

DIE DIANA-MES

EINE TIEFENPSYCHOLOGISCHE STUDIE ZUM TOD

Beginnen möchte ich mit einem Satz, der mittlerweile zu einem meiner Lieblingssätze geworden ist: Ich mochte Diana nicht besonders. Sie war mir bis zu ihrem Tod relativ egal. Wenn überhaupt, dann habe ich mich gewundert, wie es ihr gelingen konnte, mit ihrer so offensichtlich eingesetzten Art, Menschen zu bewegen. Ihre ganze ›Show‹ wirkte auf mich eher gekonnt inszeniert, um sich beliebt zu machen. Dennoch war ich, wie die meisten Menschen auf dieser Welt, geschockt über ihren Tod, konnte kaum glauben, was ich hörte, und mußte mich lange immer wieder vergewissern, daß es wirklich stimmte. Anlaß genug, sich psychologische Gedanken über das Phänomen zu machen.

Ein glücklicher Zufall führte dazu, daß aus dem Vorsatz, vielleicht einmal etwas zu Diana zu schreiben, eine tiefenpsychologische Studie werden konnte: Die Werbeagentur BBDO Düsseldorf wollte ebenfalls verstehen, wie es Diana fertigbringen konnte, mehr Menschen vor den Bildschirm zu locken als ein Fußballweltmeisterschaftsendspiel, welches der bisherige Maßstab medialer Ereignisse war. Dabei ging es weniger darum, Diana als Person zu analysieren, als vielmehr darum, das gesamte Ereignis als eine Art *Gleichnis* zu verstehen. Anhand der Studie sollten stark bewegende Motive unserer Kultur aufgezeigt werden. Das Phänomen ›Diana‹ sollte als ›Medium‹ verstanden werden, um bedeutsame Strukturen der heutigen Kultur aufzuzeigen.

Natürlich sollten diese bewegenden Momente auch für zukünftige Werbestrategien nutzbar gemacht werden. Darüber mag nun jeder sein eigenes Urteil bilden: Einerseits ließe sich argumentieren, daß das ›Ausschlachten‹ der toten Diana für die Werbung

SAGE

VON PRINZESSIN DIANA



moralisch verwerflich und deswegen schon die Grundidee bedenklich sei. Andererseits lassen sich, wie die Analyse zeigen wird, gerade am Beispiel von Diana kulturelle Probleme und Wünsche aufzeigen, die offenbar einen Großteil der Menschheit zur Zeit bewegen. Das Ziel der zukünftigen Werbung rückt dann in ein anderes Licht: Sie orientiert sich schon vom Grundansatz her an psychisch bedeutsamen Strukturen unserer Zeit und übernimmt in diesem Sinne auch »pädagogische« und richtungsweisende Funktionen.

Auch wenn es banal und dem einen oder anderen vielleicht überflüssig erscheinen mag, sei noch Folgendes angemerkt: Ausgangsfrage ist natürlich nicht gewesen, ob man mit dem Namen Diana, z.B. in Form von Diana T-Shirts, Diana Tellern und Tassen und – diese Frage wurde ernsthaft gestellt – Diana Tampons, zukünftig »werbend« sollte, gleichwohl die Bedeutung dieses »Souvenirhandels« noch deutlich werden wird. Es ging auch nicht um die Fragestel-

lung, ob und inwieweit es sinnvoll ist, Spots mit der Person Diana zu drehen oder mit Personen, die so ähnlich aussehen. Vielmehr sollten allgemeine Prinzipien herausgearbeitet werden, die das Phänomen einerseits verständlich machen und andererseits zeigen, was wir von Diana für uns und für zukünftige Kommunikation »lernen« können.

