige Änderungen. Wert können andererseits Dinge oder Handlungen auch dann haben, wenn sie als Wiederholung und Routine charakterisierbar sind. Erst beide Teilbegriffe umfassen also das, was man als „kreativ“ bezeichnen kann. Der Kreativitätsbegriff bildet die Schnittmenge aus den Begriffen Neuheit und Wert. Die *Unterscheidung* von neu und alt ist hierbei allerdings nicht starr, sondern selbst ein situativer und sozialer Prozess der permanenten Neudefinition“ (S.5).

Und weiter:

„Prinzipiell sind kreative Leistungen und Produkte bei allen menschlichen Handlungen zu entdecken [...]. Damit ist gesagt, dass auch emotionale Prozesse (emotionale Intelligenz), eine veränderte Wahrnehmung oder veränderte Bewegungsmuster (des Körpers, des Denkens, des Fühlens, der sozialen Interaktion usw.) zur Domäne der Kreativität zu zählen sind, nicht nur objektivierbare Produkte oder fixierbare Denkprozesse“ (S.5).

Suwala (2012) geht hinsichtlich der Entstehung der Kreativität von den „6 P's“ aus: 1. Problem, 2. Person, 3. Problemumfeld, 4. Prozess, 5. Produkt und 6. Presse (Überzeugungskraft), wobei diesem Modell nach jeder dieser sechs Punkte unter einem Spannungsverhältnis zwischen zwei Extremen steht. In Hinblick auf das zu lösende Problem liegt das Spannungsverhältnis 'intrinsischer Motivation' und 'extrinsischer Motivation' vor, indem zum einen davon ausgegangen wird, dass ein Problem nicht aufgrund einer externen Belohnung angegangen wird, sondern wegen des Problems selbst, zum anderen können externe Anreizsysteme (zum Beispiel Ruhm, Ehre, Auszeichnung) ebenso positiv auf Kreativität wirken. Hinsichtlich der Person liegt das Spannungsverhältnis 'progressive Denkweise' (zum Beispiel eine Präferenz für die Auseinandersetzung mit Neuem auf der Basis neuer Erkenntnisse) vs. 'adaptive Denkweise' (zum Beispiel eine Präferenz für die Auseinandersetzung mit Neuem auf der Basis vorhandener Erkenntnisse) vor. Sprich eine Präferenz für das Spontane, Nichtkonforme vs. eine Präferenz für das Wohlbedachte, Vertraute. Bezogen auf das Problemumfeld wird das Spannungsfeld 'tolerant' vs. 'konservativ' genannt. So bezieht sich Suwala auf Autoren, die davon ausgehen, dass Toleranz zwischen Individuen zur Entfaltung zur Kreativität beiträgt, sowie auf Autoren, die der Ansicht sind, dass Intoleranz zu Kreativität führt. Hinsichtlich des Prozesses wird als Spannungsfeld 'divergentes Denken' vs. 'konvergentem Denken' genannt, hier wird weiter unten in dieser Arbeit ausführlich darauf eingegangen, hinsichtlich des Produkts liegt das Spannungsfeld 'neuartig' vs. 'routiniert' vor. „Eine Balance zwischen Neuartigkeit und Routine (im Sinne der Verlässlichkeit und Effektivität) ist für die Bewertung von kreativen Produkten also das entscheidende Kriterium“ (S.17). Für die Perspektive der Presse von Kreativität oder Überzeugungskraft der eigenen Ideen empfiehlt es sich in einem Spannungsverhältnis zwischen 'kanalisieren' (Öffentlichkeitsarbeit, Marketing) und 'konservieren' (Exklusivität, Schutz geistigen Eigentums) zu denken. „Studien haben gezeigt, dass Kreativität zur richtigen Zeit [...] publik gemacht werden muss, da sie sonst Gefahr läuft nicht akzeptiert zu werden“ (S.17). Abschließend zu den „6 P's“ schreibt Suwala: „Während in den Geisteswissenschaften (insbesondere Psychologie, Soziologie) kreative Persönlichkeiten oder kognitive Mechanismen für kreative Prozesse im Vordergrund stehen, haben die Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften ihre Schwerpunkte bei Prototypen beziehungsweise kreativen Produkten, die in der Regel das Resultat kollektiver arbeitsteiliger Prozesse sind. Die Medien- und Kommunikationswissenschaften beschäftigen sich mit der Verbreitung krea-

tiver Resultate (Presse), die Geowissenschaften traditionell mit den räumlichen Voraussetzungen und Wirkungen für kreative Aktivitäten (Problemfeld)“ (S.17).

Ähnlich wie Brodbeck, der aufführt, dass der Begriff Kreativität deutlich erweitert wurde und nicht nur bei besonderen kognitiven Leistungen, sondern in vielen alltäglichen Verhaltensweisen entdeckt und auch Tieren, Maschinen und sogar dem Kosmos zugeschrieben wird, definieren in der jüngsten wissenschaftlichen Literatur die meisten Autoren Kreativität als Prozesse oder Produkte, welche original, neuartig, wertvoll, nützlich und durch öffentliche Anerkennungen oder Auszeichnungen gekennzeichnet sind (vgl. Simonton 2000). Wobei es auch bei den Begriffen neu, original, nützlich und wertvoll häufig Uneinigheiten gibt. Wie das Kriterium „nützlich“ auf künstlerische Produkte übertragen werden soll beziehungsweise kann ist völlig unklar. So unterscheidet MacKinnon (1962) sinnvoll zwischen künstlerischer Kreativität und wissenschaftlicher Kreativität und beschreibt „artistic creativity as a product that result from expressions of the creator’s inner states, needs, perceptions, motivations, etc., where the creator externalizes something of himself into the public field. In contrast, the product in the scientific creativity is unrelated to the creator as a person, who adds little of himself in the process and acts largely as a mediator between externally defined needs and goals“ (Ranking 2005, S.12 ff). Neben der Differenzierung zwischen künstlerischer Kreativität und wissenschaftlicher Kreativität ist auch Krafts (2005) Differenzierung der Begriffe Kreativität, welche prozess- und individuumorientiert ist, und Kunst, welche werk- und gesellschaftsorientiert ist, aufzuführen. Der Begriff Kreativität, so Kraft, darf nicht mit dem Begriff Kunst gleichgesetzt werden, des Weiteren soll „neben der werk- und gesellschaftsorientierten Begriffsbildung >Kunst< die Kunst aber auch auf ihre Funktion für das Individuum hin befragt werden“ (S.220). Hier ist als zentral anzusehen, dass die Kunst in der Lage ist „unsere Beziehungen zu den Menschen, Situationen und Dingen in einer kommunikationsfähigen Form Ausdruck zu verleihen“ (S.220). So kommt auch Suwala (2012) in seiner Veröffentlichung darauf zu sprechen, dass – je nach Betätigungsfeld – „unterschiedliche Namen für Kreativität existierenden und es plausibel ist, von kultureller Kreativität (Kreation), wissenschaftlicher Kreativität (Entdeckung), technologischer Kreativität (Innovation) oder wirtschaftlicher Kreativität (Entrepreneurship) zu sprechen“ (S.20). Hierauf näher einzugehen würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen, nicht außer Acht gelassen werden soll jedoch, dass sich seiner Ausführung nach das Verhältnis von Originalität (sinnvolle Neuartigkeit) und Effektivität (Nutzbarmachung)

bei den unterschiedlichen Formen der Kreativität unterscheiden. „Ruft man sich nochmals die Definition der Kreativität ins Gedächtnis, nach der Kreativität sinnvolle Neuerungen (new) hervorbringt, die zudem nutzbar (useful) und wertvoll (valueable) sind, lassen sich die Formen der Kreativität nach ihrem Hauptzweck in der Begriffsbestimmung differenzieren. Während die sinnvolle Neuerung (new) bei wissenschaftlicher beziehungsweise kultureller Kreativität die herausragende Rolle spielt, stehen bei der technischen Kreativität die Nutzbarkeit (useful) und bei wirtschaftlicher Kreativität der monetäre Mehrwert & Wertschöpfung (wertvoll) im Vordergrund“. Und weiter: „Grundsätzlich bedarf es ein Mindestmaß an Originalität oder Effektivität, sollten Tätigkeiten als „kreativ“ bezeichnet werden; ist dieses Mindestmaß an Originalität nicht erfüllt, handelt es sich um Routinetätigkeiten; fehlt es an Effektivität, geht es schlicht um einen scheinbaren Wandel, der eher als quasi- oder pseudo-kreativ beschrieben werden kann. Fehlen beide Voraussetzungen kann von sinnfreien und zwecklosen, sich wiederholenden Tätigkeiten oder veralteten beziehungsweise aus der Mode gekommenen Produkten gesprochen werden“ (S.24). Kreative Produkte müssen also „sowohl neuartig als auch nutzbar sein. Allein die Neuartigkeit ist keine hinreichende Bedingung für Kreativität, zusätzlich ist auch das Attribut der Nutzbarkeit wichtig, da ohne dieses ein Produkt bizarr oder wertlos, auf jeden Fall nicht kreativ – lediglich ästhetisch – ist“ (S.19). Nichtsdestotrotz, so der Autor, können Routinetätigkeiten einen hohen wirtschaftlichen Nutzen (Effektivität) erfahren und ebenso können pseudokreative Tätigkeiten (wie beispielsweise Phantasien) ein hohes Maß an Neuartigkeit (Originalität) mit sich bringen. Wichtig ist hier zu erwähnen, dass die Effektivitätskomponente in zwei Bestandteile untergliedert wird, nämlich in ‘nutzbar’ und ‘wertvoll’, wobei ersteres für einen gesellschaftlichen Nutzen steht, welche funktionaler, öffentlicher oder gemeinnütziger Natur sein können, und zweites für einen wirtschaftlichen Nutzen, „der vordergründig durch eine (monetäre) Wertschöpfung generiert wird. [...] werden die drei Attribute „sinnvoll & neuartig“ (appropriate & original), „nutzbar“ (useful) sowie „wertvoll“ (valueable) als konstituierend für Kreativität herausgestellt“ (S.19).

Suwala (2012) stellt in diesem Zusammenhang ein Phasenmodell des Kreativitätsprozesses vor, welches alle Attribute der Kreativität (neuartig, nutzbar, wertvoll) umfasst und auf alle Formen der Kreativität anwendbar ist. Dieses Modell setzt sich aus neun pro-aktiven Stufen zusammen: 1) Die Vorbereitung (Problemsuche, Informationssammlung und Formulierung vorläufiger Ideen), 2) die Inkubation (‘Brutvorgang’,

wobei oft (Zeit-)Not, Ausweglosigkeit oder Unzufriedenheit mit einer existierenden Lösung sowie Risikobereitschaft die Antriebskräfte für die Variation von Denkprozessen sind), 3) die Erleuchtung (Stufe der Einsicht, Erkenntnis oder Inspiration, welche durch freie Assoziation, Visualisierung, Analogien, Verfremdung und Zufallsanregung gefördert werden kann), 5) die Realisierung (konkrete Schritte zur Entwicklung und Umsetzung der entworfenen und verifizierten Ideen), 6) die Kommunikation (dies erfordert unterschiedliche Maßnahmen und Kanäle, „um zunächst nahe stehende Personen und später auch dem Fachpublikum die Neuerung bekannt zu machen“ (S.32)), 7) die Anwendung (Gebrauch der Neuerung). In den drei Stufen (Realisierung/ Kommunikation/ Anwendung) „wird insbesondere der Verwendungszweck der Neuerung bestimmt, der gesellschaftlich in einem länger andauernden, oft demokratischen Prozess ausgehandelt wird“ (S.33). Zuletzt werden die drei nachfolgenden pro-aktiven Stufen aufgeführt, welche sind: 9) Die Markteinführung („erste Reproduktion einer neuen Regel, Methode, Verfahrens- oder Verhaltensweise beziehungsweise eines Skripts, eines Prototyps oder eines Artefakts“ (S.33). In dieser Phase kommt es zu einer laufenden Verbesserung der Neuerung), 10) die Vervielfältigung (Massenproduktion. Das Ziel hierin besteht einen Break-even-point beziehungsweise eine günstige Kosten-Nutzen-Relation zu erreichen. Ab dieser Schwelle beginnt die eigentliche Wertschöpfung aus der Neuerung), 11) die Diffusion (dynamische Verbreitung und später eine Marktsättigung. „Die Originalitätskomponente ist minimal“ (S.34)). Diese letzten drei pro-aktiven Stufen „beschäftigen sich mit der Wertschöpfung aus der Neuerung durch neue Produkte und Dienstleistungen und stellt auf das Attribut „wertvoll“ ab“ (S.33). Zuletzt werden die drei re-aktiven Stufen aufgeführt: 4) Die Verifikation (hier wird überprüft, ob es sich bei der Neuerung um etwas sinnvolles Neues handelt), 8) die Validation (Überprüfung auf Wirksamkeit/Tauglichkeit durch ein Fachpublikum oder eine Community. „Eine erfolgreiche Validation hat gute Chancen auf eine Markteinführung beziehungsweise eine Vervielfältigung. [...] Ist eine Akzeptanz durch das Publikum nicht gegeben, wird die Neuerung (oft auch ungewollt) konserviert. [...]. Allerdings kann die Validierung auch trotz einer Akzeptanz scheitern, wenn nicht unmittelbar ein Nutzen daraus entsteht“ (S.33) und 12) die Selektion durch den Markt. Hier „wird die Neuerung meist durch den Markt auf das Attribut „wertvoll“ evaluiert“ (S.34). Selektionsmechanismen des Marktes führen zu einer Wertschöpfung des Neuen, so der Autor, bis diese zum Beispiel im Rahmen standardisierter Massenproduktionen zur Routine wird. Der Evaluationsprozess erfolgt durchgehend während des gesamten Prozesses. Die erste Bewertung wird als

erste kritische Evaluation bezeichnet und erfolgt meist durch „die bewusste Erkenntnis des Individuums, etwas sinnvolles Neues zunächst einmal für sich entdeckt, erfunden, visualisiert, erfasst oder erschlossen zu haben. Diese Erkenntnis kann durch Tests oder Experimente vom kreativen Individuum selbst oder durch Rückfragen von einer Gruppe nachstehender Personen geprüft werden. [...] Der Mehrwert äußert sich in neuen Einsichten, Eindrücken oder Erfahrungen“ (S.32). Die zweite Bewertung wird als zweite kritische Evaluation bezeichnet. „Dabei wird der Neuerung im Rahmen eines gemeinschaftlich kompetitiven und kooperativen Aushandlungsprozesses ein öffentlicher Wert [...] attestiert“ (S.33). Die dritte Bewertung wird als dritte kritische Evaluation bezeichnet. „Dabei wird der Neuerung ein sog. direkter Kernnutzen beziehungsweise ein ökonomischer Wert zugewiesen, der sich aus dem Tauschwert durch Knappheit, Erwünschtheit sowie Übertragbarkeit und einem Gebrauchswert (Nützlichkeit) zusammensetzt. Die marktliche Evaluation erfolgt durch eine wirtschaftliche Nachfrage- und Angebotsrelation“ (S.34). Insgesamt verhält es sich so, dass die neun pro-aktiven Stufen die einzelnen Tätigkeiten, die für die Ausgestaltung der Attribute notwendig sind, beschreiben und die drei reaktiven Stufen stellen die notwendigen Evaluierungsmechanismen für die Akzeptanz der Attribute dar (S.30). Des Weiteren kommt der Autor darauf zu sprechen, dass das Stufenmodell nicht linear zu betrachten ist, sondern dass es sich vielmehr um einen „reziproken (Stufen bedingen aneinander), rekursiven (Stufen bedingen sich selbst), parallelen (Stufen laufen gleichzeitig ab), integrativen (Stufen werden stets aus seiner Gesamtperspektive betrachtet), interaktiven (es kommt zur Evaluation durch andere Akteure), manchmal gar iterativen (es wird vom Ergebnis ausgegangen, zum Beispiel einem potentiellen Markt) und offenen Prozess mit Rückwärts- und Vorwärtskopplungen“ handelt (S.35). Außerdem kann der Prozess auf jeder Stufe abgebrochen werden, so der Autor, „zum Beispiel durch eine nicht ausreichende kritische Evaluation (in Bezug auf sinnvolle Neuartigkeit, Nutzbarkeit oder wirtschaftliche Verwertung) oder wenn schlicht die Überzeugung, das Durchhaltevermögen, das Material oder die Nachfrage fehlen – oder auf einer späteren Stufe wieder aufgenommen oder verlängert werden. [...]. Feedbackschleifen ermöglichen neben den drei reaktiven Stufen eine Kontrolle. Für manche Autoren ist der Prozess gar ein (geschlossener) Zyklus, wobei zum Beispiel die drei letzten Stufen (Vervielfältigung, Diffusion oder Selektion) einen erneuten Prozess der Vorbereitung, Inkubation oder Illumination auslösen.“ (S.35).

Über die Versuche hinaus den Begriff Kreativität und dessen Entstehung allgemeingültig zu definieren, befassen sich zahlreiche Autoren mit verschiedenen Ansätzen, um die der Kreativität zugrundeliegenden Natur aufzuklären, wobei immer wieder die Frage nach der Notwendigkeit von Intelligenz herangezogen wird. Für Galton (1869), und Becker (1978) ist Kreativität und intellektuelle Begabung eng miteinander verbunden, für Richards (1981) hingegen ist Intelligenz zwar notwendig, aber nicht ausreichend für Kreativität. Andreasen und Glick (1988) sind der Ansicht, dass Intelligenz und Kreativität unabhängig voneinander sind, so auch Terman (1992), der in einer Langzeitstudie die Kreativität intelligenter Kinder untersuchte und herausfand, dass nicht alle der untersuchten intelligenten Kinder kreative Tendenzen aufwiesen. Guilford (1950) geht von einem Schwellenmodell aus, demzufolge hohe Kreativität mit hoher Intelligenz verbunden ist, während hohe Intelligenz sowohl bei Personen mit niedriger als auch mit hoher Kreativität vorkommt. Guilfords Annahme wiederlegend fand Barron (1957) in seiner Untersuchung heraus, dass es Personen gibt, die eine hohe Kreativität aufzeigen, jedoch eine niedrige Intelligenz, sowie Personen, die eine hohe Intelligenz besitzen, jedoch eine sehr geringe Kreativität. Sternberg (1999) unterscheidet fünf mögliche Beziehungen zwischen Intelligenz und Kreativität: 1. Kreativität als Teil der Intelligenz, 2. Intelligenz als Teil der Kreativität, 3. Intelligenz und Kreativität mit jeweils eigenen und gemeinsamen Anteilen, 4. Intelligenz und Kreativität als ein und dasselbe und 5. Kreativität und Intelligenz als völlig unabhängig voneinander. Für König (1986) scheint eine Trennung beider Phänomene aufgrund deren funktionellen Einheit nicht sinnvoll und Smith (in Steinberg & O'Hara 1999) geht von einer Hierarchie von sechs kognitiven Prozessen aus, in der die unteren vier Prozesse (knowledge, comprehension, application, analysis) intelligentes Verhalten widerspiegeln und die oberen zwei Prozesse (synthesis, evaluation) mit Kreativität gleichzusetzen sind. Da nach Smith jeder Prozess auf die in der Hierarchie unter ihm liegenden Prozesse aufbaut, gibt es keine Kreativität ohne Intelligenz, während intelligentes Verhalten ohne kreativ zu sein durchaus möglich ist. So wird das Verhältnis zwischen Kreativität und Intelligenz vielfach diskutiert und auch wenn es bisher noch keine endgültigen Erkenntnisse hierzu gibt, so hat sich die Kreativität in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts vollständig aus der Intelligenzforschung gelöst und zu einem autonomen Forschungsfeld etabliert. „Die Bewegung der kognitivistischen Kreativitätsforschung, die mit Guilford beginnt und mit dem Torrance Test of Creative Thinking 1966 ihren Höhepunkt erreicht, setzt genau hier ein: Kreativität sei als ein autonomes Bündel von Kompetenzen zu verstehen, dessen

exaktes Verhältnis zur mathematischen und sprachlichen Intelligenz nicht theoretisch vorgegeben werden dürfte. Die bisherige Intelligenzforschung habe die Vielseitigkeit und Komplexität menschlicher Intelligenz vernachlässigt. Ihr wird ein Modell multipler Intelligenz(en) entgegengesetzt, und die Kreativitätspsychologie lässt dabei keinen Zweifel an dem besonderen Stellenwert der Kreativität gegenüber dem >bloßen< mathematischen und sprachlichen Intelligenz“ (Reckwitz 2012, S.224). Doch wird sich bei der Frage nach der der Kreativität zugrundeliegenden Natur nicht nur dem Thema der Intelligenz gewidmet, sondern auch andere Faktoren spielen nach Ansicht verschiedener Autoren eine ausschlaggebende Rolle. So nennt Jamison (1990) Gewandtheit und Flexibilität als entscheidende Faktoren, um Kreativität zu ermöglichen und für Drevdahl (1956) muss das Kunstwerk etwas Neues an sich haben, sprich originell und überraschend sein, und einer Zweckmäßigkeit dienen, sprich nützlich und aufgabenangemessen sein. Für ihn bedeutet Kreativität, gleich welcher Art und in welchem Bereich, etwas zu schaffen. Für Goertzels (1962) sind nachfolgende Kriterien charakteristisch für kreatives Arbeiten: Das Produkt muss zum einen, wie bereits von Drevendahl (1956) vermerkt, entweder für den Künstler selbst oder kulturell neu und wertvoll sein und zum anderen unkonventionell. Drittens muss es beständig und von starker Intensität sein sowie viertens eine zunächst undefinierte und vage Problematik scharf umreißen können, um ihr dadurch eine klare Form zu verleihen.

Auch Ludwig setzt sich ausführlich mit dem Thema Kreativität auseinander und geht in seinem 1992 veröffentlichten Artikel „Culture and Creativity“ auf dessen interkulturellen Zusammenhang ein. Neben der Frage, welchen Einfluss unterschiedliche Kulturen auf ihre kreativen Werke haben, kommt er darauf zu sprechen, dass die Verbindung von Kreativität mit Ausgefallenheit primär ein westliches Phänomen ist und erwähnt, dass der Künstler selbst in hohem Maße von seinem Schaffensdrang profitiert. Durch das Schreiben, Malen, die Schauspielerei oder die Musik kann sich der Künstler seiner Ansicht nach in seinen Talenten und Imaginationsfähigkeiten entfalten, emotionale Konflikte oder Bedürfnisse sublimieren, das Unannehmbare auf akzeptable Weise ausdrücken, belastende Gefühle wie Sorge zum Ausdruck bringen, seine eigene Realität gestalten und den Menschen Visionen einer besseren Welt nahebringen. Ergänzend hierzu ist Jamisons (1994) Aussage zu erwähnen, die besagt, dass kreatives Schaffen nicht nur dem Entkommen emotionaler Belastungen

und Verzweiflung dient, sondern auch Ordnung in ein diffuses Gefühlsleben und Gedankenkonstrukt bringen kann:

„Creative work can act not only as a means of escape from pain, but also as a way of structuring chaotic emotions and thoughts, numbing pain through abstraction and the rigors of disciplined thought, and creating a distance from the source of despair” (S.23).

Neben dem Vergleich kreativer Werke in verschiedenen Kulturen stellt sich Ludwig (1992) die Frage, was genau Kreativität ausmacht. Ob sie an menschlicher Intelligenz festgemacht werden kann oder biologisch begründet ist, ob sie tatsächlich, wie vielfach behauptet, mit gewissen Störungsbildern einhergeht, wie mit Manie, Depression und Alkoholismus, oder dies nur ein Mythos ist. Ob der Künstler gewisse rebellische, exzentrische und bohemische Züge aufweisen muss oder ob konventionelle und rechtschaffende Charaktereigenschaften ebenfalls außergewöhnliche Kunstwerke hervorrufen, und zuletzt die Frage, ob das Künstlerische aus einem Selbst kommt oder durch seine Umwelt geformt wird. So weist nicht nur Ludwig darauf hin, dass das Gebiet der Kreativität ein sehr weites Feld ist, welchem keine eindeutige Definition zugeordnet werden kann, erst recht nicht der Frage danach, was Kunst ausmacht und als Kunst definiert werden kann.

2.3.2. Kreativität als Gegenstand der Forschung

Dass die Kreativitätsforschung ihrer Kinderschuhe entwachsen zu sein scheint, lässt sich an den zahlreichen Publikationen zu diesem Thema erkennen. 1967 wurde mit dem „Journal of Creative Behaviour“ eine Zeitschrift gegründet, die sich ausschließlich mit der Thematik der Kreativität beschäftigt, wobei hier primär die Erziehung von Kleinkindern und deren Förderung im Fokus stand, anstatt die empirische Forschung. 1988 folgte eine weitere Zeitschrift mit dem Titel „Creativity Research Journal“, die eine stärkere Grundlagenforschung aufwies. 1999 erschienen die beiden Handbücher „Handbook of Creativity“ von Robert J. Sternberg und „The Creativity Research Handbook“ von Mark A. Runco, die den Fortschritt der Kreativitätsforschung bis heute dokumentieren. Nicht von der Hand zu weisen ist jedoch die unumstößliche Tatsache, dass das Phänomen Kreativität in einem solchen Maß facettenreich ist, dass keine Disziplin alleine die Herausforderung einer allumfassenden Beleuchtung dieser Eigenschaft bewältigen, geschweige denn eine einzige allgemeingültige Definition dieses Konstrukts formulieren kann. Ebenso komplex verhält es sich mit dem Versuch der Messung kreativer Produkte, wobei an eine genaue, verlässliche und einfache Messung hierbei nicht zu denken ist. Die Testentwicklung

steht noch immer vor großen Problemen, da jedoch im Rahmen der Kreativitätsforschung auf eine Messung des kreativen Potentials nicht verzichtet werden kann, werden die Einschränkungen vorhandener Tests in Kauf genommen. So kann die Schwierigkeit darin bestehen, dass die zugrundeliegende Theorie falsch ist oder nicht wirklich das gemessen wird, was gemessen werden soll, somit die Reliabilität eingeschränkt ist. Oder die Schwierigkeit besteht darin, dass die Umsetzung des kreativen Potentials in Leistung von weiteren Faktoren abhängt, die nicht erhoben werden können oder so zufällig auftreten, dass sie nicht kontrollierbar sind. Die Schwierigkeit bei dem Versuch Kreativität als solches zu messen liegt insgesamt darin, dass dieses Konstrukt keinen empirischen Gegenstand darstellt, der sich objektiv erfassen lässt. Es gibt zwar Tests, die bestimmte Leistungen als kreativ beurteilen, jedoch wird „nicht allgemein „Kreativität“ erfasst, sondern nur das, was durch die vorausgesetzte Wertdefinition in das Wahrnehmungsraster des Beobachters fällt. Darin liegt die Schwierigkeit bei allen Versuchen, so etwas wie eine Logik des kreativen Prozesses zu entwickeln“ (Brodbeck 2006). Außerdem ist es „irrig anzunehmen, es gäbe einen stabilen Satz von Merkmalen, die man beim Studium kreativer Menschen berücksichtigen muss“ (in Brodbeck 2006, S.169,).

Nicht nur diese Schwierigkeit, sondern auch das von Fanelow (2004) genannte Problem, nämlich das der einseitigen Fokussierung auf die Psychometrie als Methode der Wahl, welche die in sie gesetzten Erwartungen bei weitem nicht erfüllen konnte, führte Ende der 70er Jahre zur Krise der Kreativitätsforschung. Ganz offensichtlich, so Fanelow, war das, was untersucht werden sollte, empirisch nicht zu fassen: „Not everything that counts ist countable and not everything that ist countable counts“ (S.15). Die zum Erliegen gekommene Kreativitätsforschung hat heute, gut 30 Jahre später, dank der beeindruckend großen Methodenvielfalt in der Kreativitätsforschung zur Erfassung des scheinbar Unmöglichen, nämlich des kreativen Potentials, wieder Aufschwung erhalten, so die Autorin. Neben der Psychometrie, so Fanelow, kommen Fallstudien hinzu, in deren Rahmen kreative Lebensläufe im Detail studiert werden, die Historiometrie, der biographische und phänomenologische Ansatz, welche auf kreative Produkte und Vergangenes zurückgreifen, Langzeitstudien, die experimentelle Methode und der biometrische Ansatz, welcher aus der allgemeinen Psychologie übernommen wurden. Zur Psychometrie schreibt Fanelow, dass diese in der Psychologie eine intensive und erfolgreiche Tradition hat, sich die theoretischen und statistischen Grundlagen ausreichend entwickelt haben und sich auf diesem Ge-

bietet ein hohes Maß an Expertise eingestellt hat. „Der Kreativitätsmessung liegt die Annahme von „traits“ zugrunde, über die Zeit und verschiedene Situationen hinweg stabile Persönlichkeitseigenschaften, die sich mit Hilfe geeigneter Instrumente messen lassen“ (S.15). Um die Kreativität zu messen, so die Autorin, werden Tests angewendet, deren Aufgaben denen von Intelligenztests ähneln, aber auch komplexere Aufgaben sind möglich, wie das Fortführen einer Geschichte oder das Verfassen einer Geschichte zu einem Bild. Hierbei kommen einige Kriterien zum Tragen, nach denen ausgewertet wird, wie beispielsweise Ideenfluss, Originalität, Flexibilität und Detailreichtum. Wobei hier zu erwähnen ist, so die Autorin, dass Zeitdruck und Leistungsdruck einen großen Einfluss auf die Messergebnisse haben. Des Weiteren kommt Fanselow auf Fallstudien zu sprechen, die das Gegenteil der standardisierten und in hohem Maße kontrollierten Psychometrie darstellen. „Fallstudien waren ein Ausweg aus der Methodenkrise und verhalfen dazu, Kreativität aus einer ganz anderen Perspektive zu betrachten: aus der des Individuums als ein sich entwickelndes System („evolving system“), das eingebettet in seine Umwelt (zum Beispiel Familie, soziale Strukturen) seine Projekte zielgerichtet vorantreibt. Die kreative Persönlichkeit wird als einzigartig betrachtet, was eine Durchschnittsbildung unsinnig macht. Es soll eher qualitativ herausgearbeitet werden, was kreative Personen gemeinsam haben und was sie von nicht-kreativen Personen unterscheidet“ (S.17). In einem kurzen Umriss wird auch auf die Historiometrie eingegangen, die sich auf die statistische Auswertung quantitativer Daten stützt und im Gegensatz zum ideographischen Ansatz von Fallstudien einen nomothetischen Ansatz darstellt. Die Einschätzung der Kreativität historischer Persönlichkeiten, so Fanselow, erfolgt über deren kreative Produkte, wobei durch die Historiometrie alle Aspekte des kreativen Aktes von den kognitiven und motivationalen Voraussetzungen bis zu den Umständen der gesellschaftlichen Akzeptanz abgedeckt werden. Themen der Historiometrie sind, so die Autorin weiter, Entwicklung, Erziehung, Ausbildung, familiärer Einfluss, Persönlichkeit, soziale Struktur, Kultur sowie ökonomische und politische Faktoren. Als Kritikpunkt, welcher sowohl die Historiometrie als auch die Fallstudien betrifft, wird die Auswahl der kreativen Persönlichkeiten aufgeführt, die in die Analysen einfließen, da diese bislang meist aus Wissenschaftlern, Musikern und Künstlern bestanden. Diese Selektion schränke die Generalisierbarkeit der Resultate ein. Zuletzt wird in einem kurzen Umriss auf die Langzeitstudien, Experimente und auf den biometrischen Ansatz eingegangen. Mit Hilfe von Langzeitstudien, so Fanselow, lassen sich kausale Aussagen treffen, welche nur durch die Betrachtung der zeitlichen Entwicklung mög-

lich sind. Fallstudien erfassen zwar zeitliche Veränderungen, wegen der ideographischen Ausrichtung erlauben sie jedoch keine Verallgemeinerung. „Langzeitstudien sind eine sehr wertvolle Methode zur Bestimmung von Ursachen und Folgen, auch wenn sie sehr aufwändig in der Durchführung sind“ (S.18). Zu den Experimenten schreibt die Autorin, dass diese aufgrund ihrer hohen Standardisierung Störfaktoren, die die Interpretation der Resultate einschränken, sehr viel besser ausschließen können als jede andere Methode. Jedoch sind gerade durch die hohe Standardisierung und Kontrolle experimentelle Ergebnisse nur mit Vorsicht zu generalisieren. In diesem Kontext wird Funke (in Holm-Hadulla 2000) herangezogen, der auf die Bedeutung des analogen Transfers bei Experimenten zu sprechen kommt. „Hier geht es vor allem um die Frage, ob Personen spontan oder auch mit Hilfen die strukturelle Ähnlichkeit zweier verschiedener Gebiete erkennen, etwa die Analogie zwischen dem Sonnensystem und dem Atomsystem, gegeben durch die Tatsache, dass in beiden Systemen einzelne Elemente auf einer Kreisbahn um einen Kern rotieren und von diesem angezogen werden. Natürlich handelt es sich auch hier um *einen* Aspekt von Kreativität“ (S.287). Zuletzt kommt Fanselow auf den biometrischen Ansatz zu sprechen. „Auch im Bereich der Kreativität hat sich hier einiges getan. Insbesondere Studien zur Bedeutung der linken und rechten Hemisphäre, zur Rolle des Frontallappens und zum Aktivierungslevel (arousal) und zur alpha-Wellenaktivität gewähren faszinierende Einblicke in den Zusammenhang zwischen Denken und Gehirn. Die Interpretation der Resultate bleibt hingegen oft spekulativ und damit unbefriedigend. Jedoch können biometrische Studien in Kombination mit „herkömmlichen“ Methoden zu vielen neuen Erkenntnissen und Hypothesen führen (S.19). Auch Funke (in Holm-Hadulla 2000) kommt auf die Untersuchungsmöglichkeiten zu sprechen, welche zur Erfassung der Kreativität einer Person angewendet werden, wobei auch er betont, dass eine psychometrisch exakte Erfassung der Kreativität ein schwieriges Unterfangen darstellt. Funke geht in einem kurzen Umriss sowohl auf die sprachliche als auch auf die sprachfreien Verfahren zu sprechen. Die sprachlichen Verfahren, so der Autor, verlangen bestimmte Leistungen, die sich in sprachlichen Äußerungen niederschlagen. Wie beispielsweise der von Guilford entwickelte Test „Alternative Uses Task“, welcher auf seinem Konzept des divergenten Denkens aufbaut, bei dem möglichst viele verschiedene Verwendungszwecke für einen bestimmten Gegenstand zu benennen sind. Hierbei verhält es sich so, dass sich die Flexibilität des Denkens nicht nur in der reinen Quantität der Nennungen äußert, sondern auch in der Anzahl verwendeter Kategorien. Und weiter: „Neben Flexibilität und Flüssigkeit interessieren

aber auch die Originalität von Antworten“ (S.285). Oder der „Remote Associates Test“ von Mednick (1962), welcher von Funk benannt wird, bei dem es darum geht das Gemeinsame von drei Reizwörtern zu finden. Hier nennt er beispielsweise die Schwärze als das Verbindende der drei Reizwörter „Humor“, „Pech“ und „Nacht“. Bei diesem Test wird sowohl die Flexibilität als auch Assoziationen gemessen. Funke fragt zurecht, ob „diese Verfahren wirklich etwas über Kreativität aussagen. In erster Linie wird mit den genannten Verfahren die Verfügbarkeit begrifflicher Strukturen im semantischen Gedächtnis geprüft – sich nicht unwichtig für kreative Prozesse, aber eben auch nicht erschöpfend“ (in Holm-Hadulla 2000, S.286). Als nächstes kommt Funke auf die sprachfreien Verfahren zu sprechen, welche im Wesentlichen auf zeichnerischen Aktivitäten beruhen. Im „Torrance Test of Creative Thinking“ (Torrance 1966) sollen vorgegebene Bilder entweder vervollständigt, neu kombiniert oder produziert werden. Dieser kurze Abriss zeigt, wie vielseitig die methodische Grundlage der Kreativitätsforschung geworden ist, so Fanselow (2004). Zwar kann keine der Methoden für sich in Anspruch nehmen das Phänomen der Kreativität vollständig zu erfassen, so der Autor, „zu jeder gibt es aber auch wichtige Fragestellungen, für deren Beantwortung sie in besonderer Weise geeignet ist. Ein umfassendes und valides Gesamtbild lässt sich nur durch eine Kombination und gegenseitige Ergänzung der Methode erreichen“ (S.19).

2.3.3. Die Kunst, der Künstler und sein Publikum

Auf den Künstler und sein Publikum kommt Reckwitz (2012) in seiner Veröffentlichung zu sprechen, wobei er zunächst das gesamte Feld der Kunst näher beleuchtet. Die Kunst, so der Autor, die sich in den verschiedenen europäischen Gesellschaften nicht völlig synchron entwickelt, „umfasst Artefakte, vor allem die Kunstwerke, singuläre und abgrenzbare Objekte wie Gemälde, Skulpturen, Musikstücke und literarische Texte, aber auch Gebäude, die der Ausstellung und Aufführung dieser Objekte dienen (Museen, Theater, Konzerthäuser etc.). Es schließt die Praktiken der Herstellung der Kunstwerke, ihrer Verbreitung – über den Kunst- und Literaturmarkt – und Ausstellung sowie ihrer Verarbeitung durch den Rezipienten ein. Es umfasst die Sozialisation des Künstlers und des Rezipienten. Es schließt die Vergemeinschaftung von Künstlern in entsprechenden Milieus und Stadtviertel ebenso wie das gesellschaftliche Wissen bezüglich des Ästhetischen, das in der Philosophie, der Kulturkritik und der Literatur kursiert. Dieses heterogene Feld [...] positioniert das Künstlersubjekt als Produzenten neuartiger ästhetische Objekte, die jeweils mit den sozia-

len Erwartungen des ästhetisch Üblichen brechen“ (S.60). Nach diesen einleitenden Worten beleuchtet Reckwitz den Künstler „als >schöpferischen< Hervorbringer von Werken, die gegen die bestehenden Regeln verstoßen, die überraschen und in diesem Sinne neuartig sind“ und dessen Identität „aus der Abgrenzung gegenüber der humanistischen und klassizistischen Nachahmungsästhetik“ (S.61) gewonnen wird. „Während die Nachahmungsästhetik die Aufgabe des Künstlers in der Anwendung und perfektionierten Umsetzung der Regel idealer Kunst, damit in der virtuosen Reproduktion des Alten und Universalen festmachte, erfindet die neue Ästhetik den Künstler als Antikopisten, als Schöpfer origineller Werke, die sich nicht mehr aus allgemeingültigen Regeln ableiten lassen. Damit wird auch eine eindeutige Differenz zwischen Kunst und Kunsthandwerk möglich und nötig“ (S.61). Wann genau ein Produkt als kreativ gewertet werden kann und welche Voraussetzungen hierfür vorliegen müssen wurde bereits im vorangegangenen Kapitel näher beleuchtet, jedoch wird hier der wesentliche Charakter der 'Originalität' herausgehoben. „Wenn das Kunstwerk sich durch Originalität auszeichnen will, dann muss auch der Künstler als Schöpfer ein >Original< sein. [...] Die Einzigartigkeit des Künstlers drückt sich in der des Werkes aus. In der Antike wurde diese Genialität mit dem angeborenen Ingenium begründet, in der Frühen Neuzeit mit der Inspiration“ (S.62). Der Künstler, so Reckwitz, stellt somit eine Doppelfigur dar, nämlich einerseits „ein sozial identifizierbarer Typus, der spezielle Leistungen erbringt, die Produktion von Kunstwerken. Aber er ist zugleich eine sozial exklusive Figur, denn nicht jeder kann Künstler sein“. Er entspricht „weder der alten Exklusivklasse noch der neuen Leistungsinklusion: Weder beruht seine Exklusivität wie beim Adel auf seiner Herkunft, noch stehen seine Leistung und sein Status potenziell jedem offen, wie dies offiziell für moderne Berufe gilt. Der Künstler ist wie sein Werk stattdessen Gegenstand einer kulturellen Ausratisierung: Er erscheint als Individuum, das zu einer außeralltäglichen Perzept- und Affektproduktivität fähig ist und sich darin einer graduellen Leistungsbewertung entzieht“ (S.62 ff). Als weitere, unverzichtbare Eigenschaft des Künstlers nennt Reckwitz die Imaginationsfähigkeit: „Das moderne Kunstfeld setzt voraus, dass die Fähigkeit des Künstlers zum Neuen mit >Einbildungskraft< (Imagination) als ästhetische Kompetenz verknüpft ist. [...] Während die Imagination von der Antike bis zur Renaissance als eine primitive und riskante Fähigkeit der Sinne erschien, die entweder als im schlichtesten Sinne registrierend oder aber irrational phantasierend verstanden wurde, dreht das Feld der modernen Kunst diese Wertigkeit um. Nun erscheint die Imagination in ihrer Fähigkeit, durch sinnliche Sensibilität und Kombinationsvermö-

gen das Überraschende hervorzubringen, als Voraussetzung des Originalgenies“ (S.63).

Auch auf die nicht zu unterschätzende Herausforderung des Künstlers in seiner Form als Arrangeur ästhetischer Prozesse geht Reckwitz ein, indem er hervorhebt, dass seit den 1990er Jahren eine neue Form des Künstlersubjekts zu beobachten ist, welches sich in erster Linie auf die Vermittlung ästhetischer Prozesse konzentriert. Der Autor spricht von einem 'Kompetenzprofil', in dem sich semiotische, affektorientierte, intellektuelle und mediale Kompetenzen miteinander vereinen. „Als Arrangeur geht es dem Künstler im Kern darum, gegebene Elemente aus der soziokulturellen Welt der Gegenwart und Vergangenheit auszuwählen, zu modifizieren, zu kombinieren und zu präsentieren. Der Künstler ist dann nicht als Schöpfer neuer Materialformen, sondern eher als Koordinator existierender Formen zu sehen. [...] Die Tätigkeit des Arrangeurs setzt einen souveränen Umgang mit diversen soziokulturellen Kontexten voraus. Er muss mit dem historischen Bestand der Hochkultur ebenso vertraut sein wie mit den globalisierten Populärkulturen der Gegenwart“ (S.115 ff). Und weiter: „Der Künstler als soziokultureller Arrangeur ist gewissermaßen multikompetent: er ist ebenso quasiwissenschaftlicher Rechercheur und Selbstkommentator, er ist Kurator und Atmosphäreninitiator, schließlich Agent einer politisch-kulturellen Intervention“ (S.116). Auf die einzelnen Kompetenzen geht Reckwitz ausführlich in seiner Veröffentlichung ein und kann dort nachgelesen werden, die Kompetenz des Atmosphärenmanagers wird hier jedoch in einem kurzen Umriss näher beleuchtet, da der Autor diese als elementar für das Aufgabenportfolio des Künstlers bezeichnet und auch vor dem Hintergrund der Thematik dieser Arbeit interessant ist. „Das Arrangement der Dinge (und Körper) im Raum zielt auf die Affizierung beim Publikum ab. Solches Affektmanagement macht es erforderlich, unterschiedlichste mediale Formate im weiteren Sinne (Foto, Film, Computer, Schauspiel, Tanz, Musik, Dinginstallation etc.) zu beherrschen und auch eine architektonische, eine spazio atmosphärische Kompetenz zu entwickeln, die es ermöglicht, ganze Räume zu entwerfen“ (S.117 ff).

Ein weiteres von Reckwitz beleuchtetes Themengebiet ist das des Publikums, dem eine zentrale Rolle zukommt. Er spricht von einem literarischen Publikum, einem Publikum für die Werke der bildenden Kunst, für die Musik und für das Theater: „Die Kunst ist nun nicht das einzige Feld der modernen Gesellschaft, das im 18. Jahrhundert ein Publikum als soziale Beobachtungs- und Bewertungsinstanz ausbildet. Ähnliches gilt für die Wissenschaft und die Politik mit ihren jeweiligen Öffentlichkeiten.

Alle diese Publika sind auf eine Vernetzung durch Kommunikationsmedien angewiesen, und in allen Feldern richten sie ein besonderes Interesse auf neue Ereignisse: neue wirtschaftliche Erkenntnisse, neue politische Ereignisse, Entscheidungen und Probleme sowie neue Kunstwerke. Im Falle des Kunstfeldes ist das m Neuen interessierte Publikum jedoch ein ästhetisch orientiertes: Nicht das kognitiv Neue der Theorien oder Entscheidungen, nicht der Fortschritt in den Wissenschaften oder gesellschaftlichen Reformen bilden den Fokus der Aufmerksamkeit, sondern künstlerische Originalität“ (S.65). Reckwitz macht deutlich, dass der moderne Künstler und die Ausbildung eines anonymen Publikums in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts aufeinander angewiesen sind: „Die Ablösung des Hofkünstlers durch den modernen Originalkünstler setzt die Entstehung dieses bürgerlichen Publikums voraus“ (S.65). Außerdem differenziert der Autor das Publikum der Kunst in drei unterschiedliche, miteinander kombinierte Subjektpositionen: Konsumenten und Nutzer, private Rezipienten und schließlich ein kollektives Publikum. „Das Kunstfeld bildet sich sowohl in der Form von Märkten (Buchmarkt, Markt für bildende Kunst) als auch von staatlichen Bildungs- und Kulturinstitutionen (Museen, Theater, Konzerthäuser) aus. Das Publikum ist hier Konsument [...]. Zentral für die Formierung des Publikums als ein ästhetisches ist daher die zweite Subjektposition, die des Rezipienten. Die moderne Kunst setzt ein Lese-, Hörer- und Betrachter-Subjekt voraus, das sich in spezialisierten ästhetischen Praktiken im Umgang mit Kunstwerken trainiert. [...] In allen Fällen sind eine äußerste Konzentration der Sinne auf das Objekt, eine Zurücknahme des Körpers und eine Rezeption im psychischen Innern kennzeichnend, selbst wenn andere Akteure zugegen sind. Zum Dritten handelt es sich beim ästhetischen Publikum eine kollektive Instanz der Beobachtung und Bewertung von Werken und Künstlern. Ein solches Publikum kann räumlich anwesend sein, spontan reagieren und sich unmittelbar durch eine Aufführung oder eine Ausstellung affizieren lassen“ (S.66 ff). Hinsichtlich der künstlerischen Orientierung der Rezipienten ergibt sich nach Reckwitz ein Spannungsfeld, welches er wie folgt formuliert: „Die Spannung zwischen der Orientierung am Originellen und jener am Klassischen strukturiert die bürgerliche Version des modernen Kunstfeldes, bevor sich Letztere im Laufe des 20. Jahrhunderts immer mehr abschwächt“ (S.70). Abschließend ist zu erwähnen, dass sich das Interesse des Publikums nicht allein auf die Kunstwerke, sondern auch auf den Künstler richtet. „Der Künstler in seiner öffentlichen Erscheinung und seiner Biografie avanciert zu einem bevorzugten Objekt der kollektiven Aufmerksamkeit“ (S.68).

2.3.3.1. Ästhetische Praktiken

Das Phänomen des Ästhetischen beleuchtet Reckwitz (2012) ausführlich in seiner Veröffentlichung und wird hier in seinen wichtigsten Aussagen wiedergespiegelt. So geht der Autor zunächst auf die Begriffsbestimmung ein und erläutert, dass das Adjektiv 'ästhetisch' im philosophischen Diskurs Mitte des 18. Jahrhunderts parallel zur Ausbildung des sozialen Feldes der Kunst geprägt wurde. „Der Begriff des Ästhetischen [...] hat ein vielgestaltiges semantisches Feld hervorgebracht, das Sinnlichkeit, Imagination, das Unbegriffene, das Empfinden, Geschmack, Leiblichkeit und das Schöpferische, das Zweckfreie, Erhabene und Schöne umfasst“ (S.21). Der Begriff Äisthesis bezieht sich „in seiner ursprünglichen Bedeutung auf die sinnliche Wahrnehmung in ihrer ganzen Breite. [...] Das Konzept des Ästhetischen lenkt den Blick auf die Komplexität dieser perzeptiven Sinnlichkeit, die in das menschliche Verhalten eingebaut ist und die in ihrer ganzen Vielschichtigkeit soziologisch und kulturhistorisch zweifellos höchst relevant ist“ (S.22). Aisthesis kann somit als die Gesamtheit sinnlicher Wahrnehmung aufgefasst werden, welche Sehen, Hören, Tasten, Schmecken und Riechen umfasst. Das Ästhetische muss ohne Gegenbegriff auskommen, so Reckwitz, „denn jeder menschliche Aktivität mobilisiert die Sinne schließlich auf irgendeine Weise; eine nichtsinnliche Tätigkeit schein ein Grenzfall zu sein“ (S.22). Hierbei erwähnt der Autor, dass der Begriff des Ästhetischen in einem zeitgemäßen Verständnis „von den traditionellen Kopplungen an den guten Geschmack, die Schönheit [...] oder autonome Sphäre der Kunst zu lösen“ ist, denn „Entscheidend für ästhetische Wahrnehmungen ist nicht, ob ihr Gegenstand schön oder hässlich erscheint, ob die Erfahrung harmonisch oder dissonant oder die Haltung introvertiert-reflexiv oder lustvoll-mitgerissen ist, sondern dass sie sich nicht im Sinne einer bloßen Informationsverarbeitung dem zweckrationalen Handeln unterordnen, vielmehr diesem gegenüber eine relative Eigendynamik besitzt. Das Phänomen des Ästhetischen bezieht noch eine weitere Dimension mit ein: Die ästhetischen Wahrnehmungen sind nicht reine Sinnesaktivitäten, die enthalten auch eine erhebliche Affektivität, eine emotionale Involviertheit des Subjekts. Sie umfassen als immer ein Doppel von >Perzepten und Affekten<. Ästhetische Wahrnehmungen schließen eine spezifische Affiziertheit des Subjekts durch einen Gegenstand oder eine Situation ein, eine Befindlichkeit oder Erregung, ein enthusiastisches, betroffenes oder gelassenes Fühlen. Im Bereich des Ästhetischen geht es also nicht um Wahrnehmungen, die auf eine objektive oder instrumentelle, scheinbar affektneutrale Erkenntnis von Gegebenhei-

ten ausgerichtet sind, sondern um jene sich vom zweckrationalen Handeln lösenden sinnlichen Akte, die das Subjekt zugleich emotional affizieren, berühren, in eine Stimmung versetzen. [...] Wiederum sind hier ästhetische Affekte von nichtästhetischen zu unterscheiden, das heißt von solchen, die völlig in der Pragmatik des Handelns aufgehen: Lebensweltliche Affekte wie Furcht vor der Gefahr oder die Freude über das Gelingen haben eine subjektive und intersubjektive Signal- und Kommunikationsform. Ästhetische Affekte hingegen sind Affizierungen um der Affizierung willen (die Furcht im Horrorfilm, die Freude an der Natur etc.), in denen das Subjekt seine emotionalen Möglichkeiten austestet“ (S.24). Außerdem führt der Autor die Unterscheidung von ästhetischen Episoden und ästhetischen Praktiken auf: „In ästhetischen Episoden scheint momenthaft und unberechenbar eine ästhetische Wahrnehmung auf. Ein Subjekt lässt sich durch ein Objekt affizieren und durchbricht damit den Kreislauf der Zweckrationalität – dann ist das Ereignis vorüber. In ästhetischen Praktiken hingegen werden immer wieder ästhetische Wahrnehmungen oder Objekte für eine solche Wahrnehmung routinisiert oder gewohnheitsmäßig hervorgebracht. Wenn Praktiken generell als sich wiederholende und intersubjektiv verstehbare, körperlich verankerte Verhaltensweisen zu verstehen sind, in denen ein implizites Wissen verarbeitet wird und die immer auch die Sinne auf eine bestimmte Weise organisieren, dann sind ästhetische Praktiken solche, in denen routinemäßig Sinne und Affekte als selbstbezügliche modelliert werden. Im Zentrum dieser Praktiken steht also die Hervorlockung ästhetischer Wahrnehmung – ob in anderen oder in einem selbst. Ästhetische Praktiken enthalten damit immer ein ästhetisches Wissen: kulturelle Schemata, welche die Produktion und Rezeption ästhetischer Ereignisse anleiten“ (S.25). Immer wieder spricht Rechwitz von einer Gegenüberstellung von zweckrationalem Handeln und ästhetischem Wahrnehmen. Sprich „rein zweckrationale und regelorientierte, entästhetisierte und affektlose Handlungsformen einerseits, rein ästhetische, ausschließlich an Sinne und Affekte orientierte Aktivitäten andererseits“ (S.28), welche Extrempunkte auf einem Kontinuum darstellen. „Lässt man sich jedoch auf die unreine Kombination ein, dann taucht das Ästhetische nicht nur in den exklusiven Praktiken auf, sondern auch in gemischten sozialen Feldern und in Mischpraktiken, in denen Zweck- und Normorientierung mit relativ eigengewichtigen sinnlichen Wahrnehmungsakten und Empfindungen kombiniert sind“ (S.28 ff). Rechwitz betrachtet zunächst die klassische Gesellschaftstheorie und zieht hierfür Marx, Weber und Durkheim heran, die darin übereinstimmen, „dass die moderne Gesellschaft im Kern entästhetisierend wirkt. [...] Für eine solche Entästhetisierungsthese

gibt es gute Gründe. Folgt man den klassischen Theorien, dann sind für die moderne Form des Sozialen vier Grundstrukturen verantwortlich: Industrialisierung (Durkheim, Marx), Kapitalisierung (Marx), rationale Versachlichung (Weber), und funktionale Differenzierung (Durkheim, Weber, Luhmann). Als fünfte Konstellation ist die strikte Separierung von Menschenwelt und Dingwelt zu nennen (Latour). Alle diese modernen Konstellationen des Sozialen arrangieren Subjekte und Dinge, Wissen und Praktiken so, dass die Komplexe des zweckorientierten Handelns gesteigert und diese von den eigendynamisch-selbstbezogenen Sinnesswahrnehmungen und Affekten systematisch getrennt werden“ (S.31). Inwiefern diese verschiedenen Bereiche dem rein zweckrationalen Handeln zugrunde liegen, kann in Reckwitz's Veröffentlichung detailliert nachgelesen werden. „Industrialisierung, Kapitalisierung, formale Versachlichung und Mensch-Ding-Separierung erscheinen damit zunächst wie eine resolute Entästhetisierungsmaschine. Sie wirken rückbildend und hemmend auf eigendynamische sinnliche Perzeptionen und Affekte, auch wenn dies nie vollständig gelingen mag“ (S.32). Abschließend erwähnt Reckwitz jedoch, dass die Entästhetisierung der Moderne tatsächlich niemals vollständig gewesen ist. „In der Tat kommt der Ästhetisierung seit dem letzten Viertel des 20. Jahrhunderts eine besondere Intensität und Breite zu. [...] Die Moderne ist nicht nur eine Entästhetisierungs-, sondern auch eine Ästhetisierungsmaschinerie. Teilweise reichen die ästhetischen Formate, die sich in der Moderne finden, sicherlich in vormoderne Epochen zurück. Immer wieder sind bis zur Gegenwart robuste oder reaktivierte Relikte vormoderner Praxis relevant gewesen. Dies gilt insbesondere für jene Formate des Ästhetischen, die sich im Rahmen religiöser Praktiken ausbilden [...]“ (S.33 ff). Und zuletzt: „Die dominante Rationalisierung und Entästhetisierung der Moderne ist damit von heterogenen Ästhetisierungsformaten begleitet und wird von diesen konterkariert“ (S.38).

2.3.3.2. Performance-, Werk- und Persönlichkeits-Kreativität

„Dem Künstler (Autor, Maler, Komponisten) wird eine kreative Leistung im Sinne der Werk-Kreativität zugeschrieben“, so Reckwitz (2012, S.252). Und weiter: „Die allmähliche Spektakularisierung der Künstlerfigur am Ende des 19. Jahrhunderts bleibt damit trotz aller Tendenzen zu einer Persönlichkeits-Kreativität, wie sie der Berühmtheitsjournalismus vorantreibt, und zur Performance-Kreativität an die Existenz eines Werkes gebunden“. Hierbei, so der Autor, kommt der Performance-Kreativität eine besondere Bedeutung zu, da sie „in der spezifischen >Ästhetik der Präsenz< des Performance-Künstlers“ begründet ist. „Das Werk ist mit der körperlichen Selbst-

aufführung identisch. Anders als im Fall des Autors, Malers oder Komponisten verschwindet der Künstler hier nicht >hinter< seinem Werk, der Filmschauspieler und Popmusiker ist vielmehr für den Rezipienten im Vollzug dieses >Werks< körperlich präsent – wenn auch in der Regel medial vermittelt. Das ästhetische Erleben des Publikums kann sich dann statt auf ein ästhetisches Objekt im engeren Sinne auf die Performance des Stars richten. Oder anders formuliert: das Subjekt ist hier das Objekt seiner eigenen kreativen Gestaltung und präsentiert sich vor dem Publikum als ein solches“ (S.253). Hierbei kommt Reckwitz darauf zu sprechen, dass die heutige Anerkennung schauspielerischer und musikalischer Leistungen ein ungewöhnlicher Schritt ist, da beide Berufsgruppen bis ans Ende des 19. Jahrhunderts als minderwertig galten und lediglich als Aufführende gegenüber einer vorgängigen, eigentlich originellen Schöpfung angesehen wurden. „Dass der Schauspieler und der Musiker sich von randständigen Typen in Prototypen gesellschaftlich anerkannte ästhetische Kreationen verwandeln können, baut neben den veränderten medientechnischen Grundlagen – der Reproduzierbarkeit der Aufführungen im Film wie auf der Schallplatte – auf jenem veränderten, sich von der Werkästhetik entfernenden Kreativitätsmodell auf, das die ästhetisch erregende Leistung in der Aufführung des performing-self selbst festmacht“ (S.253 ff).