Geschichtenflut

Der Tod von Diana hat das wahrscheinlich größte Medienspektakel unseres Jahrhunderts ausgelöst. Bis in die politischen Kommentarseiten der seriösen Presse wurde und wird nach Interpretationen für das Phänomen Diana gesucht. Dabei produziert das »einfache« Publikum ebenso wie die Zunft der Medienschaffenden eine *Flut von Geschichten*, die selbst Monate nach dem Tod Dianas noch nicht abgeebbt ist. Von dieser kaum zu durchbrechenden Geschichtenflut

waren auch die Befragungen geprägt. Die beliebtesten Geschichten direkt nach ihrem Tod handelten von dem Aufstieg der Kindergärtnerin zur Prinzessin, von der Wohltäterin der Aids- und Leprakranken, von der Kämpferin gegen Minenfelder und von der Mutter, die ihren Kindern ein Leben jenseits von Internaten und Hofzeremoniell bieten wollte.

Nahezu alle Erklärungsversuche der Medien und z.T. auch von Experten weisen ebenfalls diesen Geschichtencharakter auf: Plötzlich gibt es drei Theorien für den Tod Dianas (FBI, Waffen-Mafia, Mordpläne der QUEEN); neue Intrigen der Moslems tauchen auf (»Sie mußte sterben, weil sie schwanger war«), oder die Polizei hält wichtige Zeugen zurück usw. Die Geschichten entziehen sich jedoch immer wieder den Versuchen, einmal wirklich aufzudecken, was dahintersteckt. An einer »Wahrheitsfindung« oder gar einer Erklärung der Phänomens scheint wenig Interesse zu bestehen. Zwar ist der Spaß des Seelischen an Geschichten sicher ein der Morphologie bekanntes Phänomen, die Massivität und Beharrlichkeit der Geschichten zu Diana jedoch geht weit über das übliche Maß hinaus. Wofür stehen also die Geschichten, und weshalb will dieses Erzählen und Neuerfinden der Geschichten zu Diana kein Ende nehmen?

Die Analyse zeigte im wesentlichen vier Botschaften oder Prinzipien, die in den Geschichten über Lady Di stets wiederkehren. Diese Botschaften machen verständlich, welche grundlegenden Probleme wir heute mit uns »herumschleppen« und welche Hilfestellungen Diana uns für diese Probleme aufzeigt. Sie zeigen auch, warum es noch lange Geschichten zu Diana geben wird und weshalb es so schwierig ist, den Geschichten-Charakter zu durchbrechen. Zu guter letzt werden sie auch verständlich machen, warum wir über Dianas Tod so betroffen sind und was wir mit ihrem Tod verloren haben. Gerade die Betroffenheit durch Di-

anas Tod wird jedoch über die Botschaften hinaus noch zusätzlicher Erläuterungen bedürfen.

1. Die Rebellion à la Noblesse

Die Geschichten zu Diana verdeutlichen zunächst, auf welche Art und Weise in der heutigen Zeit rebelliert werden kann. Sie lehnte sich mit ihrem ungezwungenem Benehmen gegen das festgelegte »Protokoll« des britischen Königshauses auf, öffnete sich den Medien, erzählte Dinge, die man von dem sonst so distanziierten Königshaus nicht erfährt, und brachte mit ihrem Engagement für Kranke und Minenopfer »Wärme« in kalte Zeiten. Gleichzeitig war Diana in den Augen der Befragten nicht der »harte Kämpfer« wie etwa CHE GUEVARA, sondern eine sanfte, vornehme Rebellin aus »hohem Haus, die immer auch in der Lage war, sich an die Spielregeln zu halten. Sie war nicht nur ungezwungen und ausgeliefert, sondern auch geschickt darin, die Medien in manipulierender Weise für sich einzusetzen. Mit anderen Worten, Diana war rebellisch und nobel zugleich.

Was aber fasziniert die Menschen derart an einer Rebellion à la Noblesse? Wir leben schließlich nicht alle in den verkrusteten Strukturen eines Königshauses. Diana hingegen ist in ihrem Leben auf »Verkrustungen« gestoßen, gegen die es sich noch lohnt zu rebellieren und vor allem gegen die es Sinn macht, einen persönlichen »Kampf« zu führen. Darüber hinaus hatte Diana mehr als eine Berechtigung für ihre Rebellion: Sie wurde in den Augen der Befragten schlecht behandelt, und schließlich ist CHARLES auch noch »fremdgegangen«. Grund genug, sich »zur Wehr« zu setzen. Genau um diese Gründe und Berechtigungen für eine *sinnvolle* Rebellion beneiden die meisten Befragten Diana.