2.3.3.3. Künstlerinszenierung bei Performance-Künstlern

Verschiedene Praktiken der Selbst- und Fremdszenierung, sprich die eigene Selbstdarstellung im öffentlichen Raum, werden vor allem von Künstlern gezielt eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu erregen und erhalten. „Überblickt man das 20. Jahrhundert und das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts, dann liegt der Eindruck nahe, dass die öffentliche (Selbst)Darstellung und Biographik von Künstlerinnen und Künstlern – gewissermaßen als Werk „neben dem Werk“ – eine immer größere Bedeutung gewinnt“ (Tippner, in Laferl 2014, S.15). Zunächst kommt Tippner auf die Dichotomie von künstlerischer und bürgerlicher Lebensform zu sprechen, nämlich auf „die Vorstellung, dass künstlerische und bürgerliche Lebensformen unvereinbar sind bzw. dass künstlerischer Selbstaussdruck notwendig mit einer Differenzierung zur Konvention und zur „Normalität“, wenn nicht gleich einem Tabubruch, einhergeht. [...] Auch wenn die Differenz von Kunst und Leben nicht mehr ausschließlich das Bild des Künstlers, sie er akademisch etabliert oder non-konformistisch orientiert, formt, so gehören die aus diesen Begriffen abgeleiteten Strategien immer noch zum Grundre-

pertoire künstlerischer Selbstinszenierung“ (S.16). Des Weiteren beleuchtet die Autorin die Dichotomie von Authentizität und Inszenierung, indem sie schreibt: „Im Feld der Fremd- wie der Selbstdarstellung von Künstlertum erweist sich die Opposition von Authentizität und Inszenierung, die einerseits für das Spannungsverhältnis von scheinbar unmittelbar gegebener und damit authentischer Künstlerpersönlichkeit und ihrem öffentlichen und damit inszenierten Ausdruck andererseits stehen, als über die Epoche der ästhetischen Moderne und das ausgehende 19. wie beginnende 20. Jahrhundert hinaus virulent. Blickt man historisch etwas weiter zurück, dann stellt der Gegensatz zwischen Authentizität und Inszenierung kein Novum der Moderne dar. Schon der Streit zwischen Platon und den Sophisten weist auf die Dichotomie zwischen der (authentischen) Sache, die um ihrer selbst willen betrieben oder kommuniziert wird, und ihrer für ein Publikum adaptierten Präsentation hin. Eine Neuauflage erlebte diese Gegenüberstellung im deutsch Idealismus, der mit einem Geniekult, nicht nur die wahre von der „gemachten“ Kunst, sondern auch den wahren Künstler vom Scharlatan oder modischen Blender deutlich geschieden wissen wollte. Das Paar Authentizität vs. Inszenierung hat also eine lange Genealogie. Diese hat allerdings später durch die Postmoderne eine entscheidende Wende erfahren, die „Authentizität“ und „Inszenierung“ weder als Gegensätze noch als Konkurrenten auffasst; vielmehr ist seit dieser kulturalistischen Wende „Inszenierung“ das Maß aller Darstellung und damit auch der nun obsolet gewordenen „Authentizität““ (S.16 ff). In der Gegenwart hingegen werden diese beiden Aspekte als Kontinuum wahrgenommen, so die Autorin. Auch das schwer auszulotende Verhältnis zwischen Kunst und Künstler beleuchtet Tippner näher, genauer gesagt das Phänomen, dass „einem Kunstwerk auch dann vom Publikum ein ideeller und ästhetischer Wert zugeschrieben wird, wenn sich dieser nicht oder zumindest nicht unmittelbar erschließt, nur weil man annimmt, dass bestimmte Künstler eben große Kunst hervorbringen, die es zu erkennen gelte. [...] macht auf jeden Fall deutlich, dass die Qualitäten der einen Seite mit jener der anderen in eine Beziehung gesetzt werden, die in der Regel als direkt proportional gesehen wird. Diese Annahme trifft aber für jene Künstler, die als Schriftsteller, Komponisten oder Bildende Künstler durch Wort, Bild oder Ton Neues schaffen, anders zu als für das Feld der darstellenden Kunst. Traditionell herrscht für dieses Feld die Auffassung vor, dass ihre Akteure – Schauspieler und Schauspielerinnen oder Sänger und Sängerinnen – ‚nur Vehikel‘ der großen Kunst seien, dass sie nur auf der Bühne Großes vollbringen müssen, nicht aber im Leben abseits des Theaters“ (S.18). Hinsichtlich der Konstanz bzw. Wandlungsfähigkeit von Kunstwer-

ken verhält es sich bei Dichtern und Malern anders als dies bei einem Schauspieler oder einem Sänger der Fall ist. Bei ersten wird mehr Kohärenz zu den eigenen Werken erwartet, während man bei den letzten beiden Gruppen das Gegenteil von Konstanz, nämlich Wandlungsfähigkeit, voraussetzt, so Tippner.

Auch auf die Massenmedien, die in Kapitel 2.1.2.2 näher beleuchtet werden, kommt die Autorin ausführlich zu sprechen, da durch diese „die Aufmerksamkeit gegenüber Künstlerfiguren ab dem Ende des 19. Jahrhunderts [...] enorm zunahm. Diese ermöglichten nicht nur eine weit größere Verbreitung von Kunst als es jemals davor der Fall war; in noch nie dagewesener Weise erlaubten die neuen Massenmedien es dem Publikum auch, die hinter dieser Kunst stehenden Autoren und Akteure kennen zu lernen. Den Künstlern gaben die neuen Medien wiederum ungeahnte Möglichkeiten, ihre Kunst zu präsentieren und selbst mit dem Publikum in Verbindung zu treten. [...] Die neue Möglichkeit, sich als Künstler zu präsentieren, legen eine westliche und bis heute gültige Konstante der Künstlerinszenierung frei: In den meisten Fällen werden die Grenzen der ursprünglichen Kunstform überschritten und zu anderen Künsten und Medien hin erweitert [...]“ (S.18 ff). Und weiter: „Indem Künstler zunehmend nicht nur in ihrer angestammten Kunstform tätig sind, sondern sich in ihrer Eigenschaft als Künstler vor einem Publikum öffentlich in Szene setzten, werden sie zu Performern, die sich an diesem Publikum orientieren. Wie man bei seinem Publikum das erreicht, was man erreichen möchte, das lehrte von der Antike bis zur Frühen Neuzeit detailreich die Rhetorik als Disziplin, [...]“ (S.19). Dadurch, dass „Künstlerinszenierungen häufig in andere Kunstformen als die originäre ausgreifen“ (S.20), erkennen wir den Künstler nicht mehr nur an seinen Werken, sondern auch an seinem Auftreten wieder. „In der Künstlerinszenierung des 20. Jahrhunderts geht es oft darum, sich neue, noch nie besetzte Räume innerhalb der eigenen Kunstform anzueignen“, es geht um Innovation, „der „Kreativität“ als Symptom im Zeichen des Neuen, das für die biographische Inszenierung genau so zentral ist wie das künstlerische Schaffen. Anders als die Moderne, die sich einem „außerideologischen Innovationszwang“ verpflichtet fühlte, ist die Postmoderne geprägt von der Vorstellung, dass die Zukunft zumindest in künstlerischer Hinsicht nur noch bedingt Neues bringen kann. Doch auch in der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts ist die Rede über Kunst immer noch nicht vom Innovationskurs abgekoppelt“ (S.20 ff).

Da im Rahmen schöpferischer Prozesse die Darstellung von Kreativität nur schwer sichtbar gemacht werden kann, so Tippner, muss diese auf besondere Weise zur Erscheinung gebracht werden. Hinsichtlich der Inszenierung von künstlerischen Werken geht es hierbei nicht nur darum „einen verborgenen Prozess sichtbar zu machen, sondern durch die Inszenierung, die immer auch eine Form der Selbstausslegung ist, entsteht ein Mehrwert. Inszenierung erhält nicht nur Hinweise auf die Individualität des Künstlers, das Zur-Schau-Stellen einer spezifischen Subjektivität [...], sondern es geht auch um dessen Objektivierung. In der Performance als Kunstform kommen kreative Prozesse und ihre Zurschaustellung zur Deckung“ (S.24). Hierbei erwähnt die Autorin, dass es Formen des Schöpferischen gibt, die sich weniger gut publikumswirksam inszenieren lassen, wie zum Beispiel das langsame Malen eines Bildes oder das Schreiben an einem Manuskript, diese Werke jedoch dafür, im Gegensatz zur Performance, von Dauer sind. Die Performance an sich, so Tippner, stellt eine eigene Kunstform dar, „in der für gewöhnlich Künstler „etwas darstellen“, für das ihre Präsenz zentral ist [...]. Diese vom Moment lebende Kunstform wird aber dann doch fast immer für ein unbestimmtes Danach festgehalten, nämlich durch eine Speicherung in den Medien der Photographie und des Videos. Die ausführenden Künstler sind im Laufe einer Performance meist selbst physisch anwesend und stehen nicht selten mit ihrem Körper für ihre Kunst ein. Unklar bleibt hier jedoch, wie stark der darstellende Künstler neben seiner Funktion als „Ideator“ und Regisseur auch zum Schauspieler wird, und noch mehr, wie das Ich des Körpers der Performance mit der Subjektivität des Künstlers in Verbindung gebracht werden kann und wie sehr die Inszenierung des Künstlers im Kunstwerk mit jener außerhalb desselben korreliert“ (S.22). Insgesamt, so die Autorin, geht es bei der Künstlerinszenierung immer darum Aufmerksamkeit zu gewinnen, wobei der vergängliche Aspekt einer jeden Inszenierung nicht außer Acht gelassen wird. Als Konstanten des Inszenierungsrepertoires von Künstlern nennt Tippner Skandale und Provokationen, „das heißt gezielte Tabubrüche, die sich heute meist nicht mehr auf das Feld der Kunst, sondern eher auf gesellschaftliche Normen oder politische Missstände beziehe“. Außerdem geht es darum „ein ästhetisches oder politisches Programm an eine breite Öffentlichkeit zu tragen, oder um sich als Künstler überhaupt erst zu positionieren“ (S.25). Der Versuch sich als Künstler zurück zu ziehen, sprich als Person nicht in Erscheinung zu treten, wird bereits als Teil einer Inszenierung aufgefasst. Hier bezieht sich die Autorin auf Paul Watzlawick, der sagt, „man kann nicht nicht inszenieren, wenn man sich [...] in den öffentlichen Raum begibt“ (S.30). Des Weiteren sind

nach Tippner „Rückzug und Verweigerung freilich nur dann wirksame Strategien der Selbstdarstellung, wenn sie als Reaktion auf ein intensives Interesse der Öffentlichkeit bzw. des Kunstmarkts dargestellt werden können“ (S.30).

2.3.4. Musikalische Begabung

Musik ist ein allgegenwärtiges Phänomen und findet sich in allen menschlichen Kulturen wieder. Gemeinschaftliches Musizieren hatte und hat noch immer wichtige evolutionär adaptive Funktionen wie beispielsweise Kontakt, Kommunikation, Kooperation, Gruppenkoordination und Herstellung sozialer Kohäsion (Koelsch 2012). Musikalische Kommunikation in früher Kindheit (wie beispielsweise Spiel- und Schlaflieder) ist wichtig für die Entwicklung emotionaler, kognitiver und sozialer Fertigkeiten von Kindern (Trehub 2003). Musikalität, so Peretz (2006), ist ein anthropologischer Wesenszug mit biologischer Grundlage. Was für eine biologische Grundlage musikalischer Fähigkeiten spricht, so der Autor, ist die Tatsache, dass sich Musiker und ungeübte Laien beim Nachsingen und Erinnern von Liedern nicht signifikant voneinander unterscheiden. Musikalische Fähigkeiten stellen eine Expertise dar, die sich erst in langwährender intensiver Praxis entwickelt und das genetische Potential kann nur dann zur Entfaltung gelangen, wenn bestimmte Umwelt- und Lernbedingungen gegeben sind. Musikalische Leistung ist somit, wie alle Fähigkeiten und damit verbundenen Leistungen, das Ergebnis der Wechselwirkung zwischen genetischen Bedingungen und der Lern- und Entwicklungsgeschichte des Individuums. Auf die Frage, ob es ein Zeitfenster für die Begabungsentwicklung gibt, geht Gordon (1984) ein. Die Ergebnisse seiner Längsschnittstudie lassen darauf schließen, dass sich musikalische Begabung im Alter von etwa zehn Jahren stabilisiert. Weitere Belege für ein eingeschränktes Zeitfenster musikalischer Begabungsentwicklung liefern Untersuchungen mit bildgebenden Verfahren, wie beispielsweise dem MRI (Magnetic Resonance Imaging). So beobachtet Schlaug et. al (1995) bei Musikern gegenüber Nicht-Musikern eine Vergrößerung des frontalen Bereichs des Corpus Callosum, jedoch nur bei den Musikern, die mit dem Erlernen des Instruments vor dem siebten Lebensjahr begonnen haben. Auch das Planum Temporale wurde von Schlaug und seinen Mitarbeitern genauer untersucht und sie fanden eine stärkere linkshemisphärische Asymmetrie bei Musikern als bei Nicht-Musikern. Die Autoren nehmen an, dass die Asymmetrie bei Musikern genetisch vorprogrammiert ist, da diese zwischen der 29. und 31. Gestationswoche ausgebildet wird und nach der Geburt durch eine

anregende Umwelt weiter stimuliert wird. Synaptische Verbindungen im Gehirn werden bis zur Pubertät in großer Zahl hergestellt, aber nur solche Verbindungen, die vor der Pubertät durch Training und Übung aktiviert werden, bleiben erhalten (Singer 1998). Das Erlernen spezifischer Fähigkeiten, wie das Spielen von Instrumenten, ist daher in der Kindheit am effektivsten. Neurologen betonen jedoch andererseits auch immer wieder die erstaunliche Plastizität des Gehirns über das gesamte Leben hinweg.

Nach Gembris (2002) ist musikalische Begabung ein verschwommener Begriff, über den in der Wissenschaft keine einheitliche Meinung herrscht. Er stellt, ebenso wie die Begriffe Musikalität oder musikalisches Talent, ein gedankliches Konstrukt dar, das nicht direkt beobachtbar ist und in seiner inhaltlichen Ausgestaltung von kulturellen, historischen und sozialen Normen abhängt. Neben Gembris versuchen eine Vielzahl von Autoren den Begriff der musikalischen Begabung zu definieren, wobei jeweils unterschiedliche Aspekte musikalischer Begabung in den Vordergrund gerückt werden. Die Anfänge der musikalischen Begabungsforschung konzentrierten sich auf den Versuch verschiedene Formen und Erscheinungsweisen der Musikalität zu klassifizieren, später hat sich die Forschung darauf konzentriert Begabung durch Tests zu erfassen, welche die akustisch-musikalische Wahrnehmungsfähigkeit messen. In jüngerer Zeit wird in der Forschung als zentraler Aspekt musikalischer Begabung die Fähigkeit genannt, durch musikalische Produktion, Improvisation, Vorstellung oder Hören musikalische Szenen zu erzeugen (vgl. Gembris 2002). Da die Begriffe musikalische Begabung und musikalisches Talent häufig synonym verwendet werden, ist es sinnvoll eine kurze Differenzierung dieser beiden Begriffe vorzunehmen. Stern und Neubauer (2013) bringen den Unterschied zwischen Begabung und Talent treffend auf den Punkt, indem sie formulieren „Talent ist gleichsam die realisierte Begabung“ (S.48). Anders formuliert, nämlich nach McPherson & Williaom (2006), bezeichnet der Begriff des musikalischen Talents die in musikalische Leistung umgesetzte Begabung (S.241). Da sich ohne Begabung kein Talent entfalten kann, ist ein musikalisches Talent immer auch musikalisch begabt. Andererseits muss aus einer musikalischen Begabung nicht zwangsläufig ein Talent werden. Um musikalische Begabung realisieren zu können, damit es zu einem Talent wird, bedarf es sowohl der Anregung aus der Umwelt als auch der zielgerichteten Übung. Besonders Gagnés (2003) Modell dient zur Veranschaulichung, wie Begabung als Ursache für das Zustandekommen von Hochleistung wirksam werden könnte (“Differentiated Model of

Giftedness and Talent in Music“). Nach diesem Modell entwickelt sich Begabung durch Katalysatoren zu musikalischem Talent. Auf der Begabtenseite führt Gagné „natürliche Fähigkeiten“ in nachfolgenden Domänen auf: intellektuell, kreativ, sozioaffektiv und sensumotorisch, welche sich durch den entscheidenden Vorgang der Transformation, der als Entwicklungsprozess aufgefasst wird, bei dem innere (intrapersonale) und äußere (umweltliche) Faktoren zusammenwirken, zu einem Talent entwickeln können. Beim musikalischen Talent werden nachfolgende „systematisch entwickelte“ Fertigkeiten unterschieden: Performanz, Improvisation, Komposition, Arrangement, Analyse, Bewerten, Dirigieren und Lehren. Allerdings, so Csikszentmihalyi et al. (1993), sind Glück und Zufall weitere Faktoren, die nicht außer Acht gelassen werden dürfen.

In einem kurzen Umriss soll abschließend auf das Thema der Hochbegabung eingegangen werden. Hochbegabung wird definiert als eine weit über dem Durchschnitt liegende Begabung, sprich hier eine sehr hohe musikalische Leistung. Auf die Frage, welche früh auftretenden Verhaltensweisen und Leistungen Prädiktoren für zukünftige Hochleistungen darstellen, gehen Winner & Martino (2000) ein, indem sie als Kernfähigkeiten hohe Sensitivität für musikalische Strukturen (Tonalität, Harmonie, Rhythmus) sowie die Wahrnehmung der expressiven Merkmale von Musik postulieren, während motorisch-technische Leistungen (Tonhöhen- und Rhythmusunterscheidung) weniger bedeutsam zu sein scheinen (S.102). Und weiter, so die Autoren, treffen musikalisch hochbegabte vorgesungene oder vorgespielte Töne bereits mit zwei Jahren richtig und singen eine Tonfolge oft nach einmaligem Hören korrekt nach. Umweltbedingungen erweisen sich als ausschlaggebend für die Talententwicklung, so die Forschungsbefunde (Bastian 1992). Vor allem spielt die Aufmerksamkeit der Eltern eine wichtige Komponente, die aufgrund ihrer Beobachtung erkennen können, ob ihr Kind ein besonderes Interesse an Musik hat oder auffällige Leistungen zeigt und diese frühzeitig in entsprechende Richtung fördern. So fand Vogl (1993) bei den Probanden ihrer Stichprobe einen signifikanten Zusammenhang zwischen der musikalischen Aktivität des Vaters und dem Interesse der Kinder an Musik. Csikszentmihalyi, Rathunde & Whalen (1993) identifizieren in einer Längsschnittstudie vier Familientypen hinsichtlich der Förderung von Begabung. Diese sind 1: der „differenzierte“ Familientyp, welcher durch viel Anregung, aber wenig emotionaler Wärme gekennzeichnet ist, 2: der „integrierte“ Familientyp, der viel emotionale Unterstützung bietet, jedoch wenig Anregung; 3: der „komplexe“ Familientyp, der Anre-

gung und emotionale Wärme aufweist und zuletzt 4: der „einfache“ Familientyp, der keines der beiden Merkmale besitzt. Für Musiker, so die Autoren, erweist sich der „komplexe“ Familientyp als besonders günstig. Eigen schreibt (in Holm-Hadulla 2007, S.44), dass Höchstbegabung zweifellos genetische Komponenten hat und man Talente daher suchen muss, da sie sich nicht einfach heranziehen lassen. Außerdem hält er fest, dass es ein „breites, nahezu kontinuierliches Spektrum von der einfachen Begabung bis hin zum Genie“ gibt. Höchstbegabungen sind seiner Ansicht nach sehr selten. Außerdem hält er abschließen fest, dass sich Begabung nur in freier geistiger Atmosphäre entwickeln kann, „um schließlich elitäre Leistungen zu erbringen. Diese resultieren aus dem Umsatz interner wie auch externer Informationen, werden also durch Anlage und Übung vermittelt“. „Im Genie wirken viele Faktoren zusammen, sowohl ererbte als auch erworbene. Den Ausschlag gibt erst das Zusammenwirken all dieser Faktoren“ (S.29).

2.3.5. Historischer Abriss zur Entwicklung musikalischer Prominenz

Wie bereits im ersten Kapitel der vorliegenden Arbeit ausführlich erörtert, stellt Prominenz mehr als ein modisches Zeitgeistphänomen dar. Borgstedt formuliert in ihrer 2008 veröffentlichten Studie mit dem Titel „Der Musik-Star“ treffend: „Das Herausragen einzelner Personen ist zum einen nicht neu und zum anderen ein strukturelles Prinzip moderner Mediengesellschaften. [...] Um die Welt zu >verstehen< bzw. sich in ihr einigermaßen zurechtzufinden, können wir nicht alle Erfahrungen selbst machen, sondern sich auf vermittelte und selektiv aufbereitete Informationen angewiesen. Damit konzentrieren wir uns gleichzeitig auf ausgewählte Akteure, die als Protagonisten stellvertretend Realität definieren, Ideale und allgemein Wünschenswertes verkörpern, verwerfen oder neu inszenieren. Sie sind damit Spiegel, aber auch Treiber gesellschaftlicher Entwicklungen in unterschiedlichsten Betätigungsfeldern. Insbesondere die Musik ist eine Quelle herausragender Protagonisten“ (S.9). Weiter schreibt die Autorin: „Bei der Analyse von Musikern hinsichtlich ihres öffentlich-medialen Gesamteindrucks und ihrer Relevanz als Teilgruppe gesellschaftlicher Prominenz handelt es sich um ein nahezu unerforschtes Feld [...]“ (S.15). Hierbei sind es jedoch gerade die Musiker, so Borgstedt, die für eine Prominenzierung prädestiniert sind, da sie „- im Unterschied zur Bildenden Kunst – keine Unikate (außer legendäre Einspielungen) herstellen“ (S.130 ff).

Zur Vorgeschichte des Berufsfeldes der Musiker schreibt Borgstedt: „Im Unterschied zur heutigen, absatzorientierten Produktion von Bekanntheit erscheint Prominenz im traditionellen Sinn zunächst eher als >Bei-Produkt< von Ruhm, der durch herausragende, allgemein anerkannte bzw. messbare Leistung über einen längeren Zeitraum erworben wird. Prominent waren daher nahezu ausschließlich Angehörige politischer und religiöser Eliten, also die oberen Schichten einer quasi natürlichen Hierarchie. Die bereits in der antiken Kunst verbreitete Verehrung von Musikern ließe sich demnach als eine ursprünglich religiös motivierte begreifen. Durch die zunehmende Integration in den Alltag und den Rhythmus der Feste entwickeln sich Musiker dabei kontinuierlich – auch bedingt durch die zunehmende instrumentale Spezialisierung – zu Berufsmusikern“ (S.18 ff), die mit der Zeit zu gefeierten Persönlichkeiten aufgestiegen sind und „sich um die Gunst einer – möglichst wohlhabenden – Hörerschaft bemühe“ (S.19). Denn „wichtig für Ruhm und Reichtum war vor allem wem man aufspielen durfte – ob dem Bauern oder dem König. Ohne den Schutz eines mächtigen Patrons, war es daher schlechterdings unmöglich, sich als Musiker durchzuschlagen. Musiker wurden also nicht per se verehrt, sondern im Hinblick auf den Dienst, den sie verrichteten, den Beitrag, die sie zur Erhöhung des jeweiligen Dienstherrn bzw. des Herrschers leisteten. Sie waren daher Verkörperung und Schmuck einer höher stehenden Macht, nicht von vornherein eine Repräsentation ihrer selbst“ (S.19). Der Musiker stellte mit seiner musikalischen Aufführung somit nicht die Hauptattraktion des Anlasses dar, erst „durch die Emanzipation der Musik aus höfischen und kirchlichen Diensten wird der Musikerberuf zu einer freien Tätigkeit in einem ästhetischen Sonderbereich, die sich auf deinem Markt als Dienstleistung gegen Konkurrenzangebote durchzusetzen hat“ (S.20). Im Zuge des Emanzipationsprozesses um 1825 herum hat sich somit der Musiker von seiner „begleitenden Kulissenfunktion im Dienste gesellschaftlicher Zusammenkünfte“ (S.22) befreit und die Musik als solche in den Mittelpunkt gerückt, sprich den Übergang vom bürgerlichen zum professionellen Konzert vollzogen, welches „einen Markt als Realisierungsort künstlerischer Tätigkeit“ (S.28) bietet. Die Autorin führt auf, dass die Präsentation eigener Kompositionen zunehmend dem Reproduzieren eines sich etablierten Werks weicht, „wodurch sich die Fokussierung auf die interpretatorische Leistung und damit eine Konzentration auf die Person verstärkt [...]. Persönlichkeit wird damit zu einer strukturellen Konstanz des Konzerts“ (S.20). Besonders die Unterhaltungskünstler nehmen einen besonderen Stellenwert hinsichtlich des Erlangens eines Prominentenstatus ein, so Borgstedt, da diese auf einer herausgehobenen Bühne vor den Augen eines Publi-

kums agieren. Das Publikum bildet hierbei nicht mehr „a priori eine Gemeinschaft, sondern besteht aus einzelnen >Vertragspartnern<, die die Teilnahme an einer, zu einem festgelegten Datum an einem bestimmten Ort, stattfindende Musikdarbietung gegen Geld erwerben. Diese Konzentration bezüglich der zeitlichen, lokalen und funktionalen Dimension verstärkt dabei die Fokussierung auf das Bühnengeschehen und damit auch auf den Interpreten“ (S.22). Diese Entwicklung vom Liebhaber- zum Berufsmusikerkonzert „und damit auch die Rollenteilung zwischen Interpret und Publikum“ vollzieht sich im Laufe des 19. Jahrhunderts, so Borgstedt. „Das Publikum erscheint allerdings lediglich bezüglich seiner musikalischen Aktivität als passiv. Hinsichtlich des Einflusses auf das musikalische Geschehen insgesamt wird er dafür umso wichtiger, und zwar als Instanz, die über Erfolg oder Misserfolg der Veranstaltung und damit auch über den wirtschaftlichen Gewinn für Veranstalter und Interpret entscheidet. Das Konzert hat sich also zu einem Dienstleistungsangebot entwickelt, das sich den Ansprüchen seiner Kunden anpassen muss. Veranschlagte das Publikum dabei zunächst eher quantitativ ausgerichtete Proportionen – also möglichst viel Musik für wenig Geld –, so drängen qualitative Dimensionen mehr und mehr in den Vordergrund, indem wichtig wurde was gespielt wurde und von wem“ (S.23). Es geht somit verstärkt um die Ablösung der Konzentration auf das Werk hin zur Fokussierung auf den Interpreten, denn während eines Konzerts wird dem Publikum „eine einzelne Privatexistenz in überhöhter und idealisierter Weise präsentiert“ (S.26). Dieser „kommerziell orientierte Exhibitionismus“ stellt eines der strategischen Mittel dar, um Ruhm und Geld zu erlangen, so die Autorin. Während allerdings die Zahl der Konzertbesucher steigt, können nur wenige Künstler ihr Auftritte als Haupteinkunftsquelle nutzen. „Der Aspekt des >Herausragens< bezieht sich demnach nicht nur auf die erbrachte Leistung, sondern auch auf die Tatsache, dass relativ wenige Musiker nun immer mehr Kaufkraft bzw. Publikum auf sich vereinigt“ (S.28). Und weiter: „Da der selbstlose Dienst am Werk nicht hinreichend honoriert wird, ist der Interpret somit gezwungen, eine individuelle Auffassung und Persönlichkeit zu präsentieren, durch die er sich von der Konkurrenz abheben kann.“ (S.29). Darauf aufbauend hält die Autorin weiterhin fest: „Die Inszenierung als kohärentes Gesamtkunstwerk kann daher sowohl eine auf die Musik abgestimmte Betonung visueller Aspekt auf der Bühne – wie die Unterstützung des musikalischen Vortrags durch extrovertierte Gestik und Mimik – beinhalten, als auch >musikferne< Elemente wie festliche bis auffällige Kleidung [...]“ (S.30). Für den Kontext der vorliegenden Arbeit entscheidend ist hierbei

die auf die Gesamtperson ausgerichtete perfektionistische Einstellung hinsichtlich der eigenen optischen Erscheinung.

Das Erlangen von Prominenz geht in der Gesellschaft sowohl mit Bewunderung als auch Verachtung einher, wobei diese Ambivalenz auf das in der Schwebe gehaltene Verhältnis von Nähe und Distanz zurückzuführen ist. „Der Interpret ist sinnlich-geistig zugänglich, indem >seine< Musik und Person audiovisuell erfahrbar, aber physisch-praktisch unzugänglich sind, da er an einem herausgehobenen Ort in gewisser Distanz zum Publikum agiert und sich nicht unter die Hörer mischt. Diese Positionierung entspricht dabei der Gesamttendenz, den Künstler nicht als Ausführenden allgemeiner Ideen und Repräsentanten des jeweiligen Zeitgeistes sehen zu wollen, sondern als aktives Genie, das einem Publikum individuell Inspiration als Ausdruck seiner Persönlichkeit darbietet. [...] Als Reaktion auf den Wunsch nach einer imaginären Beziehung des Zuhörers zum Interpreten ist es daher für diesen naheliegend, nicht nur die Musik, sondern auch sich selbst in Szene zu setzen“ (S. 26 ff). Als Bedingungen für Prominenz und eine feste Anhängerschaft sind sowohl massenhafte Reproduktionen, im 19. Jahrhundert noch Zeitungen, Zeitschriften und Fotos, und Kontinuität (in der Berichterstattung) festzuhalten, so Borgstedt. Diese Aspekte, so die Autorin weiter, „erfahren im anschließenden 20. Jahrhundert eine erhebliche Erweiterung, sowohl bezüglich technischer als auch strategischer Weiterentwicklung zu intermediären Angebotsstrukturen“ (S.27 ff). Denn mit der rasanten Entwicklung diverser neuer Inszenierungsmöglichkeiten erfährt das Phänomen der Prominenz völlig neue Dimensionen. „Das Interesse an Personen wurde im ausgehenden 19. Jahrhundert zunehmend funktionalisiert. Mit der Herausbildung der Yellow Press durch Randolph Williams Hearst und Joseph Pulitzer, wurden personifizierte Informationen als strategisches Mittel zur Absatzerhöhung eingesetzt. Allgemeine Ereignisse des alltäglichen Lebens wurden am Beispiel persönlicher Schicksale präsentiert, um Emotionen zu erzeugen – oder wie es Hearst auf die knappe Formel brachte: >People make news“. In Bezug auf prominente Musiker sind dabei Informationen über Fähigkeiten, Eigenschaften und Erlebnisse der Person selbst ebenso Gegenstand der Berichterstattung wie die detailgetreue Schilderung der Verehrungsriten und Massenhysterien. Bewunderung für einen Star ergibt sich somit nicht aus dem Medium per se, sondern auch durch die gezielte Thematisierung eben dieser Bewunderung, die die unwiderstehliche Wirkung in der Wahrnehmung der Allgemeinheit verstärkt“ (S.32 ff). Die Fotografie selbst kann erst später als die Zeitung einen Effekt auf die Entstehung von

Prominenz für sich verbuchen, so Borgstedt, „da die massenhafte Vervielfältigung erst mit Entwicklung des Halbtonverfahrens (1880) möglich wurde und ein Zeitungsartikel daher erst ab den 1980er Jahren von einem Foto begleitet wurde. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts wurden aber bereits Porträts berühmter Persönlichkeiten verbreitet, seit den 1970er Jahren auch als Bildpostkarte oder Plakat. Die Fotografie bewirkte nicht nur den dokumentarischen Charakter einer Abbildung (im Gegensatz zum gemalten Bild) und ein Gefühl der Nähe zur aufgenommenen Person, sondern ermöglichte auch die Multiplikation des fotografierten Gesichts, das bei den Rezipienten somit als Stellvertreter für die nicht anwesenden Person fungieren konnte. Auf diesen Photos wurden die entsprechenden Personen allerdings häufig sehr stark ästhetisiert bzw. ikonisiert, so dass sie teilweise nur geringe Ähnlichkeiten mit dem >Original< aufwiesen“ (S.34 ff). In diesem Zusammenhang kommt die Autorin auf die Trennung von öffentlichem und privaten Leben zu sprechen und auf das Spiel mit der Ambivalenz von Realität und Fiktion, welche durch die zunehmende Weiterentwicklung und Verbreitung der Massenmedien vor allem im 20. Jahrhundert zu einer zentralen Gestaltungsdimension wird. „Eine glanzvolle Inszenierung in der Öffentlichkeit erzeugt Neugier und Skepsis bezüglich der >wahren Persönlichkeit<, die sich nur im privaten – und damit für das Volk unzugänglichen – Bereich zeigt. Durch professionelle Öffentlichkeitsarbeit ist es daher sowohl möglich, tatsächliche Persönlichkeitszüge nach außen zu transportieren, als auch allgemeine, sozial erwünschte Eigenschaften mit dieser Person gezielt zu verknüpfen, unabhängig davon, ob sie der Wahrheit entsprechen. [...] Persönlichkeitsinszenierung hat es somit schon immer gegeben, sie erhält allerdings im massenmedialen Kontext eine wichtigere Bedeutung, indem sie notwendige Bedingung für die Erlangung und Aufrechterhaltung von Aufmerksamkeit in einer kurzlebig und stark visuell geprägten Umwelt ist und damit für Musiker die Grundlage der erfolgreichen Berufsausübung darstellt“ (S.35). Insgesamt konzentriert sich der musikindustrielle Apparat auf die Schnittstelle zwischen Musik und Publikum „und strukturiert nachfrage- und vertriebsorientierte Angebote in Form unterschiedlicher Repertoiresegmente. Mit Hilfe von Marketing, Promotion und Werbung wird dabei nicht nur Musik selbst, sondern ein umfassendes Lebensgefühl verkauft, indem das auditive Material in vielschichtige Bilderwelten integriert und durch den exponierten Star verkörpert wird“ (S.46). Die Autorin hebt die Entwicklung von musikalischer Prominenz insbesondere durch die massenhafte Reproduktion von Liedern hervor. Im 19. Jahrhundert standen in der Musik, wie beim Film, allerdings „weniger die auf dem Medium gebannten Inhalte, sondern die technische Fas-

zination im Vordergrund bzw. waren lediglich diejenigen Musikinhalte von Interesse, die die Vorzüge der Geräte unterstrichen. Die mit der Erfindung des Edison-Phonographen 1877 eingeleitete rasante Entwicklung der Musikindustrie erforderte jedoch in Anbetracht der wachsenden Konkurrenz eine schnelle Orientierung bezüglich inhaltlicher Ausrichtungen. Diese ergab sich vor allem durch die Zusammenschlüsse von Musikverlagen und Plattenfirmen [...]. War technische Musikproduktion für die Allgemeinheit vorerst nur im öffentlichen Raum erfahrbar – zum Beispiel durch Phonographen, die in Restaurants und Bars aufgestellt wurden – so etablierten sich bald darauf Geräte für den häuslichen Gebrauch“ (S.42). Erst im 20. Jahrhundert wurde mit Hilfe des elektrischen Aufzeichnungsverfahrens und mit dem neuen Medium Radio eine Fokussierung auf Unterschiede in den Aufnahmen gleicher Stücke vorgenommen und somit die Aufmerksamkeit in Richtung des Interpreten gelenkt, so Borgstedt. „Insbesondere das Radio wird mit Einführung des >Hit-Konzepts< (Top-40-Radio) zu einem zentralen Marketinginstrument, da nun eine permanente Präsenz einer geringen Auswahl von Stücken gewährleistet war, die die Fokussierung auf den Interpreten verstärken. Die Herausbildung und Vermarktung eines persönlichen Stils bzw. des Persönlichkeitskonstrukts eines Interpreten wird jedoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg zu einem etablierten strategischen Prinzip in der Produktion populärer Musik“ (S.44). Der eigene Stil konzentriert sich nicht mehr nur auf die Stimme, sondern integriert zusätzliche Performance-Codes, so die Autorin.

Weitere technische Veränderungen nach dem zweiten Weltkrieg, „die neue Bedingungen für den musikindustriellen Gesamtzusammenhang bereitstellen“ (S.44), spiegeln sich in technologischen Neuerungen wieder, wie beispielsweise die Verwendung von kostengünstigerem Vinyl statt Schellack für die Produktion von Schallplatten, die sich nun massenhaft verkaufen ließen. Außerdem wurde „mit Hilfe des elektromagnetischen Aufzeichnungsverfahren im folgenden die Kassette als neues Tonträgerformat entdeckt, bei der insbesondere die Möglichkeit zur eigenen Zusammenstellung von Stücken einen Vorteil darstellte. Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung konnte schließlich die CD (Einführung 1983) ein Maximum an Klangqualität für die häusliche Umgebung gewährleisten. [...]“ (S.45). Besonders die technologische Entwicklung der in den 70er Jahren entstandenen Computern und Synthesizern „stellt das Authentizitätsideal vor neue Herausforderungen. Die Frage, was synthetisch oder echt sei, lässt sich immer weniger beantworten. Auch der Videoclip

als neues Popularisierungsinstrument nimmt diesbezüglich eine ambivalente Position ein. Einerseits konstituiert es eine neue Form der Nähe, indem der Star nun auch zu einer visuell erlebbaren Einheit wird [...]“ (S.49). Song und Star werden somit „zu einer Einheit musikbezogener Wissens- und Erfahrungsbestände“ (S.45), andererseits stellt „eine wichtige Folge der Integration des Fernsehens in der Zirkulation starbezogener Informationen eine Übersättigung dar, die eine Verkürzung der Lebenszyklen von Stars mit sich bringt“ (S.49).

Zusammenfassend hält Borgstedt fest: „In Bezug auf den Beginn dieser Darstellung war Leistung zunächst Eintrittsbedingung in das System der Prominenten, daran anschließen ein notwendiges Kompliment. Im 20. Jahrhundert ist sie durch ausdifferenzierte Wettbewerbs- und Auszeichnungsstrukturen zunehmend symbolisch repräsentiert und erscheint vor allen Dingen als Fähigkeit, die unterschiedlichen Darstellungsebenen von musikalischer Präsentation, persönlicher Integrität bis hin zu massenwirksamer Attraktivität miteinander zu einem erfolgreichen Produkt zu verknüpfen. Nunmehr ist es die Bekanntheit an sich, die zur Verehrung führt, indem die Einschleusung in die medialen Kanäle bereits eine Leistung definiert wird. Somit können Stars durch ihre Bekanntheit weitere Bekanntheit und Erfolg erzeugen und aufrechterhalten, entsprechend der Definition von Boorstin: >The celebrity is a person who is known for his well-knownness<“ (S.49). Der Prominenz-Status fungiert nach Borgstedt somit als Modus, „in dem eine Person Aufmerksamkeit zwar schnell erreichen kann, sie aber gleichzeitig aufgrund der zahlreichen Konkurrenzangebote auch schnell wieder zu verlieren droht. [...] Gerade in einer fragmentarisierten Öffentlichkeit stellen Name und visuelle Gesamterscheinung letzte Konstanten dar, die [...] eine Orientierungsfunktion leisten“ (S.51). Insgesamt, so Borgstedt, ist das Phänomen Prominenz „nicht von den Massenmedien selbst zu trennen, da erst durch ihre Institutionalisierung Möglichkeiten bereitgestellt werden, herausragende Personen in mehreren Darstellungsmodalitäten für die Öffentlichkeit erfahrbar zu machen. [...] Da die massenhafte Bekanntheit persönliche Beziehungen zu den Anhängern per se ausschließt, existiert ein permanentes Informations-Defizit und ein entsprechendes Kontaktbedürfnis zur >wahren< Persönlichkeit. [...] Die Dichotomie von >öffentlicher< und >privater< Identität lässt sich daher nicht auflösen, sondern ist im Gegenteil konstitutiver Bestand des Starphänomens“ (S.53). Auch die Gradwanderung des Prominenten sich einerseits alltäglich und andererseits außergewöhnlich darzustellen birgt eine Herausforderung. „Die Einspannung des Stars zwischen sozialer Normati-

vität und Einzigartigkeit als Person ermöglicht den Identifikationsprozess. Dabei sollte der Star idealiter so individuelle sein, dass seine Vollkommenheit und Attraktivität ein kontinuierliches Interesse wecken, gleichzeitig aber einen theoretisch möglichen, bekannten Typen repräsentieren, der versteh- und erfahrbar ist“ (S.61). Und weiter, so Borgstedt: „Durch das Agieren auf einer Bühne, die Fähigkeiten, die Starmusiker von anderen Menschen unterscheiden und das öffentlich zugängliche Wissen über ihre Lebensweise insgesamt, können sie als >figurale Personen< wirken. >Figurale Personen<, d.h. solche, die sich deutlich von ihrer Umgebung abheben, sind nach Erkenntnissen aus der Personenwahrnehmung im allgemeinen beeindruckender, werden besser erinnert, lösen stärkere Gefühle aus und werden eher als Verursacher von Ereignissen angesehen“ (S.105). Somit ist es also insbesondere der Personenkreis der Musik- und Filmstars, die sich aufgrund ihrer herausgehobenen Bühnenpräsenz in besonderem Maße von ihrer Umgebung abheben und den Rezipienten häufig langfristig in beeindruckender Weise in Erinnerung bleiben.

2.3.5.1. Der Popstar als Performance-Kreativer

Neben den Filmschauspielern, so Reckwitz (2012), „liefert der Popstar ein zweites, medial weit verbreitetes Modell für die Performance-Kreativität des Stars, an die sich sekundär Elemente einer Werk- und Persönlichkeits-Kreativität koppeln“ (S.257). Hierbei produziert der Star der Popmusik „ästhetische Novitäten auf allen drei Ebenen: Der Kern der Starqualität des Popsängers ist erstens in seiner körperlichen und stimmlichen Performance im Livekonzert und auf der Schallplatte begründet. Diese erhebt den Anspruch einer individuellen und neuartigen, zugleich affektiv ansprechenden Leistung, die sich vom bisher Gewohnten mehr oder minder stark unterscheidet. [...] Die affektive Anziehungskraft der Popmusik und ihres Stars wurzelt in erster Linie in dieser sinnlichen Präsenz von Körper und Stimme. Ästhetische Novität beanspruchen das Popsystem und der Popstar zweitens und durchaus klassisch auf der Ebene der Musik mit ihrer spezifischen Harmonik und Melodik, so dass der Pop- und Rockstar, soweit er auch Komponist ist, zugleich ein Werk-Star ist. Charakteristisch für die Popmusik ist hierbei, dass versucht wird, die Anzahl der neuen komponierten Musiktitel zu erhöhen und deren Umlauf zu beschleunigen [...]. Drittens stellt sich der Musikstar auch als Persönlichkeits-Star dar: Das ästhetisch Neue an ihm ist zu einem erheblichen Teil seine Gesamtpersönlichkeit. Eine besondere Bedeutung kommt dabei seinem ästhetischen Stil zu, wie er sich in Kleidung oder Körperbewe-

gung manifestiert. Der Individualstil des Popmusikers wird dabei zugleich zum Modell für den kollektiven ästhetischen Stil seines Publikums“ (S.157 ff). Der Popmusik voraus geht nach Reckwitz die urbane Musik, dessen Wurzeln auf das Ende des 19. Jahrhunderts zurückzuführen sind und die in Form von Livemusik in den Music Halls und Theatern aufgeführt wurde. Hierbei sind Komposition und Aufführung strikt voneinander getrennt, denn „die neuen Songs werden routinemäßig anonym komponiert, während die dem Publikum bekannten Sänger sich vor allem durch technische Perfektion auszeichnen“ (S.258). Erst mit dem Zeitalter der Schallplatten „tritt die Figur des privaten >Hörers< neben den Konzertbesucher. Die technische Reproduzierbarkeit der Musik führt nicht nur zu einer Vergrößerung des Publikums, die Musik erreicht auch die Privatsphäre der Hörer. Die Pop- und Rockmusik im eigentlichen (spät)modernen Sinne setzte jedoch erst Mitte des 20. Jahrhunderts ein [...]. Erst jetzt kann der Popstar zum massenmedial verbreiteten, populären Kreativsubjekt werden, das [...] für das Publikum zum Identifikationsobjekt wird“ (S.258). Hierbei wird aufgeführt, dass die erste einschneidende Veränderung den Charakter des Livekonzerts betrifft, denn „statt durch bloße handwerkliche Präzision zeichnet sich der Popstar auf der Bühne nun durch eine als individuell erlebte Performance aus [...]. Der Popmusiker ist nicht nur Sänger (oder Instrumentalmusiker), sondern ein Bühnengesamtkunstwerk. Die Starfähigkeit des Musikers beruht auf der spezifischen Struktur des Pop- und Rockkonzerts als eine alle Sinne ansprechende, atmosphärisch dichte und improvisierte Aufführung vor einem Publikum, das zum kollektiven Mitspieler avanciert. Die Aufzeichnung von Musik auf Tonträgern bedeutet zwar den Verlust dieses interaktiven Eventcharakters des Konzerts. Konzentriert auf die Sinnlichkeit des Künstlers und die Instrumentalbegleitung, soll jedoch auch hier die Expressivität des Pop- und Rockkünstlers durch den individuellen Sound spürbar werden“ (S.259). Als zweite Voraussetzung für die Etablierung des Popstars nennt Reckwitz die ästhetische Stilisierung des eigenen Körpers über diverse Accessoires. „In erheblichem Maße ist der Popstar Stilinnovator, und zwar von ganzen Lebensstilen, was neben der Kleidung auch Mimik, Gestik, Sprechweise und Körperhaltung einschließt. [...] Die ästhetische Stilisierung des Körpers wird ebenso wie die außermusikalische Persönlichkeit zum Thema der massenmedialen Thematisierung des Popstars“ (S.259). Zuletzt erwähnt Reckwitz, dass sich seit dem Ende der 1950er Jahre zwei weitere Strukturmerkmale des modernen Pop- und Rockstars herausgebildet hat: „Die Subjektform des singer/sogwriters und der Charakter der Konzerte als medial wahrnehmbare Ansammlung von >Massen< (crowds). [...] Der Künstlerstatus

der Musiker gewinnt damit zusätzliche Legitimität, indem sie ein Werk im klassischen Sinne bieten, sie also auch Werk-Künstler sind. Charakteristisch für das Popsystem ist schließlich die Selbstreferenzialität der Starqualität, die sich aus der medialen Repräsentation des Publikums ergibt: Die Anwesenheit eines enthusiastischen Massenpublikums bei den Livekonzerten ist selbst Gegenstand medialer Darstellung“ (S.260). Dieser Fokus auf das Publikum steigert die Identifikationskraft des Stars, so der Autor. „Dieser wird als derjenige sichtbar, der kollektive enthusiastische Aufmerksamkeit auf sich zieht. Schließlich richtet sich die Aufmerksamkeit auf den, dem ohnehin schon Aufmerksamkeit gezollt wird. Das Ergebnis ist die kulturelle Attraktivität des Attraktiven“ (S.260).

2.3.6. Kreativität und psychische Störungen

Die Verbindung von Kreativität auf der einen Seite sowie menschliche Krisen und psychische Störungen auf der anderen Seite erregt bis heute das Interesse der Öffentlichkeit. Die Vorstellung dieser unzertrennlichen Verbindung geht zurück auf Aristoteles, der auf die Neigung großer Künstler zur Melancholie hinweist (vgl. Ludwig 1995), und wird im neunzehnten Jahrhundert von Lombroso (1891), ein italienischer Psychiater, und Galton (1869) in ihren Studien aufgenommen. Daraufhin folgte eine Vielzahl an Versuchen eine solche Verbindung nachzuweisen und den Ursprung genialen kreativen Schaffens herauszukristallisieren. Die Beobachtung, dass Künstler in vielerlei Hinsicht ungewöhnlich sind geht weit zurück in die Vergangenheit und lässt den Verdacht entstehen, dass eine unausgeglichene Psyche eine wesentliche Komponente darstellt, um außergewöhnliche Fähigkeiten hervorzurufen. So scheint sich in vielen Fällen eine emotionale Instabilität, welche sich nachteilig auf die kreative Schaffenskraft auswirken kann, ebenso als vorteilhaft herauszustellen und zwar insofern, als dass sie als Träger für Motivation, Überzeugung, Egozentrismus, Unkonventionalität, Vorstellungskraft und Inspiration dient, was unbedingt notwendig ist für neue Durchbrüche und Entdeckungen. Die Annahme eines Zusammenhangs von Kreativität und psychischen Störungen wird vielfach in der Literatur beschrieben und bis heute diskutiert. So schreibt beispielsweise der Mediziner Sandblom in seinem 1990 veröffentlichtem Buch „Kreativität und Krankheit“: „In Anbetracht meiner medizinischen Erfahrung und meiner langjährigen Beschäftigung mit der Kunst und ihren mannigfachen Erscheinungsformen, war es nur natürlich, daß auch die Krankheiten von Künstlern meine Aufmerksamkeit erregten. Dabei konnte ich häufig feststellen,

wie sehr diese Krankheiten das künstlerische Schaffen beeinflusst hatten. Deshalb teile ich keineswegs die Ansicht jenes Arztes, der die Bedeutung von Krankheiten für das Künstlertum bagatellisiert [...]. Nein, es gibt im Gegenteil viele Hinweise darauf, daß zwischen Kunst und Krankheit eine enge Verbindung besteht“ (S.7). Und zuletzt: „[...] deshalb bin ich geneigt, mich Kretschmer anzuschließen, wenn er sagt, daß gesunde, harmonische Menschen oft nicht über jenen Stimulus verfügen, der die dämonischen und disharmonischen auf den Gipfel der Genialität treibt“ (S.18).

Auch die Wissenschaft wendet sich seit langem diesem Thema zu, doch wurde eine allgemeingültige Antwort auf die Frage nach einer Verbindung von Kreativität und psychische Störungen bisher nicht gefunden. Zwar existieren seit dem neunzehnten Jahrhundert zahlreiche Studien zu dieser Fragestellung, jedoch meist mit methodologischen Limitationen und stets mit kontroversen Ergebnissen. So haben unter anderem Ellis (1904) und Pavitra (2007) in ihren Untersuchungen eine Verbindung von Kreativität und psychischer Gesundheit herausgefunden, auch Slater (1970) geht davon aus, dass kreative Leistungen nur aus einer gesunden Persönlichkeit heraus entstehen können und somit aus einer Stärke, nicht aus einer Schwäche heraus erfolgen. Kessel (1989), Weisberg (1994) und Keynes (1995) schließen sich dieser Auffassung an. Nach Ludwig (1989) sind psychische Störungen keine Voraussetzung für Kreativität, doch ist er der Annahme, dass sie in leichter Form förderlich auf die kreativen Fähigkeiten wirken können. Hierbei gilt allerdings festzulegen, welche Formen von psychischen Störungen hemmend beziehungsweise fördernd auf welche kreativen Bereiche wirken. Eine Vielzahl von Autoren hingegen zeigen in ihren Studien eine Verbindung von Kreativität und psychischen Störungen auf, wie Götz und Götz (1979), McNeil (1971), Andreasen (1987) und Cattell & Drevdahl (1958), die darüber hinaus in ihrer Untersuchung herausfanden, dass kreative Personen abenteuerlustig, radikal und gesellschaftlich nicht konform sind, ein sehr gesundes Ego besitzen und emotional sensibel sind. Stack zeigt anhand einer im Jahr 1997 durchgeführten Studie auf, dass bei Personen aus den kreativen Bereichen Musik, Literatur, Tanz, Schauspielerei und der darstellenden Künste ein sehr viel höheres Suizidrisiko zu beobachten ist als bei Personen anderer Berufsfelder, wobei die Personengruppe der darstellenden Künste das höchste Suizidrisiko in der Gruppe der künstlerischen Berufe aufweist. Nach Meinung von Stack spiegelt das hohe Suizidrisiko der Künstler deren Neigung zu psychischen Störungen wieder. Blatt (1995), der bei einer Verbindung von Kreativität und Depression davon ausgeht, dass Personen

mit einem hohen Perfektionsanspruch und einer hohen Selbstkritik besonders anfällig für eine große Verletzlichkeit nach Misserfolgen sind, was über früher oder später zu schweren Depressionen bis hin zu Suizid führen kann, formuliert: „[...] that patients with depression deriving predominantly from feelings of loss and loneliness make suicide gestures [...] but individuals who are highly self-critical and who feel guilty and worthless are at considerable risk for serious and lethal suicide attempts. Thus, intense perfectionism and severe self-criticism are associated with a vulnerability to severe depression and a serious potential for suicide“ (S.1010). Weitere Autoren, die von kreativen Persönlichkeiten mit psychischen Störungen berichten, sind Jamison (1990,1994), die vermehrt bipolare Störungen auffand, Ludwig (1995) und Rothenberg (1990), die herausfanden, dass Kreativität eng mit Alkoholismus verbunden ist, wobei im Umkehrschluss allerdings nicht herausgefunden werden konnte, dass Personen mit Alkoholproblemen eine erhöhte Kreativität aufweisen. Auch Lauronen (2004) hat eine enge Verbindung von Kreativität und verstärktem Alkoholkonsum herausgefunden und geht davon aus, dass ein länger andauernder Alkoholmissbrauch zerstörerisch auf die Kreativität wirken kann. So auch Evans in seinem 1999 veröffentlichtem Buch „Fame: The Psychology of Stardom“, in dem die weitverbreitete Annahme erhöhter Inspiration durch Bewusstseinerweiterung und gesteigerter Extravertiertheit aufgrund von Substanzmissbrauch aufgeführt wird, wobei betont wird, dass dies nur für das frühe Stadium kreativen Arbeitens zutreffen kann, später jedoch zerstörerisch wirkt (S.144). Und Sandblom (1990) schreibt: „Es ist leicht verständlich, daß Künstler bisweilen die welkende Blume auffrischen möchten und daß sie deshalb versuchen, eine schwindende Inspiration mit artifiziellen Mitteln neu zu beleben“ (S.35). Post (1994) fand in seiner Studie, in der er anhand von Biographien die Persönlichkeit von 291 Berühmtheiten unterschiedlicher Berufsgruppen analysierte, heraus, dass die psychopathologischen Werte bei den Komponisten (30,8%), ähnlich wie bei den Malern (37,8%) und Schriftstellern (46%), deutlich höher liegen als bei den Wissenschaftlern (17,8%), Politikern (17,4%) und Denkern (26%). Allerdings konnten insgesamt keine schweren Formen von psychischen Störungen ausfindig gemacht werden, die Einschränkungen mit sich gezogen hätten. Post kommt anhand seiner Untersuchung zu dem Schluss, dass ein kausaler Zusammenhang zwischen gewissen psychischen Erkrankungen, ebenso wie eine gewisse Tendenz in Richtung Depressionen und Alkoholismus, und dem Entstehen großartiger, kreativer Werke besteht. So kommt auch Richards (1988) darauf zu sprechen, dass einige Formen von psychischen Erkrankungen, besonders in ihrer leichteren Ausprä-

gung, förderlich auf die Kreativität wirken können, wie zum Beispiel die Hypomanie, die, eher als eine Depression oder Manie, zu einer gesteigerten Kreativität führen kann.