Die Rebellion à la Noblesse steht daher symbolisch für eine von den Menschen her-

beigesehnte Möglichkeit zur sinnvollen Rebellion. Unsere Kultur, das macht die Studie zu Diana (erneut) deutlich, leidet unter einem Verlust an solchen Rebellionsmöglichkeiten. In der heutigen Zeit ist fast alles erlaubt, und jeder Auflehnungsversuch von Jugendlichen, z.B. in Form von lauter Musik und Drogenexperimenten, der früher leicht zu Streit und Auseinandersetzung führte, endet mit dem Verständnis der Eltern: »Du, Take That gefällt mir auch, da komm' ich mal mit zum Konzert.« – »Wir können auch mal gemeinsam nach Amsterdam fahren...«

Wo »alles erlaubt« ist, verliert jedoch der einzelne die Chance, über Rebellion zu reifen und sich zu entwickeln. Wo es kaum noch sinnlose Gebote und Verkrustungen zu durchbrechen gibt, vermissen auch ältere Menschen frühere Rebellionsmöglichkeiten: »Der Kampf um den Sex vor der Ehe ist gewonnen.« – »Heute dürfen auch Männer lange Haare tragen.«

Die Regeln, Vorschriften und Rituale des Königshauses hingegen sind nicht (mehr) im eigentlichen Sinne sinnvoll. In vielen Fällen sind sie einfach »lächerlich«, z.B. wenn CHARLES im Schottenrock auf einer schottischen Burg herumlaufen muß, weil das vor mehreren hundert Jahren einmal so »vereinbart« wurde. In anderen Fällen haben die Befragten sogar den Eindruck, daß derartige Gewohnheiten eher schaden als nützen, wenn z.B. die Königskinder von Nannies statt von Diana erzogen werden. Die Befragten sehnen sich nach solchen »sinnvollen Rebellionsmöglichkeiten« und verspüren zugleich, daß der Verlust dieser Rebellionsmöglichkeiten ein Grundproblem der heutigen Zeit ist.

2. Botschafterin des Anders-Werdens

Die zweite Botschaft handelt vom *Anders-Werden*. Lady Diana lebte vor, daß man sich

ändern kann und daß es noch etwas anderes auf dieser Welt gibt. Aus der Kindergärtnerin wurde die Prinzessin, aus der unnahbaren Princess of Wales die sozial engagierte Helferin, die selbst AIDS-Kranke in den Arm nahm. Diese Verwandlungen faszinierten besonders, weil eine Frau »wie Du und ich« sie vollzog: eine nicht modellhaft schöne, ein bißchen naive Frau, mit Eheproblemen und Ebstörungen – eben eine nicht besonders besondere Frau. An Diana wird beschaubar, wie die eigenen Probleme auf andere Art und Weise gelöst werden können. Bereits im Sinne einer Rebellin à la Noblesse diene und dient Diana als eine Art riesige Projektionsfläche für Menschen und Medien.

Auch in der Botschafterin des Anders-Werdens kann man einerseits die eigenen Probleme und Problemchen wiederfinden, wie etwa Scheidung, Zellulitis, Problemzonen und Bulimie. Andererseits verkörpert Diana auch die Erfüllung eigener Wünsche und Hoffnungen auf Veränderung: Das zeigt sich am Rebellieren-Können und am Prinzessinnen-Motiv (s.u.).

Diana steht jedoch nicht nur für den Wunsch des Anders-Werdens, sie zeigt in den Augen der Befragten darüber hinaus bildlich und in Taten, wie diese Wünsche des Anders-Werdens konkret in Umsatz geraten können. Die Analyse der Geschichten zeigen immer wiederkehrende Qualitäten, die sich bei genauerem Hinsehen als *Umsatzqualitäten* erweisen: Es wird erzählt von Geregelterm und Ungezwungenem, von Distanz und Nähe, von Manipulierendem und Ausgeliefertem, von Kälte und Wärme. Diana wird erlebt als jemand, der zeigt, wie man gegen Festgefahrenes beweglich werden kann, wie man mit Ungezwungenem