Ausführlicher soll auf die im Jahre 1992 veröffentlichte Studie von Ludwig eingegangen werden, die sich mit dem möglichen Zusammenhang von Kreativität und psychischen Störungen befasst und den Titel „Creative Achievement and Psychopathologie: Comparison among Professions“ trägt. Für diese Studie wurden Biographien von 1.005 berühmten Persönlichkeiten unterschiedlicher Berufsgruppen selektiert, analysiert und ausgewertet. Gegenstand der Untersuchung war zum einen, ob Personen, die in kreativen Berufen tätig sind, eher psychische Störungen aufweisen als Personen anderer Berufsgruppen, und zum anderen, ob ein Zusammenhang besteht zwischen der kreativen Fähigkeit einer Person und einer gegebenen falls vorliegenden psychischen Störung. Die Ergebnisse der einzelnen Analysen zeigten auf, dass hinsichtlich der verschiedenen Berufsgruppen signifikante Unterschiede in Bezug auf die vorliegenden psychischen Störungen zu erkennen waren, und zwar insofern, als dass bei denjenigen aus kreativen Berufsrichtungen häufiger psychische Störungen vorlagen als bei Mitgliedern anderer Berufsgruppen. Diejenigen der kreativen Berufsgruppen wiesen nicht nur bereits frühzeitig und über eine längere Zeitspanne hinweg schwierige emotionale Zustände auf, sie litten außerdem vermehrt unter Alkoholismus, Drogenmissbrauch, Depression, Manie, Psychosomatik, Ängsten, Psychosen und einer Anpassungsstörung, wobei diese psychischen Erkrankungen nicht über alle Berufsgruppen hinweg gleich verteilt und ausgeprägt waren. Musiker zum Beispiel litten unter erhöhten Alkohol- und Drogenmissbrauch, Komponisten zusätzlich verstärkt unter Depressionen. Soldaten, Staatsdiener, teilweise auch Wissenschaftler und Unternehmer zeigten sich am emotional stabilsten. So weisen die Ergebnisse der Studie insgesamt darauf hin, dass kreative Berufe anziehend auf Personen mit psychischen Störungen wirken, wobei, so Ludwig, entweder bereits latent vorhandene Probleme durch Stress, einen eklatanten Lebensstil und beruflichen Status verschlimmert beziehungsweise manifestiert oder psychische Störungen, welche als Träger für Ruhm und Erfolg dienen, aufrecht erhalten werden. Hingegen können sich, so Ludwig, Personen im zum Beispiel öffentlichen Dienst, die eine Verantwortung den Staatsbürgern gegenüber tragen, nicht erlauben sich psychisch auffällig zu zeigen oder von gesellschaftlichen Normen abzuweichen, ohne ihre berufliche Position zu gefährden. So wirken nach Ludwig Berufe wie die im Staatsdienst oder in der

Wissenschaft vermehrt anziehend auf Personen, die eine hohe psychische Stabilität aufweisen oder in der Lage sind ihre psychischen Störungen zu verbergen, in manchen Fällen sogar vor sich selbst. Des Weiteren haben die statistischen Analysen ergeben, dass anhand einer frühzeitig vorliegenden Depression die kreative Fähigkeit vorausgesagt werden konnte und dies, so Ludwig, ein Hinweis auf die weit zurückreichende Annahme eines Zusammenhangs zwischen psychischen Störungen und Genialität sein könnte. Allerdings weist Ludwig darauf hin, dass es sich bei den Ergebnissen um einen eher schwachen Zusammenhang handelt und dem daher keine allzu große Bedeutung beigemessen werden sollte.

Lauronen (2004) macht darauf aufmerksam, dass sich die meisten Studien dieser Richtung auf bereits verstorbene, historisch bedeutsame Kreative mit psychischen Auffälligkeiten stützen und die Analysen möglicher Störungen aufgrund bereits vorliegender relevanter Informationen, welche der breiten Öffentlichkeit zugänglich sind, durchgeführt werden. So werden in Studien, die eine ähnliche Thematik wie die der vorliegenden Untersuchung behandeln, häufig Biographien und Autobiographien als Erhebungsinstrumente eingesetzt, wie auch bei Ludwig (1996) und Post (1994). In diesem Zusammenhang ist jedoch Andreasen (1987) zu erwähnen, der darauf aufmerksam macht, dass hierbei in vielen Fällen die Verbindung von Kreativität und psychischer Störung bereits im Vorfeld häufig bekannt ist und somit die Frage, ob Kreativität ein Risiko für oder ein Schutz vor psychischen Störungen darstellt, nicht hinreichend verlässlich geklärt werden kann. Im Gleichklang mit Andreasen betonen Lauronen (2004) und Post (1994) selbst, dass die Wahl biographischer Daten als Basis für Studien eine bedeutende Limitation mit sich trägt, da die Diagnosen der Wissenschaftler aus ferner Distanz und ohne Kontakt zur betreffenden Person erstellt werden. Zudem stützen sich die verfassten Biographien auf Autoren, die sich zwar mit der Lebensgeschichte einer oder mehrerer bekannten Persönlichkeiten befassen, diese in vielen Fällen jedoch meist nicht persönlich kennen, oder die Autoren stützen sich auf selbst verfasste Berichten der Betroffenen, wobei hier fraglich ist, wie viel Vertrauen diesen Berichten geschenkt werden kann beziehungsweise wie vollständig diese sind, bedenkt man, dass die Autobiographie bekannter Persönlichkeiten in dem Wissen geschrieben werden, dass diese eine breite Öffentlichkeit erreichen. Auch Mula (2009) kommt auf die eingeschränkte Validität und Reliabilität eines solchen Vorgehens zu sprechen, während Ludwig (1992) trotz selbst ausge-

sprochener Kritik an diesem Verfahren einräumt, dass diese Nachteile ausgeglichen werden durch die auf (Auto)- Biografien beruhende Menge an gewonnenem Material.

Dass besonders Künstler zu persönlichen Krisen und psychischen Störungen neigen, wird auch von Kraft in seinem 2005 veröffentlichtem Buch „Grenzgänger zwischen Kunst und Psychiatrie“ aufgegriffen, welches sich „nicht mit den Erkrankungen an sich, sondern mit den ihnen entgegen gerichteten, sie umgestaltenden kreativen Möglichkeiten“ (S.8) befasst. Nach Kraft treten in den psychischen Störungen andere Seiten des Menschseins zutage, die „uns eine Ahnung davon geben, daß unsere >normale< Sicht- und Lebensweise nur ein Ausschnitt möglicher Erfahrungen ist“ (S.8). Seiner Ansicht nach dienen kreative Prozesse der Suche nach neuen, bislang unbekanntem Wegen, um „dem inneren Chaos Einhalt zu gebieten. Den Erlebnissen einen Ausdruck und eine Form zu geben trägt dann zur Entlastung bei“ (S.219). Kreativität wird von Kraft als „individuelle, reaktiv gesteigerte Bewältigungsstrategie angesichts der existentiellen Bedrohung“ verstanden und formuliert: „Der drohende Zusammenbruch des Ich, des regulierenden, ausgleichenden, synthetisierenden Funktionssystems der Persönlichkeit, fordert die noch verbliebenen integrativen Kräfte in extremer Weise heraus“ (S.219). Im Gegensatz zu den psychisch Auffälligen besitzt das „gesunde Ich Möglichkeiten zur bewußten Verarbeitung oder auch erfolgreichere Bewältigungsmechanismen wie insbesondere der Verdrängung“. In Krafts Veröffentlichung wird des Weiteren ein Zitat von Pinchas Noy (1979) aufgeführt, welches einen zentralen Effekt künstlerischen Schaffens veranschaulicht: „Kunst erfüllt die Bedürfnisse des Selbst nach Selbstdefinition gegenüber dem Objekt, nach Anpassung der Realität an das Selbst und des Selbst an die Realität, nach Kommunikation und dem Teilen von Selbsterfahrung mit den anderen Selbsten“ (S.172). Als weiterer zentraler Effekt künstlerischen Schaffens ist auch die Ansicht von Goodwin & Jamison (1990) zu nennen, die, neben wenigen anderen Autoren wie Kraft (2005), davon ausgehen, dass das Erleben von Depressionen, Angst und schwerwiegenden Lebenserfahrungen in künstlerischen Werken verarbeitet werden und als Grundlage dieser gelten kann.

Häufig wird angenommen, dass ein Leben im Zentrum medialer Aufmerksamkeit und die Angewiesenheit auf diese zur Aufrechterhaltung des eigenen Status Veränderungen im Erleben und Verhalten der betreffenden Person mit sich ziehen. So werden in der Öffentlichkeit stehende Persönlichkeiten mit den verschiedensten Anforderungen konfrontiert, welche in unterschiedlichstem Ausmaß zu psychischen

Belastungen führen können. Neben dieser Sichtweise existiert eine weitere, welche entgegengesetzt der soeben genannten davon ausgeht, dass nicht erst die mediale Bekanntheit zu psychisch auffälligen Verhaltensweisen führt, sondern diese bereits vor dem Leben in Öffentlichkeit, möglicherweise in latenter Form, vorhanden waren. Für den Beobachter und Leser der Boulevardpresse ist die Tatsache, dass viele Prominente unter psychischen Störungen leiden einfach zu erklären: Wer die Kontrolle verliert und psychisch auffällig wird, hat den Erfolg nicht verkraftet. Jedoch sieht Bandelow, der sich in seinem 2007 veröffentlichten Buch „Celebrity: Vom schwierigen Glück berühmt zu sein“ mit dem psychischen Befinden verschiedener prominenter Künstler befasst, die Kausalkette von Erfolg und labiler Psyche bei prominenten Künstlern andersherum und vertritt die These, dass das auffällige Verhalten der in Öffentlichkeit stehenden Künstler nicht erst durch deren Prominenz hervorgerufen wird, sondern bereits zuvor latent beziehungsweise voll ausgeprägt zu beobachten ist. Für ihn entsteht der Eindruck, „als sei ein unausgeglichenes Seelenleben die Grundvoraussetzung für Berühmtheit und ein herausragendes Talent nur Beiwerk“ (S.9), wobei er hervorhebt, dass die Betrachtung dieser Verbindung zwischen Kunst und labiler Psyche die Werke des Künstlers nicht degradieren soll, indem sie als Ausruck eines belastenden Seelenzustandes entwertet werden. Bandelow betont: „Nicht nur trotz, sondern gerade wegen ihrer psychischen Störungen sind sie überragende Künstler geworden“ (S.10). Passend hierzu wird auf den bekannten britischen Schriftsteller Graham Green eingegangen, der in seiner 1980 veröffentlichten Autobiographie „Ways of escape“ die Wirkung kreativer Tätigkeiten als Versuch einer Bewältigung der eigenen Situation beschreibt: „Sometimes I wonder how all those who do not write, compose, or paint can manage to escape the madness, the melancholia, the fear which is inherent in the human situation“ (S.285). Auch van Gogh sah in der Kunst die Möglichkeit eines Ventils seiner inneren Zustände und nannte, so Weitbrecht (in Kraft 2005, S.191), die Kunst einen „Blitzableiter“ für seelische Bedrängtheit und Aufgewühltheit. In anderen Worten kann kreatives Schaffen als eine besondere Form der Selbsttherapie angesehen werden und als Kommunikationsweg des verbal sonst nicht kommunizierbaren dienen, denn kaum etwas anderes treibt den Menschen so sehr an seine Grenzen wie seine eigene Psyche. Des Weiteren kann sich der Künstler durch sein Künstlertum sozialen und kulturellen Zwängen entziehen, die zumeist mit Konformität und Konventionen einhergehen. So führt Kraft in seiner Veröffentlichung passend hierzu folgendes Zitat von Beuys auf: „Kunst ist ja Therapie“ (S.309). Allerdings ist abschließend zu erwäh-

nen, dass es unzählige Künstler gibt, die vollkommen frei von irgendwelchen psychischen Leiden sind, auf der anderen Seite wiederum gibt es Künstler, deren Antrieb durch zu schweres Leiden meist so beeinträchtigt wird, dass außerordentliche künstlerische Leistungen nur bedingt möglich sind.

2.4. Perfektionistische Einstellung hinsichtlich der optischen Erscheinung

Das Thema 'Perfektionistische Einstellung prominenter Singer-Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum hinsichtlich ihrer optischen Erscheinung' der vorliegenden Arbeit wird in den folgenden Kapiteln, in welchen die Themen Selbstdarstellung, Personenimage und die physische Attraktivität als Teilkonzept des Körperkonzepts beleuchtet wird, theoretisch eingebettet und näher beleuchtet.

2.4.1. Die Geschichte ästhetischen Denkens und Erlebens

Bevor auf die verschiedenen Epochen hinsichtlich des ästhetischen Erlebens eingegangen wird, werden zunächst einige in diesem Zusammenhang stehende bekannte Namen genannt. Swami schreibt in seinem 2008 veröffentlichtem Buch „The Psychology of Physical Attraction“: „It has been said that there were three great thinkers of the nineteenth century that influences the way human beings view themselves: Charles Darwin, Sigmund Freud and Karl Marx. [...] They shaped how we view ourselves and our place in the universe – how we define, understand and explain human behavior and nature“ (S.21). Eine der Erklärungen, weshalb wir bestimmte Merkmale bei anderen als physisch attraktiv bewerten ist auf die Evolution und Biologie zurück zu führen, so der Autor, der in diesem Zusammenhang auf die Evolutionstheorie von Charles Darwin zu sprechen kommt. Die zentrale Annahme dieser Theorie konzentriert sich auf die natürliche Auslese im Sinne des bekannten Ausdrucks „survival of the fittest“, welcher vom britischen Sozialphilosophen Herbert Spencer geprägt und später von Darwin übernommen wurde. „For evolutionary psychologists, this fact of evolution is of great importance in explaining contemporary human behavior. At a fundamental level, they point out that all humans beings are the result of an evolutionary process that has gone on for millions of years“ (S.23). Freud schloss sich der Evolutionstheorie von Darwin an, wie Jones (1996) festhält: „The rise of the psychoanalysis also contributed to the decline of evolutionary psychology. Freudianism began as a variant of evolutionary psychology, and Freud saw individuals psychological maturation as a recapitulation of the evolution of the species“ (S.2). Auch auf den

bekanntem griechischen Mathematiker und Philosoph Pythagoras kommt Swami zu sprechen, dem oftmals die ersten systematischen Untersuchungen hinsichtlich physischer Attraktivität zugeschrieben werden. „For Pythagoras and the ancient Greeks, beauty was a matter of having the right proportions, or 'golden ratios', and the same principles that governed the beauty of the human face or body also dictated what was beautiful in architecture, music and art“ (S.1). „Das Schöne, also auch die körperliche Schönheit, hat wohl schon immer die Menschen beschäftigt und in schöpferischen Aktivitäten, künstlerischen wie wissenschaftlichen, seinen Ausdruck gefunden“ so Hassebrauck (1993, S.1). Der Autor blickt in seinen Ausführungen über physische Attraktivität zurück bis zu Homer, bei dem Äußerungen über menschliche Schönheit zu finden sind. „Wenngleich der Begriff der Ästhetik erst in der Neuzeit formuliert wurde, so finden sich in der griechischen Philosophie theoretische Ansätze, die heute noch im Kern immer wieder aufgegriffen und diskutiert werden“ (S.1). Des Weiteren führt Hassebrauck auf, dass auf Plato (427-347 v. Chr.) die metaphysische Grundlegung des Schönen zurück geht: „Das Schöne ist das Gute, und das Gute ist das Schöne“ (S.1), wobei, so der Autor, nicht die körperliche Schönheit per se gemeint ist, sondern die Idee des Schönen. Plato unterscheidet zwischen der Idee des Schönen („Was ist das Schöne?“) und dem Phänomen des Schönen („Was ist schön?“) und geht von einer dualistischen Theorie aus, in der die physische Schönheit der moralischen Schönheit gegenübersteht. „An anderer Stelle wird wiederum eine Stufentheorie des Schönen formuliert, auf der von der Erkenntnis des körperlich Schönen über das Schöne der Sitten das Schöne selbst erkannt wird. Bei Plato bekam gewissermaßen das Stereotyp der physischen Attraktivität seinen „ideologischen Überbau““ (S.1). Nach Platons holistischem Ansatz kommt Hassebrauck auf Aristoteles (384-322 v. Chr.) atomistischen Ansatz zu sprechen. „Wie schon bei Pythagoras standen Probleme der Form im Vordergrund, also Proportionen (zum Beispiel der goldene Schnitt), Regelmäßigkeit, Symmetrie“ (S.1). Auf Aristoteles geht die Annahme zurück, dass das Gesicht den „Spiegel der Seele“ darstellt, da seines Erachtens nach aus der Physiognomie des Gesichts Charaktereigenschaften der Person herausgelesen werden konnten. Diese Vorstellung hat sich bis heute gehalten. Der Neuplatinismus (Plotin; 205-270 v. Chr.) griff Platons Vorstellung vom Schönen auf, „wobei allerdings vor allem im stärkerem Umfang als bei Plato das metaphysisch Schöne auf- und das körperlich Schöne abgewertet wurde“ (S.2). Hassebrauck führt hierzu auf: „Als das Erste ist anzusetzen die Schönheit, welche zugleich das Gute ist; von daher wird der Geist unmittelbar zum Schönen, und durch den Geist wird die

Seele schön; und das weitere Schöne dann, in den Handlungen und Tätigkeiten, kommt von der gestalteten Seele her; und die Leiber schließlich, welche man schön nennt, macht die Seele dazu“ (S.2).

Auf die verschiedenen Epochen kommt Schuster (in Hassebrauck 1993) zu sprechen, angefangen von der Antike, aus der eine Vielzahl an Schriften zur Ästhetik überliefert wurde. „Regelmäßigkeit, Symmetrie und Maß standen in den Ästhetiken nach den Pythagoräern im Vordergrund“ (S.12) und die antiken Statuen, „die nach solchen Proportionskatalogen gestaltet wurden, dienen noch den Gesundheitsbüchern des ausgehenden 19. Jahrhunderts als Vorbild idealer Schönheit. [...] So wird eben auch das ästhetische Ideal des schönen Menschen nahezu bis zur Jetzt-Zeit von den ästhetischen Theorien der Antike beeinflusst“ (S.13). In der griechischen Ästhetik wird nicht nur Wert auf Symmetrie, Maß und Regelmäßigkeit gelegt, sondern auch auf den Ausdruck. „Denn diejenigen Menschen sind schöner anzusehen, bei denen die guten Eigenschaften durchscheinen. Schönheit erscheint also als „Synonym“ des edlen, guten Charakters“ (S.13). Als nächstes kommt Schuster auf die Renaissance zu sprechen, die das Konzept der antiken Philosophen übernimmt, jedoch in verstärktem Maße die Proportionen und die Verhältnisse von Größen in den Mittelpunkt stellt. „Man sucht die „richtige“ Proportion für menschliche Schönheit“ (S.13). Im Mittelalter hingegen „werden Einzelmerkmale der Körperschönheit gelobt, wie die weiße Haut der Frauen, ein feines langes Gesicht, eine hochangesetzte Nase, schmale rote Lippen, harmonische Züge, dunkle Augen und blonde Haare, feste Brüste“ (S.14). In der heutigen Zeit wird Blässe eher mit Krankheit assoziiert, was zeigt, dass sich Schönheitsurteile mit der Zeit wandeln. „Wenn aber die Stellungnahme zu den Wurzeln der Schönheit auch wechseln, so können doch schöne und weniger schöne Gesichter in verschiedenen Jahrhunderten gleich oder ähnlich beurteilt werden“ (S.15). Es ist denkbar, so Schuster, dass Schönheitsurteile einer Wechselwirkung von historischer Entwicklung und allgemeiner Gesetzmäßigkeit unterliegen sind. „Vielleicht gibt es einen „Spielraum“ von Möglichkeiten der Körper – und Gesichtsgestaltungen, die alle als schön oder sexuell attraktiv empfunden werden können, und die Zeit fokussiert aus ihrer Kulturgeschichte heraus das eine oder andere Merkmal“ (S.16). Hassebrauck (1993) macht deutlich, dass sich körperliche Schönheit in gewissen Grenzen manipulieren lässt und neben den traditionellen Möglichkeiten der Kosmetik in der heutigen Zeit chirurgische Eingriffe relativ gefahrlos vorgenommen werden können, was aber dazu führt, dass der Zwang zur Schön-

heit steigt. Insgesamt, so der Autor, geht mit der Aufwertung des Schönen die Abwertung des Unschönen einher, aber auch eine Abwertung des Schönen kann erfolgen, wenn diese mit Eitelkeit und Überheblichkeit einhergeht. „Diese partielle Abwertung des Schönen lässt eine ambivalente Haltung gegenüber dem Schönen erkennen“ (S.4).

2.4.2. Sozialpsychologischer Aspekt der äußeren Erscheinung

Bereits in der Antike war der menschliche Körper und die physische Attraktivität im Fokus menschlichen Interesses (vgl. Brazda et al. 2001), doch erst seit den 1960er Jahren kann man von einer systematischen Erforschung der Attraktivität sprechen (vgl. Iliffe 1960). Auch heute spielt die physische Attraktivität, ein Konstrukt mit vielen möglichen Dimensionen (Körpergröße, Körperumfang, Proportionen oder Gesicht), in den unterschiedlichsten Bereichen des öffentlichen und alltäglichen Lebens eine zentrale Rolle und steht in einem engen gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhang, was von Fleig (2000) wie folgt treffend formuliert wird: „Körper-Inszenierungen veranschaulichen, modifizieren oder hinterfragen zentrale gesellschaftliche Wahrnehmungs- und Denkmuster wie Natur/Kultur, Männlichkeit/Weiblichkeit oder Realität/Fiktion. Wie der historisch weit gespannte Bogen von der griechischen Antike bis zur unmittelbaren Gegenwart zeigt, sind Körper-Inszenierungen untrennbar mit den in einer Epoche jeweils geläufigen Vorstellung vom Körper verbunden. Sie tragen ihrerseits [...] wesentlich zum kulturellen Wandel bei“ (S.13). Und Hassebrauck (2006) schreibt: „Es gibt wenige Bereiche des menschlichen Lebens, die eine so breite und lang zurückreichende Aufmerksamkeit gefunden haben wie das Aussehen. Vieles, was wir aus der Völkerkunde, der Archäologie, der Geschichte oder der Anthropologie wissen, deutet darauf hin, dass Menschen seit jeher Veränderungen an ihrer äußeren Erscheinung vorgenommen haben. [...] Die Beschäftigung mit dieser Thematik legitimiert sich vor allem durch die Konsequenzen, die physische Attraktivität für soziale Urteilsbildungen und soziales Verhalten hat“ (S.119). Passend hierzu formuliert Berry (2008) den Begriff “social aesthetics“, mit welchem sie die „public (social) reaction to physical appearance (aesthetics)“ (S.2) beschreibt. Kurz darauf wird diese Formulierung spezifiziert, indem die Autorin formuliert: „A more precise term might be socio-personal aesthetics, since I am attempting to understand the social reaction to personal aesthetics (an individual’s physical appearance)“ (S.2). Nach Fröhlich (2005) beschreibt der Begriff „Attrak-

tivität“ eine Anziehungskraft, die von einem beliebigen Objekt ausgeht. Der Attraktionsforschung zufolge ist er hingegen ein objektiv beschreibbares Merkmal, welches in den äußerlichen Eigenheiten der betrachteten Person begründet ist. Die Begriffe Attraktion, Attraktivität und Schönheit sind in der psychologischen Literatur nicht eindeutig definiert, so Henss (1992), jedoch besteht innerhalb der Attraktivitätsforschung weitgehend Konsens darüber, dass sich gewisse „Attraktivitätsstandards“ aufzeigen lassen. Nach Henss sind diejenigen Personen, die als schön beurteilt werden, auch diejenigen, die als attraktiv und als sexuell begehrenswert gelten: „Schönheit gleich physische Attraktivität gleich sexuelle Anziehung“. Und weiter: „Bestimmte Personen erscheinen nicht zuletzt deshalb attraktiv, weil ihr äußeres Erscheinungsbild Merkmale aufweist, die im Allgemeinen mit der hohen Eignung als Fortpflanzungspartner korreliert“ (S.207). Auch Hassebrauck (2006) kommt auf die evolutionspsychologische Sichtweise zu sprechen, indem er formuliert: „Attraktiv sind nach dieser Sichtweise diejenigen Personen, die ein Maximum an Fortpflanzungserfolg in ihrer äußeren Erscheinung erkennen lassen. Als physisch attraktiv sollten demnach diejenigen Frauen empfunden werden, die Merkmale von Gesundheit, Jugendlichkeit und sexueller Reife aufweisen“ (S.221). Für die Beurteilung männlicher Attraktivität werden weniger häufig Jugendlichkeit und körperliche Erscheinung herangezogen. „Das kann mit der Grund dafür sein, warum Frauen im Vergleich zu Männern weniger auf das Aussehen ihrer potentiellen Partner achten und stattdessen Partnermerkmale, die etwas über Verlässlichkeit und die Fähigkeit, notwendige (finanzielle) Ressourcen zu beschaffen, mehr Bedeutung beimessen. Ein für Männer und Frauen gleichermaßen wichtiges Merkmal der physischen Attraktivität ist Symmetrie. Symmetrie ist ein wichtiger Hinweis auf Gesundheit“ (S.222). Des Weiteren hat Forgas (1999) aufzeigen können, dass körperliche Attraktivität im Zusammenhang mit Sympathie eine bedeutsame Rolle spielt und es sichtbare Merkmale von Personen sind, allem voran ihr Aussehen, die darüber entscheiden, ob diese Personen als sympathisch eingeschätzt werden oder nicht. Diese Befunde bestätigen den gängigen Attraktivitätsstereotyp: Wer schön ist gilt auch als sympathisch, wer dagegen als unattraktiv wahrgenommen wird als unsympathisch. In diesem Zusammenhang ist eine klassische Untersuchung zur physischen Attraktivität von Dion, Berscheid & Walster (1972) zu nennen, die der Frage nachgingen, ob gutaussehende Personen sympathischer beurteilt werden als weniger gutaussehende. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass attraktiven Personen eine Reihe von positiv bewerteten, sozial erwünschten Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben und ihnen größere Aufmerksamkeit entgegen-

gebracht wurden als unattraktiven Personen. In diesem Zusammenhang spielen Überstrahlungseffekte, von Thordike (1920) als „Halo-Effekt“ (nach dem englischen Begriff 'halo' = Heiligenschein) bezeichnet, eine zentrale Rolle, was bedeutet, dass ein herausragendes positives Merkmal andere Aspekte überstrahlt, sprich die Beurteilung eines einzelnen Aspekts auf andere Eigenschaften ausgeweitet wird. „Die Beurteilung einzelner Eigenschaften oder Merkmale wird dabei verzerrt oder zumindest durch die anderen (Eindrucks-) Merkmale oder eine allgemeine Vorstellung von der einzuschätzenden Person beeinflusst“ (Fröhlich 2005, S.215). „Im Bereich der Musik spielt das Merkmal >Attraktivität< - als klassische Variable für Halo-Effekte – dabei eine wichtige Rolle, vor allem im Bereich populäre Musik“ (Borgstedt 2008, S.114). So lässt sich der Bewertungsfehler in Form des „what is beautiful is good“ Attraktivitätsstereotypen (Dion et al. 1972, S.285), welcher besagt, dass attraktiven Personen, ungeachtet ihres Geschlechts, eine Vielzahl positiver, sozial erwünschter Persönlichkeitseigenschaften in höherem Maße zugeschrieben wird als unattraktiven Personen, auf den „Halo-Effekt“ zurückführen. Allerdings zeigen die Ergebnisse einer Studie von Perlini et al. (1999) altersspezifische Zusammenhänge zwischen physischer Attraktivität und Persönlichkeitseigenschaften auf, und zwar insofern, als dass ältere Männer ältere attraktive Versuchspersonen weniger sozial erwünscht einschätzten als jüngere Versuchspersonen. Folglich kann somit angenommen werden, dass Zusammenhänge zwischen physischer Attraktivität und sozial erwünschten Persönlichkeitseigenschaften altersspezifisch sind. Es gibt eine Vielzahl an Faktoren, die bei der Beurteilung von Attraktivität eine Rolle spielen, wie die unterschiedlichen Bewertungsgrundlagen bei Männern und Frauen (vgl. Sieverding 1993). Die Befunde aus der Attraktivitätsforschung beziehen sich jedoch weitgehend auf die Beurteilungen von Gesichtern, da das Gesicht als Hauptindikator für die Attraktivität einer Person gilt (Henss 1992). Neben einem attraktiven Gesicht (sprich einem durchschnittlichen, symmetrischen Gesicht) nennt Berscheid & Walster (1974) als Standards weiblicher Schönheit eine wohlproportionierte, schlanke Figur, wobei als Schlüsselaspekte das Gewicht, die Form der Beine, Hüfte, Oberschenkel und die Größe der Brüste genannt werden. Bei Männern hingegen stehen Körpergröße und Körperstärke im Vordergrund.

Der Körper wird nicht nur von der eigenen Person wahrgenommen und bewertet, sondern auch vom sozialen Umfeld. So geht Hassebrauck (1983) davon aus, dass der erste Eindruck, den man von einer Person gewinnt, beeinflusst durch dessen äu-

ßere Erscheinung, in entscheidender Weise das Verhalten ihm gegenüber bestimmt. So ist es nicht verwunderlich, dass viele zu individuellen Selbstdarstellungstechniken greifen und sich intensiv mit Gedanken um das eigene Aussehen und die Bewertung dessen durch andere beschäftigen. Die von einem selbst und außen gestellten Erwartungen an die eigene Schönheit erklärt auch den stetigen Versuch von immer mehr Menschen, ihre körperliche Attraktivität vor allem auch im Alter zu verbessern oder zumindest zu erhalten, sowie den Zuwachs an Produkten und Dienstleistungen, die das in den Medien proklamierte ewige Jugendbild versprechen. Treffend formuliert Welsch (1996) in diesem Zusammenhang: „Wir selbst wirken durch unser individuelles Styling an dieser Ästhetisierung kräftig mit. Nicht mehr Heilige [...] und nicht Forscher oder Intellektuelle [...] sondern die *beautiful people* sind die zeitgenössischen Vorbilder des Lebens. In Beautyfarms und Fitnesszentren betreiben wir eine gnadenlose Verschönerung unserer Körper [...]. Und die Schönheit, die dabei erzeugt wird, ist voller Glätte; auch scheinbare Irritationen sind kalkuliert“ (S.204). Auch Georg Franck (1998) geht in seinem Buch „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ auf den hohen Stellenwert attraktiven Aussehens in der heutigen Zeit und Gesellschaft ein:

„So ist denn auch kein Kult über Zeiten und Völker so verbreitet wie der um die Attraktivität der eigenen Person. Nichts und niemanden huldigen die Menschen mit solcher Hingabe wie ihrer Anziehungskraft auf fremde Aufmerksamkeit. Alles Predigen wider die Gefallsucht, alles Werten gegen die Eitelkeit blieb vergebens. Die Eitelkeit hat all die höheren Werte, in deren Namen sie verdammt wurde, glänzend überlebt. Aufklärung und Modernisierung haben ihr nur gut getan. [...]. Je weiter Brauchtum und Religion zerfallen, um so unverhohlener rückt der gesellschaftliche Ehrgeiz ins Zentrum der Lebensinhalte. Je reicher und offener die Gesellschaft, um so offener und aufwendiger wird der Kampf um die Aufmerksamkeit ausgetragen. Nicht der sorglose Genuß, nein, die Sorge, daß die anderen auch schauen, wird zum tragenden Lebensgefühl in der Wohlstandsgesellschaft“ (S.11).

So nennt Franck den „Kampf um die Aufmerksamkeit“ als primäres Motiv perfekten Aussehens und schreibt:

„Um der Rolle willen, die die eigene Person im anderen Bewußtsein spielt, inszenieren wir die hohe Kultur der Attraktivität. Weil unser gesellschaftliches Leben auf der Bühne des anderen Bewußtseins spielt, sind Kleiderordnung, Aufmachung und die Pflege von Figur und Frisur so wichtig. Wie im Theater werden die Auftritte, auf die es ankommt, sorgsam einstudiert und wird aller nur erdenklicher Aufwand getrieben, um den richtigen Eindruck zu machen“ (S.13).

Berry hält in ihrem 2008 veröffentlichtem Buch „The Power of Looks“ fest, dass der Mensch primär visuell orientiert ist. „We do, in fact, judge books by their cover“ (S.5)

und führt weiterhin auf: "Today, humans are not just visually oriented; we are visually obsessed. [...] appearance has come to assume an overwhelming primacy. The first impression that we read from a person's appearance [...] carries inordinate weight; it contextualizes and guides our subsequent interactions, often unconsciously" (S.5). Die eigene Sichtbarkeit, sprich das wahrgenommen werden durch andere, ist das zentrale Thema, wenn es um „social aesthetics“ geht, verbunden mit erfahrener Isolation und dem Gefühl des „Unsichtbarseins“ bei physischer Unattraktivität: „Isolation, socially imposed or self-imposed, ensures invisibility of the unattractive“ (S.5). Berry bezeichnet dies als das „isolation-invisibility“ Phänomen. Besonders wird in den Bereichen großen Wert auf das äußere Erscheinungsbild gelegt, in denen die eigene Bewertung von der physischen Attraktivität abhängt: „[...] the more your identity is dependent on first impression, the more appearance counts“ (S.23). Des Weiteren kommt die Autorin darauf zu sprechen, dass attraktiven Personen zum einen beruflicher Erfolg zugeschrieben und ihnen zum anderen der Zugang erleichtert wird zu „social network access markets – marriage markets, educational systems, and other social access markets“ (S.29). Und weiter:

“The social power that is related to physical appearance is of two forms, economic and more purely social, the former having largely (but not entirely) to do with employment, and the latter having to do with marriage markets and social networks (such as club membership, friendship, educational opportunities). The unequal access to these avenues of social power is at least partly determined by or physical traits” (S.23).

Ganz im Sinne des „Halo-Effekts“, auf den weiter oben in dieser Arbeit bereits eingegangen wurde, schreibt Berry: „Attractive people are assumed to be, overall, socially better (smarter, more socially skilled, and so on) than the less attractive. They have more friends and romantic partners, they get better in jobs with better incomes. Their daily lives, in short, have far fewer problems“ (S.24). Und weiter: „Greater beauty leads to greater status, power, and upward mobility“ (S.27). Auf die Frage wer vorgibt, was als schön und attraktiv zu bewerten ist schreibt die Autorin: „The movies, TV, books, popular music, advertisement, and so on determine to no small degree the importance of physical appearance, how we “should“ look, and what we “should“ do to achieve a particular appearance“ (S. 65). Berry führt auf, dass es zwei Möglichkeiten gibt mit der Erwartungshaltung hinsichtlich dem, was als attraktiv und schön angesehen wird umzugehen, nämlich die „Accommodation“ und die „Rebellion“. Erste beschreibt die Akzeptanz des sozialen Verständnisses von Attraktivität und der

von außen festgesetzten Normen diesbezüglich: „This strategy refers to a willingness to try to be as good-looking as possible, along whatever social dictates are operating in a culture at a particular time. Following this thesis of the social mirror, we want to reflect well in others' eyes. We know that others judge us on our appearance and we gain and lose power depending upon our looks” (S.109). Rebellion hingegen “refers to a social- and individual- level rejection of social guidelines to appear a particular way. Rebellion can take place on an individual level, as when we as individuals refuse to “fix up”. It can take the form of legislation and social movements, both interdependent” (S.111). Zuletzt geht Berry auf verschiedene Faktoren ein, die mit dem optischen Erscheinungsbild zusammenhängen, wie den sozioökonomischen Status, ethnische Aspekte (Hauptfarbe, Körpergröße) und Schönheitsoperationen, jedoch würde ein näheres Eingehen auf diese Themenbereiche den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen.

2.4.3. Wirkmechanismen physischer Attraktivität

French (2002) kommt im Rahmen seiner Studie „Physical appearance and earnings“ darauf zu sprechen, dass zahlreiche Studien vorliegen, die Einflussfaktoren wie Alter, Geschlecht und ethnischer Hintergrund auf die Gehaltsgestaltung untersuchen, jedoch nur wenige Studien befassen sich mit der Frage, wie sich die optische Erscheinung auf den beruflichen Erfolg auswirkt. Aus diesem Grund initiierte er eine Untersuchung, die sich mit diesem Thema befasst, indem er Mitarbeiter verschiedener Unternehmen zu ihrer selbst wahrgenommenen optischen Erscheinung sowie ihres Gehalts befragte. Die Ergebnisse zeigen auf, dass sich das optische Erscheinungsbild positiv auf die Gehaltsgestaltung auswirkt, jedoch gilt dies nur für Frauen und nicht für Männer. In seiner Studie bezieht sich French auf die Untersuchung von Frieze et al. (1991), die im Rahmen einer Untersuchung ebenfalls einen Zusammenhang von attraktiven Gesichtern und Höhe des Gehalts ausfindig machen konnten. Die Ergebnisse zeigen auf, dass männliche attraktive Hochschulabsolventen ihre Karriere mit einer höheren Gehaltsstufe begannen, die über die Zeit hinweg konstant blieb. Auf Frauen trafen diese Ergebnisse nicht zu, es konnte jedoch nachweisen werden, dass diese später in ihrem Einkommen stiegen. French bezieht sich des Weiteren auf Hamermesh und Biddle (1994), die herausfanden, dass weniger gut aussehende Mitarbeiter weniger verdienten als durchschnittlich gut aussehende Mitarbeiter und durchschnittlich gut aussehende Mitarbeiter weniger als überdurchschnittlich gut

aussehende Mitarbeiter. „Results showed that physical appearance was positively related to earnings” (S.569). Auch Binckli (2014) schreibt in ihrer Veröffentlichung “Beauty in the Job“: „Bisherige Forschungsergebnisse zeigen, dass sich physische Attraktivität als Wettbewerbsvorteil in vielen Lebensbereichen auswirkt“ (S.4) und auch die Ergebnisse ihrer Studie, in welcher der Einfluss sachfremder Merkmale (Attraktivität, Geschlecht, Familienstand) und sachbezogene Merkmale (Leistung, Berufssituation, Berufserfahrung) eines Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung untersucht wird, zeigen auf, „dass die Attraktivität einen signifikanten direkten Einfluss auf die Entscheidung zur Einstellung eines Bewerbers hat, der ähnlich groß wie der Einfluss des Geschlechts ist“ (S.4). Auch in der Politik schlägt sich ein physisch attraktives Erscheinungsbild vorteilhaft nieder. So zeigen die Ergebnisse der von Maurer & Schoen (2010) initiierten Studie „Der mediale Attraktivitätsbonus“ auf, dass die Zeitungen über attraktive Wahlkreiskandidaten deutlich häufiger und deutlich positiver berichteten als über unattraktivere Wahlkreiskandidaten. „Die Befunde deuten darauf hin, dass Journalisten den selben Attraktivitätsstereotypen unterliegen wie andere Menschen. Dies hat jedoch vermutlich weitreichende Folgen, weil politische Kandidaten ihre Wahlchancen durch häufige und positive Berichterstattungen erheblich verbessern“ (S.277). Und auch die beiden Autoren Maurer & Schoen weisen in ihrer Untersuchung die verbesserten Chancen attraktiver Personen in unterschiedlichen Lebensbereichen nach, wie beispielsweise die Erfolgsaussichten bei der Partnerwahl, bessere Verdienstmöglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt und die Tatsache, dass sie vor Gericht mildere Urteile erwarten dürfen.

Neben dem Attraktivitätsstereotypen herrschen eine Vielzahl weiterer Wirkmechanismen, die beschreiben, wie physische Attraktivität wirkt. Binckly (2014) geht ausführlich auf diese Wirkmechanismen ein, die hier in einem kurzen Umriss wiedergegeben werden. Auf den Attraktivitäts-Stereotyp wurde bereits weiter oben eingegangen, daneben gibt es den ‘Attractiveness attention boost’, den ‘Attractiveness treatment advantage’, den ‘Attractiveness glamour effect’ und zuletzt ‘Beauty penalty’. Der ‘Attractiveness attention boost’ besagt, „dass attraktive Personen die Aufmerksamkeit ihrer Umwelt erregen“, im Sinne der Formel „wer attraktiv ist, wird beachtet“ (S.35), wobei vor allem attraktive weibliche Personen große Beachtung von männlichen wie weiblichen Personen erhalten. Unter dem ‘Attractiveness glamour effekt’, als Erweiterung des Attraktivitäts-Stereotyps, ist zu verstehen, dass „ein objektiv gegebenes Fehlverhalten einer attraktiven Person in der Wahrnehmung anderer Per-

sonen relativiert wird, so dass die grundsätzliche Zuschreibung „was schön ist, ist auch gut“ bestehen bleibt“ (S.39). In diesem Zusammenhang zieht Binckly Dion et al. (1972) heran, die darauf hinweisen, dass „dem Attraktivitätsstereotyp entgegengesetzte Informationen keinen Einfluss auf die positive Einschätzung attraktiver Personen haben müssen (S.39). Der ‘Attractiveness treatment advantage‘ bezeichnet das Phänomen, dass „physisch attraktive Personen im Vergleich zu weniger attraktiven Personen eine bevorzugte Behandlung durch andere erfahren. Dies äußert sich in mehr Respekt, Zuversicht und Vertrauen oder durch Hilfeleistungen in verschiedenen Kontexten und führt dazu, dass attraktive Personen sich schneller und freier in soziale Interaktionen begeben (S.40). Unter ‘Beauty penalty‘ versteht man die negative Auswirkung überdurchschnittlich hoher physischer Attraktivität für eine Person. Hier, so die Autorin, ist der Kontext entscheidend, in dem physische Attraktivität wirkt. „Beauty penalty basiert nicht auf der Attraktivitätswirkung als solcher, sondern auf einer Kontextwirkung, die durch eine situationsbezogene Bewertung eines Attraktivitätsvorteils entsteht. Versuchen attraktive Personen zur Umgehung allgemein gültiger Verhaltensregeln und Normen ihre Attraktivität einzusetzen oder geraten sie auch nur in den Verdacht, diese Absicht zu verfolgen, dann wird dieses Verhalten in der Regel durch ihre Umgebung missbilligt. Dies kann dazu führen, dass dieses Verhalten mit besonders starken negativen Sanktionen geahndet wird“ (S.40). ‘Beauty penalty‘, so Binckly, steht demzufolge scheinbar im Widerspruch zum ‘Attractiveness glamour effect‘. „Grundsätzlich wirkt der attractiveness glamour effect; sobald die Eindeutigkeit und Schwere des Fehlverhaltens [...] kein Bagatellisieren oder Relativieren mehr zulassen, könnte dies zu einem beauty penalty führen“ (S.40). Neben ‘Beauty penalty‘ gibt es noch zwei weitere Mechanismen, die „in Abhängigkeit von situativen Faktoren die Wirkungsrichtung und die Wirkungsstärke physischer Attraktivität moderieren“, sprich, sich Attraktivitätseffekte, die vormals positiv waren in negative Auswirkungen umkehren, nämlich der ‘Attractiveness-Frog-Effekt‘ und der ‘Beauty-is-beastly-Effekt‘ (S.42). Erstes beschreibt die Tatsache, dass „die Wirkung der physischen Attraktivität einer Person von der Attraktivität anderer Personen beeinflusst wird, die mit dieser Person in einer bestimmten Situation interagieren beziehungsweise konkurrieren. Dabei spielen das Gesamtniveau und die Homogenität der Attraktivität aller beteiligten Akteure die entscheidende Rolle. Ist das Niveau und die Homogenität der physischen Attraktivität insgesamt höher, dann ist der Einfluss der physischen Attraktivität der einzelnen Personen geringer. Die hohe Attraktivität einer bestimmten Person sticht beispielsweise nicht mehr heraus, sondern wird unter Be-

rücksichtigung des insgesamt hohen Attraktivitätsniveaus der anderen Akteure nivelliert“ (S.42). Der ‘Beauty-is-beastly-Effekt‘ besagt, dass „attraktiven Personen häufiger als weniger attraktiven Personen geschlechtsspezifische Eigenschaften zugeschrieben werden. Demzufolge werden attraktive Frauen besonders mit femininen, attraktive Männer hingegen mit maskulinen Eigenschaften assoziiert“ (S.43). Die Zuschreibungen besonders geschlechtsbezogener Stereotypisierungen nehmen mit zunehmender physischer Attraktivität zu, so die Autorin, was sich in bestimmten Handlungskontexten nachteilig auswirken kann, vor allem dann, „wenn in diesen Kontexten eine hohe geschlechtsspezifische Stereotypisierung vorzufinden ist. In männlich konnotierten Handlungskontexten wie im Management, im Militär sowie in naturwissenschaftlichen Schul- und Studienfächern führe demnach der Beauty-is-beastly-Effekt dazu, dass attraktive Frauen bezüglich ihrer Kompetenzen und Voraussetzungen auf diesem Gebiet eher als ungeeignet wahrgenommen würden. [...] Hohe physische Attraktivität führe bei Frauen dazu, dass berufliche Kompetenzen infrage gestellt oder abgesprochen würden, was sich nachteilig auf die Bewertung ihrer beruflichen Leistung auswirken könnte. Dieser Effekt verstärke sich bei Frauen in Führungspositionen, wenn sie Kleidung trügen, die ihre Weiblichkeit unterstreichen“ (S.43). Allerdings, so Binckly, zeigen verschiedene Studien auf, dass sich dieser Effekt im Verlauf steigender Emanzipation verkleinert hat „oder sogar in den meisten Berufsfeldern vollständig verschwunden ist“ (S.44), so dass physische Attraktivität als wenig relevant charakterisiert wird. „Es lässt sich daher vermuten, dass sich der Beauty-is-beastly-Effekt möglicherweise nur noch auf wenige Berufe und Handlungskontexte begrenzen lässt, die nach wie vor männlich dominiert sind“. Zuletzt wird auf den ‘Attractiveness consensus‘ eingegangen. Hierbei stellt sich die Frage, ob es sich bei der Einschätzung physischer Attraktivität um individuelle Vorlieben, also den „Geschmack“, handelt, oder ob es ein Personenmerkmal ist, das man objektiv messen kann. „Wäre Schönheit wirklich „Geschmackssache“, würde man eine niedrige Übereinstimmung von Attraktivitätsurteilen verschiedener Personen erwarten können. Die vornehmlich sozialpsychologisch ausgerichtete Attraktivitätsforschung geht hingegen im Allgemeinen von der Grundannahme aus, dass physische Attraktivität ein Merkmal der (zu bewertenden) Person ist und nicht von der Einschätzung des Betrachters abhängt. Auch wenn man den kulturspezifischen Einfluss berücksichtigt, scheint es tatsächlich eine universelle und übereinstimmende Bewertung von Attraktivität zu geben. Lediglich für wenig isolierte Kulturen (zum Beispiel Indianerstämme im Amazonasbecken), die wenig Kontakt zu west-

lichen Zivilisationen haben, ist die Vorstellung von Attraktivität eine andere“ (S.31). Bickly fasst zusammen, dass die physische Attraktivität ein Merkmal ist, „das mit geeigneten Methoden relativ objektiv (mit hoher Übereinstimmung) gemessen werden kann. [...] Bei der Raterübereinstimmung lassen sich Geschlechtsunterschiede feststellen: Das andere Geschlecht wird gegenüber dem eigenen generell mit einer höheren Übereinstimmung beurteilt“ (S.33). Dem Attraktivitätskonsens entsprechend sind sich Menschen, auch über Kulturgrenzen hinweg, also weitgehend einig darüber, welche Personen als attraktiv gelten und welche nicht.

2.4.4. Selbstdarstellung

Nicht nur im Alltag, sondern auch beruflich gerät man häufig in Situationen, in denen man sich gegenüber anderen Personen selbst darstellen muss, was besonders auf den Personenkreis zutrifft, welcher in Zentrum öffentlicher beziehungsweise medialer Aufmerksamkeit steht. Wer oder was jemand tatsächlich ist, was er gerne sein möchte, wie oder als was er von anderen Menschen gesehen und beurteilt werden möchte, sprich wie sich ein Mensch anderen gegenüber darstellt und präsentiert, lässt sich auf vielerlei Art und Weisen ausdrücken. Auch gibt es verschiedene Plattformen, die für eine Selbstdarstellung genutzt werden können, wie die Veröffentlichung von Autobiographien, anhand derer der Vorhang des privaten Lebens für andere geöffnet wird, das Auftreten im Fernsehen, die Nutzung von sozialen Medien, wie Facebook und Twitter, und weit verbreitete Kanäle wie beispielsweise YouTube. Mit der Aufforderung 'Broadcast yourself' zur Selbstdarstellung „verweist YouTube auf das soziale Plattformen grundlegende Prinzip nutzergenerierter Inhalte, um es auf die profilierte oder profilspezifische Selbstdarstellung in Bewegtbildern auszuweiten“ (Ochsner, in Kaufmann, Schmid & Thomä 2014, S.161). Gerlach (in Kaufmann, Schmidt & Thomä 2014) fasst „die Verflechtung von subjektbezogener Autofreferentialität und ihrer medialen Basis“ unter dem Begriff Automedialität zusammen (S.138). Und weiter: „In Abgrenzung zum Autobiographiebegriff entwickelt verweist Automedialität [...] auf die grundsätzliche mediale Heterogenität selbstbezüglicher Praxen.“ Jede Technologie, so Gerlach, „bringt dabei einzigartige Formen des Selbstbezuges hervor, die in anderen Medien so nicht realisierbar sind“ (S.139). Der deutsche Psychologe Mummendey (1995) geht in seiner wissenschaftlichen Veröffentlichung „Psychologie der Selbstdarstellung“ unter anderem auf das Thema Selbstdarstellung in Kunst und Literatur ein und beleuchtet neben verschiedenen Selbstdarstellungsmöglichkeiten den

gewählten Weg der Performance. „Eine Art Zwitterstellung zwischen den bildenden Künsten und dem Theater nehmen zeitgenössische Kunstgattungen ein, die man als Aktionskünstler bezeichnen kann“, worunter, so der Autor, die Performance fällt. „In der Performance werden die Grenzen zwischen vielen Kunstgattungen fließend. Es ist nicht ohne weiteres möglich zwischen dem Künstler und seinem Gegenstand, dem Kunstwerk, klar zu unterscheiden. Es handelt sich um eine Aufführung oder Kunst-Vorstellung, die in aller Regel die Person des Künstlers mit einbezieht“. Die Selbstdarstellung des Künstlers, so Mummendey, spielt hier offensichtlich eine beherrschende Rolle, denn die Künstler treten selbst ins Rampenlicht und nutzen ihren eigenen Körper als Kommunikationsmittel, sprich sie präsentieren ihre Kunst in ausdrucksstarker Weise durch ihre eigene Person.

2.4.4.1. Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit

„Selbstdarstellung ist seiner Definition nach immer Darstellung des Individuums gegenüber einem wie auch immer gearteten Publikum. Man stellt sich gegenüber seiner sozialen Umgebung dar, sei es, daß es sich nur um wenige Interaktionspartner handelt, sei es, daß man sich an die Öffentlichkeit ganz allgemein wendet“ (Mummendey 1995, S.39). Die Psychologie der Selbstdarstellung, so der Autor, hat es somit stets mit den beiden Polen Individuum und Öffentlichkeit zu tun. „Solange ein Individuum schweigt, sich nicht in der Öffentlichkeit bewegt oder zeigt, solange es keinen Kontakt mit anderen Personen aufnimmt, bleibt es privat und für sich. [...] In dem Moment jedenfalls, in dem das Individuum sich anderen, fremden Personen gegenüber äußert, verhält, Kontakt aufnimmt, stellt es sozusagen Öffentlichkeit her, präsentiert es sich öffentlich. In diesem Moment ist der Übergang vom Für-sich-Sein zum Für-andere-Sein vollzogen“ (S.39). Den Begriff Öffentlichkeit definiert Mummendey wie folgt: „Von Öffentlichkeit, so scheint es, ist schon die Rede, wenn der Bereich des Individuellen und Persönlichen verlassen wird, wenn mehr als ein einziges Individuum betrachtet wird, wenn also auch von einer sozialen Situation und einer sozialen Interaktion gesprochen werden könnte“ (S.41 ff). Der Autor kommt in diesem Zusammenhang auf Tedeschi (1986) zu sprechen, der die Begriffe privat und öffentlich wie folgt definiert: „The definition of ‘private’ prevalent among social psychologists refers to mental events in one person that are inherently unobservable by another person. A definition of ‘public’ somewhat closer to the usage by social psychologists is that public behavior is open to the observations of anyone“ (S.45). Als privat werden Vorgänge somit dann bezeichnet, wenn sie von einer anderen Person

nicht beobachtbar sind, als öffentlich, wenn sie jemand beobachten kann. Dadurch, dass das Individuum nicht mehr nur für sich selbst ist, sondern durch den Kontakt nach außen in Interaktion mit seinem Umfeld tritt, rückt das Selbstdarstellungsverhalten, sprich die eigene Repräsentation einer Person in den Vordergrund. „Es wird nicht mehr nur gefragt, was möglicherweise das Selbst ist und welchen Begriff eine Person von sich selbst hat, sondern es wird in zunehmendem Maße gefragt, was jemand unter welchen Bedingungen als Konzept von sich selbst nach außen, also sozialen Interaktionspartnern oder der Öffentlichkeit gegenüber, präsentiert“ (S.82). Mummendey verweist in diesem Zusammenhang auf Richard Sennett, der Kleidung und Sprache als wesentliche Repräsentationsmerkmale hervorhebt, um der Öffentlichkeit gegenüber den eigenen Platz in der Gesellschaft deutlich zu machen. Auf das Verhältnis von Individuum und Öffentlichkeit geht auch der Soziologe Erving Goffman ein, den Mummendey in seiner Veröffentlichung aufführt. „Seine Analyse von Face-to-face-Interaktionen resultieren darin, daß Akteure im Rahmen sozialer Interaktionsprozesse grundsätzlich darum bemüht sind, gegenüber einem jeweils spezifischen – tatsächlichen oder vorgestellten – Publikum und gegenüber ihren jeweiligen Interaktionspartnern einen möglichst günstigen Eindruck zu erwecken oder zu bewahren; insbesondere geht es ihnen – so Goffman – darum, sich gegenüber anderen als zuverlässige, glaubwürdige, kompetente und loyale Interaktionspartner darzustellen“ (S.41). Die Öffentlichkeit oder das Publikum stellt eine Instanz dar, deren Meinung man oft zu kennen glaubt oder die herauszufinden als lohnend erscheint. Es gibt aber auch Situationen, „in den es erforderlich ist, das Verhalten der sich selbst darstellenden Person dadurch zu beeinflussen, daß spezifische Meinungen, Einstellungen und Werthaltungen des Publikums eigens signalisiert werden. [...] So kann es für das Selbstdarstellungsverhalten eines Individuums sicherlich wichtig sein zu erfahren, ob die Öffentlichkeit oder das Publikum, das seine Verhaltensweisen beobachtet, annimmt, es führe dieses Verhalten freiwillig aus oder aber sei zu seinem Verhalten gezwungen worden“ (S.48 ff). Die öffentliche Meinung führt häufig zur intensiven Bemühung sich an den konkreten Erwartungen des Publikums, gegenüber man sich selbst darstellen möchte, zu orientieren und diesem gerecht zu werden. Am Rande soll hier auf den Aspekt näherer Bezugspersonen eingegangen werden, auf welchen sich Schlenker (1986) bezieht und der von Mummendey aufgegriffen wird. Schlenker unterscheidet drei Typen von Publikum, „auf die hin eine Orientierung erfolgen kann: die eigene Person, Interaktionspartner und bedeutsame Bezugspersonen. Die eigene Person als Publikum zu bezeichnen meint natürlich den privaten,

und eben nicht den öffentlichen Pol des Aufmerksamkeitskontinuums. Dieser wird durch andere Personen, mit denen man interagiert, repräsentiert. Eine vermittelnde Rolle zwischen diesen beiden Polen oder Art von Orientierung nehmen nach Schlenker solche Personen ein, die im Leben einer Person eine besonders wichtige Rolle spielen oder gespielt haben“ (S.51). Bedeutsame Bezugspersonen stellen somit eine mittlere Art von Öffentlichkeit dar, welche ebenfalls einen Einfluss auf das Verhalten und die Selbstdarstellung einer Person auszuüben vermag.

2.4.4.2. Theorien zur Selbstdarstellung

Mummendey (1995) kommt in seiner Veröffentlichung darauf zu sprechen, dass die Richtung der Aufmerksamkeit eine nicht außer Acht zu lassende Rolle spielt beziehungsweise die Wahrnehmung des Individuums. „Ein Individuum kann seine Aufmerksamkeit entweder mehr auf die eigene Person oder mehr auf Objekte außerhalb der eigenen Person richten. [...] Die Richtung der Aufmerksamkeit oder der Wahrnehmung kann für die Selbstdarstellung, also für die Art und Weise, wie sich jemand anderen Personen gegenüber präsentiert, von großer Bedeutung sein“ (S.82). In diesem Zusammenhang wird in einem kurzen Umriss auf die wesentlichsten, zur Thematik der vorliegenden Arbeit passenden Theorien eingegangen, die die Aspekte dieser beiden Pole aufgreifen.

2.4.4.2.1. Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit

Hinsichtlich der ‘Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit’ bezieht sich Mummendey in seiner Veröffentlichung auf Duval & Wicklund (1972), die eine grundsätzliche Dichotomie der Aufmerksamkeit postulieren. „Zu einem gegebenen Zeitpunkt stehen demnach für ein Individuum entweder nur die eigene Person oder aber nur Objekte der Umwelt im Zentrum seiner Aufmerksamkeit. Der erstgenannte Zustand, bei dem die eigene Person selbst das Objekt ihrer Aufmerksamkeit ist, wird als Zustand der *objektiven Selbstaufmerksamkeit (objective self-awareness)* bezeichnet [...]“ (S.83), wobei im Zustand der Selbstaufmerksamkeit nicht unbedingt die gesamte Person im Fokus der eigenen Aufmerksamkeit steht, sondern es können alle möglichen einzelnen Aspekte der Person kognitiv beleuchtet werden, so die beiden Autoren. „In den Zustand von Selbstaufmerksamkeit gerät man entweder von alleine [...] oder man kann durch bestimmte Hilfsmittel in eine Selbstaufmerksamkeit versetzt werden“ (S.84). So fanden Duval & Wicklund heraus, dass das Vorhandensein eines Spiegels, in den die Versuchspersonen blicken, oder eines Tonbandgerätes, das

den Versuchspersonen ihre eigene Stimme vorspielt, dazu führt, dass Personen verstärkt selbstaufmerksam werden. „Gelangt eine Person auf irgendeine Weise in den Zustand der Selbstaufmerksamkeit, so rückt der in der jeweiligen Situation hervorspringende, also salient werdende Aspekt des Selbst in das Zentrum der Aufmerksamkeit der Person“ (S.84). In diesem Zuge, so die Ansicht von Duval & Wicklund, wird ein „Vergleich zwischen den diesen salienten Aspekt des Selbst betreffenden internen Standards (also gewissermaßen dem *idealen Selbst*) und dem in der jeweiligen Situation wahrgenommenen tatsächlichen Selbst (also dem *realen Selbst*) oder dem wahrgenommenen tatsächlichen Verhalten der Person“ angeregt. Und weiter: „Bei diesem Vergleich wird dem Individuum gewissermaßen zwangsläufig die in der Regel negative Diskrepanz zwischen idealem und realem Selbst bewußt. Wird die Person also objektiv selbstaufmerksam, so geraten auch die gewöhnlich als unangenehm erlebten Diskrepanzen zwischen Ideal- und Realbild [...] in das Zentrum ihrer Aufmerksamkeit“ (S.84 ff). Dies, so die Autoren, führt nicht nur zu diskrepanzreduzierendem Verhalten, sondern „bereits zur Vermeidung von Stimuli, die eine objektive Selbstaufmerksamkeit hervorrufen könnten. Die selbstzentrierte Person werde dann, wenn es ihr nicht möglich sei, die Diskrepanz zu reduzieren oder ihre Aufmerksamkeit auf positive Aspekte des Selbst zu lenken, versuchen, solche Stimuli, die Selbstzentrierung erzeugen, aus dem Weg zu gehen. Objektive Selbstaufmerksamkeit sie nur dann nicht aversiv, wenn die Person ihre Aufmerksamkeit [...] auf positive Aspekte ihres Selbst zu lenken in der Lage sei“ (S.85). Abschließend ist festzuhalten, dass Personen mit ausgeprägter privater Selbstaufmerksamkeit ihr Augenmerk vornehmlich auf private Aspekte ihres Selbst richten, wie beispielsweise die eigene Einstellung oder Beweggründe für ihr Verhalten, während Personen mit hoher öffentlicher Selbstaufmerksamkeit sich eher um das äußerlich Beobachtbare kümmern, wie beispielsweise um Merkmale ihres Aussehens und ihr eigenes Auftreten, so Mummendey (S.86).

2.4.4.2.2. Theorie der Selbstüberwachung

In dieser Theorie geht es um das individuelle Ausmaß, „in dem jemand sein eigenes Verhalten angesichts der ihn womöglich beobachteten sozialen Umgebung überwacht und kontrolliert“, was Snyder (1974, im Mummendey 1995) als ‘self-monitoring’ bezeichnet. Nach Snyder gibt es Personen mit einem hohen Grad an self-monitoring (high self-monitorer) und Personen mit einem geringen Grad an self-monitoring (low self-monitorer). High self-monitorer sind dadurch gekennzeichnet, dass sie „im All-

tagsleben ihre eigene Person je nach Definition und Anforderung einer gegebenen Situation möglichst wirksam zur Geltung bringen. Solche high self-monitorer fragen sich in sozialen Situationen: "Who does this situation want me to be and how can I be that person?". Personen mit geringem Grad an self-monitoring lassen dagegen im Alltagsleben die wechselnden Erfordernisse der Situation eher unberücksichtigt und bringen in der Art ihrer Selbstdarstellung ihre inneren Prinzipien und Einstellungen zur Geltung. Sie fragen sich in sozialen Situationen stattdessen: "Who am I and how can I be me in this situation?" (S.89). Beide Personengruppen unterscheiden sich im Ausmaß der Kontrolle ihres Ausdrucksverhaltens und ihrer Aufnahmefähigkeit für soziale Signale. Personen mit hohem self-monitoring können ihr Ausdrucksverhalten besser kontrollieren und modifizieren, sich stärker um die jeweilige Angemessenheit sozialen Verhaltens kümmern, sozialen Vergleichen insgesamt mehr Beachtung schenken und ihr Verhalten von Situation zu Situation stärker variieren. Empirische Untersuchungen haben eine Reihe von Unterschieden zwischen Personen mit hohem und geringem Grad an self-monitoring aufgezeigt, wie beispielsweise die Gestaltung des sozialen Umfeldes, das Kaufverhalten oder die Wahl von Freunden, hier jedoch näher darauf einzugehen würde den Rahmen sprengen.

2.4.4.2.3. Theorie der Selbstwerterhaltung und symbolischen Selbstergänzung

Zunächst wird in einem kurzen Umriss die 'Theorie der Selbstwerterhaltung' vorgestellt, bevor dieses Kapitel mit der 'Theorie der symbolischen Selbstergänzung' abschließt.

Hinsichtlich der 'Theorie der Selbstwerterhaltung' kommt Tessers (1980, in Mummendey 1995) auf das 'Self-evaluation maintenance-Modell' zu sprechen, eine Motivationstheorie, welches besagt, dass eine ständig wirkende Kraft, Tendenz oder Motivation vorherrscht, „den Wert des eigenen Selbst zu erhöhen oder zumindest aufrechtzuerhalten“ (S.92). Dieser Selbstbewertungsprozess, und somit der Prozess der Selbstwerterhaltung und -verbesserung, wird nach Tesser durch ständig ablaufende Reflexions- und Vergleichsprozesse gewährleistet. „Die Theorie der Selbstwerterhaltung befindet sich offensichtlich in ihrer Betonung der allgemeinmenschlichen Tendenz, sich selbst positiv zu beurteilen und einen möglichst guten *self-esteem* zu erstreben“ (S.94). Daher, so Mummendey, liegt es nahe von einer Theorie der Selbstdarstellung gegenüber der eigenen Person zu sprechen, denn „das Individuum wertet ihr nahestehende Personen ab, verändert die Bedeutsamkeitshierarchie von Be-

wertungsdimensionen oder zeigt massive Verhaltensänderungen, um vor sich selbst, also sozusagen sich selbst gegenüber (wieder) positiv dazustehen: Es präsentiert sich gegenüber der eigenen Person“ (S.95).

Bei der ‘Theorie der symbolischen Selbstergänzung‘ hingegen geht es nicht um die Erhaltung des Selbstwertes, sondern grundsätzlich darum etwas erreichen zu wollen, was man noch nicht hat, „das ihm noch fehlt und das er zur Vervollständigung seines Selbst unbedingt zu benötigen glaubt“ (S.95). Mummendey bezieht sich hier auf Kurt Lewin (1926), der von nachfolgender Überlegung ausgeht: „In einer Person, die ein Ziel noch nicht erreicht hat, entsteht ein *Bedürfnis nach Selbstergänzung*. [...] Erfolge und Mißerfolge verändern das Anspruchsniveau, also das Maß dessen, was man meint leisten zu können. Nach Unterbrechungen des Problemlöseprozesses bleibt ein gewisser Spannungszustand bestehen, der das Individuum antreibt, die Aufgabe abzuschließen“ (S.95 ff). Solche selbstbezogenen Ziele können persönliche Ideale sein oder konkrete berufliche Ziele. Gollwitzer und Wicklung (in Mummendey 1995) sprechen von ‘Symbolen‘, die als „Bausteine‘ einer Selbstdefinition“ fungieren. Die Autoren verwenden diesen Begriff, „da durch sie die Vollkommenheit einer Selbstdefinition ‘symbolisiert‘ werden kann. [...] Durch ihren Gebrauch und Besitz wird die Selbstdefinition ausgestaltet und aufrechterhalten“ (S.96). Fehlt einer Person die als wichtig erachteten Symbole, „die sie zu ihrer Selbstdefinition benötigt, so wird sie nach Auffassung der Selbstergänzungstheoretiker Anstrengungen unternehmen, sich diese Symbole anzueignen, und sie wird sich bemühen, auch andere Personen davon zu überzeugen, daß sie diese Symbole besitzt. Erst damit ist das postulierte Bedürfnis nach Selbstergänzung befriedigt“ (S.97).

2.4.4.2.4. Impression-Management-Theorie

Im Mittelpunkt dieser Theorie „steht die Selbstdarstellung des Individuums, der strategische und taktische Einsatz der Selbstpräsentation der Person gegenüber ihrer sozialen Umgebung. Stark vereinfacht besteht die Impression-Management-Theorie aus einem einzigen Satz: Individuen kontrollieren (beeinflussen, steuern, manipulieren etc.) in sozialen Interaktionen den Eindruck, den sie auf andere Personen machen“, so Mummendey (1995, S.111). Borgstedt (2008) drückt dies wie folgt aus: „In der Sozialpsychologie beschreibt die Impression-Management-Theorie das Bemühen von Menschen, einen bestimmten Eindruck auf Interaktionspartner zu erwirken, um ihre Ziele besser durchsetzen zu können bzw. Vorteilsmaximierung zu erzielen. Sie

achten dabei auf alle Hinweisreize, die für andere bewertungsrelevant sein könnten und führen nur solche Handlungen aus, die sie in einer Situation für günstig halten. Dabei kontrollieren sie auch nicht-verbales Ausdrucksverhalten (wie zum Beispiel Blickkontakt, Mimik, Körperhaltung) im Sinne einer vorteilhaften Selbstdarstellung. Für verschiedene Personen- bzw. Berufsgruppen sind diese Maßnahmen im Alltag unterschiedlich bedeutsam. Selbstdarstellung wird demnach betrieben von >some of the people most of the time and most of the people some of the time<. Insbesondere prominente Persönlichkeiten sind dabei der ersten Gruppe zuzuordnen, da sie permanent auf die Akzeptanz durch ein Publikum angewiesen sind“ (S.83). Mummendey kommt in diesem Zusammenhang auf Meads (1934) zu sprechen, der davon ausgeht, dass sich eine Person im Rahmen einer bestimmten Interaktionssituation eine Rolle zuschreibt und sein Verhalten entsprechend den damit verbundenen Verhaltenserwartungen ausrichtet. Dies bezeichnet Meads als das Selbst dieser Person. „Da Personen sich in unterschiedlichen Interaktionssituationen bewegen also jeweils unterschiedliche Positionen einnehmen, besitzen sie, wie schon erwähnt, im Sinne der Definition Meads mehrere Arten von Selbst. Das Selbst ist danach also von vornherein sozial definiert. Von zentraler Bedeutung ist dabei das Prinzip der Rollenübernahme (role-taking). [...] Die Übernahme der Rolle des Anderen erlaubt es einer Person, eigenes Verhalten aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten. Eine Person kann demnach in einer sozialen Interaktion durch Rollenübernahme mögliche Verhaltenserwartungen ihrer jeweiligen Interaktionspartner antizipieren und vor diesem Hintergrund ihre eigenen Verhaltenserwartungen bestimmen, also sich selbst durch die Übernahme von Rollen ihrer jeweiligen Interaktionspartner bestimmte Positionen zuschreiben“ (S.115). Auch auf den Aspekt “looking-glass self“ (Spiegelbild-Selbst) von Cooley (1902) kommt der Autor zu sprechen. Ausgangsbasis ist die Tatsache, dass Urteile über die eigene Person unmittelbar aus Beziehungen zu anderen Personen entstehen und eine Person sich selbst definiert „indem sie die Reaktionen anderer Personen auf die eigene Person, also die >Spiegelung<, interpretiert und sich auf der Grundlage dieser Deutungen selbst kategorisiert oder typisiert. Gleichsam mit den Augen anderer Personen betrachtet man sich selbst als soziales Objekt“ (S.116). Hierbei reicht alleine die Vorstellung eines Interaktionspartners und dessen antizipierte Reaktion, um sich ein Urteil über sich selbst zu bilden.

Das Impression-Management, sprich die Steuerung des Eindrucks, den man auf andere macht, besteht darin, „daß Personen in Interaktionssituationen versuchen, In-

formationen über die eigene Person zu manipulieren, also Einfluß zu nehmen auf die Bedeutungszuschreibungen anderer Interaktionsteilnehmer bezüglich ihrer eigenen Person“ (S.117). Dieser Eindruckssteuerung im Sinne des Impression-Managements ähnelt das Phänomen der ‘sozialen Erwünschtheit’ (social desirability), so Mummendey, spricht „die Tendenz sich günstiger (intelligenter, geselliger, psychisch stabiler, gesünder, weniger aggressiv etc.) darzustellen als es ohne diese Tendenz der Fall wäre“ (S.120), oder aber auch dem Phänomen sich mehr oder weniger absichtlich in einem ungünstigen Licht zu präsentieren, beispielsweise schwach oder krank, um soziale Vorteile zu erreichen. Hinsichtlich des Impression-Managements zieht Mummendey die Autoren Leary & Kowalski (1990) heran, die zwei Prozesse unterscheiden: impression motivation und impression construction. Erstes besagt: „Die Regulation des Eindrucks, den andere vom Individuum gewinnen, kann danach durch das Streben nach einem hohen Maß an Selbstwertschätzung, Selbsterhöhung, durch das Hoffen auf soziale und materielle Vorteile, durch das Bedürfnis, selbstkonsistent und authentisch zu erscheinen und ähnliche Absichten mehr bedingt sein“ (S.127). Es geht hier somit um innere Prozesse, die hinter dem Selbstdarstellungsverhalten stehen. Bei dem Prozess ‘impression construction’, also Eindruckskonstruktion, wie Mummendey schreibt, geht es um ein breites Repertoire von Verhaltensmöglichkeiten, auf die zurückgegriffen werden können: „Auf verbale Kommunikation bezüglich der eigenen Person, stilistische und nonverbale Verhaltensweisen, öffentlich vorgenommene Attributionen, Assoziation mit bestimmten sozialen Gruppen, äußere Erscheinungsweisen und materiellen Besitz“ (S.127). Und weiter: „Eindruckskonstruktionen können weit in den Bereich der Täuschung, also der Vorspiegelung falscher Tatsachen hineinreichen“.

Das Individuum wird nach der Impression-Management-Theorie zum einen nicht als überwiegend passiv und zum anderen von Einflüssen seiner sozialen Umgebung abhängig aufgefasst. Es wird die „Aktivität des Individuums“ hervorgehoben (S.128). „In der Idee des Impression-Management kommt vielmehr so etwas wie [...] eine Art von Verhaltenskontrolle über die Interaktionspartner zum Ausdruck: Manchmal eher bewußt oder absichtlich, manchmal ohne es zu merken, liefert das Individuum anderen Personen Informationen über die eigene Person, die geeignet sind, deren Bild vom Individuum zu steuern. Zwischen dem präsentierten Selbstbild einer Person und dem Fremdbild des Interaktionspartners wird eine Wechselbeziehung angenommen, das heißt, die Reaktion der Interaktionspartner auf das jeweils präsentierte Selbstbild

beeinflussen das (weitere) Verhalten und die (weitere) Selbstpräsentation der betreffenden Person“ (S.128).

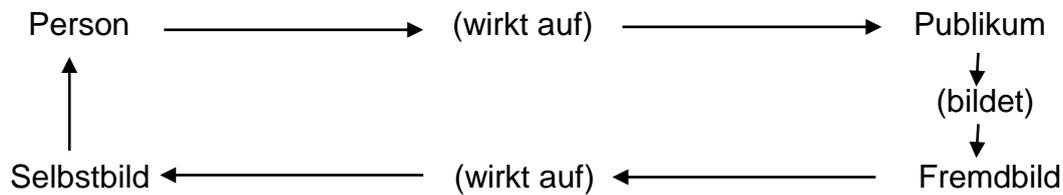


Abbildung 2: Wechselbeziehung zwischen Selbst- und Fremdbild in der Impression-Management-Theorie (in Mummendey 1995, S.129)

Zustimmung, die man von seinen Interaktionspartnern erhält (social approval), besitzt „einen allgemeinen Verstärkungswert und Selbstdarstellung läßt sich demgemäß als operante Reaktion auffassen – Personen stellen sich anderen gegenüber auf vorteilhafte Weise dar, um deren Zustimmung zu erhalten. Auch die soziale Macht (social power), die man durch Eindruckskontrolle ausüben vermag, gilt als wichtige soziale Verstärkungsvariable“ (S.129). Bei der Ausübung sozialer Macht geht es primär darum „andere dazu zu bringen, dasjenige zu tun, was man selbst für notwendig hält, um an dasjenige zu gelangen, was man benötigt. Wer Eigenschaften oder >Identitäten< aufweist, die bestimmte Formen sozialen Einflusses ermöglichen, der dürfte demnach erfolgreicher und mithin >sozial mächtiger< sein als jemand, der diese Charakteristika nicht aufweist. Solche Merkmale, Attribute oder >Identitäten<, die Individuen eher als andere besitzen und demgemäß zur Ausübung von Einfluß und Macht prädestinieren, werden auch als Machtressourcen bezeichnet. Als solche Machtressourcen fungieren unter anderem Status, Expertentum, Attraktivität, die Fähigkeit, andere zu belohnen, Informationsmacht und die Möglichkeit, Zwang auszuüben. Unter sozialer Macht wird also das Ausmaß des Vorhandenseins solcher Ressourcen, das Potential, andere Menschen zu beeinflussen, verstanden. Im konkreten Einzelfall hat jemand umso mehr soziale Macht, je mehr Ressourcen er besitzt und je geschickter und fähiger er die verschiedenen Machtressourcen in der sozialen Interaktion einzusetzen versteht“ (S.132 ff).

Goffman (1971, in Mummendey 1995) hat Beobachtungen menschlicher Interaktionen angestellt und diese in Analogie zum Bühnenschauspiel beschrieben. Er vergleicht menschliches soziales Verhalten mit dem Verhalten von Schauspielern, die eine bestimmte Rolle spielen. Mummendey fasst Goffmans Erkenntnisse wie folgt

zusammen: „Während der Darsteller oder Schauspieler versucht, die Definition der Situation durch sein Ausdrucksverhalten in einem bestimmten Sinn zu beeinflussen, legt das Publikum umgekehrt Wert auf eine wahre Darstellung und versucht, durch die Beobachtung verbalen und nicht-verbalen Verhaltensweisen, Schlussfolgerungen bezüglich der Wahrhaftigkeit oder Echtheit seiner Darstellung zu ziehen. Daher versuchen nach Goffman die Akteure, durch bestimmte Techniken, die als *Techniken der Imagepflege* bezeichnet werden, die Vorstellung, die sie von sich erzeugt haben, mit dem Eindruck, den sie gegenüber ihrer Interaktionspartner erwecken oder erweckt haben, in Übereinstimmung zu bringen“ (S.118). Hiermit, so Mummendey, veranschaulicht Goffman deutlich die Impression-Management-Theorie, in der es um die Eindruckssteuerung geht, sprich um den Versuch Informationen über die eigene Person zu manipulieren, „also Einfluß zu nehmen auf die Bedeutungszuschreibung anderer Interaktionsteilnehmer bezüglich ihrer eigenen Person“ (S.117). Goffman unterscheidet in diesem Zusammenhang zwei räumliche Bereiche, nämlich einen vorderen und einen hinteren Bühnenbereich, in denen sich solche Darstellungen abspielen und die von Mummendey wie folgt beschrieben werden: „Ersterer ist der Bereich, in dem eine Darstellung eines einzelnen oder eines Ensembles vor einem Publikum stattfindet. Mit >Hinterbühne< sind Bereiche umschrieben, in denen Akteure den Eindruck, den sie erzeugen, entwickeln, überprüfen oder korrigieren können, in denen Akteure sozusagen >aus der Rolle fallen< dürfen und zu denen daher für Publikum nur ein kontrollierter Zugang besteht“ (S.118 ff).

2.4.4.2.4.1. Impression-Management-Strategien und -Taktiken

Mummendey führt hier in diesem Zusammenhang Tedeschi et al. (1985) auf, die hinsichtlich der Impression-Management-Formen eine Unterscheidung zwischen Impression-Management-Strategien und Impression-Management-Taktiken vornimmt. „Diese Unterscheidung hebt darauf ab, ob mit einem Selbstdarstellungsverhalten eher langfristige oder eher kurzfristige Ziele erreicht werden sollen. [...] *Strategische* Selbstpräsentationen sind *situationsübergreifend* angelegt, während *taktische* Selbstpräsentationen *situationsspezifisch* wirken (sollen)“ (S.135). Ein weiterer Klassifikationsgesichtspunkt wird durch die Begriffe assertiv, was durchsetzungsbereit bedeutet, „eine assertive Person ist eher aktiv, selbständig und bestimmt, sie ist nicht schüchtern und versteht es ihren Interessen Geltung zu verschaffen“ (S.136), und defensiv bezeichnet. Unter einer assertiven Impression-Management-Technik versteht Tedeschi et al. „ein aktiv vorgetragenes Selbstdarstellungsverhalten verstan-

den, das darauf angelegt ist, von anderen Personen Vorteile (Belohnung, Zuspruch, positive Beurteilungen etc.) zu erreichen. [...] Im Gegensatz dazu bedeutet eine defensive Impression-Management-Technik, daß es dem Individuum in erster Linie darum geht, seine Individualität zu bewahren, zu schützen und zu verteidigen, wenn sie von anderen Personen in Frage gestellt, bedroht oder beeinträchtigt erscheint“ (S.136). Einige Autoren, so Mummendey, wie Schlenker (1980), sprechen von sogenannten protektiven Maßnahmen, die das Selbst schützen, und solchen, „bei denen Selbst-Deskriptionen von sich gegeben werden und mittels derer Einstellungen und Überzeugungen ausgedrückt werden“ (S.136), andere Autoren wiederum, wie Arkin (1981), unterscheiden zwischen acquisitive und protektive Selbstrepräsentationen, wobei sich all diese Bezeichnungen im Grunde in der Systematik der defensiven und assertiven Selbstdarstellungsweise wiederfinden.

Unter die assertiven Impression-Management-Strategien, „also Strategien der Selbstdarstellung, mittels derer ein Akteur sich bemüht, eine längerfristig gültige, positive Reputation zu erwerben, die auch über unterschiedliche Situationen hinweg wirksam ist“ (S.136), fallen nach Tedeschi et al.: Competence/expertise, attractiveness, status and prestige, credibility and trustworthiness und self-disclosure. Unter die defensiven Impression-Management-Strategien fallen: Übermäßig häufiger Gebrauch von Entschuldigungen (excuse), eine Reihe von Self-handicapping-Strategien (wie Alkoholismus und Drogenabhängigkeit, Hilflosigkeit und Ängstlichkeit). Zu den assertiven Impression-Management-Taktiken, „also Selbstdarstellungstechniken, die im Gegensatz zu Strategien auf Wirkung abzielen, die nur für bestimmte Situationen und/oder kürzere Zeitabschnitte Geltung haben sollen“ (S.137) zählen: Ingratiation (sich einschmeicheln), intimidation (einschüchtern), supplication (hilfsbedürftig erscheinen), self-promotion (Eigenwerbung: Kompetent und fähig erscheinen) und exemplification (sich als moralisch vorbildlich darstellen). Zu den defensiven Impression-Management-Taktiken, also „auf die Verteidigung oder Wiederherstellung des Ansehens einer Person bei der Bedrohung ihres Selbstwertes in bestimmten Situationen gerichtete Selbstdarstellungstaktiken“ (S.137), zählen: Predicaments and face-work, excuse, justifications (Rechtfertigungen), disclaimers (prophylaktische Hinweise auf mögliche Schwierigkeiten), self-handicapping behavior sowie status and prestige. Hinsichtlich der soeben aufgeführten Impression-Management-Strategien- und Taktiken, die ausführlich in Mummendey nachgelesen werden können, ist wichtig zu erwähnen, dass „die besprochenen Strategien und Taktiken als solche nicht immer

klar voneinander abgrenzbar sind, und sie beziehen sich gelegentlich auf weitgehend identisch erscheinende Impression-Management-Techniken“ (S.137). Außerdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass es individuelle Differenzen gibt, „also die Möglichkeit, daß sich bei verschiedenen Individuen eventuell gewohnheitsmäßig unterschiedliche Arten der Selbstdarstellung – etwa im Sinne von *persönlichen Stilen* – herausbilden können“ (S.138 ff). Aus diesem Grund ist nicht anzunehmen, dass es bestimmte Taktiken oder Strategien gibt, die generell wirksamer sind als andere, „eher ist anzunehmen, daß Personen, die mit bestimmten Arten des Impression-Management gute Erfahrungen gemacht haben, die betreffenden Techniken im Laufe der Zeit vervollkommen und ausfeilen und somit besonders effizient und durchschlagskräftig in der sozialen Interaktion erscheinen können. Bei anderen Menschen kann dasselbe für ganz andere Taktiken oder Strategien zutreffen – bei ihnen können Techniken, die bei anderen Personen erfolgreich sind, zum Misserfolg führen“ (S.139). Weiterhin gibt es Selbstdarstellungstechniken, die einander ablösen oder aufeinander aufbauen, so Mummendey, während sich andere einander weitgehen ausschließen. „Drei sich ergänzende Techniken wären beispielsweise ingratiation, self-promotion und exemplification: Jemand macht sich zunächst bei einem Mitmenschen beliebt, indem er sich einschmeichelt, sodann geht er vermehrt dazu über, seine eigenen Vorzüge hervorzuheben und sich schließlich als besonders vorbildlich und beispielhaft darzustellen. Auf der anderen Seite gibt es einander gewöhnlich ausschließende Strategien und Taktiken wie z.B. self-promotion und supplication: Man kann sich nicht gut gleichzeitig als überlegen und als hilfsbedürftig präsentieren“ (S.139).

Abschließend wird lediglich die gewählte Selbstdarstellungstechnik der Attraktivität näher aufgeführt, da diese vor dem Hintergrund der vorliegenden Studie thematisch eine wichtige Rolle spielt. Mummendey betont, dass sich häufig beobachten lässt, dass „Individuen einiges daran setzen, ihren Mitmenschen gegenüber als attraktiv zu erscheinen. Dementsprechend gilt Attraktivität seit langem als wichtige soziale Ressource, vor allem im Hinblick auf soziale Macht. [...] Ein attraktiver Kommunikator übt gewöhnlich einen größeren Einfluß auf Rezipienten aus als ein weniger attraktiver“ (S.149 ff). Aus diesem Grund, so Mummendey, lohnt es sich langfristig für eine Person „sich ein attraktives Image zu verschaffen. [...] Die Techniken, mittels derer jemand Attraktivität erreicht, könne im einzelnen sehr vielfältig sein“ (S.150), wobei männliche und weibliche Personen Attraktivität durch jeweils unterschiedliche kör-

perbezogene Selbstdarstellung zu erreichen versuchen, so der Autor. „Ganz gleich, ob Attraktivität eher eng (beispielsweise als körperliche Attraktivität), oder ob dieses Konstrukt sehr weit gefaßt wird und geradezu als Oberbegriff für eine Fülle sehr unterschiedlicher, positiv bewerteter Merkmale eines Individuums angesehen wird – wegen seines unbestrittenen Verstärkungswertes in sozialen Interaktionsprozessen und seiner allgemein anerkannten Rolle als Mittel sozialer Macht erscheint es als einleuchtend, daß Attraktivität Gegenstand von Selbstdarstellungsstrategien sein kann“ (S.150).

2.4.5. Personenimages

Bei Personenimages, die besonders im Marketing- und Werbebereich eine immer wichtigere Rolle spielen, geht es insgesamt primär darum Verhaltensvariationen zu ermitteln, die ein angestrebtes Image erzeugen sollen, sprich um absatzorientierte Optimierungsstrategien im Rahmen der Selbstdarstellung. Borgstedt (2008) schreibt hierzu: „Ein Produkt ist alles, was auf einem Markt zwecks Erlangung von Aufmerksamkeit, zum Erwerb, zum Gebrauch oder Verkauf angeboten werden kann und geeignet ist, Wünsche oder Bedürfnisse zu befriedigen. Es umfasst konkrete Objekte, Dienstleistungen, Personen, Orte, Organisationen und Ideen. Somit lässt sich auch ein Musiker als Produkt bzw. als Produktkonglomerat verstehen, dessen Image einen wesentlichen Beitrag zum Gesamterfolg leistet. Die Bedeutung des Images ist vor allem für Produkte relevant, denen ein spezifischer >Markencharakter< zugeschrieben wird, wie dies bei prominenten Musikern der Fall ist. Demnach wird ein Produkt erst als Markenprodukt bezeichnet, wenn es ein positives, relevantes und unverwechselbares Image bei den Konsumenten aufgebaut hat“ (S.86). Der Markenwert, so die Autorin, ist hierbei sowohl „Indikator als auch Prädiktor der Konsumentenloyalität zu einer ausgewählten Marke, also de facto ihres wirtschaftlichen Erfolgs. Dieser Erfolg ermöglicht – wie bei Musikern – entsprechende Kalkulationen hinsichtlich des Absatzes zukünftiger Produkte, so wie auch in der Musik davon ausgegangen wird, dass eine zugehörige Anhängerschaft des Interpreten ein neues Album schon aufgrund einer spezifischen Star-Loyalität erwirbt. [...] Demnach manifestiert sich der Markenwert im Markenwissen, dass sich wiederum aus Markenbekanntheit und Markenimage zusammensetzt“ (S.88 ff). Hinsichtlich des Markenwertes bei Musikern fasst Borgstedt zusammen, dass dieser mit dem Erfolg eines Musikers korrespondiert, „der in Form von Verkaufszahlen und Auszeichnungen operationalisiert und medial attribuiert wird und als Gütesiegel für potentielle Kunden fungiert. Bekanntheit

korrespondiert direkt mit dem Konzept der Markenbekanntheit. Wie auch bei Musikern stellen >Leistung/Erfolg< und Bekanntheit zwar notwendige, jedoch keine hinreichenden Bedingungen für die öffentliche Attribution des Star- bzw. Marken-Status dar. Dieser Status impliziert bei Musikern eine feste Anhängerschaft, die eine Parallele zur Markenloyalität aufweist. Schließlich stellt die Persönlichkeit sowohl für die Marke im Allgemeinen wie auch Musiker im speziellen die wesentliche Komponente dar, indem sie alle anderen Aspekte zu einem kohärenten, prägnanten wertebasierten Vorstellungsbild integriert“ (S.90). Um den Aspekt der Persönlichkeitsvermarktung näher zu betrachten, wird in einem kurzen Umriss der Frage nachgegangen, ob Personen des öffentlichen Lebens gleichzeitig auch eine Marke darstellen können. Zwischen beiden Phänomenen scheint es Ähnlichkeiten zu geben, denn wie die Marke so ist auch die Prominenz ein künstliches, geistiges Konstrukt, weckt im Rezipienten unterschiedliche Assoziationen und Gefühle und wird nur durch den Einsatz von Massenmedien ermöglicht. Nach Kotler (1995) wird der Begriff Marke wie folgt definiert: „Marke: Ein Name, Begriff, Zeichen, Symbol, eine Gestaltungsform oder eine Kombination aus diesen Bestandteilen zum Zwecke der Kennzeichnung der Produkte oder Dienstleistungen eines Anbieters oder einer Anbietergruppe und zu ihrer Differenzierung gegenüber Konkurrenzangeboten“ (S.679). Ein Mensch beziehungsweise eine prominente Persönlichkeit erfüllt in Form seines Vor- und Nachnamens eines dieser Merkmale, er unterscheidet den Menschen von anderen und dient somit als Differenzierungs- und Alleinstellungsmerkmal. Bei prominenten Persönlichkeiten kann sogar die Besonderheit eines sich leicht zu merkenden Pseudonyms hinzukommen. Alles in allem spricht vieles dafür, dass sich Marken und prominente Persönlichkeiten ähneln und auch in ihrer Vermarktung gibt es viele Parallelen, doch auch Unterschiede zwischen beiden sind zu vermerken. So muss eine prominente Person auch Fehler haben, um menschlich zu wirken, und kann unter Umständen eine weitere Fläche für Projektionen bieten. Um sich als Marke zu positionieren und medial im Zentrum der Aufmerksamkeit zu bleiben, müssen Prominente eine kontinuierliche, stark körperliche Präsenz aufzeigen, was sie zu einer bewussten oder auch unbewussten Auseinandersetzung mit sich selbst, sprich unter anderem auch mit dem eigenen Aussehen, zwingt. Des Weiteren prägen die äußeren Merkmale der Prominenten ihr Bild in der Öffentlichkeit, was eine intensive Beschäftigung mit diesen unumgänglich macht. Die bewusste Auseinandersetzung Prominenter mit dem eigenen Körper sowie dem äußeren Erscheinungsbild und die perfekte Inszenierung dessen haben einen starken Einfluss auf die Wahrnehmung der Rezipienten und die

Imagebildung. Denn jeder vertritt mit Hilfe seiner physischen Merkmale einen ganz bestimmten Charakter und wirkt mit dem aufgebauten Image auf eine ganz bestimmte Zielgruppe.

Die Persönlichkeit eines Musikers, besser noch die Individualität seines aufgebauten Images, spielt insbesondere dann eine wichtige Rolle, wenn es darum geht seine Einzigartigkeit herauszuheben, die ihn letztendlich von allen anderen abhebt. „Als Gütekriterien eines Images gelten zum einen seine Prägnanz, die durch die Wiederholung ein und derselben Botschaft auf verschiedenen Präsentationsebenen idealiter gewährleistet wird. Gleichzeitig muss dabei auch auf eine zeitliche Kontinuität der thematisierten Bedeutungsmuster geachtet werden, um dauerhafte Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten. Sichern Prägnanz und Kontinuität den Wiedererkennungswert, bleibt die Individualität eines Images das distinguierte Element, zur Etablierung einer >unique selling proposition<“ (S.98). Als eine Möglichkeit der Imagegestaltung bei beispielsweise Musikern kommt die Autorin auf das Figur-Grund-Prinzip zu sprechen. „Dabei werden Kriterien konkretisiert, die die Heraushebung einer Person aus einem Wahrnehmungsfeld wahrscheinlich macht und den Prozess der Imagekonstruktion wesentlich beeinflussen“ (S.98 ff). Wie allgemein bekannt ist, ziehen Menschen häufig alleine aufgrund der äußeren Erscheinung entscheidende Schlussfolgerungen. Für die Bildung des ersten Eindrucks werden besonders früh Informationen verarbeitet, „die entsprechend dem gestaltpsychologischen Figur-Grund-Prinzip hervorstechend sind. [...] Hierzu gehören vor allem visuelle Reize wie die äußere Erscheinung oder die Kleidung. Insbesondere bei medialen Personen beeinflussen visuelle Merkmale – mehr als vokale und verbale Informationen – die Entscheidung, welches Personenschema für die Einordnung und Bewertung herangezogen wird“ (S.104). Zur Imagegestaltung gehört aber nicht nur „die Ausstattung mit attraktiven Attributen, sondern auch die Vermittlung dieser Merkmale in unterschiedlichen (medialen) Kanälen. Es genügt nicht, objektive Leistungen anzubieten. Es muss auch dafür gesorgt werden, dass die Leistungen von der Umwelt wahrgenommen werden“ (S.100). Borgstedt betont hierbei, dass „Images keine Ergebnisse oder Resultate medialer Berichterstattung, sondern Instrumente“ (S.119) sind, um sich auf einem Markt zu positionieren. Jedoch nicht nur Merkmale, die einem gängigen Attraktivitätsstereotypen ent- oder widersprechen sind hier von Bedeutung, sondern „ebenso die nicht instrumentellen handlungsbegleitenden Bewegungen von Gesicht und Körper, die individuelle, aber sozial dekodierbare Ausdrucksformen als Mimik und Gestik

wirksam werden lassen“ (S.105). Insgesamt werden Äußerungen nur dann Glauben geschenkt, wenn Gesicht und Stimme inhaltlich korrespondieren, da nonverbales Verhalten mehr vertraut wird, so die Autorin. Des Weiteren hält Borgstedt fest, dass das Image eines Musikers die Gesamtheit der Vorstellungs- und Bewertungsinhalte repräsentiert, „die als spezifisches Arrangement von Wertemustern, Persönlichkeitseigenschaften und emotionalen Anmutungen mit einem bestimmten Musiker verknüpft sind. Ein Image besitzt hinsichtlich seiner Grundstruktur stereotypen Charakter im Sinne einer schematischen Vorstellung bzw. eines vereinfachten, unveränderlichen Bildes einer Person“ (S.135). Und weiter: „[...] wird nochmal deutlich, dass die umfassende Vermittlung eines prägnanten Persönlichkeitsbildes direkt an die medialen Systeme gekoppelt ist. Hier werden expressive, kommunikative oder andere Kompetenzen einer Person durch die Distribution auf mehreren semiotischen Ebenen (verbal, visuell, auditiv) integriert. [...] Persönlichkeit ist also nicht direkt erfahrbar, sondern [...] stets vermittelt und daher immer Konstruktion“ (S.134). In einem Satz werden diese verschiedenen Aspekte wie folgt zusammengefasst: „Musiker-Images werden daher als kommunikative Konstrukte betrachtet, die sich aus überwiegend medial distribuierten, intertextuellen Darstellungsmustern eines Interpreten und den darauf aufbauenden Vorstellungen der Rezipienten zusammensetzen“ (S.136). Unter intertextuellen Darstellungsmustern versteht die Autorin verschiedene, musikbezogene Angebotsstrukturen, die sich aus primären und sekundären Texten zusammensetzen. „Primäre Texte sind demnach CDs, Bilder, audiovisuelle Darstellungen (Clips, Unterhaltungsshows, offizielle Dokumentationen etc.) sowie performativ-interaktive Angebote (Live-Konzerte, Autogrammstunden) der einzelnen Interpreten. Handelt es sich hierbei um multisensorische Textstrukturen (auditiv, verbal, visuell, audiovisuell, haptisch), bewegen sich die sekundären Texte (Zeitungskritiken, Publicity, Zeitschriftenartikel etc.) vor allem im Bereich der Printmedien. Tertiäre Texte repräsentieren die Wissensbestände, Meinungen und Bedeutungszuschreibungen der Rezipienten und konstituieren damit das Fremdbild eines Musikers“ (S.136). Somit existiert nicht nur ein Image des Stars, denn „Vorstellungsbilder der Rezipienten sind vor allem abhängig von den jeweils genutzten Medieninhalten und ihrer spezifischen Integration in die bereits bestehenden Wissensbestände“ (S.137). Insgesamt, so Borgstedt, erfolgt der Aufbau eines Musikerbildes „durch die gezielte Auswahl und Kombination von Symbolen, die sich in unterschiedlichen Gestaltungskategorien innerhalb verschiedener medialer Texte konkretisiert. Musikrelevante Gestaltungskategorien sind zum Beispiel die Musik selbst bzw. die Beschreibung von Musik, pro-

fessioneller Stil, Interpretation, Bühnenverhalten, das Verhältnis zum Publikum, die Charakterisierung eines Typs, das Privatleben und weitere Themen. Die konkret verbreiteten Informationen innerhalb dieser Kategorien verweisen auf Werte und Bedeutungen (zum Beispiel Persönlichkeitseigenschaften, zugeschriebene Fähigkeiten), die das medial verbreitete Bild bzw. unterschiedliche formatspezifische Medien-Bilder durch variierende Wertekombinationen und Bedeutungsmuster konstituieren. Diese Symbolisierungsmechanismen auf verschiedenen Repräsentationsebenen ermöglichen die Wahrnehmung des Stars als Verkörperung eines spezifischen Lebensstils. Die medialen Texte dienen den Rezipienten als Grundlage für die Zuordnung von Werten und Bedeutungen, die das wahrgenommene Bild strukturieren“ (S.136 ff). Abschließend wird erwähnt, dass es verschiedene Aspekte gibt, „die nur in den medialen Texten auftauchen, aber nicht rezipiert werden und gleichzeitig auch Aspekte, die in den Star projiziert werden, aber nicht medial verbreitet sind. [...] ist ein besonderes Augenmerk auf die Schnittmenge aus denjenigen Elementen zu richten, die auf beiden Seiten präsent sind, da sie das Zentrum eines Images bilden“ (S.138). Hier spricht die Autorin vom Imagekern.

2.4.6. Das Körperkonzept als Teil des Selbstkonzepts

In Mummendey's Veröffentlichung (1995) wird ausführlich auf die Differenzierung der Begriffe Selbst, Person, Persönlichkeit und Individuum eingegangen, die hier in einem kurzen Umriss aufgeführt werden. Mummendey schreibt:

„Die Bezeichnung *Individuum* verwenden wir im allgemeinen als bloße Kennzeichnung der Tatsache, daß sich ein Mensch in bezug auf seinen Körper, sein Verhalten und Erleben von anderen Menschen abgrenzen läßt. Umgangssprachlich wird auch der Begriff *Person* in diesem Sinne verwendet. Ein Individuum oder eine Person, das ist ein Einzelner, den man von anderen Einzelnen, von Gruppen oder Kollektiven abgrenzt. Als *Persönlichkeit* wird [...] das Gesamt der individuellen Ausprägungen von Merkmalen oder Eigenschaften, sozusagen von der Schuhgröße bis zur Intelligenz und zum Grad sozialer Angepaßtheit, verstanden. Während nun der Persönlichkeitsbegriff hauptsächlich darauf zielt, zu kennzeichnen, wie sich die Merkmale eines Individuums mehr oder weniger objektiv darstellen, bezieht sich der Begriff des *Selbst* hauptsächlich auf die *subjektive* Sicht des Individuums. Eine Person schreibt sich selbst alle möglichen Eigenschaften oder Merkmale zu, mit anderen Worten, sie faßt sich selbst als eine bestimmte Persönlichkeit auf“ (S.54).

Mummendey fasst zusammen, dass unter dem Selbstkonzept „die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilungen“ verstanden wird, wobei im Grund nach alles an der eigenen Person beurteilt werden kann: „körperliche und psychische

Merkmale aller Art, im einfach beschreibenden, aber auch im bewertenden Sinne, Merkmale aus der Vergangenheit, an die man sich erinnert, oder Merkmale, die man sich gegenwärtig zuschreibt, oder Merkmale, die man sich wünscht, nach denen man strebt, oder von denen man erwartet, sie in der Zukunft zu besitzen“ (S.55). Somit ist „mit der Auffassung vom *Selbst* als einem Konzept von der eigenen Persönlichkeit, und mit der Auffassung von diesem *Selbstkonzept* als einer *Einstellung zu sich selbst*“ (S.56) auszugehen. Auch Fritz Breithaupt (in Kaufmann, Schmid & Thomä 2014) nimmt in dem veröffentlichten Buch mit dem Titel „Das öffentliche Ich“ eine Differenzierung der Begriffe Identität, Selbst, Sinn vom Selbst und dem Ich vor.

„Bei der Identität eines Menschen handelt es sich um eine auch von anderen feststellbare Kette von Merkmalen, die einen Menschen (oder ein Tier, eine Sache) kennzeichnen. Die Identität setzt sich entsprechend in der Regel aus der Kombination von Eigenschaften zusammen. Die Identität muss ein Individuum nicht unbedingt alleine betreffen. Es gibt auch Gruppen-Identitäten. [...] Das Selbst bezeichnet den erlernten Sinn der Zuordnung zu sich selbst, häufig im Zusammenhang der Verursachung und Verantwortung. Dazu gehört zunächst das Selbst-Gefühl und die Körper-Imago beziehungsweise das Körper-Bild, das einem anzeigt, wie weit der eigene Körper sich ausdehnt und was er zu tun in der Lage ist. [...] Man könnte dieses >Selbst< sicherlich in die beiden Pole von körperlichem Selbst-Gefühl einerseits und verursachender Handlungsverantwortung andererseits aufspalten. [...] Abgehoben vom Selbst ist der Sinn vom Selbst. Der Sinn vom Selbst umfasst die Vorstellung, die jemand von sich entwickelt, mit denen er entscheidet, was zu ihm passt und was nicht. Insofern handelt es sich dabei um eine imaginäre Vorstellung von psychischen, aber auch körperlichen Merkmalen. Regelmäßig kommt der Sinn vom Selbst zum Zuge, wenn Entscheidungen anstehen. Dabei bietet der Sinn vom Selbst zum einen Entscheidungshilfe, wirkt sich aber zum anderen auch limitierend aus, da Neues oder Abweichendes eher vermieden wird. Die Attribution, was zu einem passt, legt einen auf ein zumindest ansatzweise idealisiertes oder vereinfachtes Selbstbild fest. [...] Das Ich bezeichnet einen inneren Kern, der einen Menschen auszeichnet und der ihn besonders macht. Wer ein Ich hat, von dem kann gesagt werden, dass er eigenmächtig und aus eigenem Antrieb handelt. [...] Wer kein Ich hat, der handelt nicht eigenständig und hat keine wirkliche innere Identität“ (S.28 ff)

Zuletzt geht der Autor auf den Begriff 'Individualität' ein, der ein Mischbegriff aus den beiden soeben genannten Konzeptionen, nämlich der Identität und dem Ich, darstellt. „Die Individualität eines Menschen umfasst die Merkmale, die einen Menschen anders machen und von anderen möglichst grundlegend unterscheiden. Hier kommen die Merkmale der Identität zum Zuge. Zugleich stehen diese Merkmale nun aber unter dem Druck >inneren< und >äußeren< Unterscheidung und Abgrenzung. In diesem Druck oder Zwang zeigt sich der Anteil des Ich in der Individualität“ (S.31). Auf

das Ich kommen Kaufmann et al. in der Einleitung ihrer Veröffentlichung näher zu sprechen, da dies den Kern ihres Werks darstellt: „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<)“ (S.7). Auch auf Meads (1934) Definition des Begriffs Selbst wird im Folgenden kurz eingegangen, der das Selbst in ‘Me’ und ‘I’ aufspaltet: „Während das I ein Konzept von der eigenen Person bezeichnet, das ohne Rückgriff auf die Interaktionspartner auskommt, repräsentiert das Me einer Person die Urteile (oder Spiegelungen) anderer Menschen über die eigene Person, ist also der Inbegriff des durch die erwarteten, antizipierten, interpretierten Beurteilungen durch andere Personen gebildeten Selbst“ (in Mummendey 1995, S.117)

Eine eigenständige Selbstkonzeptforschung begann um 1950 herum, als sich Forscher intensiv mit der experimentellen Persönlichkeitspsychologie und der klinischen Psychologie auseinandergesetzt haben (vgl. Sader 1996), doch fehlt es bis heute an einer integrierten Perspektive beziehungsweise an einer übergreifenden, gültigen Definition. In der Literatur gibt es unterschiedliche Sichtweisen darüber, wie das Selbst aufgebaut ist. So stellen einige Definitionsversuche kognitive Komponente wie die Selbsterkenntnis in den Vordergrund, demnach sich eine Person selbst wahrnimmt, über sich selbst nachdenkt und so ein Selbstbild entwickelt. Andere Autoren wiederum betonen affektive, also bewertende Komponente, wie die Selbstwertschätzung, die durch Umwelt- und Interaktionserfahrungen mit anderen Personen entsteht (vgl. Eggert, Reichenbach & Bode 2003). Epstein (1979, in Mummendey 1995) geht davon aus, dass das Selbstkonzept eine Theorie über die eigene Person darstellt, also „eine Selbsttheorie, die sich einer Umwelttheorie zu einer (umfassenden) Realitätstheorie ergänzt. Diese Selbsttheorie dient der Organisation von Erfahrungen, der Herstellung eines günstigen Verhältnisses von Lust- und Unlusterlebnissen und der Etablierung eines zufriedenstellenden Maßes an Selbstwertschätzung“ (S.58). Das Selbst kann, wie bereits weiter oben erwähnt, als die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen kognitiven und evaluativen Einstellungen und Beurteilungen ver-

standen werden, wobei hier sowohl physische als auch psychische Merkmale beurteilt werden. Mummendey (2006) formuliert das Selbst passgenau zu dem soeben aufgeführten als „die Gesamtheit der Einstellungen zur eigenen Person“ (S.38). Er ist der Ansicht, dass Individuen in der Lage sind sich selbst wahrzunehmen, zu beurteilen, zu bewerten und sie darum bemüht sind ihr Bild von der eigenen Person zu beeinflussen, aufrecht zu erhalten oder zu verbessern. Des Weiteren sind sie darum bemüht ihren Selbstwert zu verteidigen oder erhöhen, wobei sie bei all dem auf Interaktionspartner angewiesen sind, denen gegenüber sie sich und ihre Selbstkonzepte präsentieren. Doch nicht nur hinsichtlich der Definitionsversuche des Selbstkonzepts gibt es unterschiedliche Ansichten, auch hinsichtlich der Frage nach der Struktur dieses Konstrukts, welches je nach Sichtweise der Forscher unterschiedlich gegliedert wird. So stellt Mummendey in seinem im Jahr 2000 veröffentlichten Buch drei Modelle der Struktur des Selbstkonzepts vor: 1) Netzwerkartige Struktur von Teilkonzepten, welche davon ausgeht, dass alle selbstbezogenen Informationen assoziativ miteinander verbunden sind, wodurch sich ein Netzwerk von Kognitionen ergibt, in dessen Zentrum das Selbst steht. 2) Zentrale und periphere Selbstkonzeptbereiche: Hier geht es um die Bedeutsamkeit einzelner Bereiche für die Person, wobei sich im Kern wieder das Selbst befindet, um den herum sich verschiedene Bereiche des Verhaltens und Erlebens anordnen, je nachdem, wie bedeutsam sie für die jeweilige Person sind. 3) Hierarchische Selbstkonzeptstruktur, welches nach Mummendey von den meisten Autoren favorisiert wird und auch in der Literatur am meisten zu finden ist (S.24). Hinsichtlich der hierarchischen Selbstkonzeptstruktur gibt es zum einen das eindimensionale Modell, das noch ganz zu Beginn der Selbstkonzeptforschung auftrat und bei dem alle Teilkonzepte nebeneinander aufgeführt sind und lediglich durch eine gemeinsame Dimension, dem allgemeinen Selbstkonzept, zusammengefasst werden: „Die Selbstkonzepte aller dieser einzelnen Leistungen, Fähigkeiten oder Fertigkeiten werden nicht als einander über- oder untergeordnet angesehen, sondern sie werden nur durch ein einziges gemeinsames Konzept oder eine gemeinsame Dimension zusammengefasst. Ein globales Maß für das Selbstkonzept würde sich dementsprechend im einfachsten Falle aus der Addition der einzelnen Selbstkonzeptmaße ergeben“ (Mummendey 2006, S.205 ff). Zum anderen gibt es das differenzierter strukturierte, multidimensionale Modell, welches in der aktuellen Selbstkonzeptforschung auf Anklang stößt. Hierbei wird von der Annahme ausgegangen, dass es ein übergeordnetes, allgemeines Selbstkonzept gibt, welches verschiedene andere Selbstkonzepte beinhaltet, die verschiedene Bereiche des Selbst abdecken

und wiederum in verschiedene Teilkonzepte untergliedert sind. Die verschiedenen Selbstkonzepte können sich überschneiden oder gegenseitig beeinflussen, gelten aber als eigenständig. Mummendey beschreibt das multidimensionale Selbstkonzeptmodell wie folgt: „In absteigender Betrachtung wird die Selbstkonzeptualisierung ausgehend von einem globalen Selbstkonzept immer differenzierter, in aufsteigender Betrachtung werden immer mehr Selbstkonzeptaspekte zu übergeordneten Konzepten zusammengefaßt“ (S.208). Das allgemeine Selbstkonzept ist in seiner Struktur stabil, die untergeordneten Selbstkonzepte dagegen sind leicht veränderbar. Seiner Ansicht nach müssen sich erst viele der bereichsspezifischen untergeordneten Selbstkonzepte verändern, damit sich das allgemeine Selbstkonzept verändern kann.

In der Literatur finden sich unterschiedliche Untergliederungen des Selbstkonzepts in Teilkonzepte, je nachdem welcher theoretischen Grundannahme dieses Konstrukt zugrunde liegt, von welchem Autor und in welchem Fachgebiet diese Untergliederung vorgenommen wird. Marzek (1983, in Mummendey 2006) gliedert das Selbstkonzept in die vier Teilbereiche Selbstkonzept des Körpers, der Intelligenz, der Emotionen und des Charakters, wobei beispielsweise das Selbstkonzept des Körpers noch einmal in die Teilaspekte körperliches Aussehen und körperliche Leistungsfähigkeit untergliedert ist. 1987 untergliedert Marzek erneute des Körperkonzepts in Teilaspekte und entwickelt nachfolgende hierarische Struktur: Die oberste Ebene des Modells enthält die Aspekte der körperlichen Leistungsfähigkeit und des körperlichen Aussehens. Die mittlere Ebene enthält die Faktoren: Fitness und Sport; Äußeres und Körperpflege; Figurprobleme; Narzissmus; Körperentfremdung und Gesundheitsprobleme; Rauchen und Alkohol; Naschen und Körperkontakt. Die unteren Ebenen beschreiben ausschließlich körperliche Erfahrungsinhalte. Fox und Corbin (1989) hingegen sprechen von den vier Dimensionen: sportliche Kompetenz, physische Attraktivität, physische Stärke und physische Kondition, die sich zusammen zum physischen Selbstwert summieren, welches wiederum ein Teilkonzept des globalen Selbstwerts beschreibt. Shavelson et al. (1992) wiederum untergliedern das allgemeine Selbstkonzept in körperbezogene, leistungsbezogene und soziale Teilkonzepte, wobei sich das körperbezogene Selbstkonzept unterteilt in Gesundheit und körperliche Attraktivität, das leistungsbezogene Selbstkonzept in berufliche Leistung, sportliche Leistung und künstlerische Leistung und das soziale Selbstkonzept unterteilt sich in Familie/Partner, Fremde und Freunde/Kollegen.

Das allgemeine Selbstkonzept wird also als Konstrukt verstanden, welchem mehrere Dimensionen zugehörig sind, die untereinander korrelieren, die für jeden eine andere Bedeutung beziehungsweise Wichtigkeit aufweisen und unterschiedlich bezeichnet werden (vgl. Deusinger 1986). Weniger abstrakt ausgedrückt bedeutet dies, dass es sich bei dem Selbstkonzept um die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilungen handelt, was bedeutet, dass eine Person sich selbst bestimmte Eigenschaften zuschreibt, die sie zu einer Persönlichkeit formen. Das Selbstkonzept gibt somit Antwort auf die Frage: Wer bin ich? (vgl. Mummendy 1995). Dabei, so der Autor, kann erst dann von einem Selbstkonzept gesprochen werden, wenn die auf das Selbst bezogenen Einstellungen keine flüchtigen Konzepte sind, sondern sich zu einem in gewissem Maße überdauernden Konzept zusammenfügen. Hierbei ist zu betonen, dass das Selbstkonzept innerhalb der Psychologie kein starres Konstrukt ist, sondern sich situationsbezogen verändern kann. „Da ein Mensch immer neue Erfahrungen macht, die sein Selbst betreffen, kann die Entwicklung des Selbstkonzeptes nie abgeschlossen sein, sie ist ein lebenslanger Prozess“ (Eggert, Reichenbach & Bode 2003, S.20). Der Aufbau des Selbstkonzepts vollzieht sich nach Ansicht dieser Autoren also solange, wie die Person Informationen über sich erhält. Die einzelnen Informationsquellen, auf die hier zurückgegriffen werden, werden ausführlich von Filipp (1984) erläutert und können dort nachgelesen werden.

Die Einstellung zur eigenen Person erfolgt durch die Bewertung bestimmter Eigenschaften, Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie auf bereits gemachte Erfahrungen. Rogers (1977), nach dem der Umwelt die Funktion einer „Bühne“ zugeschrieben wird, erläutert das Selbstkonzept wie folgt:

„Das ‘Selbst’ oder ‘Selbstkonzept’ kann man als eine strukturierte, konsistente Vorstellungsgestalt denken, die sich zusammensetzt aus Wahrnehmungen vom ‘Ich’ oder ‘Mich’ und den Wahrnehmungen von den Beziehungen dieses ‘Ich’ zur Außenwelt und zu anderen Personen. Dazu gehören auch die mit diesen Wahrnehmungen verbundenen Wertvorstellungen. Diese Gestalt ist zwar fließend und veränderlich, aber sie ist in jedem Augenblick eine Einheit... Sie ist nicht unbedingt bewußt, aber dem Bewußtsein zugänglich. Sie ist für das Individuum ein ständiger Bezugspunkt, an dem es sein Handeln ausrichtet“ (S.42).

Nach Rogers ist das Selbstkonzept unmittelbar mit der Wahrnehmung der Welt verknüpft. So führt ein Widerspruch des Selbstkonzepts einer Person mit seinem Gesamterleben zu einer unmittelbaren Entfremdung seiner selbst, was wiederum zu psychischen Krankheiten führt. Und Deusinger (1998) beobachtet, dass psychisch nicht beeinträchtigte Individuen sich darum bemühen positive, d.h. mit sozial er-

wünschten Merkmalen gekennzeichnete Selbstkonzepte zu entwickeln, während psychisch beeinträchtigte Personen, insbesondere Menschen mit einer depressiven Stimmung, dazu neigen, sich weniger positiv zu beschreiben. Somit weisen positive Selbstkonzepte, sprich die Selbstbeschreibung mit sozial erwünschten Merkmalen, auf eine Ich-Stärke und psychische Stabilität einer Person hin. Je positiver diese Selbstkonzepte sind, so Deusinger, umso mehr psychische Stärke scheint die jeweilige Person zu besitzen (vgl. hierzu auch Beck 2001).

Eines der Teilkonzepte des allgemeinen Selbstkonzepts stellt das Körperkonzept, auch Körperselbstkonzept genannt, dar, welches durch Körpererfahrungen, die der Mensch im Laufe der Entwicklung mit seinem Körper macht, entsteht und sich auf verschiedene Aspekte des Körpers bezieht, zum Beispiel auf das körperliche Wohlbefinden oder auf Aspekte der Ästhetik der äußeren Erscheinung. Es handelt sich somit bei diesem Konstrukt um Attitüden des Individuums gegenüber dem eigenen Körper und bildet zusammen mit anderen Teilkonzepten die differenzierte, multidimensionale Selbststruktur einer Person, sprich seine Identität. Das sozialpsychologische Konstrukt Körperkonzept wird nach Bielefeld (1986) als Gesamtheit aller erworbenen kognitiven, affektiven, bewussten und unbewussten Erfahrungen mit dem eigenen Körper angesehen und für Deusinger (1998) entwickelt sich das Konstrukt des Körperkonzepts aus „[...] verschiedenen 'Bildern' oder Vorstellungen, die das Individuum im Laufe seiner Sozialisation zu Aspekten des eigenen Körpers entwickelt hat“ (S.18). Neubauer (1976) hebt hierbei verstärkt die kognitiven Komponenten hervor. Er definiert das Körperkonzept als: „[...] komplexe Gesamtheit all jener kognitiven Elemente, die sich auf den Körper als eine 'leibhaft wirkliche frei bewegliche Raumgestalt' beziehen, die durch das Merkmal des 'Eigenen, unmittelbar zu mir selbst Gehörenden' ausgezeichnet ist, an dessen Grenzfläche die Berührungserlebnisse lokalisiert und deren Bewegungen willkürlich aktivierbar sind. Dazu gehören Vorstellungen über Körpergröße, Gewicht, Körperbau, Gesicht, Haar, Augen und Stimme, einschließlich ihrer Bewertung“ (S.74).

Das Körperkonzept entsteht bereits in der frühen Kindheit im Rahmen der intellektuellen Entwicklung und ist über die Pubertät hinaus Quelle von Aufmerksamkeit und Interesse. Bedingt durch die stetige Interaktion und den Körperkontakt mit der Mutter in frühen Jahren und die Erfahrungen mit dem eigenen Körper in dieser Zeit fällt das allgemeine Selbstkonzept schon in sehr früher Phase mit dem Körperkonzept als Teilselbstkonzept zusammen, so Neubauer (1976). Zunächst entwickelt sich das

Körperkonzept über die Wahrnehmung weiter, so der Autor, wobei dem visuellen System die wichtigste Rolle zukommt, da durch dieses eine bildhafte Repräsentation des eigenen Körpers erfolgt. Im Zuge der Wahrnehmung des eigenen Körpers wird der Unterscheidung dessen von allen anderen Gegenständen eine große Bedeutung beigemessen, welche durch Körperempfindungen wie Schmerz, Kälte oder Wärme erfolgt. Nach einer Reihe einzelner Entwicklungsschritte ist das Kind in der Lage sein eigenes Spiegelbild zu erkennen und dieses von anderen zu unterscheiden, wobei hier Neubauer die Bedeutung des Spiegels als Vermittler für Selbstinformationen, für den Aufbau des Körperkonzepts und das Begreifen von sich selbst betont. Nach dem Prozess der Wahrnehmung des eigenen Körpers stehen körperliche Eigenschaften und Tätigkeiten im Mittelpunkt, wobei sich insgesamt mit fortlaufendem Alter das Selbstkonzept in immer mehr Teilkonzepte differenziert. Soziale Vergleiche mit anderen Kindern werden für die Bildung des Selbst immer wichtiger (vgl. Schachinger, 2002), doch erst im Jugendalter wird die Fähigkeit zur Unterscheidung der Attributionen anderer und dem Bild über sich selbst erlangt. Dieses Erwägen und Einnehmen einer Position zwischen Selbstkonzept und Fremdkonzept führt zu einem Selbstbewusstsein, so Fischer (2004, S.56). Der Autor betont die tragende Bedeutung des Körperkonzepts als ein wichtiges Teilkonzept des Selbstkonzepts, wobei das Körperkonzept, so Lacey und Birtchnell (1986), insbesondere durch gesellschaftlich-kulturelle Normen, vor allem die hohe gesellschaftliche Bedeutung von gutem Aussehen und der negativen Bewertung von schlechtem Aussehen, beeinflusst wird. Im Rahmen der Bedeutsamkeit der äußeren Erscheinung fällt der auf sich selbst gerichteten Aufmerksamkeit eine entscheidende Rolle zu, da Abweichungen von Attraktivitätsstandards beziehungsweise die Erfüllung dieser erst durch die Fokussierung der eigenen Person auf sich selbst wahrgenommen werden können. Selbstaufmerksamkeit ist ein psychischer Zustand, in dem die Aufmerksamkeit der Person auf einen bestimmten Aspekt seines Selbst gerichtet wird (vgl. Frey, Wicklund & Scheier 1984), wobei dieses Merkmal erst dann zum Gegenstand selbstzentrierter Aufmerksamkeit wird, wenn es als Teil des Selbstkonzepts eine dominante Rolle einnimmt. Ist ein Merkmal zum Gegenstand selbstzentrierter Aufmerksamkeit geworden, so die Autoren, werden auch andere Aspekte aus dem Selbstkonzept in diesen Fokus integriert. Des Weiteren wird aufgeführt, dass die selbstzentrierte Aufmerksamkeit in Form der Selbstbewertung Konsequenzen für das Selbstkonzept einer Person hat und durch eine negativ erlebte Diskrepanz zwischen idealem und realem Selbst ein Zustand der Unzufriedenheit hervorgerufen wird. Fenigstein und seine Kollegen (1975) unter-

scheiden zwischen einer nach innen gerichteter Aufmerksamkeit und das Richten von Aufmerksamkeit auf äußere Vorgänge und sprechen von der Tendenz einer Person sich eher im Zustand privater und öffentlicher Selbstaufmerksamkeit zu befinden (private self-consciousness, public-consciousness). So richten Personen mit ausgeprägter privater Selbstaufmerksamkeit ihr Augenmerk in erster Linie auf private Aspekte ihres Selbst, zum Beispiel Beweggründe für ihr Verhalten, wohingegen Personen mit hoher öffentlicher Selbstaufmerksamkeit sich mehr um das von außen Beobachtbare kümmern, wie das Aussehen oder das eigene Auftreten. Wie wir unseren Körper wahrnehmen hat insgesamt einen großen Einfluss darauf, wie wir uns selbst wahrnehmen, was wiederum ausschlaggebend für unser eigenes Selbstwertgefühl, als kognitiv-evaluativer Aspekt, ist. Dies legt die Gefahr nahe, das Aussehen mit dem Selbstwertgefühl zu verbinden und es somit von der körperlichen Attraktivität abhängig zu machen. So wird das Konstrukt Selbstwert durch das Konstrukt Selbstkonzept beschrieben, welches wiederum, neben weiteren Teilkonzepten, durch das Körperkonzept beeinflusst wird. Diesen interdependenten Zusammenhang zeigt unter anderem Mrazek (1986) auf, der im Rahmen einer empirischen Untersuchung die Bedeutung des Körperkonzepts für das Selbstkonzept deutlich macht, indem er in einer seiner Studien einen positiven Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und dem allgemeinen Selbstwertgefühl nachweisen konnte. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung steht primär das Körperbild im Vordergrund, welches nach Schilder (1923), ein österreichisch-amerikanischer Neurologe, der den Begriff „Körperbild“ im Jahre 1935 prägte, die Einstellungen und Gefühle eines Menschen gegenüber seinem eigenen Körper sowie die Bedeutung der äußeren Erscheinung beschreibt. Hierbei handelt es sich somit um ein emotionales Selbstbewertungssystem, so der Autor. Im Gegensatz zum Körperschema, welches die Vorstellung vom eigenen Körper als Objekt im Raum, weitgehend unbewusst in Alltagshandlungen eingebettet, beschreibt, wird das Körperbild als mentale Repräsentation des eigenen Körpers bewusst wahrgenommen und umfasst alle körperbezogenen Empfindungen, Gefühle und Vorstellungen. Schilder betont den sozialen Aspekt des Körperbildes, indem er darauf hinweist, dass sich das Körperbild unter anderem durch die Interaktion mit anderen Menschen entwickelt. Die Reaktionen anderer Menschen auf die eigene körperliche Erscheinung werden in das Körperkonzept integriert und führen automatisch zu einer Beschäftigung des Individuums mit dem Eindruck, den seine physischen Eigenschaften auf andere macht. Dabei, so Paulus (1982), ist das eigene Körperbild nicht immer identisch mit dem, wie es außenste-

hende Personen erscheint, da die Selbstwahrnehmung durch Intentionen und Wünsche verzerrt ist.

Neben dem Körperkonzept gibt es weitere wichtige sozialpsychologische Aspekte des äußeren Erscheinungsbildes, wie das Körperschema, die Körperwahrnehmung oder das Körperbewusstsein (vgl. Munro & Steward 1991), hier jedoch näher darauf einzugehen würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen. Die verschiedenen Begriffe und damit verbundenen Konzepte sind jedoch ausführlich unter anderem bei Joraschky (1986) und Paulus (1982) dargestellt und können dort nachgelesen werden.

2.4.7. Die Bedeutsamkeit physischer Attraktivität als wichtiger Teil des Körperkonzepts für Personen des öffentlichen Lebens

Personen des öffentlichen Lebens sind auf die Aufmerksamkeit des Publikums und der Medien angewiesen, um ihren Prominentenstatus aufrecht zu erhalten, weshalb, neben ihrem fachlichen Können, unter anderem die physische Attraktivität eine bedeutende Rolle spielt. So wird in diesem Zusammenhang noch einmal an die Aussage von Franck (1998) erinnert, nach dem der Rolle wegen, die die eigene Person im Bewusstsein des Anderen spielt, die hohe Kultur der Attraktivität inszeniert und, ebenso wie im Theater, der Auftritt sorgsam einstudiert sowie aller nur erdenklicher Aufwand betrieben wird, um den richtigen Eindruck zu erwecken. Für Prominente ist es unerlässlich durch charakteristische Merkmale einen Wiedererkennungseffekt zu erreichen und bewusst mit dem visuellen Bild, mit dem sie sich ihrer Zielgruppe und somit der Öffentlichkeit präsentieren, umzugehen. Durch die mediale Verbreitung wird das vom Prominenten über visueller Ebene Kommunizierte multipliziert, so dass er auf diesem Wege tausende von Anhängern erreicht. Somit wird es dem Prominenten ermöglicht ein Bild von sich darzustellen, welches er im eigenen Interesse so gut wie möglich erscheinen lassen möchte. Hierbei ist jedoch zu erwähnen, dass Imagebildung und Persönlichkeitsvermarktung in einzelnen Branchen unterschiedlich stark verwendet werden. So sind physische Merkmale bei zum Beispiel Schriftstellern und Regisseuren nur von geringer oder gar keiner Bedeutung, da ihre Wirkung ausschließlich auf die geistige Ebene beschränkt ist und sie selbst nicht das Produkt darstellen. Bei Sängern und Schauspielern hingegen wird dem Inhalt durch ihre visuelle Erscheinung, ihrem Gesicht und ihrem Körper eine Form verliehen, weshalb für diese Berufsgruppe eine intensive Beschäftigung mit dem eigenen Aussehen und die

perfekter Verwendung verschiedener Stilmittel, von Frisur über Kleidungsstil bis hin zu Accessoires und Make-up, für die eigene Inszenierung und Vermarktung im Vordergrund stehen. Ryan (2004) konnte in ihrer Untersuchung „Attractiveness Bias in the Evaluation of Young Pianists' Performances“ zeigen, dass die visuelle Wahrnehmung des Künstlers, hier der Pianisten, beeinflussend auf die Zuhörer wirkt und zwar insofern, als dass diese ihnen eine höhere Qualität in ihren musikalischen Darstellungen zuschrieben als Pianisten, die nur über Audio wahrgenommen wurden. Auch die Beobachtung von Wapnick et al. (1997) in ihrem veröffentlichten Artikel „Effects of Physical Attractiveness on Evaluation of Vocal Performance“ zeigen, dass attraktiveren Sängern eine qualitativ bessere Leistung zugesprochen wird als weniger attraktiven Sängern. Schutz fügt in seinem 2008 veröffentlichtem Artikel mit dem Titel “Seeing Music? What musicians need to know about vision“ neben physischer Attraktivität auch Körpersprache, Gestik und Bühnenpräsenz als ebenso wichtige Komponenten hinzu und erwähnt: „Although this type of visual information is not context sensitive (i.e. performers cannot change clothing to match their expressive intentions for each section of a concerto), for better or for worse they nonetheless play an important role in shaping the musical experience of audiences and adjudicators” (S.93). Physische Attraktivität wird nicht nur mit der Qualität der Performanz in Verbindung gebracht, sondern auch mit geistiger Gesundheit, Wohlbefinden und Intelligenz (vgl. Umberson & Hughes 1987). Des Weiteren dient ein attraktiver Kommunikator als bevorzugtes Identifikationsobjekt (vgl. Drinkmann & Groeben 1989), was wiederum den Kreis zu dem Attraktivitätsstereotypen schließt. Griffith (2008) kommt in seinem veröffentlichten Artikel mit dem Titel „The effects of concert dress and physical appearance on perception of female solo performers“ darauf zu sprechen, dass die vollumfängliche Wirkung von Kleidung und physischer Attraktivität auf die Wahrnehmung der Qualität der Performanz noch unerforscht ist. In der von Griffith durchgeführten Studie wird anschaulich beschrieben, wie wichtig Kleidung und die Art der Erscheinung für die Wahrnehmung der Performanz ist: „There is evidence that dress and appearance affect perception of musical elements of a performance“ (S.1723) und dass dies noch stärker auf Frauen in Hinblick auf Gender Stereotype hinsichtlich Kleidung, Körpermaße und physische Attraktivität zutrifft als auf Männer. Griffith gibt in seiner Veröffentlichung als Abschluss mit auf den Weg: „Performers should be aware that their visual appearance will have a bearing on how they are received musically and audience members should be conscious of the effect non-musical attributes are likely to have on their judgments of a performance“ (S.1726). So zeigen

Prominente ein Verhältnis zu sich selbst und ihrem eigenen Aussehen, welches mit dem Verhältnis zur Umwelt auf eine besondere Weise gekoppelt ist, was eine intensive Beschäftigung mit dem eigenen Körperkonzept, genauer der physischen Attraktivität als Teilkonzept des Körperkonzepts, mit sich führt. Posch (1999) möchte den Medien nicht vollumfänglich die Schuld an der permanenten Bemühung Prominenter um ihre eigene Schönheit zuschreiben, doch tragen diese ihrer Meinung nach einen großen Anteil daran „ein absurdes Ideal in Umlauf zu setzen, aufrecht zu erhalten, zu verstärken und zu verzerren“ (S.100). „Körperbilder und Schönheitsideale werden hier gewissermaßen öffentlich inszeniert“, so Posch weiter, wobei sich hierbei die Autorin primär auf das physische Erscheinungsbild von Frauen konzentriert. „Egal, in welchem Zusammenhang über Frauen berichtet wird, ihre äußerlichen Aspekte (Kleidung, Figur, Frisur, Attraktivität etc.) sind immer eine Schlagzeile wert. Ein entsprechendes Äquivalent findet sich in der Berichterstattung über Männer nicht [...]“ (S.101 ff).

Inwieweit perfektes Aussehen für Personen des öffentlichen Lebens vor diesem Hintergrund tatsächlich von Bedeutung ist, wird im Rahmen dieser Studie erfasst. Hierbei wird nach Peters (1997) unter Perfektionismus das nie zu einem Ende gelangende Streben immer weiterer Vervollkommnung einmal begonnener Arbeiten oder Vorhaben verstanden. Hewitt und Flett (1990) schließen sich den neueren Untersuchungen an, die belegen, dass das Konstrukt Perfektionismus multidimensional verstanden werden sollte und sowohl persönliche als auch soziale Aspekte umfasst. So konnten sie anhand einer Faktorenanalyse der „Multidimensional Perfectionism Scale“ (MPS) drei verschiedene Komponenten des Perfektionismus identifizieren, nämlich den selbstorientierten Perfektionismus (Self-Oriented Perfectionism), den fremdorientierten beziehungsweise auf Dritte gerichteten Perfektionismus (Other-Oriented Perfectionism) und den sozial auferlegten Perfektionismus (Socially Prescribed Perfectionism). Unter erstem ist die Motivation charakterisiert perfekt sein zu müssen, nach unrealistischen Selbststandards zu streben und sich auf persönliche Fehler zu konzentrieren. Fremdorientierter Perfektionismus bezieht sich auf eine ähnliche Motivlage wie bei dem selbstorientierten Perfektionismus, jedoch ist diese auf andere Personen anstelle auf das eigene Selbst gerichtet, was bedeutet, dass eine Person von anderen Menschen in ihrem Umfeld erwartet, dass diese perfekt sein müssen. Sozial auferlegter Perfektionismus hingegen umfasst die Annahme, dass andere Personen an die eigene Person zu erfüllende perfektionistische Erwartungen hegen.

2.5. Ableitung der Fragestellungen

Nachdem bisher sowohl die Entwicklungsgeschichte als auch Theorien und Befunde zu den Themen Prominenz und Kreativität näher beleuchtet, auf musikalische Performance-Künstler und auf die für die vorliegende Untersuchung relevanten psychischen Störungen eingegangen sowie die Selbstdarstellung, das Personenimage und das sozialpsychologische Konstrukt des Körperkonzepts, insbesondere der physischen Attraktivität als Teil des Selbstkonzepts, herausgearbeitet wurden, werden nun die Hypothesen der vorliegenden Arbeit hergeleitet.

2.5.1. Ableitung von Hypothese 1a und Hypothese 1b

Da die Boulevardpresse und ähnliche Formate primär über auffällige Verhaltensweisen, psychische Unausgeglichenheit und den verstärkten Konsum von Alkohol und illegalen Drogen Prominenter berichten, die überwiegend in der Unterhaltungsbranche angesiedelt sind, entsteht häufig der Eindruck als wäre Prominenz besonders in diesem Bereich eng mit dem Vorhandensein psychischer Störungen und Suchtproblematiken verbunden. Daher geht die vorliegende Studie systematisch und empirisch der Fragestellung nach, wie es um das psychische Befinden und Suchtverhalten prominenter Singer-Songwriter, als typische Vertreter der Unterhaltungsbranche, bestellt ist und ob sie sich in diesem von nicht prominenten Singer-Songwritern unterscheiden. Da der Literatur nach Musik Performer am häufigsten die Störungsbilder Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit, Substanzmissbrauch/-abhängigkeit, affektive Störungen, eine narzisstische Persönlichkeitsstörung beziehungsweise eine Borderline-Persönlichkeitsstörung aufweisen, konzentriert sich die vorliegende Studie auf die Erhebung dieser. So weist nicht nur Ludwig in seiner 1992 veröffentlichten Untersuchung darauf hin, dass Musiker vermehrt unter Alkohol- und Drogenproblemen sowie Depressionen leiden, sondern auch West (2004), Prus & Irini (1980), Shapiro (1988), Curry (1968) und Taki (1969) heben in ihren Veröffentlichungen den Konsum von Alkohol und psychotropen Substanzen bei Musik Performern hervor, ebenso wie Boyd (1992), Blake (in Manning 2007), Mula (2009) und Groce (1991). Breitenfeld betont in seinem 2008 veröffentlichten Artikel „Substance Abuse in Performing Musicians“, dass eine Vielzahl von Singer-Songwritern zu chemischen Substanzen greifen, um die Qualität ihrer Darstellung aufrecht zu erhalten, aber auch um Belastungen wie Anspannung, Ängste und Lampenfieber, was sich nachteilig auf einen gelungenen Auftritt auswirken kann, in den Griff zu bekommen. Und Leonard (1989) betont die Angst vieler Künstler vor dem Verlust ihrer Kreativität bei Verzicht auf den

Konsum diverser Substanzen. Neben dem Konsum von Alkohol und verschiedenen psychotropen Substanzen, so Raeburn (2000), leiden Musik Performer häufig auch unter einer Depression und Angststörung, allerdings stellt Substanzmissbrauch/-abhängigkeit der Autorin nach eindeutig die größte Problematik für Musiker dar. Auch Mula (2009) kommt auf die affektiven Störungen bei Musik Performern zu sprechen, ebenso wie Wintersgrill (1994), der in seiner Veröffentlichung schwere Depressionen und Bipolare Störungen nachweist. Lachkar (2004), Young & Pinsky (2006) und Vakin (2001) wiederum gehen von der engen Verbindung einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und prominenten Künstlern aus, sowie auch Bandelow (2007), der einen klaren Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung beziehungsweise einer Borderline-Persönlichkeitsstörung und Prominenten sieht. Um zu prüfen, ob prominente Singer-Songwriter tatsächlich unter erhöhter Alkohol- und/oder Substanzabhängigkeit beziehungsweise erhöhtem Alkohol- und/oder Substanzmissbrauch, einer affektiven Störung, einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung oder einer Borderline-Persönlichkeitsstörung leiden, wird die erste Hypothese wie folgt formuliert:

Hypothese 1a:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger eine affektive Störung bzw. eine Borderline-Persönlichkeitsstörung bzw. eine narzisstische Persönlichkeitsstörung auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Hypothese 1b:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit bzw. Substanzmissbrauch/-abhängigkeit auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

2.5.2. Ableitung von Hypothese 2a, Hypothese 2b und Hypothese 2c

Als nächstes untersucht die vorliegende Studie, ob prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum kreativer sind als nicht prominente Singer-Songwriter. Dieses vermutete Phänomen bezieht sich auf den in Kapitel 2.1.2.3 ausführlich beleuchteten Personenkreis der Elite, welcher in engem Zusammenhang mit Leistung und Erfolg gebracht wird (vgl. Wippesberg 2007). Der Kreis der Prominenten und der der Elite sind koexistierende, voneinander unabhängige Gruppen, die

unter Umständen eine Schnittmenge bilden können, aber nicht müssen (vgl. Schneider 2004, Wippesberg 2007, Wenzel 2000). Borgstedt (2008) weist darauf hin, dass der Aspekt des 'Herausragens' für einen Künstler unabdingbar ist und der Besitz einer Auszeichnung in diesem Zusammenhang eine bedeutsame Rolle spielt, da die Leistung zumeist erst dann wahrgenommen wird, wenn sie sich als öffentlich anerkannter Erfolg verbuchen lässt (S.130). Und auch Dreitzel (1962) betont, dass Leistung allein nicht ausreicht, sondern auch Erfolg auf einem bestimmten Gebiet vorliegen muss, was als wesentliches Merkmal elitärer Qualifikationen gilt. Die Autoren stimmen darin überein, dass erst durch Methoden wie Orden und Titel die Leistung sichtbar gemacht wird. Im Bereich der Musik ist das Äquivalent die Vergabe von Musikpreisen. Im Rahmen der vorliegenden Studie weist der Besitz des Musikpreises 'ECHO' oder 'Goldene Schallplatte' auf die Zugehörigkeit des jeweiligen Musikpreisinhabers zum Kreis zur Elite hin, was bedeutet, dass herausragende Leistungen zu verzeichnen sind. Da zur Elite die Leistungsbesten gehören, wird im Rahmen der vorliegenden Studie geprüft, ob bei Singer-Songwritern, die in Besitz eines Musikpreises sind, was auf eine Elitezugehörigkeit hinweist und nach Definition der vorliegenden Untersuchung darüber hinaus auf einen Prominentenstatus, kreativere Leistungen zu verzeichnen sind als bei Singer-Songwritern ohne eine solche Auszeichnung. Die nachfolgende Hypothese lautet daher:

Hypothese 2a:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind kreativer als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Des Weiteren heben verschiedene Autoren eine unzertrennliche Verbindung von menschlichen Krisen und psychischen Störungen auf der einen sowie Kreativität auf der anderen Seite hervor (Ludwig 1995, Sandblom 1990, Götz und Götz 1979, McNeil 1971, Andreasen 1987, Bandelow 2007 sowie Cattell & Drevdahl 1958). Dass besonders Künstler zu persönlichen Krisen und psychischen Störungen neigen, wird auch von Kraft in seinem 1986 veröffentlichtem Buch „Grenzgänger zwischen Kunst und Psychiatrie“ aufgegriffen, wie auch von Graham Green (1990) und den Autoren Goodwin & Jamison (1990). Richards (1988) kommt darauf zu sprechen, dass sich einige Formen von psychischen Erkrankungen, besonders in ihrer leichteren Ausprägung, förderlich auf die Kreativität auswirken können und Post (1994) fand in seiner Studie heraus, dass ein kausaler Zusammenhang zwischen gewissen psychischen Erkrankungen und dem Entstehen großartiger, kreativer Werke besteht. Die nachfol-

gende Fragestellung konzentriert sich besonders auf das Konstrukt Kreativität, indem geprüft wird, ob dieses einen möglichen Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz erklärt. Anders ausgedrückt soll herausgefunden werden, ob psychische Störungen tatsächlich, wie vielfach angenommen, zu einer erhöhten Kreativität führen und somit den beruflichen Erfolg bis hin zu Prominenz begünstigen. Daher ergibt sich als nachfolgende Hypothese:

Hypothese 2b:

Der Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz lässt sich durch die Kreativität erklären.

Besonderes Augenmerk soll hierbei auf die narzisstische Persönlichkeitsstörung in Verbindung mit dem Konstrukt Kreativität und dessen verstärkenden Effekt auf die Prominenz gelegt werden. Nach Bandelow (2007) ist das ehrgeizige Streben nach Erfolg und Prominenz primär auf eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zurückzuführen. Seiner Ansicht nach ist zu beobachten, dass Personen mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung „ihre künstlerischen Fähigkeiten mit sehr viel mehr Energie ausgestalten als gesunde Menschen und sich somit im harten Konkurrenzkampf des Showgeschäfts besser durchsetzen können“ (S.132). Somit ist für ihn, ebenso wie für Lachkar (2004), ein gewisses Maß an Narzissmus notwendig, um den Eifer zu entwickeln überragende Kunst zu schaffen und hierdurch einen Prominentenstatus zu erreichen. Auch Young & Pinsky (2006) fanden anhand ihrer groß angelegten Untersuchung heraus, dass bei prominenten Persönlichkeiten in der Unterhaltungsbranche verstärkt eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zu beobachten ist, weshalb ihnen bessere Karrierechancen im Medienbereich nachgesagt werden, und auch Vaknin (2001) geht davon aus, dass besonders Personen mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung süchtig nach Ruhm sind. Der Prominentenstatus erfüllt seiner Ansicht nach einige wichtige Funktionen, die dem Narzissten als wesentlich erscheinen, wie Macht zu haben, anerkannt, angebetet und ehrfürchtig behandelt zu werden (S.64). Aus diesem Ansatz heraus ergibt sich die Fragestellung, ob die Moderatorvariable Kreativität den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz verstärkt. Oder anders ausgedrückt: Wenn zu einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung eine erhöhte Kreativität hinzukommt, führt dies besonders dazu den Prominentenstatus zu erreichen. Nachfolgende Hypothese lautet daher wie folgt:

Hypothese 2c:

Die Kreativität moderiert den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz.

2.5.3. Ableitung von Hypothese 3a, Hypothese 3b und Hypothese 3c

Personen des öffentlichen Lebens sind auf die Aufmerksamkeit des Publikums und der Medien angewiesen, um ihren Prominentenstatus aufrecht zu erhalten, weshalb, neben ihrem fachlichen Können, unter anderem auch die physische Attraktivität eine bedeutende Rolle spielt. Die äußeren Merkmale der Prominenten prägen ihr Bild in der Öffentlichkeit, was eine intensive Beschäftigung mit diesen unumgänglich macht. Durch die mediale Verbreitung wird das vom Prominenten über visueller Ebene Kommunizierte multipliziert, so dass er auf diesem Wege tausende von Anhängern erreicht. Somit wird es dem Prominenten ermöglicht ein Bild von sich darzustellen, welches er im eigenen Interesse so vorteilhaft wie möglich erscheinen lassen möchte. Da der Körper nicht nur von der eigenen Person wahrgenommen und bewertet wird, sondern auch vom sozialen Umfeld und der erste Eindruck, den man von einer Person gewinnt, durch dessen äußere Erscheinung beeinflusst wird, nimmt die Beschäftigung mit dem eigenen Aussehen eine bedeutsame Rolle ein (Hassebrauck 1983). Franck (1998) nennt den „Kampf um die Aufmerksamkeit“ als primäres Motiv perfekten Aussehens und auch Mummendey (1995) kommt darauf zu sprechen, dass sich Personen anderen gegenüber auf vorteilhafte Weise darstellen, um deren Zustimmung zu erhalten. All diese Aspekte und Francks (1998) prägnante Aussage, dass Prominente „die Einkommensmillionäre in Sachen Aufmerksamkeit“ (S.10) sind, somit häufiger als viele andere Personenkreise im medialen Scheinwerferlicht stehen und äußeren Bewertungen ausgesetzt sind, lassen darauf schließen, dass sich besonders hier um ein perfektes äußeres Erscheinungsbild bemüht wird. Insbesondere bei Sängern und Schauspielern wird dem Inhalt durch ihre visuelle Erscheinung, ihrem Gesicht und ihrem Körper eine Form verliehen, weshalb für diese Berufsgruppe eine intensive Beschäftigung mit dem eigenen Aussehen im Vordergrund steht. Die Konzentration auf das eigene Aussehen, insgesamt das Körperkonzept als Teilkonzept des allgemeinen Selbstkonzepts, wurde in der klinischen Forschung bislang vorwiegend in Zusammenhang mit Essstörungen berücksichtigt (vgl. Slade 1994). Die vorliegende Arbeit möchte dieses Spektrum ausdehnen auf den bisher nur selten untersuchten Personenkreis der Prominenten, hier in Form von prominenten Singer-

Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum. Nachfolgende Hypothese lautet daher:

Hypothese 3a:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind hinsichtlich ihres Aussehens perfektionistischer eingestellt als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Da, wie in Kapitel 2.1.3 bereits näher beleuchtet, eine narzisstische Persönlichkeitsstörung eng mit dem Phänomen Prominenz einhergeht (Bandelow 2007, Lachkar 2004, Young & Pinsky 2006, Vaknin 2001) und besonders Prominente auf ein perfektes optisches Erscheinungsbild achten, da sie als Personen des öffentlichen Lebens, besonders wenn sie im Showgeschäft tätig sind, auf mediale Präsenz angewiesen sind, um sich durch diese gegenüber ihren Rezipienten vorteilhaft präsentieren zu können (vgl. Kapitel 2.4.7), geht vorliegende Untersuchung davon aus, dass eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zu Prominenz führt, was wiederum eine perfektionistische Einstellung hinsichtlich des eigenen optischen Erscheinungsbildes nach sich zieht. Die nachfolgende Hypothese lautet daher wie folgt:

Hypothese 3b:

Der Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und der perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens wird durch die Prominenz mediiert.

Zuletzt prüft die vorliegende Untersuchung, ob die Prominenz den Einfluss einer Major Depression auf die soziale Isolation verstärkt. Eine kausale Beziehung von psychischer Störung und sozialer Isolation hebt nicht nur Wisener (in Günther 1978) in Form des interaktionstheoretischen Ansatzes hervor, welcher in Kapitel 2.1.4.2 eingehend beschrieben wurde, sondern auch Kubacki (in Günther 1978) vertritt die Ansicht, dass Depression und soziale Isolation eng miteinander verbunden sind. Doch nicht nur Kubacki wird von Günther hinsichtlich eines Zusammenhangs von Depression und sozialer Isolation genannt, sondern auch Blöschl (1975), der betont, dass zu einem depressiven Verhalten neben einer allgemeinen Antriebsschwäche auch interpersonaler Kontaktverlust gehört (S.72). Und auch Lauth et al. (1987) schreiben, dass eine Verbindung von emotionaler und psychischer Störung und dauernde (chronifizierte) Einsamkeit durch soziale Isolierung häufig miteinander einhergehen.

Da Joiner in seinem 2011 veröffentlichtem Buch „Lonely at the top“ darauf zu sprechen kommt, dass beruflicher Erfolg und soziale Isolation eng miteinander verbunden sind, was er mit der einseitigen Fixation auf den beruflichen Erfolg auf Kosten zwischenmenschlicher Beziehungen erklärt, wird im Rahmen vorliegender Untersuchung angenommen, dass Prominenz als Ausdruck beruflichen Erfolgs den Effekt einer Depression auf die soziale Isolation verstärkt.

Hypothese 3c:

Die Prominenz moderiert den Zusammenhang zwischen einer Depression und der sozialen Isolation.

2.6. Hypothesen

In Kapitel 2.5 wurden die einzelnen Hypothesen hergeleitet, die nun zusammenfassend dargestellt werden.

2.6.1. Hypothesen zu den psychischen Störungen von prominenten Singer-Songwritern

Hypothese 1a:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger eine affektive Störung bzw. eine Borderline-Persönlichkeitsstörung bzw. eine narzisstische Persönlichkeitsstörung auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Hypothese 1b:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit bzw. Substanzmissbrauch/-abhängigkeit auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

2.6.2. Hypothesen zur Kreativität prominenter Singer-Songwriter

Hypothese 2a:

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind kreativer als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Hypothese 2b:

Der Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz lässt sich durch die Kreativität erklären.

Hypothese 2c:

Die Kreativität moderiert den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz.

2.6.3. Hypothesen zur perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens bei prominenten Singer-Songwritern**Hypothese 3a:**

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind hinsichtlich ihres Aussehens perfektionistischer eingestellt als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Hypothese 3b:

Der Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und der perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens wird durch die Prominenz mediiert.

Hypothese 3c:

Die Prominenz moderiert den Zusammenhang zwischen einer Depression und der sozialen Isolation.

3. Methode

3.1. Probanden/-innen

Die Auswahl der Versuchspersonen orientierte sich an der hypothesengeleiteten Bildung einer Gruppe mit prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum. Um eine möglichst hohe Ähnlichkeit der Vergleichsgruppen zu erreichen, wurden die prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter hinsichtlich ihres Alters und Geschlechts gematcht.

3.1.1. Probanden/-innen und ihre soziodemographischen Merkmale

An der Untersuchung nahmen insgesamt 31 prominente Singer-Songwriter teil, von denen 25 männlich und 6 weiblich waren. Das Alter der Probanden lag zwischen 32 und 76 Jahren und betrug im arithmetischen Mittel 51,40 Jahre (Tabelle 2).

Von den insgesamt 31 nicht prominenten Singer-Songwritern waren ebenfalls 25 männlich und 6 weiblich, hier lag das Alter zwischen 30 und 76 Jahren und betrug im arithmetischen Mittel 50,06 Jahre (Tabelle 2).

Tabelle 2: Soziodemographische Daten

		Prominent		Nicht prominent		χ^2	df	p
		n	%	n	%			
Geschlecht	Männlich	25	80.6	25	80.6			
	Weiblich	6	19.4	6	19.4			
Partner		21	75.0	18	58.1	1.88	1	.170
Schulbildung	Studium	3	11.1	7	22.6	4.37 ^a	2	.113
	Fachabitur/Abitur	16	59.3	10	32.3			
	Kein/Haupt/Realschule	8	29.6	14	45.2			
		M	SD	M	SD	t	df	p
Alter		51.40 ^b	13.59	50.06	13.49	0.39	59	.702

^a 1 Zellen (16,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,66.

^b eine fehlende Angabe

Die Vergleiche zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern hinsichtlich ihrer aktuellen Partnerschaft und Schulbildung wurden mit dem Chi-Quadrat-Test auf Unabhängigkeit überprüft. Da bei der Schulbildung eine Zelle eine erwartete Häufigkeit kleiner 5 aufweist, wurde zusätzlich der exakte Test nach Fisher herangezogen, der ebenfalls ein nicht signifikantes Ergebnis zeigt ($p = .117$). Die Altersunterschiede zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern wurden mit dem t-Test für unabhängige Stichproben getestet. Die Varianzhomogenität, die eine Voraussetzung des t-Tests darstellt und mit dem Levene-Test überprüft wird, ist gegeben. Die Auswertungen zeigen auf, dass weder bei den Chi-Quadrat-Tests als auch bei dem t-Test für unabhängige Stichproben signifikante Ergebnisse zu verzeichnen sind. Eine Vergleichbarkeit von prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern kann somit bezüglich der oben aufgeführten Variablen vorausgesetzt werden.

Des Weiteren wurde überprüft, welche Musikrichtungen am häufigsten bei den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern zu finden sind. Die meisten prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter kamen aus dem Bereich Schlager, gefolgt vom Bereich Rock/Pop.

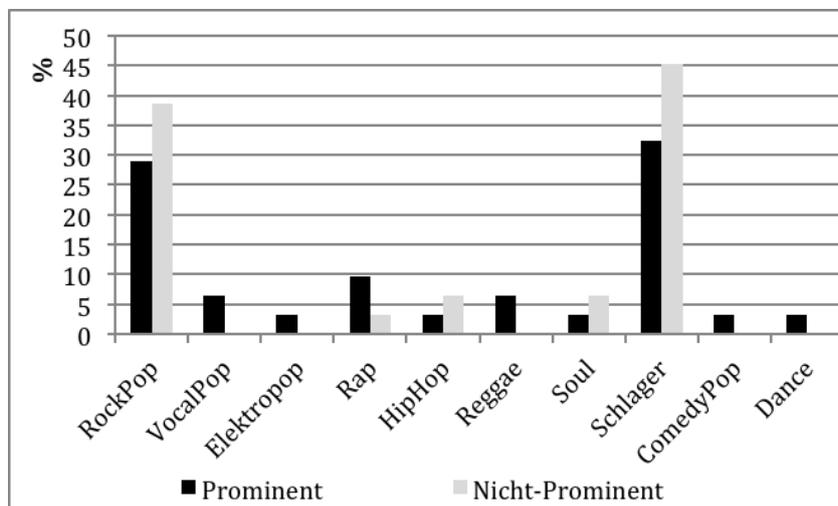


Abbildung 3: Musikrichtungen der prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter

Zum Untersuchungszeitpunkt bestritten von den nicht prominenten Singer-Songwritern nur 3 (9,7%) alleine durch ihre musikalischen Auftritte als Singer-Songwriter ihren Lebensunterhalt.

3.1.2. Rekrutierung der prominenten Probanden/-innen

Ausgehend von der Tatsache, dass prominente Singer-Songwriter eng mit Musikmanagern und Tonträgerunternehmen beziehungsweise deren Label zusammenarbeiten, wurde sich in telefonischen Gesprächen um deren Unterstützung bemüht. Das Anliegen der Studie wurde entsprechend der Ausführungen im Probandeninformationstext (Anhang B1), welcher den prominenten Singer-Songwritern vor Beginn des Interviews ausgehändigt wurde, in einem kurzen Umriss skizziert, der Ablauf erläutert und der ungefähre Zeitaufwand dargelegt. Strengste Anonymität wurde zugesichert, sprich es wurde bereits telefonisch mitgeteilt, dass der Namen des teilnehmenden Probanden an keinen Dritten weitergetragen wird. Nach ungefähr zehn Tagen erfolgte ein erneuter Anruf, um zu erfragen, ob ein prominenter Singer-Songwriter für die Studie gewonnen werden konnte. Nach der Zusage eines prominenten Singer-Songwriters wurden vom Management seine Kontaktdaten, meist in Form einer E-Mail-Adresse, mitgeteilt, um mit dem Probanden einen passenden Termin für die Datenerhebung auszumachen zu können.

Als weitere Quelle zur Probandengewinnung wurde nach jedem persönlich durchgeführten Interview der jeweilige prominente Singer-Songwriter um Unterstützung zur weiteren Probandenrekrutierung gebeten. Dieses Vorgehen war notwendig, da es sich bei den prominenten Singer-Songwritern um einen sehr schwer zugänglichen Personenkreis handelt und auch in der Studie von Ranking (2005) mit dem Thema „The popular musician: Personality traits and their relationship to creativity, self-esteem and clinical symptomatology“ wurde dies so gehandhabt. Auf Anraten der Ethikkommission der Johann Wolfgang Goethe - Universität Frankfurt am Main wurde ein Informationsflyer mit sämtlichen Kontaktdaten der Studienleiterin erstellt, den der prominente Proband an seine Kollegen weiterreichen konnte (Anhang B3). Auf diesem Weg war es dem geworbenen prominenten Singer-Songwriter möglich sich bei Interesse direkt an die Studienleiterin zu wenden, ohne dass jemand darüber Kenntnis erlangte. Um zu verhindern, dass Informationen über den Untersuchungsverlauf beziehungsweise die Inhalte der Befragungsinstrumente nach außen dringen und bei dem geworbenen prominenten Probanden zu einer Beeinflussung seines Antwortverhaltens führen, wurde zusammen mit der Einverständniserklärung gleichzeitig auch eine Vertraulichkeitserklärung (Anhang B2) unterschrieben.

3.1.2.1. Einschlusskriterien

In die Studie aufgenommen wurden alle prominenten Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum, die über 18 Jahre alt, hauptberuflich Solokünstler oder Leadsänger einer Band und noch immer im Musikgeschäft tätig sind. Das Kriterium für Prominenz wurde erfüllt, wenn sich der Künstler in mindestens einem der nachfolgenden Kriterien wiederfindet: 1) In Besitz von mindestens einem 'ECHO', 2) in Besitz von mindestens einer 'Goldenen Schallplatte', die, neben dem 'ECHO', zu den wichtigsten deutschen Musikpreisen zählt, oder 3) er mit mindestens 200 Nennungen seit den letzten 10 Jahren in der Gruner+Jahr Pressedatenbank, eine der leistungsfähigen digitalen Pressearchive Europas, aufgeführt ist.

Insgesamt sind 15 (48,4%) prominente Singer-Songwriter im Besitz von mindestens einem 'ECHO', 14 (45,2%) prominente Probanden in Besitz von mindestens einer 'Goldenen Schallplatte' und 2 (6,5%) prominente Singer-Songwriter besitzen keine Musikauszeichnung, sind jedoch mit mehr als 200 Nennungen in der Gruner+Jahr Pressedatenbank verzeichnet.

3.1.2.2. Ausschlusskriterien

Erfüllte eine Person die oben beschriebenen Kriterien nicht, wurde diese nicht in die Gruppe der prominenten Singer-Songwriter aufgenommen. Prominente Singer-Songwriter aus Castingshows, sprich Talentshows, wurden nicht in die Untersuchung aufgenommen, da sich ihr Werdegang aufgrund des Vorhandenseins einer Jury und eines Zuschauervotings per Telefon sowie einer von den Fernsehsendern gesteuerten Medienaufbereitung von dem derjenigen unterscheidet, die ohne solch eine Unterstützung den Prominentenstatus erlangt haben.

3.1.3. Rekrutierung der nicht prominenten Probanden/-innen

Die Rekrutierung der Vergleichsgruppe erfolgte durch eine telefonische Kontaktaufnahme zu Künstleragenturen, über die Künstler für Veranstaltungen gebucht werden können. Die Gespräche glichen denen, die mit den Musikmanagern prominenter deutscher Singer-Songwriter geführt wurden. Nach der Zusage eines Sängers wurden, ebenso wie bei der Rekrutierung der prominenten Singer-Songwriter, die Kontaktdaten ausgetauscht, um einen passenden Termin für die Datenerhebung ausmachen zu können.

Als weitere Quelle zur Probandenrekrutierung wurde nach Singer-Songwritern von Bands gesucht, die sich bisher noch keinen Namen gemacht haben und vorwiegend in Bars auftreten. Hier wurde mit direkter Ansprache vor Ort gearbeitet.

3.1.3.1. Einschlusskriterien

In die Gruppe der nicht prominenten Singer-Songwriter wurden alle über 18 Jahre alten Leadsänger oder Solokünstler aufgenommen, die ihre musikalische Darbietung Haupt- oder Nebenberuflich ausüben, die für ihre Performanz keine musikalischen Auszeichnungen nachweisen können und durch ihre Auftritte keinen weitgreifenden Bekanntheitsgrad erworben haben.

3.1.3.2. Ausschlusskriterien

Erfüllte eine Person eine der soeben beschriebenen Kriterien nicht, wurde diese nicht in die Gruppe der nicht prominenten Singer-Songwriter aufgenommen.

3.1.4. Dropouts

Zwei prominente Singer-Songwriter brachen kurz nach Beginn des Interviews die Untersuchung ab.

3.2. Durchführung der Untersuchung

Nach der Begrüßung des teilnehmenden Probanden wurde ihm zunächst das in Kapitel 3.1.2 erwähnte Probandeninformationsschreiben mit Angaben zum Sinn und Zweck der Untersuchung, zum Ablauf, zur Dauer, zur Freiwilligkeit und zum Umgang mit den erhobenen Daten überreicht und nach sorgfältigem Durchlesen offene Fragen geklärt. Danach unterschrieb der Proband die Einverständnis- und Vertraulichkeitserklärung. Nachdem alle Formalien abgeschlossen waren, begann das darauffolgende strukturierte Interview für die Erhebung der Störungsbilder 'affektive Störungen', 'Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit' und 'Substanzmissbrauch/-abhängigkeit' anhand des M.I.N.I. German Version 5.0.0 (Anhang A1). Für die Erhebung der beiden Störungsbilder 'Borderline-Persönlichkeitsstörung' und 'narzisstische Persönlichkeitsstörung' wurde das semistrukturierte Interview SKID-II angewendet (Anhang A2). Insgesamt dauerte das Interview zwischen 30 und 50 Minuten, je nachdem, ob eine Störung vorlag oder nicht. Für die Anwendung des M.I.N.I. anstelle des SKID-I Instruments wurde sich aus zeitlichen Gründen entschieden. Nach den beiden Inter-

views folgte eine kurze Pause von 5-10 Minuten, danach wurde der Selbsteinschätzungsfragebogen Appearance Attitudes Scale (AAS) (Anhang A3) zur perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens an den Probanden ausgehändigt. Die Durchführung des Fragebogens dauerte um die 15 Minuten. Als letztes führte der Proband den Kreativitätstest TSD-Z durch (Test zum schöpferischen Denken – zeichnerisch) (Anhang A4), der im Schnitt 8-15 Minuten dauerte, je nachdem wie viel Mühe sich der Zeichner gegeben hat. Bevor der Proband mit dem Kreativitätsbest begann, wurde dieser mit nachfolgendem Satz eingeleitet: „Vor sich sehen Sie eine angefangene Zeichnung. Der Zeichner hat aufgehört, bevor er wusste, was daraus werden würde. Sie sollen Sie nun einfach weiterzeichnen. Sie können so zeichnen, wie Sie wollen. Sie können nichts falsch machen, alles ist richtig. Wenn Sie fertig sind, geben Sie mir bitte Ihr Blatt“ (Urban & Jellen 1985, S.14).

Durchgeführt wurde die Untersuchung mit den prominenten Singer-Songwritern deutschlandweit in einem separaten Raum ihres jeweiligen Tonstudios, wobei stets auf eine störungsfreie Umgebung geachtet wurde. Die Datenerhebung der nicht prominenten Probanden fand in Hamburg in einem von dem Verein Direkthilfe e.V. bereitgestelltem Raum statt. Auf eine störungsfreie Umgebung wurde auch hier geachtet. Nach Beendigung der Untersuchung erhielten die prominenten Probanden als Anerkennung für ihre Teilnahme das Angebot den Persönlichkeitstest ‘Visual-Questionnaire’ samt Auswertungsgespräch durchzuführen, was mit großem Interesse begrüßt wurde. Die nicht prominenten Probanden erhielten als Anerkennung für ihre Teilnahme pauschal 15,00 Euro.

Nach der Verabschiedung des Probanden wurden das Interview, der Fragebogen und der Kreativitätstest mit einem Zeichen versehen, um kenntlich zu machen, ob sich die Unterlagen auf einen prominenten oder nicht prominenten Singer-Songwriter beziehen. Auf Anraten der Ethikkommission der Goethe - Universität Frankfurt am Main wurde darauf verzichtet dem Probanden einen Code zuzuordnen, welcher auf einer Entblindungsliste dekodiert werden kann, um vollständige Anonymität zu garantieren.

Eine schematische Darstellung findet sich in der nachfolgenden Tabelle:

Tabelle 3: Untersuchungsablauf, erhobene Variablen und Messinstrumente

Untersuchungsablauf	Erhobene Variablen	Messinstrumente
Begrüßung / Aushändigung des Informationsschreibens/ Klärung offener Fragen/ Einverständnis- und Verschwiegenheitserklärung seitens der Probanden.		
Beginn des ersten Interviews	Diagnose: Affektive Störungen Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit Substanzmissbrauch/-abhängigkeit	M.I.N.I. (Mini-International Neuropsychiatric Interview für DSM-IV)
Zweites Interview	Diagnose: Narzisstische Persönlichkeitsstörung Borderline-Persönlichkeitsstörung	SKID-II (Strukturiertes Klinisches Interview für DSM-IV)
10 Minuten Pause		
Vorlage des Fragebogens	Perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des äußeren Erscheinungsbildes (Selbsteinschätzung)	ASS (Appearance Attitudes Scale)
Kreativitätstest	Kreatives Potential einer Person	TSD-Z (Test zum schöpferischen Denken – Zeichnerisch)
Abschlussgespräch		

3.3. Angewandte Untersuchungsverfahren

3.3.1. Strukturiertes Klinisches Interview für DSM-IV (SKID II)

Um die narzisstische Persönlichkeitsstörung und die Borderline-Persönlichkeitsstörung diagnostizieren zu können, wurde das weit verbreitete Struk-

turierte Klinische Interview für DSM-IV (SKID) herangezogen. Insgesamt besteht das Strukturierte Klinische Interview für DSM-IV (SKID), herausgegeben von Wittchen, Zaudig und Fydrich (1997), aus zwei getrennten Fassungen, dem SKID-I und dem SKID-II. Der SKID-I dient der Erfassung und Diagnostik ausgewählter psychischer Syndrome und Störungen, wie sie im DSM-IV auf Achse I definiert werden. Diese sind die affektiven Störungen, Psychotische Störungen, Störungen durch Psychotrope Substanzen, Angststörungen, Somatoforme Störungen, Essstörungen und Anpassungsstörungen. Zudem werden Kodierungsmöglichkeiten für die Beurteilung der Achse III (körperliche Störungen) und der Achse V (psychosoziales Funktionsniveau) angeboten sowie Zusatzinformationen über Beginn und Verlauf der Diagnosen. Der SKID-I liegt in zwei Versionen vor, nämlich zum einen in der Forschungsversion (SKID-F) und zum anderen in der Klinikversion (SKID-K), die eine verkürzte Fassung des SKID-F darstellt.

Der SKID-II als eigenständiges Interview wird zur Diagnostik der zehn auf Achse-II sowie der zwei im Anhang des DSM-IV aufgeführten Persönlichkeitsstörungen angewendet und ist ein zweistufiges Verfahren, welches aus einem Fragebogen besteht, um die Merkmale der zwölf Persönlichkeitsstörungen im Groben zu erfassen, und dem eigentlich Interview, anhand dem nur noch diejenigen Fragen gestellt werden, für die im Fragebogen eine «ja»-Antwort angekreuzt wurde. Durch dieses zweistufige Verfahren wird die Durchführungszeit stark verkürzt.

Die Kodierung ist dieselbe wie beim SKID-I:

?	Unklar. Keine eindeutigen Hinweise über das Vorhandensein oder Nichtvorhandensein des Kriteriums.
1	Kriterium ist nicht vorhanden.
2	Kriterium ist vorhanden, aber NICHT VOLL kriteriumsgemäß ausgeprägt.
3	Kriterium ist sicher vorhanden und VOLL kriteriumsgemäß ausgeprägt.

Sowohl beim SKID-I als auch beim SKID-II braucht sich der Interviewer durch die Angabe von Sprungregeln nicht bei Fragen nach Symptomen aufzuhalten, die diagnostisch irrelevant sind. Die Durchführungszeit des SKID-I beträgt ca. 60 Minuten und teilt sich in einen freien Interviewteil auf, der ca. 10 Minuten dauert, und einen

strukturierten Interviewteil. Die durchschnittliche Durchführungszeit des SKID-II liegt bei etwa 30 Minuten. Der dem Interview vorgeschaltete Explorationsleitfaden ist optional und muss nicht unbedingt durchgeführt werden.

Gütekriterien:

Laut Strauß und Schumacher (2005) liegen keine besonderen Befunde zu den Gütekriterien der deutschsprachigen Fassung des SKID für DSM-IV vor, in internationalen Studien des amerikanischen Originals jedoch hat sich das Instrument in Anwendbarkeit, Effizienz und Reliabilität gut bewährt.

Objektivität

Eine hohe Objektivität wird durch die Einhaltung der Reihenfolge der Fragen, der Vorgabe des Wortlauts und der genauen Regeln zum Überspringen von Abschnitten gewährleistet. Die fundierten klinischen Erfahrungen der Diagnostiker, die für die Durchführung des Interviews unbedingt notwendig sind, kann in der Beurteilung der Symptome zu Abweichungen zwischen den Interviewern führen, weshalb eine gründliche SKID-Schulung der Durchführung des Interviews vorangestellt werden muss.

Reliabilität

Für die Achse-I Diagnosen des amerikanischen SKID berichten Zanarini et al. (2000) eine gute bis sehr gute Interrater-Reliabilität zwischen Kappawert .57 und 1.00, auch die Retest-Reliabilität des SKID-I lag für ein Intervall von 7 bis 10 Tagen mit .60 und höher in einem guten Bereich, wobei die Dysthyme Störung (.35) und die generalisierte Angststörung (.44) eine Ausnahme bilden. Für den SKID-II berichten Maffei et al. (1997) eine sehr gute Interrater-Reliabilität (.83 und höher), wobei die depressive Persönlichkeitsstörung mit einem Übereinstimmungsgrad von .65 im befriedigenden Bereich wiederzufinden ist. Für die deutsche Version des SKID-II wurden nach Strauß und Schumacher (2005) bei sechs Persönlichkeitsstörungen in einem Intervall von 1 bis 3 Wochen eine befriedigende Retest-Reliabilität gefunden, bei den restlichen Persönlichkeitsstörungen war die Übereinstimmung nur schwach. Die Interrater-Reliabilität der deutschen Version des SKID-II liegt in einem guten Bereich.

Validität

Nach Saile et al. (2000, in Strauß und Schumacher 2005) ist eine Validierung insofern schwierig, als dass strukturierte Interviews entwickelt werden, um die unstrukturierte klinische Exploration zu verbessern. Aus diesem Grund bilden sie selbst oft

den Maßstab, an dem man klinische Diagnosen prüft. In ihrer Untersuchung wurde die Übereinstimmung der Diagnosen eines klinischen Erstgesprächs mit denen des SKID für DSM-II-TR überprüft, wobei festgestellt wurde, dass bei den Angststörungen und Essstörungen die Werte in einem guten Bereich lagen (.69) und die der affektiven und somatoformen Störungen sowie der Substanzabhängigkeit in einem niederen Bereich (.40). Laut der Autoren könnte der Grund dieser unzureichenden Übereinstimmung darin liegen, dass im Erstgespräch gewisse DSM-Kriterien nicht berücksichtigt wurden.

3.3.2. Mini International Neuropsychiatric Interview (M.I.N.I.)

Für die Erhebung der Störungsbilder affektive Störungen, Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit und Substanzmissbrauch/-abhängigkeit wurde sich für die deutsche Form des Mini International Neuropsychiatric Interviews (M.I.N.I.) entschieden.

Das Mini International Neuropsychiatric Interview (Sheehan et al. 1998) als psychometrisches Testverfahren ist ein kurzes strukturiertes und standardisiertes diagnostisches Interview, angelehnt an den Kriterien des DSM-IV. Das Interview wurde zur Evaluation psychischer Störungsbilder für den Klinik- und Forschungsbereich zur Erfassung der hauptsächlich psychiatrischen Achse-I-Störungen im DSM-IV und ICD-10 entwickelt, ist einfach in der Handhabung und leicht anwendbar. In der Untersuchungssituation wird die Kriterienliste als Richtlinie verwendet und das Fehlen oder Vorhandensein störungsspezifischer Symptome anhand von „Ja“/„Nein“ Antworten geprüft. Durch Sprungregeln können nicht relevante Fragestellungen ausgelassen werden, am Ende eines jeden Moduls werden entsprechend der diagnostischen Kriterien die zutreffenden Diagnosefelder durch den Diagnostiker markiert.

Der M.I.N.I. 5.0.0 German Version von Ackenheil et al. (1999), mit einer Durchführungszeit von nur etwa 15 Minuten, erfasst 16 Störungsbilder, nämlich die Major Depression, Major Depression mit Melancholischem Anteil (optional), Dysthymie, Suizidalität, (Hypo)manische Episode, Panikstörung, Agoraphobie, soziale Phobie (soziale Angststörung), Zwangsstörung, Posttraumatische Belastungsstörung, Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit, Drogenmissbrauch/-abhängigkeit, Psychotische Störung, Anorexia Nervosa, Bulimia Nervosa, generalisierte Angststörung und die Antisoziale Persönlichkeitsstörung. Zu jeder Störung werden zunächst je zwei bis vier Screeningfragen gestellt, negiert der Patient diese, so gilt diese Störung als nicht vorhanden. Werden allerdings eine oder beide Fragen mit „Ja“ beantwortet, folgen weitere

detailliertere Fragen zur Symptomatik. Anbei ist zu vermerken, dass der M.I.N.I. auf die Erhebung von Alkohol- beziehungsweise Substanzmissbrauch verzichtet, wenn zuvor eine Alkohol- beziehungsweise Substanzabhängigkeit diagnostiziert wurde.

Sheehan und Lecrubier (1998) untersuchten in Studien die Validität und Reliabilität des M.I.N.I., indem ein Vergleich mit dem sehr viel länger durchzuführenden SCID-P für das DSM-III-R und mit dem CIDI für das ICD-10 herangezogen wurde. Es zeigte sich, dass sehr gute Ergebnisse erzielt sowie kürzere Durchführungszeiten als beim SCID-P und CIDI verzeichnet werden konnte. Des Weiteren zeigte sich eine exzellente Interrater-Reliabilität und eine sehr gute Retest-Reliabilität.

3.3.3. Appearance Attitudes Scale (AAS)

Mit der Appearance Attitudes Scale (AAS), 1996 entwickelt von dem Psychiater Dr. David Veale, wird die perfektionistische Einstellungen hinsichtlich des eigenen Aussehens beziehungsweise der äußeren Erscheinung erfasst (zum Beispiel Item 15: „Mein Aussehen muss absolut perfekt sein“). Auch Aspekte des sozial zugeschriebenen Perfektionismus werden mit Hilfe des Fragebogens behandelt (zum Beispiel Item 31: „In sozialen Situationen müssen sich die Leute nach mir umdrehen“).

Die von Regine Hungerbühler und Dr. Ulrich Stagnier entwickelte deutsche Übersetzung (AAS-D), deren Fassung mit 34 Items auf einer 5-stufigen Ratingskala mit Antwortmöglichkeiten von 1 „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 „stimme sehr zu“ vorliegt, wurde in der vorliegenden Arbeit verwendet. Faktorenanalytisch konnten drei Faktoren extrahiert werden: Der Faktor 'Perfektionismus' (AAS-Per), der die perfektionistischen Ansprüche und Umgangsformen bezüglich des Aussehens erfasst (Item-Nummer: 4, 7, 9, 15, 17, 19, 23, 26, 28), der Faktor 'Negatives Selbstbild' (AAS-NS), welcher einen negativen Selbstwert hinsichtlich des eigenen Aussehens widerspiegelt (Item-Nummer: 12, 21, 25, 29, 32, 34) und der Faktor 'Soziale Isolation' (AAS-SI) mit den Item-Nummern: 1,11,13,14,16, der den Indikator für eine tatsächliche oder selbst wahrgenommene soziale Isolation aufgrund des eigenen Aussehens beschreibt (Bayer, 2001). 14 Items (2, 3, 5, 6, 8, 10, 18, 20, 22, 24, 27, 30, 31, 33) werden nicht den drei Skalen zugeordnet und wurden im Rahme dieser Untersuchung einzeln ausgewertet.

Im Rahmen einer Reliabilitätsprüfung über die Skalen der drei Faktoren des AAS-D hinweg ergab sich in der vorliegenden Studie für den Faktor 'Perfektionismus' eine

interne Konsistenz von $\alpha = .92$ und für den Faktor 'Negatives Selbstbild' eine interne Konsistenz von $\alpha = .77$. Der Faktor 'Soziale Isolation' hingegen zeigt bei Item 14 („Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, gibt es niemanden, der sein Leben mit mir teilen möchte“) eine negative Polung auf, so dass für dieses Item eine Umkodierung vorgenommen wurde. Für den Faktor 'Soziale Isolation' ergab sich nach der Umkodierung des Items 14 und der anschließend durchgeführten Reliabilitätsprüfung eine interne Konsistenz von $\alpha = .85$.

3.3.4. Test zum schöpferischen Denken - Zeichnerisch (TSD-Z)

Der 'Test zum schöpferischen Denken – Zeichnerisch' (TSD-Z), 1985 von Urban & Jellen entwickelt, versteht sich als ein flächendeckendes, einfaches und ökonomisches Screening-Instrument, das eine erste grobe Einschätzung des kreativen Potentials einer Person ermöglicht. „Es dient sowohl der Identifizierung besonders hoher schöpferischer Fähigkeiten als auch der Erkennung förderbedürftiger Individuen mit (weit) unterdurchschnittlich entwickelten kreativen Fähigkeiten“ so der Autor (1985, S.5). Und weiter: „Für die Entwicklung des Verfahrens waren neben selbstverständlichen inhaltlich-qualitativen Gesichtspunkten insbesondere Kriterien der einfachen Durchführung und Auswertung, des ökonomischen Einsatzes und der breiten Anwendbarkeit von Bedeutung; außerdem sollte durch den Einsatz der zeichnerischen Modalität eine möglichst große Kulturfairneß gewährleistet sein, die bei verbalen Kreativitätstests in der Regel nicht gesichert ist“. Der Test ist so aufgebaut, dass einige figurale Elemente vorgegeben sind, die zum (Weiter-)Zeichnen in freier Form anregen sollen.

Das zeichnerische Produkt wird mit Hilfe von 14 Kriterien bewertet, welche sind: 1) Weiterführung vorgegebener Fragmente, 2) Ergänzung oder Ausgestaltung, 3) neue Elemente, 4) Verbindungen/zeichnerisch, 5) Verbindungen/thematisch, 6) Begrenzungsüberschreitung/figurabhängig, 7) Begrenzungsüberschreitung/figurabhängig 8) Perspektive, 9) Humor beziehungsweise Affektivität/Emotionalität/Expressive Kraft der Zeichnung, 10) Unkonventionalität A (Manipulation des Materials), 11) Unkonventionalität B (fiktionales, abstraktes, surrealistisches Thema), 12) Unkonventionalität C (Verwendung von Zeichen und/oder Symbolen), 13) Unkonventionalität D (Nichtverwendung von stereotypischen Figuren) und 14) Zeitfaktor. Am Ende der Testdurchführung werden die einzelnen Punktzahlen in Form eines Gesamtscores zusammengerechnet, der eine grobe Einschätzung des kreativen Potentials wieder-

gibt. Vergleichswerte können Normtabellen entnommen werden, die die Ergebnisse verschiedener Populationen widerspiegeln. Neben einer von Urban selbst erstellten Grobklassifikation sind auch detaillierte Prozentränge und T-Werte angegeben. Die Bewertung stellt kein Urteil über zeichnerische oder künstlerische Qualitäten dar, vielmehr geht es um die Bereitschaft sich frei und flexibel mit einer Aufgabe auseinanderzusetzen, einer schöpferischen Einstellung und die Offenheit für ungewöhnliche, originelle Deutungen und Lösungswege. Der Zeitfaktor, sprich die Schnelligkeit bei der Fertigstellung einer Zeichnung, geht nur dann in die Bewertung ein, wenn die Zeichnung ein bestimmtes schöpferisches Niveau erreicht hat (Gesamtscore > 25), um nicht nur flüchtiges Kritzeln mit Zeitpunkten zu belohnen.

Der Test liegt in Form A und Form B vor, wobei die Version B die dargebotenen Fragmente lediglich um 180° gedreht präsentiert. Jeder der beiden Tests dauert für sich um die 15 Minuten. „Im Unterschied zu traditionellen Kreativitätstests, die rein quantitativ messen, und zwar in der Regel lediglich einen Teilfaktor des divergenten Denkens, nämlich Flüssigkeit der Ideen (fluency), will der TSD-Z auch qualitative Merkmale kreativer Leistungen mit berücksichtigen“ (Urban 1985, S.5). Des Weiteren berücksichtigt der Test neben kognitiven Aspekten auch persönlichkeitspezifische Aspekte, wie das Eingehen von Risiko, Bereitschaft zur Überschreitung von Grenzen sowie Humor.

Um die Untersuchung für die Probanden nicht zu zeitaufwendig zu gestalten, wurde für die vorliegende Studie nur mit der A-Version gearbeitet.

Gütekriterien:

Reliabilität

Für die Auswertungsreliabilität ergaben sich nach mehreren Untersuchungen sehr hohe Korrelationen zwischen den Bewertungen für jede Gruppe durch zwei geübte Auswerter ($r = .89$). Die Retest-Reliabilität schwankte je nach Studien zwischen $r = .38$ und $r = .87$. Eine Erklärung für die unterschiedlichen Werte könnte in der unterschiedlichen Homogenität der Stichproben liegen, so der Autor, nämlich einmal bezogen auf die gesamte kognitiv-intellektuelle Leistungsfähigkeit und zum anderen auf die relative Durchschnittshöhe des kreativen Potentials. Der Test liegt in Form A und in Form B vor, die Korrelation beider Formen liegt zwischen $r = .63$ und $r = .75$. In der vorliegenden Untersuchung ergab sich eine interne Konsistenz von $\alpha = .84$.

Als Screening-Instrument sollte der Test gut zwischen Hoch- und Niedrigleistenden differenzieren können. Diese differentielle Reliabilität ist beim TSD-Z mit hoher Zuverlässigkeit für die jeweils besten und schlechtesten 25% aus jeder Klasse gegeben. Sowohl die Chi-Quadratwerte als auch der entsprechende Kontingenzkoeffizient sind hochsignifikant.

Validität

Da es keine entsprechenden anderen Verfahren als Vergleichsmöglichkeit gibt, ist die Frage nach der Validität kaum direkt zu beantworten. Aus diesem Grund sind „Vergleichsinformationen verschiedenster Art heranzuziehen, die eher im Sinn einer diskriminanten Validität, zum Beispiel anhand von Null- oder Negativ-Zusammenhängen, die Gültigkeit des Tests stützen können. So sollen zum Beispiel Zusammenhänge mit Intelligenz (im Sinne eines traditionellen IQ-Wertes) niedrig liegen und allenfalls bei einer sehr intelligenz-inhomogenen Stichprobe leicht positiv signifikant sein“ (Urban 1985, S.54). Es wird eine gute diskriminante Validität bezüglich Intelligenztests verzeichnet, d.h. positiv niedrige, signifikante Koeffizienten bei intelligenzinhomogenen Stichproben, Null-Korrelationen bei intelligenzhomogenen Gruppen. Eine Reihe weiterer, sehr unterschiedlicher Studien stützen die Validitätsannahme.

Die Korrelationen zwischen dem TSD-Z und dem “Verbale Kreativitätstest“ (VKT) von Schoppe (1975) fallen eher niedrig aus und erreichen nur in einem Fall die Signifikanzgrenze. Eine Korrelationsstudie zum “Test des Divergenten Denkens“ (TDK) von Mainberger (1977) ist aussagekräftiger. Hier korrelieren die Untertests teilweise signifikant positiv miteinander, besonders die TSD-Z-Kategorie Ne (neue Elemente) mit dem Untertest, der im TDK die reine Produktivität misst.

Eine weitere, wenn auch nur mit Einschränkungen brauchbare Möglichkeit der Validitätsschätzungen ist das Rating durch Lehrer, so Urban in seinem 1985 erschienen Manual. Es ergaben sich teilweise erstaunlich hohe Zusammenhänge zwischen der Kreativitätseinschätzung durch Lehrer und dem Wert des Schülers im TSD-Z.

3.4. Untersuchungsdesign

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um ein quasi-experimentelles Design. Kausalaussagen sind hier nicht möglich. Des Weiteren handelt es sich bei der vorliegenden Untersuchung um eine Querschnittstudie, da nur ein Untersuchungszeitpunkt vorliegt.

3.5. Datenauswertung

Die statistischen Analysen sowie die Prüfung der Voraussetzungen der eingesetzten Testverfahren erfolgte anhand des Statistikprogramms SPSS (15.0 für Windows).

Für die Überprüfung der Hypothese 1a, welche das Vorliegen einer affektiven Störung und einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung beziehungsweise einer Borderline-Persönlichkeitsstörung bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern beleuchtet, wurde der exakte Test nach Fisher angewendet, da die Voraussetzungen für den Chi-Quadrat-Test auf Unabhängigkeit nicht gegeben waren. Für die Überprüfung der Hypothese 1b, welche Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit beziehungsweise Substanzmissbrauch/-abhängigkeit erfasst, wurde der Chi-Quadrat-Test auf Unabhängigkeit angewendet.

Der Unterschied in der mittleren Kreativität zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern sowie der Unterschied hinsichtlich des Bestrebens nach einem perfekten Aussehen wurde anhand des t-Tests für unabhängige Stichproben geprüft. Die Varianzhomogenität wurde anhand des Levene-Tests überprüft, bei Signifikanz wurde der t-Test für heterogene Varianzen herangezogen. Für die Prüfung der Normalverteilung kam der Shapiro-Wilk-Test zum Einsatz, der besonders bei kleineren Stichproben ($n < 50$) geeignet ist. Der t-Test für unabhängige Stichproben ist relativ robust gegen die Verletzung dieser Voraussetzung. Als Maß für die Effektstärke wurde bei den Vergleichen Cohen's d gewählt. Dabei wurde die Differenz der Mittelwerte der prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter durch die jeweils höhere Standardabweichung dividiert, da die Varianzen nicht durchgehend homogen waren. Es wurde die höhere Standardabweichung gewählt, um eine Überschätzung des Effekts zu vermeiden.

Um zu prüfen, ob die Mediatorvariable Kreativität den Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz erklärt, wurden zwei Rechenschritte vorgenommen. Zunächst wurde anhand eines t-Tests für unabhängige Stichproben ge-

prüft, ob signifikante Unterschiede in der Kreativität zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern mit und ohne psychischen Störungen vorliegen. Dabei wurde auch hier die Voraussetzung der Varianzhomogenität mit dem Levene-Test untersucht. Bei Signifikanz des Levene-Tests wird an entsprechender Stelle hingewiesen und der t-Test für heterogene Varianzen durchgeführt. Die Voraussetzung der Normalverteilung der Kreativität bei den Personen mit und ohne einer psychischen Störung wurde nicht geprüft, da teilweise die Gruppen eine sehr geringe Größe aufwiesen. Für die psychischen Störungen, bei denen sich ein Kreativitätsunterschied ergab, wurden weitere Analysen mit Hilfe der binär logistischen Regressionsanalyse durchgeführt. Das Vorliegen einer psychischen Störung sowie die Kreativität wurden hier als unabhängigen Variable und die Prominenz als abhängige Variable aufgenommen. Da die abhängige Variable Prominenz binär ist, kann der Mediatoreffekt nicht direkt, sondern muss durch die schrittweise Prüfung erschlossen werden. Wenn es keinen totalen Effekt vom Prädiktor auf das Kriterium gibt, wird die Mediatorhypothese nicht weiter geprüft.

Um den Moderatoreffekt der Kreativität hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz zu prüfen, wurde der Interaktionsterm zwischen der Kreativität und der narzisstischen Persönlichkeitsstörung gebildet. Da die Prominenz binär ist und die abhängige Variable in dieser Analyse darstellt, wurde zur Prüfung dieses Moderatoroffektes ebenfalls eine binärlogistische Regressionsanalyse durchgeführt, bei der die Kreativität, die narzisstische Persönlichkeitsstörung sowie der Interaktionsterm zwischen den beiden als unabhängige Variable einging.

Um zu prüfen, ob die Mediatorvariable Prominenz den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und der perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens erklärt, wurden die totalen Effekte der narzisstischen Persönlichkeitsstörung auf die drei Skalen des Aussehens, nämlich 'Perfektionismus', 'Negatives Selbst' und 'Soziale Isolation', anhand der Produkt-Moment-Korrelation nach Pearson ermittelt. Nach Cohen ist eine Produkt-Moment-Korrelation ab $r = .10$ als geringer Effekt, eine Korrelation ab $r = .30$ als mittlerer Effekt und eine Korrelation ab $r = .50$ als starker Effekt zu bewerten.

Für die Überprüfung, ob die Prominenz den Zusammenhang zwischen einer Depression und sozialen Isolation moderiert, wurde das Makro von Hays verwendet. Dabei ging das Störungsbild Depression als unabhängige Variable und die soziale Isolation

als abhängige Variable ein. Darüber hinaus wurden die Simple Slope Analysen angewendet, um zu analysieren, wie Depression und soziale Isolation bei den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern zusammenhängt.

Als alpha-Niveau wird 5% gewählt. Von einem Trend wird gesprochen, wenn $.05 > p < .10$.

4. Ergebnisse

4.1. Überprüfung der Hypothesen zu den psychischen Störungen von prominenten Singer-Songwritern

4.1.1. Überprüfung der Hypothese 1a

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger eine affektive Störung bzw. eine Borderline-Persönlichkeitsstörung bzw. eine narzisstische Persönlichkeitsstörung auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Tabelle 4: Die Verteilung der Störungsbilder 'narzisstische Persönlichkeitsstörung', 'Borderline-Persönlichkeitsstörung' und der 'affektiven Störungen' bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern und Ergebnisse des Exakten Tests nach Fisher:

Störungsbilder	Prominent (N=31)		Nicht prominent (N=31)		Fisher	Allgemein- bevölkerung
	N	%	N	%	p	%
Narzisstische PS	19	61.3	7	22.6	.004	<1
Borderline PS	1	3.2	0	0.0	-	3
Major Depression						
Derzeit	1	3.2	3	9.7	.612	16-20
Früher	5	16.1	7	22.6	.749	
Bipolar-I-Störung						
Derzeit	0	0.0	1	3.2	-	1-2
Früher	4	12.9	2	6.5	.336	
Bipolar-II-Störung						
Derzeit	0	0.0	0	0.0	-	
Früher	0	0.0	0	0.0	-	
Dysthyme Störung	0	0.0	1	3.2	-	2-4

Aus Tabelle 4 ist ersichtlich, dass sich die prominenten Singer-Songwriter hinsichtlich der narzisstischen Persönlichkeitsstörung signifikant von den nicht prominenten unterscheiden, und zwar insofern, als dass diese Persönlichkeitsstörung häufiger den

prominenten Singer-Songwritern zugrunde liegt. Für die Borderline-Persönlichkeitsstörung wurde keine Berechnung durchgeführt, da nur ein prominenter Singer-Songwriter solch eine Störung aufweist. Das gleiche gilt für die Bipolar-I-Störung/Derzeit, die bei nur einem nicht prominenten Singer-Songwriter vorliegt, die Bipolar-II-Störung, da diese bei keiner der beiden Gruppen vorkommt, und die Dys-thyme Störung, die nur bei einem aus der Gruppe der nicht prominenten Singer-Songwriter vorliegt. Hinsichtlich der Störungsbilder Major Depression Derzeit/Früher und der Bipolar-I-Störung/Früher ergeben sich keine signifikanten Unterschiede. Am Rande ist zu erwähnen, dass die beiden Störungsbilder narzisstische Persönlichkeitsstörung und Major Depression/Früher sowohl bei den prominenten als auch bei den nicht prominenten Singer-Songwritern die am häufigsten vorkommenden psychischen Auffälligkeiten sind. Betrachtet man die verschiedenen Störungsbilder zusammenfassend, so ergibt sich bei dem Vergleich, dass prominenten Singer-Songwriter ($n = 26$ (83.9%)) deutlich häufiger unter mindestens einer psychischen Störung leiden als nicht prominenten Singer-Songwriter ($n = 14$ (45.2%)). Dieser Unterschied ist im Chi-Quadrat-Test signifikant ($\chi^2(1) = 10.15$, $p = .001$).

Sowohl die prominenten als auch die nicht prominenten Singer-Songwriter weisen weitaus häufiger eine narzisstische Persönlichkeitsstörung auf als die deutsche Allgemeinbevölkerung. So zeigen die Werte der vorliegenden Untersuchung auf, dass bei 61,3% der prominenten Singer-Songwriter und bei 22,6% der nicht prominenten Singer-Songwriter eine narzisstische Persönlichkeitsstörung vorliegt, wohingegen das Störungsbild in der deutschen Allgemeinbevölkerung mit weniger als 1% vertreten ist (Lieb 2016). Nur ein prominenter Singer-Songwriter zeigte eine Borderline-Persönlichkeitsstörung auf (3,2%), was den Wert in der deutschen Allgemeinbevölkerung widerspiegelt. Hier liegt das Störungsbild bei etwa 3% vor (Lieb 2016). Hinsichtlich der affektiven Störungen verhält es sich so, dass 3,2% der prominenten und 9,7% der nicht prominenten Singer-Songwriter eine Major Depression/Derzeit sowie 16,1% der prominenten und 22,6% der nicht prominenten Singer-Songwriter eine Major Depression/Früher aufweisen. Letztere Zahlen stimmen mit den Prävalenzzahlen der deutschen Allgemeinbevölkerung überein, nach denen zwischen 16-20% an einer Depression leiden (Lieb 2016), wobei die von Lieb aufgeführten Werte nicht zwischen einer Major Depression/Derzeit und einer Major Depression/Früher unterscheiden. Keiner der prominenten und ein nicht prominenter Singer-Songwriter (3,2%) leidet unter einer Bipolar-I-Störung/Derzeit, wohingegen 12,9% der prominenten

ten und 6,5% der nicht prominenten Singer-Songwriter unter einer Bipolar-I-Störung/Früher leiden. Weder bei den prominenten noch bei den nicht prominenten Singer-Songwritern wurde eine Bipolar-II-Störung erfasst. Die Prävalenzzahlen der deutschen Allgemeinbevölkerung für bipolare affektive Störungen, hier nicht unterteilt in Bipolar-I-Störung/Derzeit und Bipolar-I-Störung/Früher, sowie auch nicht unterteilt in Bipolar-II-Störung/Derzeit und Bipolar-II-Störung/Früher, liegen bei 1-2% (Lieb 2016). Ein nicht prominenter Singer-Songwriter leidet unter einer Dysthymen Störung (3,2%) und keiner von den prominenten Singer-Songwritern. Die Prävalenzzahlen der deutschen Allgemeinbevölkerung liegt hier bei ca. 2-4% (Lieb 2016). Auf einen Signifikanztest wurde verzichtet, da die Erhebung der Prävalenzzahlen der Allgemeinbevölkerung und die Erhebung der Daten der vorliegenden Untersuchung sowie die Stichproben nicht miteinander verglichen werden kann, jedoch soll durch eine Gegenüberstellung dieser Daten das Verhältnis dargestellt werden.

4.1.2. Überprüfung der Hypothese 1b

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weisen häufiger Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit bzw. Substanzmissbrauch/-abhängigkeit auf als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Tabelle 5: Die Verteilung der Störungsbilder 'Alkoholmissbrauch/-abhängigkeit' und 'Substanzmissbrauch/-abhängigkeit' bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern und die Ergebnisse des Chi-Quadrat-Tests

Störungsbilder	Prominent (N=31)		Nicht prominent (N=31)		$\chi^2(1)$	p	Allgemeinbevölkerung %
	N	%	N	%			
Alkoholabhängigkeit	16	51.6	8	25.8	4.351	.037	3
Alkoholmissbrauch	6	19.4	9	29.0	0.791	.374	1.8
Substanzabhängigkeit	11	35.5	7	22.6	1.253	.263	-
Substanzmissbrauch	13	41.9	5	16.1	5.010	.025	-

Anhand der Ergebnisse lässt sich erkennen, dass sich die prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter hinsichtlich der Störungsbilder Alkoholabhängigkeit und Substanzmissbrauch signifikant voneinander unterscheiden. Dies bedeutet, dass die prominenten Singer-Songwriter häufiger alkoholabhängig sind und unter Sub-

stanzmissbrauch leiden als die nicht prominenten Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum. In Bezug auf die Störungsbilder Alkoholmissbrauch und Substanzabhängigkeit liegt zwischen den beiden Gruppen kein signifikanter Unterschied vor. Zu erwähnen ist hier, dass das strukturierte klinische Interview M.I.N.I. bei Vorliegen einer Abhängigkeit auf die Erhebung von Missbrauch verzichtet.

Bei der Zusammenfassung der Störungsbilder Alkoholmissbrauch und Alkoholabhängigkeit (prominente Singer-Songwriter: $n = 22$ (71%), nicht prominente Singer-Songwriter: $n = 17$ (54.8%)) ergibt sich kein signifikanter Unterschied zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern ($\chi^2(1) = 1.73$, $p = .189$). Bei der Zusammenfassung der Störungsbilder Substanzmissbrauch und Substanzabhängigkeit (prominente Singer-Songwriter: $n = 24$ (77.4%), nicht prominente Singer-Songwriter: $n = 12$ (38.7%)) ergibt sich ein signifikanter Unterschied zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern ($\chi^2(1) = 9.54$, $p = .002$).

Unter Alkoholmissbrauch leiden 19,4% der prominenten Singer-Songwriter und 29% der nicht prominenten Singer-Songwriter, wohingegen der Wert in der deutschen Allgemeinbevölkerung bei 1,8% liegt (Jacobi 2014). Eine Alkoholabhängigkeit weisen der vorliegenden Untersuchung nach 51,6% der prominenten Singer-Songwriter und 25,8% der nicht prominenten Singer-Songwriter auf, im Gegensatz zu 3% der deutschen Allgemeinbevölkerung (Jacobi 2014). Eine Unterteilung in Substanzmissbrauch beziehungsweise Substanzabhängigkeit wird von Jacobi (2014) nicht vorgenommen. Der Autor beschreibt lediglich den Konsum der Allgemeinbevölkerung hinsichtlich einzelner Substanzen, welcher weiter unten aufgeführt ist.

Von den 11 substanzabhängigen prominenten Singer-Songwritern waren 8 von Kokain abhängig, ein prominenter Singer-Songwriter von Stimulantien und zwei weitere von Marihuana. Von den insgesamt 7 nicht prominenten Singer-Songwritern waren 4 von Marihuana abhängig, zwei von Kokain und einer von Halluzinogenen. Der Substanzmissbrauch bezog sich bei den insgesamt 13 prominenten Singer-Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum bei 7 auf die Substanz Kokain, bei 4 auf Halluzinogene und bei zwei auf Marihuana. Bei den insgesamt 5 nicht prominenten Singer-Songwritern bezog sich der Substanzmissbrauch bei einer Person auf Halluzinogene und bei 4 auf die Substanz Marihuana. Da manche Probanden mehr als eine Substanz konsumierten, wurde sich bei der Auswertung auf die Substanz konzentriert, die am häufigsten eingenommen wurde.

Hier eine zusammenfassende Übersicht über die von den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern insgesamt konsumierten Substanzen.

Tabelle 6: Häufigkeitsverteilung der insgesamt konsumierten Substanzen.

Substanzen	Prominent (N=31)						Nicht prominent (N=31)						Konsum Fisher p
	Konsum		Abhängigkeit		Missbrauch		Konsum		Abhängigkeit		Missbrauch		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Stimul.	1	3.2	1	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	-
Kokain	17	54.8	8	25.8	7	22.6	7	22.6	2	6.5	0	0.0	.018
Halluzin.	12	38.7	0	0.0	4	12.9	4	12.9	1	3.2	1	3.2	.040
Marihuana	4	12.9	2	6.5	2	6.5	13	41.9	4	12.9	5	16.1	.021

Die Ergebnisse lassen erkennen, dass sich prominente und nicht prominente Singer-Songwriter in ihrem Konsum hinsichtlich der Substanzen Kokain, Halluzinogene und Marihuana signifikant voneinander unterscheiden und zwar insofern, als dass die prominenten Singer-Songwriter vermehrt Kokain und Halluzinogene zu sich nehmen, die nicht prominenten Singer-Songwriter hingegen vermehrt Marihuana. Keiner der beiden Gruppen konsumierte Narkotika, Schnüffelstoffe oder Tranquillantien und nur ein prominenter Singer-Songwriter konsumierte Stimulantien. Hinsichtlich des Substanzkonsums verhält es sich so, dass 54,8% der prominenten Singer-Songwriter und 22,6% der nicht prominenten Singer-Songwriter Kokain konsumieren und 0,6% der deutschen Allgemeinbevölkerung, 12,9% der prominenten Singer-Songwriter und 41,9% der nicht prominenten Singer-Songwriter konsumieren Marihuana, während 6,1% der deutschen Allgemeinbevölkerung diese Substanz konsumiert (Gomes de Matos 2016).

4.2. Überprüfung der Hypothesen zur Kreativität

4.2.1. Überprüfung der Hypothese 2a

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind kreativer als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Die prominenten Singer-Songwriter weisen eine durchschnittlich höhere Kreativität ($M = 54.55$, $SD = 11.34$, $N = 31$) auf als die nicht prominenten Singer-Songwriter ($M=49.45$, $SD = 12.90$, $N = 31$). Die Varianzen fallen in beiden Gruppen ähnlich hoch aus. Der Mittelwertunterschied verfehlt bei einseitiger Testung im t-Test für unabhängige Stichproben knapp die Signifikanz ($t(60) = 1.65$, $p = .052$), was bedeutet, dass die prominenten Singer-Songwriter tendenziell kreativer sind als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Die Effektstärke d beträgt hier 0.40 , was nach Cohen als mittlerer Effekt zu interpretieren ist.

4.2.2. Überprüfung der Hypothese 2b

Der Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz lässt sich durch die Kreativität erklären.

Um Hypothese 2b prüfen zu können, wird zunächst mit Hilfe des t-Tests für unabhängige Stichproben geprüft, ob sich die Probanden mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und die unter Substanzmissbrauch beziehungsweise Alkoholabhängigkeit leiden in ihrer Kreativität von den Probanden ohne solche Störungsbilder unterscheiden. Alle anderen Störungsbilder, die im Rahmen der Überprüfung von Hypothese 1a und Hypothese 1b bereits aufzeigten, dass hinsichtlich dieser keine signifikanten Unterschiede zwischen prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter zu erkennen sind, werden nicht in die Berechnung einbezogen. Der t-Test bei unabhängigen Stichproben erbrachte folgende Werte.

Tabelle 7: Mittelwertvergleiche der Kreativität über die verschiedenen Störungsbilder hinweg

	Diagnose	N	M	SD	t	df	Sig. (1-seitig)
Narzisstische Persönlichkeitsstörung	vorhanden	26	56.19	11.71	2.362	60	.011
	nicht vorhanden	36	48.97	12.00			
Substanzmissbrauch	vorhanden	18	57.78	6.99	2.344	6.73	.027
	nicht vorhanden	7	41.57	17.77			
Alkoholabhängigkeit	vorhanden	24	54,50	10,86	1,277	60	.104
	nicht vorhanden	38	50,42	13,05			

Die Ergebnisse zeigen auf, dass sowohl die Probanden mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung als auch diejenigen, die unter Substanzmissbrauch leiden hinsichtlich ihrer Kreativität einen signifikant höheren Mittelwert aufweisen als Probanden ohne solche Störungsbilder, sprich diese kreativer sind. Die Varianzen sind bei

Substanzmissbrauch nach dem Levene-Test nicht homogen ($F = 6,99, p = .017$). Bei dem Störungsbild Alkoholabhängigkeit ergeben sich keine signifikanten Kreativitätsunterschiede.

Für die Störungsbilder narzisstische Persönlichkeitsstörung und Substanzmissbrauch haben sich signifikante Ergebnisse ergeben, so dass Hypothese 2b anhand einer binär logistischen Regressionsanalyse weiteranalysiert werden kann.

Tabelle 8: Ergebnisse der binären logistischen Regressionsanalyse: AV Prominenz

	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Nagelkerkes R ²
Narzisstische Persönlichkeitsstörung	7.235	1	.007	4.80	.21
Kreativität	.694	1	.405	.98	
Substanzmissbrauch	2.122	1	.145	7.82	.52
Kreativität	3.437	1	.064	.86	

Anhand der Ergebnisse lässt sich erkennen, dass bei keinen der beiden Störungsbilder ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Kreativität und der Prominenz zu erkennen ist, sprich die Kreativität in keinen der beiden Fällen als Mediatorvariable fungiert.

4.2.3. Überprüfung der Hypothese 2c

Die Kreativität moderiert den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz.

Tabelle 9: Ergebnisse der binären logistischen Regressionsanalyse: AV Prominenz

	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Nagelkerkes R ²
Narzisstische Persönlichkeitsstörung	6.868	1	.009	2.613	.28
Kreativität	.252	1	.616	.799	
NP x Kreativität	2.896	1	.089	.452	

Der Interaktionsterm zwischen dem Störungsbild narzisstische Persönlichkeitsstörung und Kreativität verfehlt knapp die Signifikanz. Das heißt, die Kreativität mode-

riert nicht den Zusammenhang zwischen einer narzisstische Persönlichkeitsstörung und der Prominenz.

4.3. Hypothesen zur perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens bei prominenten Singer-Songwritern

4.3.1. Überprüfung der Hypothese 3a

Prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum sind hinsichtlich ihres Aussehens perfektionistischer eingestellt als nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum.

Vor den Mittelwertvergleichen zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern wird untersucht, ob die abhängigen Variablen in den jeweiligen Gruppen aus einer normalverteilten Grundgesamtheit stammen. In der Gruppe der prominenten Singer-Songwriter sind die Skalenwerte des 'Negativen Selbst' ($W(31) = .96$, $p = .277$) und der 'Sozialen Isolation' ($W(31) = .94$, $p = .106$) nach dem Shapiro-Wilk-Test normalverteilt. Hingegen sind die Skalenwerte des 'Perfektionismus' nicht normalverteilt ($W(31) = .78$, $p = .000$). In der Gruppe der nicht prominenten Singer-Songwriter sind alle drei Skalenwerte nicht normal verteilt (Negatives Selbst: $W(31) = .90$, $p = .008$; Perfektionismus: $W(31) = .89$, $p = .004$; Soziale Isolation: $W(31) = .84$, $p = .000$). Die Items, die nicht in die soeben aufgeführten Skalen hineinfallen und deshalb einzeln ausgewertet werden, weisen in den Gruppen der prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter keine Normalverteilung auf. Die genauen Angaben sind dem Anhang zu entnehmen (Anhang C).

Der t-Test bei unabhängigen Stichproben erbrachte folgende Werte:

Tabelle 10: Mittelwerte der Appearance Attitudes Scale (AAS) über die drei Faktoren 'Negatives Selbst', 'Perfektionismus' und 'Soziale Isolation'

	VP	N	M	SD	t	df	Sig. (1-seitig)	d
Negatives Selbst	prominent	31	13.84	4.65	2.435	60	.009	0.55
	Nicht prominent	31	11.29	3.51				
Perfektionismus	prominent	31	36.42	6.85	5.319	60	.000	1.48
	Nicht prominent	31	26.29	8.09				
Soziale Isolation	prominent	31	15.45	2.16	-4.215	60	.000	-1.00
	Nicht prominent	31	17.58	1.80				

Anhand der Werte lässt sich erkennen, dass sich die prominenten Singer-Songwriter in allen drei Faktoren 'Negatives Selbst', 'Perfektionismus' und 'Soziale Isolation' signifikant von den nicht prominenten Singer-Songwritern unterscheiden. Bei den prominenten Singer-Songwritern sind hinsichtlich der beiden Faktoren 'Negatives Selbst' und 'Perfektionismus' höhere Mittelwerte zu verzeichnen als bei den nicht prominenten Singer-Songwritern, hinsichtlich des Faktors 'Soziale Isolation' zeigen die prominenten Singer-Songwriter einen niedrigeren Mittelwert auf als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Beim Faktor Perfektionismus ist ein sehr starker Effekt zu erkennen, d.h. die prominenten Singer-Songwriter sind deutlich perfektionistischer hinsichtlich ihres äußeren Erscheinungsbildes eingestellt als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Bei der 'Sozialen Isolation' zeigt sich ebenfalls ein starker Effekt, aber in entgegengesetzte Richtung. Hier fühlen sich die prominenten Singer-Songwriter sozial isoliert, wenn sie sich als unattraktiv empfinden und einen tatsächlichen oder selbst wahrgenommenen äußerlichen Mangel haben, während sich die nicht prominenten Singer-Songwriter liebenswert, sozial integriert und begehrenswert fühlen. Hinsichtlich des 'Negativen Selbst' ergab sich ein mittlerer Effekt.

Wie Anhang C zu entnehmen ist, unterscheiden sich die prominenten Singer-Songwriter in den 9 Items mit den Nummern 3, 5, 6, 8, 20, 22, 24, 30, 31, welche nicht den drei Faktoren 'Negatives Selbst', 'Perfektionismus' und 'Soziale Isolation' zuzurechnen sind, signifikant von den nicht prominenten Singer-Songwritern und zwar insofern, als dass die prominenten Singer-Songwriter sich bei einem äußerlichen Mangel eher wie ein Nichts fühlen als die nicht prominenten Singer-Songwriter (Item 3), sich weniger stark von anderen beachtet fühlen (Item 5), sich wertloser fühlen (Item 6), eher das Gefühl haben, dass sich aufgrund ihres äußerlichen Mangels der Partner von ihnen trennen wird (Item 8), eher glauben, dass sie durch ihren äußerlichen Mangel weniger gut erfolgreich sein können (Item 20), das Leben als nicht lebenswert empfinden (Item 22), nie vollständig zufrieden mit ihrem Aussehen sind (Item 30) und gerne möchten, dass sich Leute in sozialen Situationen nach ihnen umdrehen (Item 31). Des Weiteren glauben die prominenten Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum weniger stark, dass sie sich mit ihrem Aussehen abfinden müssen und nichts daran ändern können (Item 24).

Hinsichtlich der restlichen 5 Items (Item 2 („Wie ich mein Aussehen empfinde, ist wichtiger, als was andere Personen über mein Aussehen denken“), Item 10 („Wenn ich hässlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, muss ich mich auf andere ver-

lassen können, um das tägliche Leben zu bewältigen“), Item 18 („Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich anderen trotzdem leicht vertrauen“), Item 27 („Ich bin sehr häßlich“), Item 33 („Ich muß nicht umwerfend sein, ich möchte nur mit anderen eins sein“)) liegt kein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen vor.

Die Effektstärke schwankt zwischen $d = -0.02$ und $d = 0.88$. Starke Effekte zeigen sich bei Item 30 mit $d = 0.88$ („Ich werde nie vollständig mit meinem Aussehen zufrieden sein“), Item 31 mit $d = 0.87$ („In sozialen Situationen müssen sich die Leute nach mir umdrehen“) und Item 24 mit $d = -0.79$. Bei letzterem verhält es sich so, dass die prominenten Singer-Songwriter weniger stark davon ausgehen, dass sie sich mit ihrem Aussehen abfinden müssen, da sie es doch nicht ändern können. Bei Item 2 mit $d = -0.02$ zeigt sich der schwächste Effekt. Hier sind die nicht prominenten Singer-Songwriter tendenziell stärker der Ansicht, dass es wichtiger ist wie man selbst sein Aussehen empfindet, als was andere Personen über ihr Aussehen denken. Danach folgt Item 10 mit $d = 0.22$ („Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, muß ich mich auf andere verlassen können, um das tägliche Leben zu bewältigen“) und Item 18 mit $d = -0.30$, wobei es hier den nicht prominenten Singer-Songwritern leichter fällt anderen zu vertrauen, wenn sie sich als häßlich empfinden.

Die prominenten Singer-Songwriter bewerteten von den 34 Items der Appearance Attitudes Scale Item-Nummer 4 am höchsten („Wenn ich mich in öffentlichen oder sozialen Situationen befinde, muß ich genau wissen, wie ich aussehe“), gefolgt von Item-Nummer 7 („Mein Aussehen muss zumindest durchschnittliche sein“) und Item-Nummer 9 („Aussehen ist alles für mich“). Die nicht prominenten Singer-Songwriter hingegen bewerteten Item-Nummer 11 am höchsten („Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem liebenswert sein“), gefolgt von Item-Nummer 7 („Mein Aussehen muss zumindest durchschnittliche sein“) und Item-Nummer 16 („Auch wenn ich häßlich bin und einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem mit Freunden übereinstimmen“).

4.3.2. Überprüfung der Hypothese 3b

Der Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und der perfektionistischen Einstellung hinsichtlich des Aussehens wird durch die Prominenz mediiert.

Zur Prüfung der Hypothese werden zunächst die Zusammenhänge zwischen der narzisstischen Persönlichkeitsstörung und den drei Skalen 'Negatives Selbst', 'Perfektionismus' und 'soziale Isolation' untersucht. Die narzisstische Persönlichkeitsstörung hängt weder mit der Skala 'Negatives Selbst' ($r = .07$, $p = .606$), noch mit der Skala 'Perfektionismus' ($r = -.12$, $p = .339$), noch mit der Skala 'Soziale Isolation' ($r = .11$, $p = .400$) zusammen. Da keine Zusammenhänge zwischen der narzisstischen Persönlichkeitsstörung und den drei Skalen bestehen, wird die Mediatorhypothese nicht weiter geprüft.

4.3.3. Überprüfung der Hypothese 3c

Die Prominenz moderiert den Zusammenhang zwischen einer Depression und der sozialen Isolation.

Geprüft wurde die Moderatorhypothese im Rahmen der linearen Regressionsanalyse, bei der die Prominenz, die Major Depression sowie der Interaktionsterm dieser beiden als Prädiktoren und die 'Soziale Isolation' als Kriterium eingingen. Der Moderator Prominenz zeigt keine Signifikanz ($b = -7.01$, $p = .128$), hingegen ist der Prädiktor Major Depression signifikant ($b = -8.35$, $p = .049$). Die Interaktion zwischen Prominenz und dem Störungsbild Major Depression ist signifikant ($b = 4.68$, $p = .048$), was bedeutet, dass der Unterschied in der sozialen Isolation zwischen den Singer-Songwritern, die unter einer Major Depression leiden und Singer-Songwriter, die nicht unter einer Major Depression leiden abhängig von der Prominenz ist. Die vorliegende Moderatorhypothese kann somit bestätigt werden.

Wie Abbildung 4 zeigt, ist der Effekt des Störungsbildes Depression auf die soziale Isolation bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern gegenläufig. Prominente Singer-Songwriter, die unter einer Major Depression leiden, fühlen sich sozial isolierter als prominente Singer-Songwriter ohne eine solche Störung, wohingegen sich die nicht prominenten Singer-Songwriter ohne eine Major Depression sozial isolierter fühlen als die nicht prominenten Singer-Songwriter mit einer Major Depression. Insgesamt zeigen die Ergebnisse also auf, dass bei prominenten Singer-Songwritern mit einer Major Depression die soziale Isolation am höchsten ausgeprägt ist.

Bei den Simple Slope Analysen zeigt sich in der Gruppe der prominenten Singer-Songwriter tendenziell ein Unterschied zwischen depressiven und nicht depressiven

in der sozialen Isolation ($b = -3.67$, $p = .070$). Im Gegensatz dazu verhält es sich so, dass bei den nicht prominenten Singer-Songwritern kein Unterschied zwischen Personen mit einer und ohne eine Depression in der sozialen Isolation besteht ($b = 1.01$, $p = .398$).

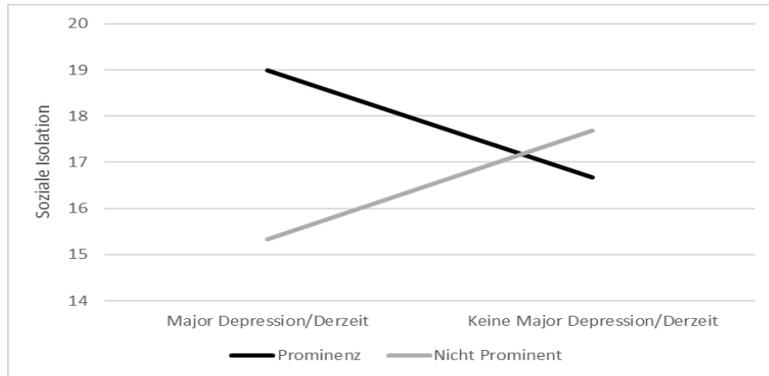


Abbildung 4: Interaktion zwischen Prominenz und dem Störungsbild Major Depression/Derzeit hinsichtlich der sozialen Isolation

5. Diskussion

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit war zunächst die Frage, wie es um das psychische Befinden prominenter Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum bestellt ist, wie sie sich in diesem von nicht prominenten Singer-Songwritern unterscheiden und welchen Einfluss das Konstrukt Kreativität auf die Prominenz hat. Zuletzt wurde die perfektionistische Einstellung hinsichtlich des Aussehens Prominenter näher beleuchtet. Grund dieser Überlegungen ist es mehr Licht auf den Personenkreis der Prominenten zu werfen, welcher wissenschaftlich bisher kaum diskutiert wurde, und die Forschung auf diesem Gebiet voranzutreiben.

Die Literatur zeigt auf, dass Musik Performer vermehrt unter einer affektiven Störung (Ludwig 1992; Raeburn 2000; Mula 2009, Wintersgrill 1994), einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung (Young & Pinsky 2006; Vaknin 2001, Lachkar 2004, Bandelow 2007) und einer Borderline-Persönlichkeitstörung (Bandelow 2007) leiden, außerdem wird ein vermehrter Konsum von diversen illegalen Substanzen sowie Alkohol konstatiert (Ludwig 1992; West 2004; Shapiro 1988; Curry 1968; Taki 1969; Breitenfeld 2008; Groce 1991; Boyd 1992, Raeburn 2000; Bellis 2007; Mula 2009). West (2004) und Breitenfeld (2008) betonen, dass musikalische Performanz mit zu den schwierigsten und anspruchsvollsten menschlichen Tätigkeiten zählt und es von daher nicht verwunderlich ist, dass viele in diesem Bereich zu künstlichen Hilfsmitteln greifen, um psychisch oder physisch den Anforderungen stand halten zu können und Belastungen wie Anspannung, Ängste und Lampenfieber, die sich nachteilig auf einen gelungenen Auftritt auswirken können, in den Griff zu bekommen. Auch Boyd (1992) führt auf, dass der vermehrte Konsum von Alkohol und Drogen schüchternes und selbstkritisches Verhalten sowie Ängste und andere unangenehme Gefühle reduziert, die Inspiration verstärkt und neue Sichtweisen ermöglicht. Prus & Irini (1980) erwähnen die vereinfachte Zugänglichkeit zu Alkohol und Drogen im Musikgeschäft und die Tatsache, dass der Gebrauch dieser Substanzen weitgehend als selbstverständlich angesehen wird. Groce (1991) wiederum führt die Flucht aus der Langeweile auf, da prominenten Musik Performern der Ablauf einer Liveperformance bereits vertraut ist und die Aufregung des Neuen seinen Glanz verloren hat. Von einer engen Verbindung von Prominenz und einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung wird insofern ausgegangen, als dass Personen mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung süchtig danach sind berühmt zu sein, da der Prominentenstatus wichtige

Funktionen erfüllt, die dem Narzissten als wesentlich erscheinen, wie Macht zu haben, anerkannt, angebetet und ehrfürchtig behandelt zu werden (Vaknin 2001, Bandelow 2007). Und auch für Lasch (in Young & Pinsky 2006) lässt die Beobachtung der engen Verbindung einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und Prominenz darauf schließen, dass die Unterhaltungsbranche besonders anziehend auf Personen mit narzisstischen Tendenzen wirkt, da in diesem Bereich die Phantasie von Erfolg, Macht und Ruhm stark angeheizt wird. Als weitere Persönlichkeitsstörung, die bei Prominenten zu beobachten ist, nennt Bandelow (2007, 2010) die Borderline-Persönlichkeitsstörung. Bandelow nimmt an, dass diejenigen Künstler, „die das charakteristische Muster aus Sucht, Depression, Suizidalität und sexuelle Störungen zeigten, die Kriterien einer Borderline-Persönlichkeitsstörung erfüllten“ (S.146). Des Weiteren “[...] fällt übrigens auf, dass die Musiker und Schauspieler, also diejenigen, die ihren Erfolg ohne zeitlichen Verzug auf der Bühne einheimen können, deutlich häufiger das Borderline-Spektrum erfüllten als die Künstler, die oft lange auf die Früchte ihres Schaffens warten müssen, wie etwa Komponisten und Autoren“ (Bandelow 2007, S.146). Die Verbindung einer affektiven Störung und Prominenz beschreiben Mula (2009) und Ludwig (1992) dahingehend, als dass ihrer Ansicht nach Stimmungsschwankungen mit einer Tendenz zur Depression förderlich auf die Kreativität des Künstlers wirken, was wiederum den beruflichen Erfolg begünstigt. Auf Grundlage dieser Beobachtungen prüft die vorliegende Arbeit zunächst, ob die soeben aufgeführten Störungsbilder tatsächlich häufiger bei prominenten Musik Performern, hier prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum, als bei nicht prominenten Singer-Songwritern zu beobachten sind.

Die Ergebnisse zeigen auf, dass den prominenten Singer-Songwritern signifikant häufiger eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zugrunde liegt als den nicht prominenten Singer-Songwritern. Dieser gefundene Unterschied stimmt mit den Untersuchungsergebnissen von Young & Pinsky (2006), Vaknin (2001) und der Annahme von Bandelow (2007) überein. Außerdem lassen die Ergebnisse erkennen, dass bei prominenten Singer-Songwritern signifikant häufiger eine Alkoholabhängigkeit und Substanzmissbrauch zu beobachten ist als bei nicht prominenten Singer-Songwritern. Für die restlichen Störungsbilder ergeben sich keine signifikanten Ergebnisse. Hypothese 1a und Hypothese 1b kann somit nur teilweise bestätigt werden. Dass die Ergebnisse für die Störungsbilder Alkoholmissbrauch, Substanzabhängigkeit, affektive Störungen und der Borderline-Persönlichkeitsstörung nicht signi-

fikant ausfallen, in der Literatur jedoch häufig als vorhanden beschrieben werden, kann damit zusammenhängen, dass es sich bei den interviewten Singer-Songwritern aus dem deutschsprachigen Raum um einen prominenten Personenkreis handelt und nicht um Stars, die weltweiten Ruhm erlangt haben. Die beiden Phänomene „Star“ und „Prominenz“ entstammen zwar demselben Ursprung, werden jedoch in der Literatur einer strikten begrifflichen Trennung unterzogen und zwar insofern, als dass es sich bei Stars um einen Personenkreis handelt, der in der Regel bekannter und aufmerksamkeitsstärker ist und einen noch höheren Nachrichtenwert mit sich zieht als der Personenkreis der Prominenten (vgl. Hagendorf 1999, Rustemeyer 1997). Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass Stars in der Musikbranche, besonders in ihrer Position als Singer-Songwriter, in der sie vor einer noch größeren Anzahl an Rezipienten und verstärkten medialen Zuwendung im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen, ein noch breiteres Spektrum an psychischen Störungen und Suchtverhalten aufweisen. Eine weitere Erklärung, weshalb sich hinsichtlich der affektiven Störungen, der Borderline-Persönlichkeitsstörung sowie der Substanzabhängigkeit keine signifikanten Ergebnisse ergaben kann darin begründet sein, dass den prominenten Singer-Songwritern bewusst ist, dass sich dies nachteilig auf ihren Karriereverlauf niederschlagen kann und sie sich aufgrund dessen frühzeitig darum bemüht haben dem entgegenzuwirken. So halten Groce (1991) und Boyd (1992) in ihren Veröffentlichungen fest, dass sich viele prominente Musiker bewusst darüber sind, dass bei einer Substanzabhängigkeit die Performanceleistung nachlässt und immer weiter abnimmt. Groce schreibt hierzu, dass durch die Einnahme diverser Substanzen die Kreativität erhöht und das Bewusstwerden von Feinheiten in der Qualität der Musik verfeinert wird, was das signifikante Ergebnis bei Substanzmissbrauch hinsichtlich der vorliegenden Studie erklären könnte, jedoch durch das Beobachten der negativen Konsequenzen bei Kollegen und durch besseres abschätzen des eigenen Limits durch langjährige Erfahrungen auf der Bühne die potentiellen Gefahren erkannt werden, die mit Abhängigkeitserscheinungen einhergehen.

Fasst man Alkoholmissbrauch und Alkoholabhängigkeit zu Alkoholkonsum zusammen und Substanzmissbrauch und Substanzabhängigkeit zu Substanzkonsum zeigt sich kein signifikantes Ergebnis hinsichtlich des Alkoholkonsums zwischen den prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern, jedoch ein signifikantes Ergebnis zwischen den beiden Gruppen hinsichtlich des Substanzkonsums. Dies kann damit begründet werden, dass die prominenten Singer-Songwriter häufiger unter einer Alko-

holabhängigkeit und die nicht prominenten Singer-Songwriter häufiger unter Alkoholmissbrauch leiden, somit ein weitgehend aufhebender Effekt vorliegt. Hinsichtlich des Substanzkonsums verhält es sich jedoch so, dass die prominenten Singer-Songwriter sowohl eine vermehrte Substanzabhängigkeit aufweisen als auch vermehrt unter Substanzmissbrauch leiden, weshalb hier ein signifikanter Unterschied zu erkennen ist. Betrachtet man die Störungsbilder narzisstische Persönlichkeitsstörung, Borderline-Persönlichkeitsstörung und affektive Störungen zusammenfassend, zeigt der Vergleich, dass die prominenten Singer-Songwriter deutlich häufiger unter mindestens einem dieser Störungsbilder leiden als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Bei den nicht prominenten Singer-Songwritern leiden weniger als die Hälfte unter mindestens einer oben aufgeführten psychischen Störung. Dieses Ergebnis stimmt mit den Untersuchungen von Young & Pinsky (2006), Vaknin (2001), Ludwig (1992) und den Aufführungen von Bandelow (2007) überein. Im Vergleich zur deutschen Allgemeinbevölkerung zeigen die Werte auf, dass sowohl die prominenten als auch die nicht prominenten Singer-Songwriter weitaus häufiger eine narzisstische Persönlichkeitsstörung aufweisen als die deutsche Allgemeinbevölkerung und auch Alkoholmissbrauch und Alkoholabhängigkeit liegt bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern deutlich häufiger vor als bei der deutschen Allgemeinbevölkerung. Diese Ergebnisse sprechen dafür, dass besonders Musik Performer, unabhängig davon, ob diese prominent sind oder nicht, anfällig für die Störungsbilder narzisstische Persönlichkeitsstörung, Alkoholmissbrauch und Alkoholabhängigkeit sind.

Neben der Betrachtung der psychischen Störungen sowie des Alkoholbeziehungsweise Substanzmissbrauchs und der Alkoholbeziehungsweise Substanzabhängigkeit prominenter und nicht prominenter Singer-Songwriter wird in der vorliegenden Untersuchung dem Konstrukt Kreativität eine besondere Bedeutung beigemessen. Zunächst wird die Frage näher beleuchtet, ob prominente Singer-Songwriter kreativer sind als nicht prominente Singer-Songwriter. Aufgrund der Tatsache, dass die prominenten Singer-Songwriter der vorliegenden Studie in Besitz des Musikpreises 'ECHO' und/oder 'Goldene Schallplatte' sind, werden sie dem Personenkreis der Elite zugeordnet, welche sich durch erhöhte Leistung und Erfolg auszeichnet und definiert. Nach Dreitzel (1962) wird die Elite von denjenigen Inhabern einer Spitzenposition gebildet, die für sich eine außerordentliche Leistung verzeichnen können und zu den Besten ihres Faches gehören. Doch reicht die Eliteselektion allein nach dem Leistungsprinzip nicht aus, so der Autor, der darauf hinweist, dass

zusätzlich zur Leistung auch Erfolg auf einem bestimmten Gebiet vorliegen muss, was als wesentliches Merkmal elitärer Qualifikationen gilt. Die Gruppe der Elite kann nicht mit der Gruppe der Prominenten gleichgesetzt werden. Beides sind koexistierende, voneinander unabhängigen Gruppen, die unter Umständen eine Schnittmenge bilden können, aber nicht müssen (vgl. Schneider 2004). So kann eine zur Elite zugehörige Person als prominent gelten, wenn sie innerhalb des fachlichen Umfeldes weitläufig bekannt ist, oder sogar darüber hinaus. Andersherum kann eine prominente Person zur Elite gehören, wenn sie auf ihrem fachlichen Gebiet außerordentliche beziehungsweise überdurchschnittlich hervorragende Leistungen bringt. Da die Auszeichnung des Musikpreises 'ECHO' und/oder 'Goldene Schallplatte' auf eine übertragende Leistung hinweist, was dazu führt, dass die prominenten Singer-Songwriter, die in Besitz eines solchen Musikpreises sind, dem Personenkreis der Elite zuzuordnen sind, sprich hier eine Schnittmenge von Prominenz und Elite gebildet wird, liegt die Vermutung nahe, dass die prominenten Singer-Songwriter kreativer sind als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Insgesamt zeigen sich keine signifikanten Ergebnisse auf, sprich die prominenten Singer-Songwriter sind, entgegen der Vermutung, nicht kreativer als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Dies könnte daran liegen, dass der angewendete Kreativitätstest „Test zum schöpferischen Denken-Zeichnerisch“ nicht in der Lage ist die künstlerischen Fähigkeiten auf musikalischer Ebene zu erfassen. Singer-Songwriter beschäftigen sich mit dem Texten von Liedern und kreieren von Melodien, da es jedoch kein Erhebungsinstrument für diesen Bereich gibt, musste auf ein Instrument zurückgegriffen werden, welches allgemeine Aspekte der Kreativität in den Vordergrund rückt.

Die Annahme einer Verbindung von erhöhter Kreativität auf der einen und dem Vorliegen einer psychischen Störung auf der anderen Seite geht zurück auf Aristoteles und wird in der Literatur vielfach diskutiert (Lombroso 1892; Galton 1869; Götz und Götz 1979; McNeil 1971; Andreasen 1987; Cattell & Drevdahl 1958; Jamison 1990; Rothenburg 1990; Lauronen 2004; Evans 1999; Richards 1988; Post 1994, Ludwig 1992, Kraft 1986). Häufig wird beobachtet, dass Künstler in vielerlei Hinsicht ungewöhnlich sind und eine unausgeglichene Psyche aufweisen, die sich einerseits negativ auf die kreative Schaffenskraft auswirken kann, andererseits jedoch auch vorteilhaft in Form eines Trägers für Motivation, Unkonventionalität, Vorstellungskraft und Inspiration, was unbedingt notwendig ist für neue Durchbrüche und Entdeckungen. Das besonders Künstler zu persönlichen Krisen und psychischen Störungen neigen wird

zum einen von Kraft (1986) sowie von Goodwin & Jamison (1990) betont, zum anderen weisen eine Reihe weiterer wissenschaftlicher Studien eine enge Verbindung von psychischen Störungen und erhöhter Kreativität auf, wie beispielsweise die von Jamison (1995), Rothenburg (1990), Lauronen (2004), Post (1994) und Ludwig (1992, 1995). Vorliegende Arbeit führt ebenfalls das Konstrukt Kreativität und das Thema psychische Störungen bei Beantwortung der Frage zusammen, ob sich der Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz durch die Kreativität erklären lässt. Oder anders ausgedrückt: Führen psychische Störungen tatsächlich zu einer erhöhten Kreativität, was wiederum den beruflichen Erfolg bis hin zu Prominenz begünstigt? Die Berechnungen ergeben keine signifikanten Ergebnisse, sprich die Kreativität erklärt nicht den vermuteten Zusammenhang zwischen psychischen Störungen und Prominenz. Die Werte zeigen auf, dass sowohl die narzisstische Persönlichkeitsstörung als auch Substanzmissbrauch mit einer erhöhten Kreativität einhergehen, dass sich jedoch die Prominenz nicht durch die Kreativität vorhergesagt werden lässt kann auch hier damit zusammenhängen, dass der angewendete Test nicht die musikalische Kreativität misst, sondern die allgemeinen kreativen Fähigkeiten beleuchtet.

Als nächstes rückt vorliegende Untersuchung die narzisstische Persönlichkeitsstörung unter Einbindung der Moderatorvariable Kreativität in den Fokus der Aufmerksamkeit, indem der Frage nachgegangen wird, ob das Konstrukt Kreativität den Effekt einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung auf die Prominenz verstärkt. Die enge Verbindung von narzisstischer Persönlichkeitsstörung und Prominenz wird von den Autoren Young & Pinsky (2006), Vaknin (2001) und Bandelow (2007) näher erläutert (vgl. Kapitel 2.1.3) und konnte im Rahmen der ersten Hypothese bestätigt werden. Dem verstärkenden Effekt der Kreativität auf diese Verbindung kommt nun in einer weiterführenden Analyse hierbei besondere Bedeutung zu. Die Ergebnisse zeigen auf, dass die Annahme nicht bestätigt werden kann. Dies lässt darauf schließen, dass allein eine narzisstische Persönlichkeitsstörung zu Prominenz führen kann und nicht noch eine erhöhte Kreativität hinzutreten muss, um diesen Status zu erreichen.

Davon ausgehend, dass Personen des öffentlichen Lebens auf die stetige Aufmerksamkeit des Publikums und der Medien angewiesen sind, um ihren Prominentenstatus aufrecht erhalten zu können und aufgrund dessen meist danach bestrebt sind sich in vorteilhaftem Licht zu präsentieren, wurde die Frage aufgeworfen, inwiefern

prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum hinsichtlich ihrer optischen Erscheinung nach Perfektion streben. Das eigene Erscheinungsbild, welches die Prominenten der Öffentlichkeit präsentieren, wird durch äußere Merkmale geprägt, was eine intensive Beschäftigung mit diesem unumgänglich macht. Die bewusste Auseinandersetzung Prominenter mit dem eigenen Erscheinungsbild und der strategische und taktische Einsatz von diesem gegenüber ihrer sozialen Umgebung im Rahmen der Selbstdarstellung (vgl. Kapitel 2.4.4.1) zeigt auf, dass eine intensive Beschäftigung mit der eigenen optischen Erscheinung besonders bei Künstlern, die im Fokus der Aufmerksamkeit stehen und mit einem großen Publikum interagieren, wie beispielsweise Sänger und Schauspieler, im Gegensatz zu beispielsweise Regisseure oder Schriftsteller, auf eine besondere Weise mit dem Verhältnis zur Umwelt gekoppelt ist. In diesem Sinne ist die Impression-Management-Theorie hervorzuheben, nach der Individuen den Eindruck, den sie auf andere Personen machen, kontrollieren, sprich beeinflussen, steuern und manipulieren (vgl. Mummendey 1995, S.111). Außerdem spielt körperliche Attraktivität im Zusammenhang mit Sympathie eine bedeutsame Rolle (Forgas 1999), da gemäß des Attraktivitätsstereotypen der Bewertungsfehler „what is beautiful is good“ (Dion et al. 1972) eine nicht außer Acht zu lassende Rolle in der Beurteilung anderer Menschen einnimmt, weshalb sich häufig um ein perfektes Erscheinungsbild bemüht wird, was besonders für Personen des öffentlichen Lebens, die auf Sympathie angewiesen sind, um ihren Prominentenstatus zu erhalten, gilt. Überhaupt werden attraktiven Personen im Sinne des „Halo-Effekts“ eine Reihe positiver Eigenschaften zugeschrieben (Throndike 1920), weshalb häufig ein perfektes Aussehen angestrebt wird. Besonders für Musik Performer spielt das Merkmal 'Attraktivität', als klassische Variable für Halo-Effekte, eine wichtige Rolle, so Borgstedt (2008). Inwieweit perfektes Aussehen für prominente Singer-Songwriter vor diesem Hintergrund tatsächlich von Bedeutung ist, wurde im Rahmen der vorliegenden Studie geprüft. Perfektionismus bezüglich des eigenen Aussehens wurde dabei durch die Appearance Attitudes Scale (Veale 1996) operationalisiert. Die Ergebnisse zeigen wie vermutet auf, dass die prominenten Singer-Songwriter hinsichtlich ihres äußeren Erscheinungsbildes deutlich perfektionistischer eingestellt sind als die nicht prominenten Singer-Songwriter. Interessant ist hierbei zu erwähnen, dass sich die prominenten Singer-Songwriter als sozial isoliert, weniger liebenswert und weniger begehrenswert fühlen, wenn sie sich als unattraktiv empfinden, was darauf hinweist, wie eng für sie das äußere Erscheinungsbild mit dem Selbstwert verbunden ist. Auf die enge Verbindung von physischer Attraktivität und

Anziehung kommt Henss (1992) zu sprechen, der festhält, dass diejenigen Personen, die als schön beurteilt werden, auch diejenigen sind, die als attraktiv und sexuell begehrenswert gelten: „Schönheit gleich physische Attraktivität gleich sexuelle Anziehung“ (S.207). Wie in Kapitel 2.4.4.2.1 näher beschrieben, gibt es eine grundsätzliche Dichotomie der Aufmerksamkeit, nämlich das Richten der alleinigen Aufmerksamkeit auf die eigene Person (objective self-awareness) oder aber auf Objekte der Umwelt, wobei im Zustand der Selbstaufmerksamkeit nicht unbedingt die gesamte Person im Fokus der eigenen Aufmerksamkeit steht, sondern es können alle möglichen einzelnen Aspekte der Person kognitiv beleuchtet werden (Duval & Wicklund 1972, in Mummendey 1995). Außerdem wird zwischen privater Selbstaufmerksamkeit und öffentlicher Selbstaufmerksamkeit unterschieden, wobei es sich hier so verhält, dass Personen mit ausgeprägter privater Selbstaufmerksamkeit ihr Augenmerk vornehmlich auf private Aspekte ihres Selbst richten, wie beispielsweise die eigene Einstellung oder Beweggründe für ihr Verhalten, während Personen mit hoher öffentlicher Selbstaufmerksamkeit sich eher um das äußerlich beobachtbare, wie beispielsweise um Merkmale ihres Aussehens und ihr eigenes Auftreten, kümmern (Mummendey 1995, S.68). Dass die prominenten Singer-Songwriter ein perfektes optisches Erscheinungsbild anstreben zeigt eine erhöhte öffentliche objektive Selbstaufmerksamkeit auf, und das dieses Bestreben kontrolliert angestrebt und überwacht wird weist darauf hin, dass es sich bei den prominenten Singer-Songwritern um eine Personengruppe handelt, die als high self-monitorer, im Gegensatz zu low self-monitorer, bezeichnet wird (Snyder 1974, in Mummendey 1995). High self-monitorer sind dadurch gekennzeichnet, so der Autor, dass sie „im Alltagsleben ihre eigene Person je nach Definition und Anforderung einer gegebenen Situation möglichst wirksam zur Geltung bringen. Solche high self-monitorer fragen sich in sozialen Situationen: „Who does this situation want me to be and how can I be that person?“. Personen mit geringem Grad an self-monitoring lassen dagegen im Alltagsleben die wechselnden Erfordernisse der Situation eher unberücksichtigt und bringen in der Art ihrer Selbstdarstellung ihre inneren Prinzipien und Einstellungen zur Geltung. Sie fragen sich in sozialen Situationen stattdessen: „Who am I and how can I be me in this situation?“ (S.89). Insgesamt kann festgehalten werden, dass es sich bei den prominenten Singer-Songwriter um high self-monitorer handelt, bei denen eine öffentliche Selbstaufmerksamkeit im Vordergrund steht, welche sich auf das Körperkonzept als Teilkonzepts des Selbstkonzepts (vgl. Kapitel 2.4.6) konzentriert.

Da das Phänomen der Prominenz eng mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung verbunden ist (Young & Pinsky 2006, Vaknin 2001, Bandelow 2007) und besonders Prominente auf ein perfektes optisches Erscheinungsbild achten, um sich durch dieses gegenüber ihren Rezipienten vorteilhaft präsentieren zu können (vgl. Kapitel 2.4.7), geht vorliegende Studie davon aus, dass sich eine narzisstische Persönlichkeitsstörung günstig auf den Prominentenstatus auswirkt, welcher wiederum eine perfektionistische Einstellung hinsichtlich des eigenen optischen Erscheinungsbildes nach sich zieht. Die Ergebnisse lassen erkennen, dass eine solche Beziehung nicht besteht, sprich die Prominenz nicht, wie erwartet, den Zusammenhang zwischen einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung und dem Streben nach einem perfekten optischen Erscheinungsbild erklärt.

Abschließend geht vorliegende Arbeit der Fragestellung nach, ob die Prominenz den Einfluss einer Major Depression auf die soziale Isolation verstärkt. Eine kausale Beziehung von Depression und sozialer Isolation hebt nicht nur Wisener (in Günther 1978) in Form des interaktionstheoretischen Ansatzes hervor, welcher in Kapitel 2.1.4.2 eingehend beschrieben wurde, sondern auch Kubacki (in Günther 1978), Blöschl (1975) und Lauth et al. (1987) vertreten die Ansicht, dass Depression und soziale Isolation eng miteinander zusammenhängen. Die Auffassung der vorliegenden Arbeit, nämlich dass die Moderatorvariable Prominenz den Effekt einer Major Depression auf die soziale Isolation verstärkt liegt darin begründet, dass nicht nur das Vorliegen des Störungsbildes Depression mit Einsamkeit und sozialer Isolation einhergehen kann, sondern häufig auch beruflicher Erfolg (vgl. Joiner 2011). Die Ergebnisse zeigen auf, dass der Unterschied im Gefühl der sozialen Isolation zwischen den Singer-Songwritern mit und ohne einer Depression abhängig von der Prominenz ist. Die vorliegende Moderatorhypothese wurde somit bestätigt. Der Effekt des Störungsbildes Depression auf die soziale Isolation bei prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern verhält sich gegenläufig. Prominente Singer-Songwriter, die unter einer Major Depression leiden, fühlen sich sozial isolierter als prominente Singer-Songwriter ohne eine solche Störung, während es sich bei den nicht prominenten Singer-Songwritern andersherum verhält. Hier ist zu beobachten, dass sich die nicht prominenten Singer-Songwriter ohne eine Major Depression sozial isolierter fühlen als die nicht prominenten Singer-Songwriter mit einer Major Depression. Die Ergebnisse machen somit deutlich, dass, wie vermutet, bei prominenten Singer-

Songwritern mit einer Major Depression die soziale Isolation am höchsten ausgeprägt ist.

5.1. Limitationen und Stärken der Untersuchung

Die vorliegende Arbeit unterliegt bestimmten methodischen und inhaltlichen Limitierungen, welche im Folgenden genannt werden sollen, weist aber auch Stärken auf, die nicht außer Acht zu lassen sind.

Zum einen handelt es sich um eine Querschnittstudie, sprich es gibt nur einen Messzeitpunkt, an dem die Daten erhoben werden. Hierdurch lassen sich zwar Zusammenhänge zwischen Variablen erkennen, jedoch keine Rückschlüsse auf eine zeitliche Entwicklung oder intraindividuelle Veränderungen schließen. Es sind auch keine Aussagen über kausale Zusammenhänge möglich. Da sich das Forschungsinteresse jedoch auf aktuelle Strukturen konzentriert und nicht auf Zeitverläufe, ist die Querschnittsuntersuchung ein geeignetes Vorgehen. Zum anderen ist als methodischer Kritikpunkt ein grundlegendes Problem von Persönlichkeitsinventaren in Form von Fragebogenverfahren, wie die angewendete Appearance Attitudes Scale, zu nennen. Es ist fraglich, ob die an der Studie teilnehmenden Personen ihre Wahrnehmungen und Bewertungen zur eigenen Person ehrlich und offen darzulegen bereit sind. Das Gleiche gilt auch für das Interview mit den beiden Instrumenten M.I.N.I. und SKID. Auch hier kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, dass die interviewten Personen ehrlich auf die Fragen antworteten und nicht doch die unerwünschte Antworttendenz entsteht, sich selbst auf sozial erwünschte Weise darzustellen. Besonders ist in dieser Studie zu berücksichtigen, dass es sich bei den prominenten Singer-Songwritern um einen Personenkreis handelt, der im Fokus der Öffentlichkeit steht und deshalb umso besorgter ist, dass brisante Details nach außen dringen. Um diese Befürchtung weitgehendst aufzuheben und die Auswirkung dieses Störfaktors zu begrenzen, wurde bereits im Rahmen der Rekrutierung mitgeteilt, dass keine Namen veröffentlicht werden und hierdurch Anonymität und Vertraulichkeit gewährleistet wird.

Hinsichtlich des Erhebungsinstruments „Test zum schöpferischen Denken-Zeichnerisch“, bei dem es nicht um die Fähigkeiten zu zeichnen geht, sondern darum zu überprüfen wie unkonventionell gedacht und gehandelt wird, ist als Limitation aufzuführen, dass zwar kreative Komponenten wie „Weiterführung vorgegebener Fragmente“, „Ergänzung oder Ausgestaltung“ oder „Perspektive“ erfasst werden, nicht aber Kreativität in Form von Texten von Liedern und kreieren von Melodien, was die

Tätigkeitsschwerpunkte von Singer-Songwritern darstellt. Außerdem ist als Limitation die geringe Stichprobengröße der an der Studie teilnehmenden prominenten und nicht prominenten Singer-Songwritern zu nennen, wobei hier zu bedenken ist, dass es sich um einen nur schwer zugänglichen Personenkreis handelt. Zuletzt ist die Repräsentativität der Studie zu hinterfragen, da die Stichprobe aufgrund der begrenzten Rekrutierungsmöglichkeiten nicht gegeben war.

Als Stärken der vorliegenden Studie ist hervorzuheben, dass nicht nur der Fokus auf einen sehr selten untersuchten Personenkreis, nämlich der Prominenten, geworfen und hierdurch ein wissenschaftlich nur unzureichend beleuchtetes Themengebiet aufgegriffen wird, sondern vor allem werden die wenigen wissenschaftlichen Arbeiten, welche der Limitation von Biographierecherchen unterliegen, um eine Arbeit auf der Grundlage persönlich geführter Gespräche, unter Einbezug von unter anderem der beiden standardisierten Interviews M.I.N.I. und SKID, ergänzt. Als weitere Stärke der vorliegenden Arbeit ist aufzuführen, dass auf stricte Ein- und Ausschlusskriterien geachtet und bereits im Vorfeld eine weitgehende Parallelisierung in den Eigenschaften Alter und Geschlecht durchgeführt wurde, um eine erhöhte Vergleichbarkeit zwischen der Gruppe der prominenten und nicht prominenten Singer-Songwriter zu gewährleisten.

5.2. Forschungsausblick

Im Alltag werden wir tagtäglich über verschiedene Kanäle sowie verstärkt durch Social Media Plattformen mit Medienstars konfrontiert, weshalb das gesamte Thema Prominenz immer stärker in den Mittelpunkt unserer Gesellschaft rückt. Dennoch bestehen akademische Berührungsängste gegenüber diesem Gegenstand und es ist eine „auffällige Diskrepanz zwischen der Dauerpräsenz der Prominenten in den Medien (und damit im Alltag eines großen Publikums) und ihrem Fehlen als wissenschaftliches Forschungsobjekt“ zu beobachten (Peters 1996, S.196). Und auch Wenzel (2000) hält fest, dass „obschon Prominenz längst ein Normalphänomen der Alltagswelt ist, ist sie als Gegenstand theoretischer Reflexion und empirischer Forschung [...] vernachlässigt worden“ (S.453). Dem schließen sich Hargreaves (1997), Young & Pinsky (2006), Scheider (2004) und Borgstedt (2008) an. Die vorliegende, interdisziplinäre Arbeit führt verschiedene Aspekte aus Psychologie, Soziologie und Kulturwissenschaft bei der Beantwortung der Frage zusammen, wie es um den wissenschaftlich nur selten untersuchten Personenkreis der Prominenten hinsichtlich

verschiedener physischer Störungen, des Suchtverhaltens, der Kreativität und des Bestrebens nach einem perfekten äußeren Erscheinungsbilds bestellt ist. Zum einen liegt die Bedeutsamkeit wissenschaftlicher Untersuchungen auf diesem Gebiet darin begründet, weit verbreitete Vorurteile empirisch zu konfrontieren, da zahlreiche Berichterstattungen in der Boulevardpresse und in verschiedenen Fernsehformaten den Prominenten häufig anhand zeitweilig in den Fokus gerückter (Verhaltens-) Auffälligkeiten verschiedene psychische Störungen anheften. Hieraus ergibt sich nach außen hin immer wieder das Bild, dass Prominenz psychisch krank macht und den Menschen an sich nachhaltig verändert. Hin und wieder kommt es vor, dass prominente Personen in einem Interview zu ihrem psychischen Befinden Stellung nehmen, wobei auch hier nicht sicher gesagt werden kann, wie es hinter dem nach außen dargestellten Bild in Wirklichkeit aussieht. Denn jede Information, die ein Prominenter bewusst an die Öffentlichkeit dringen lässt, ist meist wohl kalkuliert und verfolgt häufig ein bestimmtes taktisches und marketingorientiertes Ziel.

Für zukünftige Arbeiten zum Thema psychisches Befinden prominenter Singer-Songwriter ergeben sich aus der vorliegenden Arbeit interessante Ansatzpunkte. Zunächst bietet es sich an die erhobenen psychischen Störungen um einige Störungsbilder zu erweitern und um Aspekte von Persönlichkeitsmerkmalen zu ergänzen. Auch wäre es interessant zu erfahren wie die Ergebnisse aussehen würden, wenn andere kreative Bereiche hinsichtlich psychischer Störungen, Kreativität und der perfektionistischen Einstellung bezüglich des Aussehens wissenschaftlich untersucht werden würden. So stehen beispielsweise Schauspieler, ähnlich wie Singer-Songwriter, ebenfalls im Mittelpunkt der öffentlichen Aufmerksamkeit, so dass die gesamte Konzentration auf den Protagonisten gerichtet ist. Auch sie werden medial verstärkt in den Fokus gerückt, während beispielsweise Schriftsteller, Maler und Regisseure eher im Hintergrund agieren. Des Weiteren wäre die Durchführung einer solchen Studie bei weltweit bekannten Stars interessant, da diese einem noch viel größeren Publikum ausgesetzt sind als Prominente und transkontinental medial stärker im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen. Der inhaltlich relativ breit gestreckte Rahmen der Fragestellungen vorliegender Studie korrespondiert mit dem Anliegen, dass sie sowohl für Wissenschaftler als auch für Fachpraktiker einen Erkenntnisgewinn darstellen und eine umfangreiche Diskussionsgrundlage für weiterführende Untersuchungen auf dem Gebiet der Prominenz bieten

6. Literaturverzeichnis

- Andreasen, N.C. (1987). Creativity and mental illness: prevalence rates in writers and their first-degree relatives. *American Journal of Psychiatry*, 144, 1288–1292.
- Andreasen, N.C. & Glick, I. (1988). Bipolar affective disorder and creativity: implications and clinical management. *Comprehensive Psychiatry*, 29, 207–217.
- Andreasen, N.C. (2005). *The Creating Brain. The Neuroscience of Genius*. New York, Washington: Dana Press.
- Bandelow, B. (2007). *Celebrities. Vom schwierigen Glück berühmt zu sein*. Hamburg, Rowohlt.
- Bandelow, B. (2010). Borderline Personality Disorder – A Dysregulation of the Endogenous Opioid System? *American Psychological Association*, 117, 2, 623–636.
- Barron, F. (1965). The Psychology of Creativity. In T.M. Newcomb (Hrsg.): *New Directions in Psychology, Band 2*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bastian, H. G. (1992). *Jugend am Instrument*. Mainz: Schott.
- Beck, A.T., et. al. (2001). Psychometric properties of the Beck Self-Esteem Scales. *Behavioral Research Therapy*, 39 (1), 115-124.
- Becker, G. (1978). *The Mad Genius Controversy*. London: Sage Publication.
- Bellis, M.A., Hennell, T., Lushey, et al., (2007). Elvis to Eminem: quantifying the price of fame through early mortality for European and North American rock and pop stars. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 61, 896-901.
- Berry, B. (2008). *The Power of Looks. Social Stratification of Physical Appearance*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

- Berscheid, E. & Walster, E. (1974). Physical Attractiveness. In L. Berkowitz (Hrsg.): *Advances in Experimental Social Psychology, Band 2*. New York: Academic Press.
- Bielefeld, J. (1986). *Körpererfahrung – Grundlagen menschlichen Bewegungsverhaltens*. Göttingen: Hogrefe.
- Bierhoff, H.W. et al. (2006). *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Billroth, Th. (1895). *Wer ist musikalisch?* Berlin: Paetel.
- Blatt, S.J. (1995). The destructiveness of perfectionism: Implications for the treatment of depression. *American Journal of Psychology, 50*, 1003-1020.
- Boorstin, D.J. (1962). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage.
- Borgstedt, S. (2008). *Der Musik-Star. Vergleichende Imageanalysen von Alfred Brendel, Stefanie Hertel und Robbie Williams*. Bielfeld: Transcript Verlag.
- Boyd, J. & George-Warren, H. (1992). *Musicians in tune: seventy-five contemporary musicians discuss the creative process*. New York: Simon & Schuster.
- Brackett, D. (2008). *Dark Mirror: The Pathology of the Singer-Songwriter*. Westport: Praeger Publishers.
- Braudy, L. (1997). *The Frenzy of Renown – Fame and its History*. New York: Vintage Books.
- Breitenfeld, D., Thaller, V., et al., (2008). Substance Abuse in Performing Musicians. *Alcoholism, 44*, 37-42.
- Brodbeck, K.H. (2006). Neue Trends in der Kreativitätsforschung. *Psychologie in Österreich, 4&5*, 246-253.

- Cohen, R. (1981). *Acting Professionally: Raw Facts About Careers in Acting*. New York: Barnes and Noble.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale: Erlbaum.
- Comer, R.J. (2008). *Klinische Psychologie*. Heidelberg: Spektrum.
- Csikszentmihalyi, M. et al. (1993). *Talented teenagers: The roots of success and failure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Curry, A. (1968). Drugs in jazz and rock music. *Clinical Toxicology*, 1, 236-244.
- Davison, G., Neale, J. & Hautzinger, M. (2002). *Klinische Psychologie*. Weinheim: Beltz.
- Determeyer, R. (1975). *Personale Publizitätsdynamik. Massenmediale Modifikationen der bewußten und unbewußten Vermittlung des Menschen*. Münster: Regensberg.
- Deusinger, I. M. (1986). *Die Frankfurter Selbstkonzeptskalen (FKSN)*. Göttingen: Hogrefe.
- Deusinger, I. M. (1998). *Die Frankfurter Körperkonzeptskalen (FKSS) Handanweisung mit Bericht über vielfältige Validierungsstudien*. Göttingen: Hogrefe.
- Saß, H. et al. (2003). *Diagnostische Kriterien des Diagnostischen und Statistischen Manuals Psychischer Störungen DSM-IV-TR*. Göttingen: Hogrefe.
- Dion, K. & Berscheid, E. & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Dreitzel, H.P. (1962). Elitebegriff und Sozialstruktur. Eine soziologische Begriffsanalyse. *Göttinger Abhandlungen zur Soziologie und ihrer Grenzgebiete, Band 6*. Stuttgart: Enke.

- Drevdahl, J.E. (1956). Factors of importance for creativity. *Journal of Clinical Psychology*, 12, 21–26.
- Drevdahl, J. & Cattell, R. (1958). Personality and creativity in artists and writers. *Journal of Clinical Psychology*, 14, 107-112.
- Drinkmann, A. & Groeben, N. (1989). *Metaanalysen für Textwirkungsforschung. Methodologische inhaltliche Ergebnisse im Bereich der Persuasionswirkung von Texten*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Dulz, B. (1995). *Borderline-Störungen*. Stuttgart: Schattauer.
- Eggert, D., Reichenbach, C. & Bode, S. (2003): *Das Selbstkonzept Inventar (SKI) für Kinder im Vorschul- und Grundschulalter. Theorie und Möglichkeiten der Diagnostik*. Basel: Borgmann Publishing.
- Ellis, H.A. (1904). *A Study of British Genius*. London: Hurst & Blackett.
- Evans A. (1994). *The Secrets of Musical Confidence: How to Maximize Your Performance Potential*. London: Harper Collins.
- Evans A. & Wilson G.D. (1999). *Fame: The Psychology of Stardom*. London: Vision.
- Fanderl, H.S. (2005). *Prominente in der Werbung: empirische Untersuchungen zur Messung, Rezeption und Wirkung auf Basis der Markenpersönlichkeit*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Faulstich, W. & Korte, H. (1997). *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*. München: Fink.
- Faulstich, W. (2000). *Medienkulturen*. München: Fink.
- Felber, W. (1986). *Eliteforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Analyse, Kritik, Alternativen*. Stuttgart: Teubner.

- Fenigstein, A. Scheier, M.F. & Buss, A.H (1975). Public and Private Self-Consciousness: Assessment and Theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527.
- Fiedler, P. (1994). *Persönlichkeitsstörungen*. Weinheim: Beltz.
- Fiedler, P. (2001). *Persönlichkeitsstörungen*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Filipp, S.H. (1984): *Selbstkonzept-Forschung. Probleme, Befunde, Perspektiven*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Fischer, K. (2004). *Einführung in die Psychomotorik*. München: Reinhardt.
- Fleig, A. (2000). Körper-Inszenierungen: Begriff, Geschichte, kulturelle Praxis. In E.Fischer-Lichte & A. Fleig (Hrsg.): *Körperinszenierungen. Präsenz und kultureller Wandel*. Tübingen: Attempto.
- Forgas, J.P. (1999). *Soziale Interaktion und Kommunikation. Eine Einführung in die Sozialpsychologie*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Fox, K. R. & Corbin, C. B. (1989). The Physical Self-Perception Profile: Development and Preliminary Validation. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 11, 408-430.
- Franck, G. (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. Wien: Carl Hanser.
- French, M. T. (2002). Physical appearance and earnings: further evidence. *Applied Economics*, 34, 569-572.
- Freund, M. (1977). Eliten und Elite Begriffe. Ein Überblick. In Kaltenbrunner, G.K. (Hrsg): *Rechtfertigung der Elite. Wider die Anmaßungen der Prominenz*. München: Herder Verlag.

- Frey, D., Wicklund, R.A. & Scheier, M.F. (1984). Die Theorie der objektiven Selbst-aufmerksamkeit. In D. Frey & M. Irle (Hrsg.): *Theorien der Sozialpsychologie: Kognitive Theorie, Band 1*. Bern: Hans Huber.
- Fröhlich, W.D. (2005). *Wörterbuch Psychologie*. München: Deutscher Taschenbuch-verlag.
- Funke, J. (2000). Psychologie der Kreativität. In Holm-Hadulla, R.M. (Hrsg): *Kreativi-tät*. Heidelberg: Springer.
- Gabler, N. (2001). *Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment*. München: Wilhelm Goldmann.
- Galton, F. (1869). *Hereditary Genius*. London: Macmillan.
- Gastpar, M. (1999). *Lehrbuch der Suchterkrankungen*. Stuttgart: Thieme.
- Gembris, H. (2002). *Grundlagen musikalischer Begabung und Entwicklung*. 2., verb. Auflage. Augsburg: Wißner.
- Goertzel, V. & Goertzel, M. (1962). *Cradles of eminence*. Boston: Little Brown & Co.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Gomes de Matos, E. et al. (2016). Substanzkonsum in der Allgemeinbevölkerung in Deutschland. *Sucht*, 62, 571-281.
- Goodwin, F.K. & Jamison, K.R. (1990): *Manic-depressive illness*. New York: Oxford University Press.
- Gordon, E.E. (1984). A longitudinal predictive validity study of the intermediate measures of music audiation. *Council for Research in Music Education*, 78 (1), 1-23.
- Gordon, E.E. (1989). *Advanced measures of music audiation*. Chicago: GIA.

- Götz, K.O. & Götz, K. (1979). Personality characteristics of professional artists. *Perceptual and Motor Skills*, 49, 327-334.
- Grawe, K. (2004). *Neuropsychotherapie*. Göttingen: Hogrefe.
- Greck, R. (2017). *Elitäre Verhältnisse*. Wiesbaden: Springer.
- Green, G. (1980). *Ways of escape*. New York: Simon & Schuster.
- Griffiths, N., & Davidson, J. (2006). The effects of concert dress and physical appearance on perceptions of female solo performers. *Proceedings of 9th International Conference on Music Perception and Cognition*, 1723-1726.
- Groce, S.B. (1991). What the buzz?: Rethinking the meanings and uses of alcohol and other drugs among small-time rock'n'roll musicians. *Deviant Behavior: An Interdisciplinary Journal*, 12, 361-383.
- Guilford, J.P. (2005). Creativity. *American Psychologist*, 5, 444–454.
- Günther, J.A (1978). *Soziale Isolation. Annäherung an ein vielschichtiges Problem*. Berlin: Zentrale Universitätsdruckerei.
- Hassebrauck, M. (1983). Die Beurteilung der physischen Attraktivität: Konsens unter Urteilern? *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 14, 152-161.
- Hassebrauck, M. (1993). *Physische Attraktivität*. Göttingen: Hogrefe.
- Hassebrauck M. (2006). Physische Attraktivität. In Bierhoff, H.W. (Hrsg.): *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Hell, D. et al. (2007). *Kurzes Lehrbuch der Psychiatrie: das Basiswissen mit Repetitoriumsfragen*. Bern: Huber.
- Henss, R. (1992). „Spieglein, Spieglein an der Wand...“. *Geschlecht, Alter und physische Attraktivität*. Weinheim: Beltz Psychologische Verlags Union.

- Hewitt, P.L. & Flett, G.L. (1991). Dimensions of Perfectionism in unipolar depression. *Journal of Abnormal Psychology, 100*, 98-101.
- Iliffe, A.H., (1960). A Study of Preferences in Feminine Beauty. *British Journal of Psychology, 51*, 267– 273.
- Jacobi, F. et al. (2014). Psychische Störungen in der Allgemeinbevölkerung. Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland und ihr Zusatzmodul Psychische Gesundheit. *Nervenarzt, 85*, 77-87.
- Jamison, K.R. (1990). Manic-depressive illness, creativity and leadership. In F. K. Goodwin & K. R. Jamison (Hrsg.): *Manic-depressive illness*. New York: Oxford University Press.
- Jamison, K.R. (1994). *Touched with Fire: Manic-Depressive Illness and the Artistic Temperament*. New York: The Free Press.
- Joiner, T. (2011). *Lonely at the top. The high cost of men's success*. New York: Palgrave Macmillan.
- Jones, D. (1996). *Physical Attractiveness and the Theory of Sexual Selection*. USA: University of Michigan Museum.
- Joraschky, P. (1986). Das Körperschema und das Körper-Selbst. In E. Brähler (Hrsg.): *Körpererleben: Ein subjektiver Ausdruck von Leib und Seele*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Jürgens, H.W. (1978). Der Mensch und seine Umwelt. Die menschliche Körperform im sozialen Umfeld. *Ärztliche Kosmetologie, 8*, 61-75.
- Kaltenbrunner, G.K. (1984). *Elite. Erziehung für den Ernstfall*. Asendorf: MUT.
- Kaplan, H.I. & Sadock, B.J. (Eds). (1989). *Comprehensive textbook of psychiatry*. Baltimore: Williams & Wilkins.

- Kaufmann, V., Schmid, U. & Thomä, D. (2014). *Das öffentliche Ich. Selbstdarstellung im literarischen und medialen Kontext*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Kessel, N. (1989). Genius and mental disorder; a history of ideas concerning their conjunction. In P. Murray (Hrsg.): *Genius, the History of an Idea*. Oxford: Blackwell.
- Keynes, M. (1995). *Creativity and psychopathology*. *Lancet*, 345, 138-139.
- Koelsch, B. (2012). *Brain & Music*. New Jersey: Wiley & Sons
- Köhler, T. (1999). *Affektive Störungen: klinisches Bild, Erklärungsansätze, Therapien*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- König, F. (1986). Kreativitätsdiagnostik als essentieller Bestandteil der Intelligenzdiagnostik. *Diagnostica*, 32, 345-357.
- Korte, H. & Strake-Behrendt, G. (1990). *Der Filmstar. Forschungsstand, kommentierte Bibliographie, Starliste*. Braunschweig: Hochschule für Bildende Künste.
- Kotler, P. & Bliemel, F. (1995). *Marketing-Management*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kraft, H. (2005). *Grenzgänger zwischen Kunst und Psychiatrie*. Köln: DuMont.
- Kraus, K. (1961). *Unsterblicher Witz*. München: Kösel.
- Kries, J. v. (1926). *Wer ist musikalisch? Gedanken zur Psychologie der Tonkunst*. Berlin: Springer.
- Lacey, J.H. & Birtchell, S. (1986). Body image and its disturbances. *Journal of Psychosomatic Research*, 30, 623-631.
- Lachkar, J. (2004). *The Narcissistic/Borderline Couple. New Approaches to Marital Therapy*. New York: Brunner-Routledge.

- Laferl, C.F. (2014). *Künstlerinszenierungen. Performatives Selbst und biographische Narration im 20. und 21. Jahrhundert*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Lange-Eichbaum, W. (2000). *Genie, Irrsinn und Ruhm. Die geheimen Psychosen der Mächtigen*. Köln: Komet.
- Laskowski, A. (2000). *Was den Menschen antreibt. Entstehung und Beeinflussung des Selbstkonzepts*. Frankfurt, New York: Campus.
- Lauronen, E. (2004). Links Between Creativity and Mental Disorder. *Psychiatry*, 67, 81-98.
- Laut, G.W. & Viebahn, P. (1987). *Soziale Isolierung. Ursachen und Interventionsmöglichkeiten*. München: Psychologie Verlags Union
- Leary, M.R. (1995). *Self-presentation: Impression Management and interpersonal behavior*. Madison, Wisconsin: Brown & Benchmark Publisher.
- Leggewie, C. (2000b). *Bimbos und Brimborium*. Das Ventura-Phänomen oder: Politiker als Promiente. Kursbuch Nr. 139. Berlin: Kursbuch Verlag Wagenbach, 147-163.
- Leonard, L. (1989). *Witness to the Fire: Creativity and the Veil of Addiction*. Boston, Shambhala Publications.
- Leslie, L. (2011). *Celebrity in the 21st Century*. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- Lieb, K. & Frauenknecht, S. (2016). *Intensivkurs Psychiatrie und Psychotherapie*. München: Urban & Fischer in Elsevier.
- Linz, G. (1965). *Literarische Prominenz in der Bundesrepublik*. Olten/Freiburg: Walter.
- Lombroso, C. (1887). *Genie und Irrsinn in ihren Beziehungen zum Gesetz, zur Kritik und zur Geschichte*. Leipzig: Reclam.

- Lombroso, C. (1891). *The Man of Genius*. London: Walter Scott.
- Ludes, P. (1997). Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozeß der Menschheitsentwicklung. In W. Faulstich, H. Korte (Hrsg): *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*. München: Fink.
- Ludwig, A.M. (1989). Reflections on Creativity and Madness. *American Journal of Psychotherapy*, 43, 4-14.
- Ludwig, A.M. (1992). Creative Achievement and Psychopathology: Comparison among Professions. *American Journal of Psychotherapy*, 46, 330-56.
- Ludwig, A.M. (1992). Culture and Creativity. *American Journal of Psychotherapy*, 46, 454-469.
- Ludwig A. (1995). *The price of greatness: Resolving the Creativity and Madness Controversy*. New York: The Guilford Press.
- Maurer, M. & Schoen, H. (2010). Der mediale Attraktivitätsbonus. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 62, 277-295.
- McNeil T. (1971). Prebirth and postbirth influence on the relationship between creative ability and recorded mental illness. *Journal of Personality*, 39, 391–406.
- McPherson, G. & Williamon A. (2006). Giftedness and talent. In G. McPherson (Hrsg): *The child as musician*. Oxford University Press, 239-256.
- Möller, H.J. et al. (2013). *Psychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie*. Stuttgart: Thieme.
- Morrier, C. (2008). *Success in acting: The roles of narcissism, depression and attractiveness*. New York: Adelphi University.
- Mrazek, J. (1983). Zufriedenheit mit dem eigenen Körper. *Kölner Beiträge zur Sportwissenschaft*, 12, 155-174.

- Mrazek, J. (1986). Einstellungen zum eigenen Körper - Grundlagen und Befunde. In J. Bielefeld (Hrsg.): *Körpererfahrung - Grundlage menschlichen Bewegungsverhaltens*. Göttingen: Hogrefe.
- Mrazek, J. (1987). Struktur und Entwicklung des Körperkonzepts im Jugendalter. *Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie*, 14, 155-174.
- Mula, M. & Trimble, M.R. (2009). Music and madness: neuropsychiatric aspects of music. *Clinical Medicine*, 9, 83-86.
- Mummendey, H.D. (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe.
- Mummendey, H.D. (2000): *Psychologie der Selbstschädigung*. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe.
- Mummendey, H.D. (2006). *Psychologie des „Selbst“: Theorien, Methoden und Ergebnisse der Selbstkonzeptforschung*. Göttingen, Bern, Wien: Hogrefe.
- Munro, A. & Steward, M. (1991). Body Dysmorphic Disorder and the DSM-IV: The Demise of Dymorphophobia. *Canadian Journal of Psychiatry*, 36, 91-96.
- Münkler, H. et al. (2006). *Deutschlands Eliten im Wandel*. Frankfurt/M: Campus Verlag.
- Neubauer, W. F. (1976). Selbstkonzept und Identität im Kindes-und Jugendalter. *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 73. München: Reinhardt.
- Pallinger, Z.T. (1997). *Eliteforschung: Ein Überblick*. St. Gallen: Institut für Politikwissenschaft.
- Paulus, P. (1982). *Zur Erfahrung des eignen Körpers. Theoretische Ansätze, therapeutische sowie erziehungswissenschaftliche Aspekte und ein empirischer Beitrag*. Weinheim, Basel: Beltz.

- Pavitra, K.S., Chandrashekar, C.R. & Choudhury, P. (2007). Creativity and mental health: A profile of writers and musicians. *Indian Journal of Psychiatry*, 49, 34-43.
- Peretz, I. (2006). The nature of music from a biological perspective. *Cognition*, 100 (1), 1-32.
- Perlini, A., Bertolissi, S. & Lind, D. (1999). The effects of women's age and physical appearance on evaluations of attractiveness and social desirability. *Journal of Social Psychology*, 139, 343-354.
- Peters, B. (1996). *Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Peters, U.H. (1997). *Wörterbuch der Psychiatrie und medizinischen Psychologie*. Augsburg: Bechtermünz.
- Posch, W. (1999). *Körper machen Leute -Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt/Main: Campus.
- Post, F. (1994). Creativity and Psychopathology: A Study of 291 World-Famous Men. *British Journal of Psychiatry*, 165, 22-34.
- Preti, A., De Biasi, F. & Miotto, P. (2001). Musical Creativity and Suicide. *Psychological Reports*, 89, 719-727.
- Prus, R. & Irini, S. (1980). *Hookers, rounders, and desk clerks: The social organization of the hotel community*. Salem: Sheffield.
- Raeburn, S. (2000). Psychological issues and treatment strategies in popular musician. *Medical Problems of Performing Artists*, 15, 7-17.
- Ranking, C. (2005). *The Popular Musician: Personality Traits and Their Relationship to Creativity, Self-esteem and Clinical Symptomatology*. Berkeley: Wright Institute.

- Reckwitz, A. (2012). *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp.
- Richards R. (1981). Relationships between creativity and psychopathology: an evaluation and interpretation of the evidence. *Genetic Psychology Monographs*, 103, 261–324.
- Richards R., Kinney D. et al., (1988). Creativity in manic-depressives, cyclothymes, their normal relatives, and control subjects. *Journal of Abnormal Psychology*, 97, 281–288.
- Ricker, R. (1989). *Unternehmensschutz und Pressefreiheit*. Heidelberg: Recht und Wirtschaft.
- Roberston-von Trotha, C. Y. (2013). *Celebrity Culture. Stars in der Mediengesellschaft*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Rogers, C. R. (1990). *Therapeut und Klient*. Frankfurt/Main: Fischer.
- Rothenberg, A. (1990). Creativity, mental health, and alcoholism. *Creativity Research Journal* 3, 179–201.
- Runco, M.A. (1997). *The Creativity Research Handbook, Band 1*. New York: Hampton Press.
- Rustemeyer, R. (1997). Geschlechtsspezifische Rollen bei Medienstars. In W. Faulstich, H. Korte (Hrsg.): *Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung*. München: Fink.
- Ryan, C. & Costa-Giomi, E. (2004). *Attractiveness Bias in the Evaluation of Young Pianists' Performances*. *Journal of Research in Music Education*, 52, 141-154.
- Sader, M., Weber, H. (1996). *Psychologie der Persönlichkeit*. Weinheim: Juventa.

- Sandblom, P. (1990). *Kreativität und Krankheit. Vom Einfluß körperlicher und seelischer Leiden auf Literatur, Kunst und Musik*. Berlin: Springer-Verlag.
- Saß, H., Houben, I., Herpertz, S. & Steinmeyer, E.M. (1996). Kategorialer versus dimensionaler Ansatz in der Diagnostik von Persönlichkeitsstörungen. In B. Schmidt, Zh. Fydrich & K. Limbacher (Hrsg): *Persönlichkeitsstörungen: Diagnostik und Psychotherapie*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Saxer, U. (1997). Das Starphänomen im dualen Rundfunksystem. In W. Faulstrich, H. Kortem (Hrsg.): *Der Star: Geschichte-Rezeption-Bedeutung*. München: Fink.
- Schachinger, H. E. (2002). *Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert. Einführung und Überblick*. Bern: Hans Huber.
- Schaller, M. (1997). The Psychological Consequences of Fame: Three Tests of the Self-Consciousness Hypothesis. *Journal of Personality*, 65 (2), 291–309.
- Schilder, P. (1923). *Das Körperschema. Ein Beitrag zur Lehre vom Bewußtsein des eigenen Körpers*. Berlin: Springer.
- Schlaug, G. et al. (1995). In vivo evidence of structural brain asymmetry in musicians. *Science*, 267, 699-701.
- Schlenker, B.R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey: Brooks/Cole.
- Schneider, U.F. (2004). *Der Januskopf der Prominenz. Zum ambivalenten Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit*. Wiesbaden: VS.
- Schutz, M. (2008) Seeing Music? What musicians need to know about vision. *Empirical Musicology Review*, 3, 83-108.
- Scott, J. (2008). Modes of power and the re-conceptualization of elites. *Sociological Review*, 56, 27-43.

- Seemann, B. (1996). *Prominenz als Eigentum. Parallele Rechtsentwicklungen einer Vermarktung der Persönlichkeit im amerikanischen, deutschen und schweizerischen Persönlichkeitsschutz*. Baden-Baden: Nomos.
- Shapiro, H. (1988). *Waiting for the Man: The Story of Drugs and Popular Music*. New York: Morrow.
- Shavelson, R. J., Marsh, H. W. & Byrne, B. M. (1992). A multidimensional, hierarchical self-concept. In: T. M. Brinthaupt (Hrsg.): *The self: definitional and methodological issues*. Albany: State University of New York Press.
- Sieverding, M. (1993). Geschlecht und physische Attraktivität. In M. Hassebrauck & R. Niketta (Hrsg.): *Physische Attraktivität*. Göttingen: Hogrefe.
- Silvermann, M.A. & Will, N.P. (1986). Sylvia Plath and the failure of emotional self-repair through poetry. *Psychoanalytic Quarterly*, 55, 99-129.
- Simonton, D. K. (2000). Creativity: Cognitive, Personal, Developmental, and Social Aspects. *American Psychologist*, 55 (1), 151-158.
- Singer, W. (1998). „Früh übt sich“-zur Neurobiologie des Lernens. In G. Mantel (Hrsg.): *Ungenutzte Potentiale. Wege zu konstruktivem Üben*. Mainz: Schott.
- Slade, P. (1994). What is Body Image? *Behavior Research Therapy*, 32, 497-502.
- Slater, E. (1970). The problems of pathography. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 219, 209-215.
- Sloboda, J.A. (1993). Musical ability. In Bock, G.R. & Ackrill, K. (Hrsg.): *The origins and development of high ability*. Chichester: Wiley, 106-118.
- Sohn A. & Welling M. (2002). Die Nutzung Prominenter in der Werbung. Eine Analyse vor dem Hintergrund unterschiedlicher Markenkonzepktion. In P. Hamman (Hrsg.): *Schriften zum Marketing*. Bochum: Ruhr-Universität Bochum.

- Solms, M.L. (1956). *Analytische Gesellschaftslehre*. Tübingen: Mohr.
- Stack, S. (1997). Suicide among artists. *Journal of Social Psychology*, 137, 129-130.
- Starke-Perschke, S. (2001). *Der Brockhaus Psychologie: Fühlen, Denken und Verhalten verstehen*. Mannheim: Brockhaus
- Stefani, G. (1987). A theory of musical competence. *Semiotica*, 66, 7-22.
- Stern, E. & Neubauer A. (2013). *Intelligenz – große Unterschiede und ihre Folgen*. München: Deutsche Verlags-Anstalt (DVA).
- Sternberg, R.J. (1999). *Handbook of Creativity*. Cambridge: Cambridge University-Press.
- Sternberg, R.J. & O'Hara, L.A. (1999). Creativity and Intelligence. In R.J. Sternberg (Hrsg.): *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.
- Stockhammer, H. (1983). *Sozialisation und Kreativität: Theorien, Techniken, Materialien*. Wien: Verlag des Verbandes des Wissenschaftlichen Gesellschaft Österreichs.
- Strobel, R. & Faulstich, W. (1998). *Die deutschen Fernsehstars: Stars der ersten Stunde*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprech.
- Suwala, L. (2012). *Kreativität, Kultur und Raum – ein wirtschaftsgeographischer Beitrag am Beispiel des kulturellen Kreativitätsprozesses*. Berlin: Humboldt-Universität.
- Swami, V. & Furnham, A. (2008). *The Psychology of Physical Attraction*. New York: Routledge.
- Taki, S. (1969). Approbation of drug usage in rock and roll music. *Bulletin of Narcotica*, 21, 29-35.

- Terman, L.M. (1992). A scientific project locked in time: The Terman Genetic Studies of Genius, 1920s–1950s. *American Psychologist*, 47(2), 183-189.
- Thorndike, E.L. (1920). A constant error in psychological rating. *Journal of Applied Psychology*, 4, 25–29.
- Todd, A. (1980). *The Eighth Veil*. London: William Kimber.
- Todt, S. (2008). Künstler als Elite? – Teil I: Frühe Neuzeit. In *Historische Mitteilungen*, 21, 274-275.
- Traugott, E. (1979). Die Prominenz ist keine Elite. In G. K. Kaltenbrunner (1990): *Rechtfertigung der Elite. Wider die Anmaßungen der Prominenz*. München: Herder.
- Trehub, S. (2003). The development origins of musicality. *Nature Neuroscience*, 6 (7), 669-673.
- Tretter, F. (2000). *Suchtmedizin kompakt: Suchtkrankheiten in Klinik und Praxis*. Stuttgart: Schattauer.
- Tretter, F. & Müller A. (2001). *Psychologische Therapie der Sucht. Grundlagen, Diagnostik, Therapie*. Göttingen: Hogrefe.
- Turner, G. (2004). *Understanding Celebrity*. London: Stage Publications Ltd.
- Ulmann, G. (1973) *Kreativitätsforschung*. Köln: Kiepenheuer & Witsch Verlag.
- Umberson D. & Hughes M. (1987). The Impact of Physical Attractiveness on Achievement and Psychological Well-Being. *Social Psychology Quarterly*, 50, 227-236.
- Urban, K. (2004). *Kreativität: Herausforderung für Schule, Wissenschaft und Gesellschaft*. Münster: LIT Verlag.

- Vaknin, S. (2001). *Malignant Self-Love: Narcissism Revisited*. Czech Republic: Narcissus Publications.
- Vazire, S., et al. (2008). Portrait of a narcissist: Manifestations of narcissism in physical appearance. *Journal of Research in Personality*, 42, 1439–1447.
- Vogl, M. (1993). *Instrumentenpräferenz und Persönlichkeitsentwicklung*. Frankfurt/M: Peter Lang.
- Waller, H. (2007). *Sozialmedizin. Grundlagen und Praxis*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Wapnick, J. et al. (1997). Effects of Physical Attractiveness on Evaluation of Vocal Performance. *Journal of Research in Music Education*, 45, 470-479.
- Weisberg, R.W. (1994). Genius and madness? A quasi-experimental test of the hypothesis that manic-depression increases creativity. *Psychological Science*, 5, 361-376.
- Welsch, W. (1996). *Grenzgänger der Ästhetik*. Stuttgart: Reclam.
- Wenzel, H. (2000). Obertanen. Zur soziologischen Bedeutung von Prominenz. *Leviathan*, 28, 254-476
- West, R. (2004) Drugs and musical performance. In A. Williamon (Hrsg.): *Musical Excellence: Strategies and Techniques to Enhance Performance*. Oxford: Oxford University Press.
- Winner E. & Martino, G. (2000). Giftedness in non-academic domains: The case of the visual arts and music. In K. A. Heller et al. (Hrsg.): *International handbook of giftedness and talent*. New York: Elsevier.
- Wintersgrill, P. (1994). Music and melancholia. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 87, 764-766.
- Wippersberg, J. (2007). *Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen*. Konstanz: Uvk Verlags GmbH.

Wittchen, H. U. & Hoyer, J. (2006). *Klinische Psychologie und Psychotherapie*. Heidelberg: Springer.

Wittchen, H. U., Zaudig, M. & Fydrich, T. (1997). *Strukturiertes Klinisches Interview für DSM-IV*. Göttingen: Hogrefe.

Young, S.M. & Pinsky, D. (2006). Narcissism and celebrity. *Journal of Research in Personality*, 40, 463-471.

Webadressen

Binckly, J. (2014). „Beauty in the Job“ – Physische Attraktivität als sachfremdes Bewerbermerkmal in Personalauswahlverfahren. <https://docserv.uni-duesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-42881/Beauty%20in%20the%20Job.pdf>

Dukat, U., Piesbergen, C. (2009). *Psychologische Kreativitätsforschung und schöpferische Arbeit in der Kunst: eine psychometrische Untersuchung*. <http://epub.ub.uni-muenchen.de/11218/2/utearneu.pdf>

Fanselow, C. (2004). *Kreativität – Ein Überblick*. <http://ddi.cs.uni-potsdam.de/Lehre/BelegDiplomarbeiten/Fanselow2005.pdf>

Hagendorf J., Prümke A. (1999). *Von Menschen und Marken*. <http://www.grin.com/de/e-book/99164/von-menschen-und-marken>

Keller, A. (2000). *Die Klassifikation psychischer Störungen nach DSM-IV mit Hilfe eines strukturierten diagnostischen Interviews (F-DIPS) – Eine Untersuchung der Retest-Reliabilität und der Validität*. <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/1494/1/F-DIPS-pdf.pdf>

Lowry, S. (1997). *Stars und Image. Theoretische Perspektiven auf Filmstars.*
https://montage-av.de/pdf/1997_6_2_MontageAV/montage_AV_6_2_1997_10-35_Lowry_Stars_Images.pdf

Stimniker, K. (2008). *Prominenz - Wandel der Attribute.*
<http://othes.univie.ac.at/2437/>

Anhang A1

Mini International Neuropsychiatric Interview, German Version 5.0.0, für:
'Affektive Störungen', 'Alkoholabhängigkeit/-missbrauch', 'Substanzabhängigkeit/-missbrauch'

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

A. EPISODE EINER MAJOR DEPRESSION

A1	Fühlten Sie sich in den letzten 2 Wochen beinahe jeden Tag und fast während des ganzen Tages traurig, niedergeschlagen oder deprimiert?	NEIN	JA	1
A2	Hatten Sie in den letzten 2 Wochen fast ständig das Gefühl, zu nichts mehr Lust zu haben und das Interesse und die Freude an Dingen verloren zu haben, die Ihnen gewöhnlich Freude machten?	NEIN	JA	2
	→			
	WURDEN A1 ODER A2 MIT JA BEANTWORTET?	NEIN	JA	
A3	Während der letzten zwei Wochen, als Sie sich deprimiert oder interesselos fühlten:			
a	Hat Ihr Appetit ab-, oder zugenommen und war das an fast jedem Tag der Fall? Oder haben Sie unbeabsichtigt erheblich an Gewicht zu- oder abgenommen (d.h. $\pm 5\%$ des Körpergewichts oder $\pm 3,5$ kg bei einem Körpergewicht von 70 kg in einem Monat)? WENN EINES HIERVON ZUTRIFFT, KREUZEN SIE JA AN	NEIN	JA	3
b	Hatten Sie fast jede Nacht Schlafprobleme (Einschlafprobleme, nächtliches oder frühmorgendliches Erwachen, übermäßiges Schlafen)?	NEIN	JA	4
c	Haben Sie beinahe täglich langsamer gesprochen oder sich langsamer bewegt als gewöhnlich, oder waren Sie im Gegenteil unruhig und konnten nicht stillsitzen?	NEIN	JA	5
d	Fühlten Sie sich beinahe täglich müde oder energielos?	NEIN	JA	6
e	Fühlten Sie sich beinahe täglich wertlos oder schuldig?	NEIN	JA	7
f	Hatten Sie beinahe täglich Schwierigkeiten, sich zu konzentrieren oder Entscheidungen zu treffen?	NEIN	JA	8
g	Haben Sie wiederholt daran gedacht, sich etwas anzutun, Selbstmord zu begehen oder haben Sie sich gewünscht, tot zu sein?	NEIN	JA	9
A4	WURDEN 3 ODER MEHR A3 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET? (ODER 4 A3 FRAGEN, WENN A1 ODER A2 MIT NEIN BEANTWORTET WURDEN) WENN DER PATIENT DIE KRITERIEN EINER AKTUELLEN EPISODE EINER MAJOR DEPRESSION ERFÜLLT:	NEIN JA EPISODE einer MAJOR DEPRESSION AKTUELL		
A5 a	Hatten Sie während Ihres Lebens weitere Perioden von zwei Wochen oder länger, in denen Sie sich deprimiert oder interesselos fühlten, und lagen während solcher Perioden bei Ihnen die meisten der gerade angesprochenen Probleme vor?	→		
	Lagen mindestens zwei Monate ohne Depression oder Interesseverlust zwischen	NEIN	JA	10
b	Ihrer aktuellen und Ihrer letzten depressiven Episode?	NEIN	JA	11
	→			
	WURDE A5b MIT JA bantwortet?	NEIN JA EPISODE einer MAJOR DEPRESSION FRÜHER		

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

B. DYSTHYMIE

DIESEN ABSCHNITT NICHT EXPLORIEREN, WENN DER PATIENT AKTUELL DIE KRITERIEN DER EPISODE EINER MAJOR DEPRESSION ERFÜLLT

B1	Fühlten Sie sich in den vergangenen zwei Jahren überwiegend traurig, niedergeschlagen oder deprimiert?	→ NEIN	JA	20
B2	Kam es in diesem Zeitraum vor, daß Sie sich mehr als zwei Monate gut fühlten?	→ NEIN	JA	21
B3	Während dieser Zeit, in der Sie sich meistens deprimiert fühlten:			
a	Hat sich da Ihr Appetit merklich geändert?	NEIN	JA	22
b	Hatten Sie Schlafprobleme oder schliefen Sie zuviel?	NEIN	JA	23
c	Fühlten Sie sich müde oder energielos?	NEIN	JA	24
d	Haben Sie Ihr Selbstvertrauen verloren ?	NEIN	JA	25
e	Hatten Sie Schwierigkeiten, sich zu konzentrieren oder Entscheidungen zu treffen ?	NEIN	JA	26
f	Fühlten Sie sich hoffnungslos ?	NEIN	JA	27
	WURDEN 2 ODER MEHR B3 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET?	→ NEIN	JA	
B4	Haben Sie diese Probleme sehr belastet oder erheblich in Ihrer beruflichen Leistungsfähigkeit, Ihren sozialen Beziehungen oder anderen Lebensbereichen beeinträchtigt?	→ NEIN	JA	28

WURDE B4 MIT JA BEANTWORTET ?

NEIN JA

**DYSTHYMIE
AKTUELL**

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

D. MANISCHE EPISODE (Hypomanische Episode)

D1 a	Gab es bei Ihnen schon jemals eine Zeit, in der Sie sich so überschwänglich, aufgedreht und voller Energie fühlten, daß dies für Sie zu Problemen führte oder andere Leute dachten, daß Sie sich außergewöhnlich benehmen würden? WENN SIE NICHT UNTER DROGEN- ODER ALKOHOLEINFLUSS STANDEN	NEIN JA	1
	FALLS DER PATIENT NICHT GENAU VERSTEHT, WAS SIE MIT "ÜBERSCHWENGLICH" ODER "AUFGEDREHT" MEINEN, PRÄZISIEREN SIE: Mit "überschwänglich" oder "aufgedreht" meine ich: eine deutlich gehobene Stimmung, vermehrte Energie, geringeres Schlafbedürfnis, Gedankenrasen und Ideenfülle, gesteigerte Betriebsamkeit, Kreativität und Antrieb oder impulsives Verhalten?		
	FALLS JA :		
b	Fühlen Sie sich im Moment "überschwänglich", "aufgedreht" oder "voller Energie"?	NEIN JA	2
D2 a	Gab es bei Ihnen schon jemals eine Zeit, in der Sie sich andauernd, mehrere Tage lang, so reizbar fühlten, daß Sie in verbale oder körperliche Auseinandersetzungen gerieten oder fremde Personen anschrieten ?	NEIN JA	3
	Haben Sie oder andere bemerkt, daß Sie im Vergleich zu anderen Menschen reizbarer waren oder überreagierten, selbst wenn Sie es in diesem Moment für gerechtfertigt hielten? WENN SIE NICHT UNTER DROGEN- ODER ALKOHOLEINFLUSS STANDEN		
	FALLS JA :		
b	Fühlen Sie sich im Moment andauernd reizbar ?	NEIN JA	4
	WURDE D1a <u>ODER</u> D2a MIT JA BEANTWORTET?	→ NEIN JA	
D3	FALLS D1b ODER D2b = JA : EXPLORIEREN SIE NUR DIE AKTUELLE EPISODE FALLS D1b UND D2b = NEIN : EXPLORIEREN SIE DIE AUSGEPRÄGTESTE FRÜHERE EPISODE		
	Während solcher Zeiten, als Sie sich "überschwänglich", voller Energie oder reizbar fühlten:		
a	Hatten Sie das Gefühl, Dinge tun zu können, zu denen andere nicht fähig sind, oder eine besonders wichtige Person zu sein?	NEIN JA	5
b	Brauchten Sie da weniger Schlaf (fühlten Sie sich z.B. nach nur wenigen Stunden Schlaf ausgeruht)?	NEIN JA	6
c	Redeten Sie ununterbrochen oder so schnell, daß andere Schwierigkeiten hatten, Sie zu verstehen?	NEIN JA	7
d	Hatten Sie das Gefühl, daß Ihnen die Gedanken durch den Kopf rasten?	NEIN JA	8

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

- | | | | | |
|---|--|------|----|----|
| e | Waren Sie so zerstreut, daß Sie bereits durch eine kleine Unterbrechung den Faden verloren? | NEIN | JA | 9 |
| f | Waren Sie derart aktiv oder ständig körperlich in Bewegung, daß sich andere Iretwegen Sorgen machten? | NEIN | JA | 10 |
| g | Erschienen Ihnen bestimmte Aktivitäten derart angenehm und reizvoll, daß Sie die Risiken und Schwierigkeiten, die Ihnen daraus erwachsen würden, nicht beachtetten (z.B. unüberlegte Einkäufe, rücksichtsloses Fahren oder leichtsinnige sexuelle Aktivitäten) ? | NEIN | JA | 11 |

WURDEN 3 ODER MEHR D3 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET ODER 4, FALLS D1a = NEIN (FRÜHERE EPISODE) ODER D1b = NEIN (AKTUELLE EPISODE) ?

→
NEIN JA

- | | | | | |
|----|---|------|----|----|
| D4 | Haben diese Probleme mindestens eine Woche lang andauert und waren sie Anlass für Schwierigkeiten zu Hause, bei der Arbeit oder in der Schule oder waren Sie wegen solcher Probleme stationär im Krankenhaus?
FALLS BEIDE BEJAHT, BEANTWORTEN SIE DIE FRAGE MIT JA | NEIN | JA | 12 |
|----|---|------|----|----|

WURDE D4 MIT NEIN BEANTWORTET ?

FALLS JA, SPEZIFIZIEREN SIE, OB "AKTUELLE EPISODE" ODER "FRÜHERE EPISODE"

NEIN JA

**HYPOMANISCHE
EPISODE**

AKTUELL

FRÜHER

WURDE D4 MIT JA BEANTWORTET ?

FALLS JA; SPEZIFIZIEREN SIE, OB "AKTUELLE EPISODE" ODER "FRÜHERE EPISODE"

NEIN JA

MANISCHE EPISODE

AKTUELL

FRÜHER

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

J. ALKOHOLABHÄNGIGKEIT/-MISSBRAUCH

J1 Ist es während der vergangenen 12 Monate mehr als dreimal vorgekommen, daß Sie mehr als 3 alkoholische Getränke innerhalb von 3 Stunden getrunken haben? → NEIN JA 1

J2 Während der vergangenen 12 Monate :

a Benötigten Sie da mehr Alkohol als früher, um die gleiche Wirkung zu erzielen? NEIN JA 2

b Wenn Sie weniger getrunken haben, zitterten dann Ihre Hände, schwitzten Sie oder fühlten sich erregt? Kam es vor, dass Sie tranken, um derartige Beschwerden oder einen Kater zu vermeiden? NEIN JA 3
WENN EINES HIERVON ZUTRIFFT, KREUZEN SIE JA AN

c Kam es vor, daß Sie mehr tranken als ursprünglich beabsichtigt? NEIN JA 4

d Haben Sie bereits erfolglos versucht, Ihren Alkoholkonsum einzuschränken oder gar nicht mehr zu trinken? NEIN JA 5

e Verbrachten Sie an den Tagen, an denen Sie tranken, sehr viel Zeit damit, sich Alkohol zu besorgen, Alkohol zu trinken oder sich von der Alkoholwirkung zu erholen? NEIN JA 6

f Haben Sie Ihre Aktivitäten, wie Arbeit, Freizeit oder soziale Kontakte, aufgrund Ihres Alkoholkonsums eingeschränkt? NEIN JA 7

g Haben Sie weiterhin getrunken, obwohl Sie wußten, daß dies bei Ihnen zu gesundheitlichen oder seelischen Problemen führte? NEIN JA 8

WURDEN 3 ODER MEHR J2 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET ?

NEIN JA

**ALKOHOL-
ABHÄNGIGKEIT
AKTUELL**

ZEIGT DER PATIENT ALKOHOLABHÄNGIGKEIT?

→
NEIN JA

J3 Während der vergangenen 12 Monate:

a Waren Sie mehrmals betrunken oder verkatert, als Sie Aufgaben zu erledigen hatten in der Schule, bei der Arbeit oder zu Hause? Hat dies zu Schwierigkeiten geführt? NEIN JA 9
KREUZEN SIE NUR DANN JA AN, WENN DIES PROBLEME VERURSACHT HAT

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

- | | | | | |
|---|--|------|----|----|
| b | Kam es vor, daß Sie schon einmal in irgendeiner Situation betrunken waren, in der ein Verletzungsrisiko bestand, z.B. beim Auto,- oder Motorradfahren oder Bedienen von Maschinen etc.)? | NEIN | JA | 10 |
| c | Hatten Sie wegen Ihres Trinkens irgendwelche Probleme mit dem Gesetz, z.B. eine Verhaftung oder Anzeige? | NEIN | JA | 11 |
| d | Haben Sie weiterhin Alkohol getrunken, obwohl Sie dadurch Probleme mit Ihrer Familie oder anderen Personen bekommen haben? | NEIN | JA | 12 |

WURDE 1 ODER MEHR J3 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET?

NEIN JA

**ALKOHOL-
MISSBRAUCH
AKTUELL**

SUBSTANZ-LISTE

AMPHETAMIN	BENZIN	MORPHINE
CANNABIS	KLEBSTOFF	OPIUM
KOKAIN	GRAS	PALFIUM
CODEIN	HASCHISCH	PCP
CRACK	HEROIN	RITALIN
DILAUDID	LSD	TEMGESIC
ECSTASY	MARIHUANA	THC
AETHER	MESCALIN	TOLUEN
FREEBASE	METHADON	TRICHLORAETHYLEN

M.I.N.I.

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

K. STÖRUNGEN IM ZUSAMMENHANG MIT PSYCHOTROPEN SUBSTANZEN

K1 Ich werde Ihnen jetzt eine Liste mit verschiedenen Drogen und Arzneimitteln zeigen.

Nahmen Sie während der vergangenen 12 Monate irgendeine dieser Substanzen mehrmals ein, um "high" zu werden, sich besser zu fühlen oder Ihre Stimmung zu verändern?

→
NEIN JA

KREUZEN SIE JEDE SUBSTANZ AN, DIE EINGENOMMEN WURDE :

Stimulantien: Amphetamine, "speed", Ritalin, Appetitzügler.

Kokain: Crack, "speedball".

Narkotika: Heroin, Morphine, Dilaudid, Opium, Methadon, Paracodein,

Halluzinogene: LSD ("acid")Trips, Mescaline, Peyote, PCP ("angel dust"), Psilocybin, "Fliegenpilze", Ecstasy, MDA, oder MDMA.

Schnüffelstoffe: Ethylchlorid, Lachgas, Pattex

Marihuana: Haschisch, THC, "pot", "gras", "Sheet" Cannabis

Tranquillantien: Valium, Halcion, Barbiturate, Flunis, Tohyps

Verschiedene: Steroide, rezeptfreie Schlafmittel oder Appetitzügler. Weitere?

NENNEN SIE DIE AM HÄUFIGSTEN KONSUMIERTEN SUBSTANZEN: _____

SPEZIFIZIEREN SIE, AUF WELCHE SUBSTANZEN SICH IHRE WEITERE EXPLORATION BEZIEHT:

JEDE EINZELNE SUBSTANZ (ODER SUBSTANZKLASSE)

NUR DIE AM HÄUFIGSTEN KONSUMIERTE SUBSTANZ (ODER SUBSTANZKLASSE)

BEI GEBRAUCH NUR EINER SUBSTANZ (ODER SUBSTANZKLASSE):

K2 Wenn Sie an Ihren Konsum von [NENNEN SIE DIE SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] während der vergangenen 12 Monate denken :

a Haben Sie bemerkt, daß Sie mehr [NAME DER SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] einnehmen mußten, um die gleiche Wirkung wie früher zu erzielen?

NEIN JA

1

b Hatten Sie Entzugserscheinungen, wenn Sie versuchten, die Einnahme von [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] einzuschränken oder ganz einzustellen (z.B. Schmerzen, Zittern, Fieber, Schwächegefühle, Übelkeit und Durchfall, Schwitzen, Herzklopfen, Schlafstörungen, Unruhe, Ängstlichkeit, Reizbarkeit und depressive Stimmung)?

Oder nahmen Sie irgendwelche Substanzen ein, um das Auftreten solcher Beschwerden (Entzugserscheinungen) zu vermeiden oder um sich besser zu fühlen?
WENN EINES HIERVON ZUTRIFFT, KREUZEN SIE JA AN

NEIN JA

2

c Kam es wiederholt vor, daß Sie mehr [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] konsumierten, als Sie ursprünglich beabsichtigten?

NEIN JA

3

→ BEDEUTET: GEHEN SIE ZU DEN DIAGNOSEFELDERN, KREUZEN SIE ÜBERALL NEIN AN UND GEHEN SIE ZUM NÄCHSTEN MODUL ÜBER.

- | | | | | |
|---|--|------|----|---|
| d | Haben Sie bereits einmal erfolglos versucht, ihren Konsum von [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] zu reduzieren oder einzustellen? | NEIN | JA | 4 |
| e | Verbrachten Sie an den Tagen, an denen Sie [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] konsumierten, sehr viel Zeit (mehr als 2 Stunden) damit, diese Substanz zu besorgen, sie einzunehmen oder sich von ihrer Wirkung zu erholen? | NEIN | JA | 5 |
| f | Haben Sie ihre Aktivitäten wie Arbeit, Freizeit oder das Zusammensein mit Ihrer Familie oder Freunden aufgrund Ihres Substanzkonsums eingeschränkt? | NEIN | JA | 6 |
| g | Haben Sie weiterhin [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] benutzt, obwohl Sie wußten, daß dies bei Ihnen zu gesundheitlichen oder seelischen Problemen führte? | NEIN | JA | 7 |

WURDEN 3 ODER MEHR K2 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET?

BENENNEN SIE DIE SUBSTANZ(EN): _____

NEIN	JA
SUBSTANZ- ABHÄNGIGKEIT AKTUELL	

ZEIGT DER PATIENT ABHÄNGIGKEIT VON DER (DEN) KONSUMIERTEN DROGEN?

→
NEIN JA

K3 Während der letzten 12 Monate:

- | | | | | |
|---|---|------|----|----|
| a | Waren Sie durch die Einnahme von [SUBSTANZ/SUBSTANZKLASSE] berauscht oder fühlten sich verkatert oder high, als Sie Aufgaben zu erledigen hatten in der Schule, bei der Arbeit oder zu Hause? Hat dies zu Schwierigkeiten geführt?
KREUZEN SIE NUR DANN JA AN, WENN DIES PROBLEME VERURSACHT HAT | NEIN | JA | 8 |
| b | Kam es vor, daß Sie schon einmal in irgendeiner Situation von [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] berauscht oder high waren, in der ein Verletzungsrisiko bestand, z.B. beim Auto,- oder Motorradfahren oder Bedienen von Maschinen etc.)? | NEIN | JA | 9 |
| c | Hatten Sie wegen Ihres Konsums von [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] irgendwelche Probleme mit dem Gesetz, z.B. eine Verhaftung oder Anzeige? | NEIN | JA | 10 |
| d | Haben Sie weiterhin [SUBSTANZ/ SUBSTANZKLASSE] benutzt, obwohl Sie dadurch Probleme mit Ihrer Familie oder anderen Personen bekommen haben? | NEIN | JA | 11 |

WURDE 1 ODER MEHR K3 FRAGEN MIT JA BEANTWORTET ?

BENENNEN SIE DIE SUBSTANZ(EN): _____

NEIN	JA
SUBSTANZ- MISSBRAUCH AKTUELL	

Narzisstische Persönlichkeitsstörung

(Leiten Sie die Fragen, die im Fragebogen bejaht sind, gegebenenfalls wie folgt ein:

„Sie sagten im Fragebogen, daß Sie...“ und formulieren Sie die Interviewerfrage um)

73. Haben Sie das Gefühl, daß die meisten Menschen Ihre besonderen Fähigkeiten gar nicht richtig schätzen?
• Erklären Sie das genauer.
74. Wurde Ihnen schon einmal gesagt, Sie hätten eine zu hohe Meinung von sich selbst?
• Können Sie mir dazu Beispiele nennen?
75. Denken Sie oft an die Macht, den Ruhm oder die Anerkennung, die Sie eines Tages haben werden?
• Erzählen Sie mir mehr davon.
(Wie oft denken Sie über diese Dinge nach?)
76. Denken Sie oft an die ideale Liebe, die Sie eines Tages finden werden?
• Können Sie das genauer erklären?
(Wie oft denken Sie daran?)
77. Wenn Sie eine Beschwerde haben, bestehen Sie fast immer darauf, den höchsten Vorgesetzten zu sprechen?
• Nennen Sie mir bitte einige Beispiele
(Warum wollen Sie nur mit diesen Leuten sprechen?)
78. Glauben Sie, daß es sich nur lohnt, Zeit mit Menschen zu verbringen, die etwas Besonderes oder besonders wichtig sind?
Warum?
79. Ist es Ihnen sehr wichtig, daß andere Sie beachten oder Sie in irgendeiner Weise bewundern?
• Erzählen Sie mir mehr darüber.

Kriterien

Ein durchgängiges Muster von Gefühlen der eigenen Großartigkeit (in Phantasie oder Verhalten), großem Bedürfnis nach Bewunderung und mangelndem Einfühlungsvermögen. Der Beginn liegt im frühen Erwachsenenalter; die Störung manifestiert sich in den verschiedensten Lebensbereichen. Mindestens fünf der folgenden Kriterien müssen erfüllt sein:

- (1) übertriebenes Selbstwertgefühl (überbetont eigene Leistungen und Fähigkeiten; erwartet, auch ohne entsprechende Leistung als überlegen zu gelten) ? 1 2 3
(= 3 = Beleg für offensichtliches Überlegenheitsgefühl; zeigt sich in Redeweise wie z.B. "Ich bin so gut wie Barbra Streisand" statt "Ich kann gut singen")
- (2) Denken ist beherrscht von Phantasien über unbegrenzten Erfolg, Macht, Brillanz, Schönheit oder vollkommene Liebe ? 1 2 3
(= 3 = häufige Tagträume verdrängen Aktivitäten)
- (3) glaubt von sich, besonders und einzigartig zu sein und nur von Leuten verstanden zu werden bzw. nur mit Leuten zu tun haben zu können, die ebenfalls etwas Besonderes sind und eine hohe Position innehaben ? 1 2 3
(= 3 = Zustimmung und mindestens ein Beispiel)
- (4) verlangt nach übermäßiger Bewunderung ? 1 2 3
(= 3 = Zustimmung und mindestens ein Beispiel)

80. Glauben Sie, daß Sie sich bestimmten Regeln oder gesellschaftlichen Konventionen nicht unterordnen müssen, wenn diese Sie irgendwie einschränken?
 • Können Sie mir Beispiele nennen?
 (Glauben Sie, daß Sie in einer so besonderen Situation sind, daß Sie bevorzugte Behandlung fordern können?)
81. Glauben Sie, daß es Gründe gibt, weswegen andere Leute Sie besonders zuvorkommend behandeln sollten?
 • Warum sollten Sie besser als andere behandelt werden?
82. Mußten Sie andere schon einmal regelrecht benutzen, um etwas zu erreichen?
 • Nennen Sie Beispiele
 (Passiert das häufig?)
83. Sind Ihnen Ihre eigenen Bedürfnisse oft wichtiger als die anderer?
 • Bei welchen Gelegenheiten passiert das zum Beispiel?
84. Sind Sie oft der Meinung, daß andere Ihren Wünschen bedingungslos nachkommen sollten?
 (Ist das oft so?)
85. Halten Sie es oft für unwichtig, sich mit den Angelegenheiten oder Gefühlen anderer auseinanderzusetzen?
 • Erzählen Sie mehr darüber.
86. Können Sie es schwer ertragen, wenn andere erfolgreich sind?
 • Können Sie etwas darüber erzählen?
 (Wie oft haben Sie solche Gefühle?)
87. Haben Sie den Eindruck, daß andere oft neidisch auf Sie sind?
 (Worauf genau sind sie dann neidisch?)
88. Glauben Sie, daß nur sehr wenige Menschen Ihre Zeit und Ihre Aufmerksamkeit verdienen?
 • Bitte erzählen Sie mehr davon.
- (5) Anspruchsdenken, d.h. übertriebene Erwartung von bevorzugter Behandlung oder automatische Erfüllung eigener Erwartungen
 (= 3 = mehrere Beispiele)
- (6) nutzt zwischenmenschliche Beziehungen aus, um mit Hilfe anderer die eigenen Ziele zu erreichen
 (= 3 = mehrere Beispiele, in denen andere ausgenutzt wurden)
- (7) mangelndes Einfühlungsvermögen; ist nicht bereit, sich auf die Gefühle und Bedürfnisse anderer einzulassen
 (= 3 = Zustimmung oder mehrere Beispiele)
- (8) ist oft auf andere neidisch oder glaubt, daß andere ihn/sie beneiden
 (= 3 = Zustimmung und mindestens ein Beispiel)
- (9) zeigt arrogante, überhebliche Verhaltensweisen und Einstellungen
 (= 3 = Zustimmung oder Beobachtung während des Interviews)
 [Auch Verhalten während des Interviews berücksichtigen]
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3
- ? 1 2 3

Beurteile

Mindestens fünf Symptome sind mit kodiert

8-11-1981
 11-11-1981

Borderline Persönlichkeitsstörung

(Leiten Sie die Fragen, die im Fragebogen bejaht sind, gegebenenfalls wie folgt ein:

„Sie sagten im Fragebogen, daß Sie...“ und formulieren Sie die Interviewerfrage um)

89. Geraten Sie aus der Fassung, wenn Sie sich vorstellen, daß jemand, der Ihnen viel bedeutet, Sie verläßt?

- Was haben Sie dann getan?

(Bedrängen oder bedrohen Sie ihn dann?)

90. Sind Ihre Beziehungen zu Personen, an denen Ihnen viel liegt, von einem ständigen Auf und Ab gekennzeichnet?

- Beschreiben Sie das näher.

(Denken Sie manchmal, daß diese Beziehung genau Ihren Wünschen entspricht, ein anderes Mal wiederum, daß sie ganz schrecklich ist?)

- Wie viele Ihrer Beziehungen waren oder sind so?

91. Haben Sie schon die Erfahrung gemacht, daß sich Ihre Zielsetzungen und Ihr Gefühl darüber, wer Sie sind, plötzlich ändern?

- Nennen Sie mir einige Beispiele dafür.

92. Erleben Sie häufig krasse Veränderungen in dem, wie Sie sich selbst sehen?

- Können Sie das näher erläutern?

93. Ändern Sie oft plötzlich Ihre Zielsetzungen, Ihre beruflichen Pläne, religiöse Anschauungen und ähnliches?

- Erzählen Sie mir mehr davon.

Kriterien

Ein durchgängiges Muster von Instabilität in zwischenmenschlichen Beziehungen, des Selbstbildes und der Affekte sowie ausgeprägte Impulsivität. Der Beginn liegt im frühen Erwachsenenalter; die Störung manifestiert sich in den verschiedensten Lebensbereichen. Mindestens *fünf* der folgenden Kriterien müssen erfüllt sein:

(1) verzweifelte Versuche, tatsächliches oder vorgestelltes Verlassenwerden zu vermeiden

? 1 2 3

(= 3 = mehrere Beispiele)

[Suizidales Verhalten oder Tendenz zur Selbstverletzung wie in Kriterium (5) hier nicht berücksichtigen]

(2) Muster von instabilen und intensiven zwischenmenschlichen Beziehungen, die durch einen Wechsel zwischen den Extremen Idealisierung und Abwertung gekennzeichnet sind

? 1 2 3

(= 3 = entweder eine längere oder mehrere kürzere Beziehungen, in denen dieses schwankende Verhaltensmuster mindestens zweimal vorkommt)

(3) Identitätsstörung: auffällig und durchgängig instabiles Selbstbild oder Selbstwahrnehmung

? 1 2 3

(= 3 = Zustimmung)

[Anmerkung: normale Pubertätsunsicherheiten hier nicht berücksichtigen]

94. Handeln Sie oft impulsiv?
Worum handelt es sich?
- Kaufen Sie z.B. Sachen, die Sie sich eigentlich nicht leisten können?
 - Haben Sie sexuellen Kontakt mit Personen, die Sie kaum kennen?
 - Haben Sie ungeschützten sexuellen Kontakt?
 - Trinken Sie zuviel Alkohol oder nehmen Sie Drogen?
 - Fahren Sie rücksichtslos Auto?
 - Essen Sie unkontrolliert?
- Falls eine dieser Fragen mit "Ja" beantwortet wird:
- Erzählen Sie mir mehr davon.
 - Wie oft passiert das?
 - In welche Schwierigkeiten sind Sie dadurch gekommen?
- (4) impulsives Verhalten bei mindestens zwei potentiell selbstschädigenden Handlungen (z.B. Geldausgeben, Sex, Substanzmißbrauch, rücksichtsloses Fahren oder Eßanfälle)
- (☞ 3 = mehrere Beispiele, die ein Muster impulsiven Verhaltens belegen (auch andere als die hier genannten))
- [Suizidale und selbstschädigende Verhaltensweisen hier nicht berücksichtigen; diese werden unter (5) kodiert]
- ? 1 2 3
95. Haben Sie jemals versucht, sich selbst zu verletzen oder umzubringen oder es angedroht?
- (5) wiederholte suizidale Handlungen, Suizidandrohungen oder selbstverletzendes Verhalten
- (☞ 3 = mindestens zwei Beispiele [außerhalb einer depressiven Phase])
- ? 1 2 3
96. Haben Sie sich je absichtlich geschnitten, verbrannt oder gekratzt?
- Erzählen Sie mir das genauer.
- (6) affektive Instabilität, die auf eine sehr ausgeprägte Reaktion auf Stimmungen zurückzuführen ist (wie z.B. Depression, Reizbarkeit oder Angst, wobei diese Zustände gewöhnlich einige Stunden und nur selten länger als einige Tage dauern)
- (☞ 3 = Zustimmung)
- ? 1 2 3
97. Sind Sie „launisch“?
- Wie sieht das aus?
- (Wie lange dauert Ihre „schlechte Laune“? Wie oft gibt es diese Stimmungsumbrüche? Wie plötzlich wechselt Ihre Stimmung?)
- (7) chronisches Gefühl der inneren Leere
- (☞ 3 = Zustimmung)
- ? 1 2 3
98. Fühlen Sie sich oft innerlich leer?
- Erzählen Sie mir mehr davon.

99. Haben Sie oft Wutausbrüche oder werden so böse, daß Sie die Kontrolle verlieren?
Können Sie mir das beschreiben?
100. Schlagen Sie andere oder werfen Sie mit Gegenständen, wenn Sie wütend sind?
- Erzählen Sie mir davon.
 - (Passiert das häufig?)
101. Können selbst Kleinigkeiten Sie sehr wütend machen?
- Wann passiert das zum Beispiel?
- (Passiert das häufig?)

(8) unangemessene, sehr heftige Wut oder Schwierigkeiten, Wut zu kontrollieren (z.B. häufige Wutausbrüche, lang anhaltende Wut, wiederholte körperliche Auseinandersetzungen)

(= 3 = Zustimmung und mindestens ein Beispiel oder mehrere Beispiele)

? 1 2 3

102. Werden Sie anderen gegenüber argwöhnisch oder fühlen Sie sich manchmal unwirklich, wenn Sie unter großem Druck stehen?
- Können Sie das näher beschreiben?

(9) vorübergehende, streßabhängige paranoiden Vorstellungen oder eindeutige dissoziative Symptome

(= 3 = mehrere Beispiele, die nicht ausschließlich im Verlauf einer psychotischen Störung oder einer Stimmungstörung mit psychotischen Symptomen vorkommen)

? 1 2 3

Beurteile

Mindestens fünf Symptome sind mit "3" zu beurteilen

1 2 3

Keine Beurteilung
Berechnung des Punktwertes

Anhang A3

Appearance Attitudes Scale

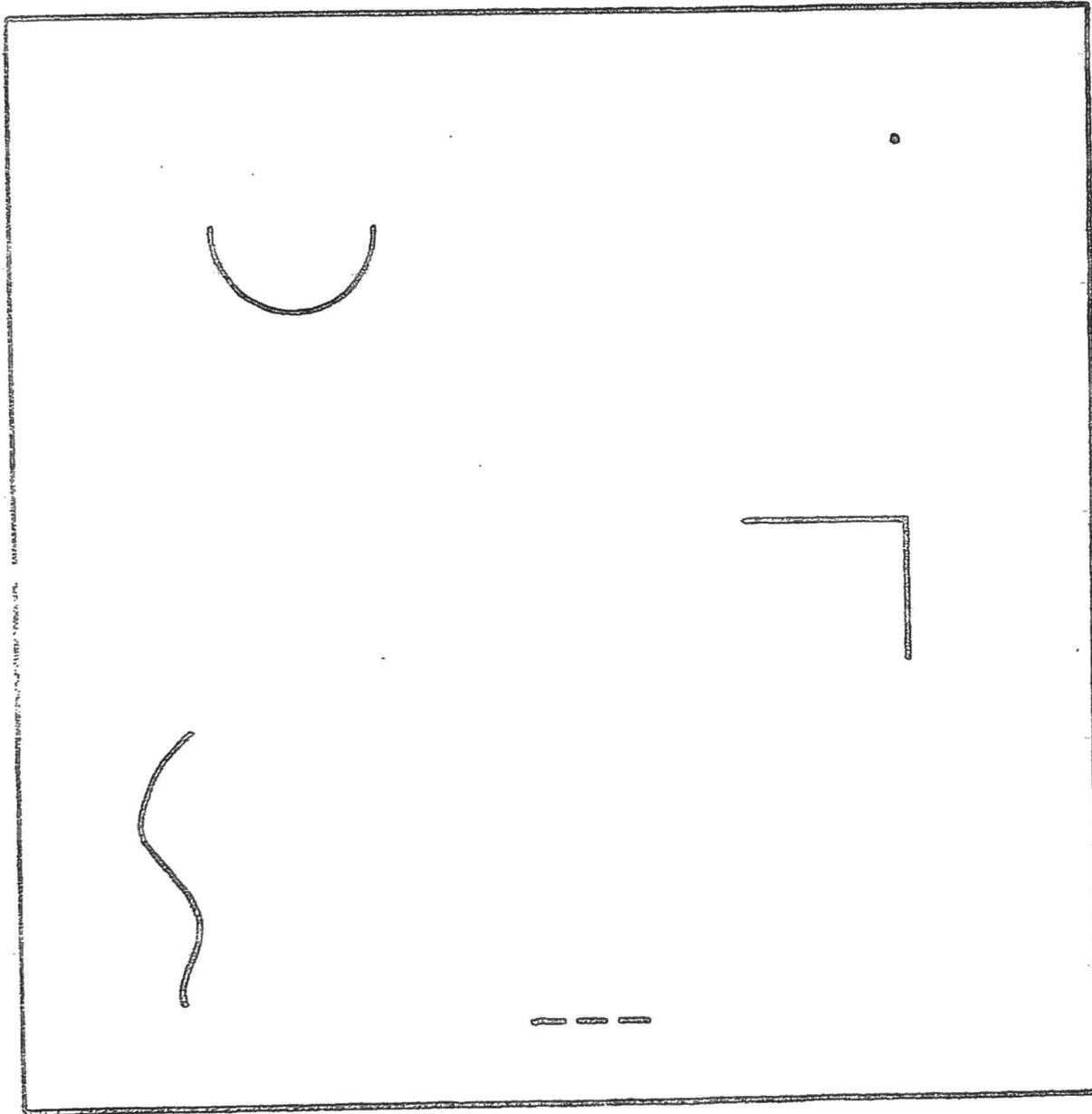
FRAGEBOGEN ZUR EINSTELLUNG BEZÜGLICH AUSSEHEN

Bitte lesen Sie jede der folgenden Aussagen sorgfältig durch und geben Sie an, wie Sie in der letzten Woche ihr Aussehen beurteilt haben. Bitte schätzen Sie jede Aussage anhand der untenstehenden Skala ein, die von 1 bis 5 reicht. 1 bedeutet "stimme gar nicht zu" und 5 bedeutet "stimme sehr zu". Es gibt keine richtigen und keine falschen Antworten. Antworten Sie nicht, wie Sie glauben, daß Sie antworten sollten, sondern was am besten beschreibt, wie Sie sich fühlen.

1	2	3	4	5
stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	unent- schieden	stimme zu	stimme sehr zu

- | | | | | | |
|---|---------|---|---|---|---|
| 1. Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich von einem Partner geliebt werden. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Wie ich mein Aussehen empfinde, ist wichtiger, als was andere Personen über mein Aussehen denken. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich ein Nichts. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Wenn ich mich in öffentlichen oder sozialen Situationen befinde, muß ich genau wissen, wie ich aussehe. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, achtet niemand auf mich. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich wertlos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Mein Aussehen muß zumindest durchschnittlich sein. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, wird sich ein Partner zwangsläufig von mir trennen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Aussehen ist alles für mich. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, muß ich mich auf andere verlassen können, um das tägliche Leben zu bewältigen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem liebenswert sein und gute Freunde haben. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, wird sich ein Partner, den ich liebe, zwangsläufig von mir trennen. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem von einem Partner begehrt werden. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, gibt es niemanden, der sein Leben mit mir teilen möchte. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

	1	2	3	4	5
	stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	unent- schieden	stimme zu	stimme sehr zu
15. Mein Aussehen muß absolut perfekt sein. 1	2	3	4	5
16. Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem mit Fremden übereinstimmen. 1	2	3	4	5
17. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich verletzbar. 1	2	3	4	5
18. Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich anderen trotzdem leicht vertrauen. 1	2	3	4	5
19. Ich sollte absolut alles dafür tun, daß ich immer bestens aussehe. 1	2	3	4	5
20. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem erfolgreich sein. 1	2	3	4	5
21. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich als Person durch und durch unzulänglich. 1	2	3	4	5
22. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, dann ist das Leben nicht lebenswert. 1	2	3	4	5
23. Wäre mein Aussehen so, wie ich es wollte, wäre ich glücklich. 1	2	3	4	5
24. Ich muß mich mit meinem Aussehen abfinden, da ich es doch nicht ändern kann. 1	2	3	4	5
25. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich durch und durch als Person minderwertig. 1	2	3	4	5
26. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, dann ist das Leben wirklich unerträglich. 1	2	3	4	5
27. Ich bin sehr häßlich. 1	2	3	4	5
28. Was auch immer die anderen sagen, in ihrem Inneren glauben sie, daß ich häßlich bin. 1	2	3	4	5
29. Ich bin häßlich oder habe einen äußerlichen Mangel, weil ich bestraft werde. 1	2	3	4	5
30. Ich werde nie vollständig mit meinem Aussehen zufrieden sein. 1	2	3	4	5
31. In sozialen Situationen müssen sich die Leute nach mir umdrehen. 1	2	3	4	5
32. Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich auf gewisse Weise unrein. 1	2	3	4	5
33. Ich muß nicht umwerfend sein, ich möchte nur mit anderen eins sein. 1	2	3	4	5
34. Ich fühle mich von anderen wegen meines Aussehens gedemütigt. 1	2	3	4	5



C

Test zum Schöpferischen Denken - Zeichnerisch (TSD-Z) von Klaus K. Urban und Hans G. Jellen†.

© Copyright 1995 Swets & Zeitlinger B.V., Lisse: Swets Test Services, Frankfurt.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Veröffentlichung darf reproduziert, übertragen, überschrieben, gespeichert oder in eine Fremd- oder Programmiersprache übersetzt werden, gleich in welcher Form, ob elektronisch, mechanisch, magnetisch, optisch oder sonstwie, ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Verlages.

Anhang B1:

Probandeninformation



UNIVERSITÄTSMEDIZIN
GÖTTINGEN **UMG**

Fachbereich 05: Psychologie und Sportwissenschaften
Klinische Psychologie und Psychotherapie

Zentrum 16: Psychosoziale Medizin
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie

Ansprechpartner der Studie

Prof. Dr. Ulrich Stangier

Adresse: Varrentrappstraße 40-42, 60486 Frankfurt am Main

Telefon: 069 - 798-22648

Fax: 069 - 798-28110

Email: stangier@psych.uni-frankfurt.de

Ansprechpartner der Studie

Prof. Dr. Borwin Bandelow

Adresse: v.-Siebold-Str. 5, 37075 Göttingen

Telefon: 0551 - 39 6607

Sekretariat: 0551 / 39-6601

Fax: 0551 / 39-2004

E-Mail: sekretariat.bandelow@medizin.uni-goettingen.de

Probandeninformation zur Erlangung der Einwilligung für die wissenschaftliche Verwendung der durch die Untersuchungsmaterialien erlangten Daten zu Forschungszwecken

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

wir möchten Sie fragen, ob Sie bereit sind, an der von uns vorgesehenen Studie teilzunehmen.

Mit Hilfe dieser Befragung möchten wir das in den vergangenen Jahren immer stärker in den Mittelpunkt unserer Gesellschaft rückende Phänomen der Prominenz genauer untersuchen und mehr Licht auf dieses bisher nur wenig untersuchte Gebiet werfen. Um dem Missverhältnis zwischen der hohen publizistischen und gleichzeitig ökonomischen Bedeutsamkeit des Massenmedieninhaltes „Prominenz“ auf der einen Seite und dem niedrigen Forschungsstand zu diesem Bereich auf der anderen Seite entgegenzuwirken, wird eine Studie wie diese initiiert.

Neben dem übergeordneten Ziel der Studie, mehr wissenschaftliche Erkenntnisse auf dem selten untersuchten Gebiet der Prominenz zu erringen und mehr über das psychische Befinden prominenter und nicht prominenter Singer-Songwriter zu erfahren, spielt ein weiterer Aspekt eine bedeutsame Rolle, nämlich die Kreativität.

Des Weiteren soll im Rahmen dieser Studie überprüft werden, inwieweit ein perfektes Aussehen für die im Mittelpunkt stehenden Singer-Songwriter von Bedeutung ist.

Bitte zögern Sie nicht, in Ruhe diese Probandeninformation zu lesen und alle Punkte anzusprechen, die Ihnen unklar sind. Sie werden danach ausreichend Bedenkzeit erhalten, um über Ihre Teilnahme zu entscheiden. Sind Sie bereit an dieser Studie teilzunehmen, bitte ich Sie die diesem Schreiben beiliegende Einverständniserklärung und die Vertraulichkeitserklärung zu unterzeichnen.

Was möchten wir mit dieser Studie herausfinden?

Mit Hilfe dieser Befragung möchten wir das psychische Befinden prominenter Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum herausfinden und dieses mit dem psychischen Befinden nicht prominenter Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum vergleichen. Eine tragende Rolle kommt hierbei dem Phänomen der Kreativität zu, und zwar insofern als dass herausgefunden werden soll, ob diese im Zusammenhang mit dem Vorliegen psychischer Probleme steht und Einfluss auf den beruflichen Erfolg hat. Des Weiteren soll überprüft werden, inwieweit sich prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum hinsichtlich ihrer perfektionistischen Einstellung das eigene Aussehen betreffend von nicht prominenten Singer-Songwritern unterscheiden.

Wie ist der Ablauf und die Dauer der Studie?

Im Rahmen dieser Studie wird ein ca. 20-45 minütiges Interview mit Ihnen durchgeführt, im Anschluss erhalten Sie einen Fragebogen mit der Bitte diesen auszufüllen (Dauer ca. 5 Minuten) und einen Kreativitätstest (Dauer ca. 5 Minuten).

Freiwilligkeit

Ihre Teilnahme an dieser Studie ist freiwillig. Sie werden in diese Studie also nur dann einbezogen, wenn Sie dazu schriftlich Ihre Einwilligung erklären. Sofern Sie nicht an der Studie teilnehmen oder später aus ihr Ausscheiden möchten, erwachsen Ihnen daraus keine Nachteile. Bereits erhobene Daten werden dann nicht in die Auswertung einbezogen und umgehend datenschutzgerecht vernichtet.

Nutzen für den Teilnehmer, Rückmeldung über die Studienergebnisse

Sie ziehen keinen persönlichen Nutzen aus der Teilnahme an dieser Studie, bei Interesse werden Ihnen jedoch nach Beendigung der Untersuchung gerne die Studienergebnisse und die genaue wissenschaftliche Bedeutung dieser Untersuchung mitgeteilt. Gerne können Sie die Studienleiterin, deren Kontaktdaten im Informationsflyer zu finden sind, hierzu kontaktieren.

Was geschieht mit Ihren Daten?

Die Befragung erfolgt nach wissenschaftlichen Standards, bei denen die Antworten der Teilnehmer aus datenschutzrechtlichen Gründen ohne Angabe der Person ausgewertet werden. Bitte geben Sie auf dem Fragebogen zur Sicherung Ihrer Anonymität keinen Namen oder andere personenbezogene Daten an. Eine gewünschte Löschung der Daten ist innerhalb von drei Tagen nach dem Interview nur durch den Interviewer möglich, da nach einer Woche die Daten in ein Statistikprogramm eingeben und diese danach nicht mehr den einzelnen Teilnehmer zugeordnet werden können. Aufgrund der anonymen Speicherung lassen sich daher auch keine Individualergebnisse rückmelden.

Alle erhobenen Daten werden nach mindestens 10 Jahren vernichtet.

Wichtige Zusatzbemerkung

Im Rahmen der Studie werden den Probanden keine Diagnosen mitgeteilt, selbst bei offensichtlicher Behandlungsbedürftigkeit (z.B. Suizid, etc.) wird keine Rückmeldung gegeben. Des Weiteren wird keine Beratung erteilt und keine Hilfe vermittelt.

Kontaktdaten des Projektleiters:

Frau
Viola von Korff-Ercklentz
Roonstraße 20
20253 Hamburg

Mobil: (+49) 177 3040503

E-Mail: viola.korff@gmx.de

Für Ihre Bereitschaft danken wir Ihnen bereits an dieser Stelle ganz herzlich, gerne können Sie bei Unklarheiten jederzeit Fragen stellen.

Anhang B2:

Einverständnis- und Vertraulichkeitserklärung



UNIVERSITÄTSMEDIZIN
GÖTTINGEN **UMG**

Fachbereich 05: Psychologie und Sportwissenschaften
Klinische Psychologie und Psychotherapie

Ansprechpartner der Studie
Prof. Dr. Ulrich Stangier
Adresse: Varrentrappstraße 40-42, 60486 Frankfurt am Main
Telefon: 069 - 798-22848
Fax: 069 - 798-28110
Email: stangier@psych.uni-frankfurt.de

Zentrum 16: Psychosoziale Medizin
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie

Ansprechpartner der Studie
Prof. Dr. Borwin Bandelow
Adresse: v.-Siebold-Str. 5, 37075 Göttingen.
Telefon: 0551 - 39 6607
Sekretariat: 0551 / 39-6601
Fax: 0551 / 39-2004
E-Mail: sekretariat.bandelow@medizin.uni-goettingen.de

Einverständnis- und Vertraulichkeitserklärung

Ich bin über den Inhalt und Ablauf der Studie und der damit zusammenhängenden Befragung informiert worden und erhalte jederzeit die Gelegenheit bei Unklarheiten Fragen stellen zu können.

Ich habe verstanden, dass meine Daten vertraulich behandelt und meiner Person zu keinem Zeitpunkt von Dritten zugeordnet werden können. Mein gesamter Datensatz kann auf meinen ausdrücklichen Wunsch hin drei Tage nach dem Interview gelöscht werden, danach ist eine Löschung meiner Daten auf Wunsch nicht mehr möglich, da nach einer Woche der gesamte Datensatz in das SPSS Programm übertragen wird und aufgrund der anonymen Speicherung eine Zuordnung zu meiner Person nicht vorgenommen werden kann.

Eine Kopie der Einverständnis- und Vertraulichkeitserklärung sowie der Probandeninformation habe ich erhalten.

Hiermit willige ich ein, freiwillig und ohne persönliche Vorteilsnahme an der Studie teilzunehmen. Ich habe das Recht, diese Einwilligung jederzeit zu widerrufen, ohne dass mir dadurch Nachteile entstehen.

Des Weiteren willige ich ein, keine inhaltlichen Informationen hinsichtlich des Untersuchungsmaterials an Dritte weiterzutragen und sonstige Informationen die Studie betreffend vertraulich zu behandeln.

Unterschrift, Datum

Kontaktdaten des Projektleiters:

Frau Viola von Korff-Ercklentz • Roonstraße 20 • 20253 Hamburg • 0177 3040503 • viola.korff@gmx.de

Anhang B3:

Kontaktdaten der Studienleiterin



UNIVERSITÄTSMEDIZIN GÖTTINGEN **UMG**

Kontaktdaten der Studienleiterin

Vielen lieben Dank, dass Sie sich überlegen an der Studie über prominente und nicht prominente Singer-Songwriter aus dem deutschsprachigen Raum teilzunehmen.

Mit Hilfe dieser Befragung möchten wir das in den vergangenen Jahren immer stärker in den Mittelpunkt unserer Gesellschaft rückende Phänomen der Prominenz genauer untersuchen und mehr Licht auf dieses bisher nur wenig untersuchte Gebiet werfen. Um dem Missverhältnis zwischen der hohen publizistischen und gleichzeitig ökonomischen Be-
deutsamkeit des Massenmedieninhaltes „Prominenz“ auf der einen Seite und dem niedrigen Forschungsstand zu diesem Bereich auf der anderen Seite entgegenzuwirken, wird eine Studie wie diese initiiert.

Für nähere Informationen, den genauen Ablauf und zur Klärung offener Fragen wenden Sie sich bitte an:

**Frau
Viola von Korff-Ercklentz
Roonstraße 20
20253 Hamburg**

Mobil: (+49) 177 3040503

E-Mail: viola.korff@gmx.de

Noch einmal von ganzem Herzen lieben Dank für Ihre Unterstützung!

Anhang C

Ergebnisse des t-Tests für unabhängige Stichproben für die einzelnen Items der Appearance Attitudes Scale, die nicht in den drei Faktoren 'Perfektionismus', 'Soziale Isolation' und 'Negatives Selbst' zusammengefasst sind

	vp	N	M	SD	t	df	Sig	d
Wie ich mein Aussehen empfinde, ist wichtiger, als was andere Personen über mein Aussehen denken	P	31	3.74	1.59	-.091	55.2	.464	-0.02
	NP	31	3.77	1.18				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich ein Nichts	P	31	2.45	.96	3.264	60	.001	0.77
	NP	31	1.71	.82				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, achtet niemand auf mich	P	31	4.48	.81	3.394	60	.001	0.77
	NP	31	3.68	1.05				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, bin ich wertlos	P	31	2.39	.99	3.251	60	.001	0.75
	NP	31	1.65	.80				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, wird sich ein Partner zwangsläufig von mir trennen	P	31	2.90	1.33	2.026	56.8	.024	0.46
	NP	31	2.29	1.04				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, muß ich mich auf andere verlassen können, um das tägliche Leben zu bewältigen	P	31	1.26	.45	.847	60	.200	0.22
	NP	31	1.16	.45				
Auch wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich anderen trotzdem leicht vertrauen	P	31	2.26	1.15	-1.215	60	.115	-0.30
	NP	31	2.61	1.15				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, kann ich trotzdem erfolgreich sein	P	31	2.00	1.18	-2.718	59.1	.005	-0.65
	NP	31	2.87	1.34				
Wenn ich häßlich bin oder einen äußerlichen Mangel habe, dann ist das Leben nicht lebenswert	P	30	3.67	1.42	2.649	59	.005	0.66
	NP	31	2.68	1.49				
Ich muß mich mit meinem Aussehen abfinden, da ich es doch nicht ändern kann	P	31	2.00	1.18	-3.153	60	.002	-0.79
	NP	31	2.94	1.15				
Ich bin sehr häßlich	P	31	1.29	.78	-1.867	58	.034	-0.42
	NP	29	1.62	.56				
Ich werde nie vollständig mit meinem Aussehen zufrieden sein	P	31	4.29	.97	3.831	57.5	.000	0.88
	NP	31	3.23	1.20				
In sozialen Situationen müssen sich die Leute nach mir umdrehen	P	31	3.42	1.12	3.449	60	.001	0.87
	NP	31	2.45	1.09				
Ich muß nicht umwerfend sein, ich möchte nur mit mir eins sein	P	31	2.13	1.06	-1.753	59	.043	-0.42
	NP	30	2.63	1.19				

P= prominente Singer-Songwriter , NP= Nicht prominente Singer-Songwriter

Anhang D:

Stellungnahme der Ethikkommission



Prof. Dr. Sabine Windmann, Goethe-Universität, Gebäude PEG,
Allgemeine Psychologie II, Grüneburgplatz 1, 60323 Frankfurt/M.

Fachbereich Psychologie und
Sportwissenschaften
Ethikkommission

Prof. Dr. Sabine Windmann
(Vorsitzende)

Telefon +49 (0)69 798 35313
Sekretariat +49 (0)69 798 35316
Telefax +49 (0)69 798 35316
E-Mail s.windmann@psych.uni-frankfurt.de

[http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb05/dekanat/
ethikkommission_fb_5/index.html](http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb05/dekanat/ethikkommission_fb_5/index.html)

Datum: 22.8.2013

Stellungnahme der Ethikkommission des Fachbereichs 5 Psychologie und Sportwissenschaften

Studie: Psychisches Befinden prominenter Frontsänger aus dem deutschsprachigen Raum und deren perfektionistische Einstellung hinsichtlich ihres Aussehens

Bearbeitungsnummer: 2013-65 R1

Antragsteller: Viola von Korff-Ercklentz, Prof. Dr. Stangier (Universität Frankfurt), Prof. Dr. Bandelow (Universität Göttingen)

Ihr Antrag über die oben genannte Studie wurde geprüft. Das Ergebnis des Verfahrens ist, dass auf der Basis der vorliegenden Unterlagen gegen die Studie

- keine Bedenken bestehen. Bitte beachten Sie jedoch die Kommentare auf der folgenden Seite.
- keine Bedenken bestehen, wenn die angeführten Empfehlungen beachtet werden.
 - Nach entsprechender Änderung der Prüfunterlagen ist eine erneute Vorlage bei der Ethikkommission nicht erforderlich.
 - Dazu sind die überarbeiteten Prüfunterlagen erneut der Ethikkommission zur Prüfung vorzulegen.
- schwere Bedenken bestehen, die im Einzelnen genannt werden. Die Ethikkommission stimmt dem Antrag nicht zu.
- die Prüfung der ethischen Unbedenklichkeit zusätzlich von einer medizinischen Ethikkommission durchgeführt werden sollte.

Studien: Psychisches Befinden prominenter Frontsänger aus dem deutschsprachigen Raum und deren perfektionistische Einstellung hinsichtlich ihres Aussehens

Hinweise, Empfehlungen und /oder Auflagen zu den genannten Studien

Wir empfehlen eine enge Zusammenarbeit zwischen der Antragstellerin Frau von Korff und den wissenschaftlichen Betreuern, um die wissenschaftliche Qualität der Arbeit zu sichern, die den Gutachtern nicht in vollem Umfang klar wurde.

An der Stellungnahme haben mitgewirkt:

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Prof. Dr. Sabine Windmann
Vorsitzende der Ethikkommission | <input checked="" type="checkbox"/> Prof. Dr. Regina Vollmeyer |
| <input type="checkbox"/> Prof. Dr. Tilmann Habermas
Stellvertr. Vorsitzender der Ethikkommission | <input type="checkbox"/> Prof. Dr. Andreas Klein |
| <input type="checkbox"/> Prof. Dr. Dirk Fabricius | <input type="checkbox"/> Prof. Dr. Monika Knopf |
| <input type="checkbox"/> Dr. Regina Steil | <input type="checkbox"/> Dr. Andreas Rosenhagen |
| <input type="checkbox"/> Prof. Dr. Diana Boer | <input checked="" type="checkbox"/> Dr. Tim Hahn |
| <input type="checkbox"/> Cand. Psych. Phillipp Nicolay | <input type="checkbox"/> Cand. Psych. Wiebke Herrmann |

Anmerkung:

Die Zustimmung der Ethikkommission entbindet die Studienleiter nicht von ihrer ethischen und juristischen Verantwortung für ihre Studie. Wenn Sie ein Amendement oder eine Revision einreichen, markieren Sie bitte Ihre Änderungen.

Mit freundlichen Grüßen



(S. Windmann)

Anhang E

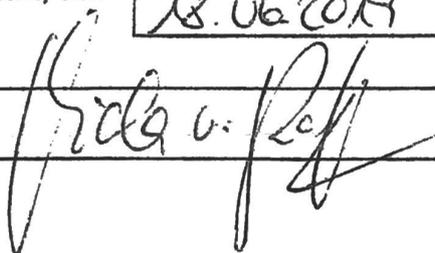
Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich mich bisher keiner Doktorprüfung unterzogen habe.

Frankfurt am Main, den

18.06.2019

(Unterschrift)



Eidesstattliche Versicherung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorgelegte Dissertation mit dem Titel:

Psychische Störungen prominente deutschsprachiger
Süßer-Schweizer: Zusammenhänge mit Kreativität
und Einstellung zum Aussehen

selbständig angefertigt und mich anderer Hilfsmittel als der in ihr angegebenen nicht bedient habe, insbesondere, dass alle Entlehnungen aus anderen Schriften mit Angabe der betreffenden Schrift gekennzeichnet sind.

Die Fragestellungen, Design, Durchführung und die Auswertung wurden eigenständig durch mich dargestellt und ausgeführt.

Ich versichere, die Grundsätze der guten wissenschaftlichen Praxis beachtet, und nicht die Hilfe einer kommerziellen Promotionsvermittlung in Anspruch genommen zu haben.

Frankfurt am Main, den

18.06.2019

(Unterschrift)

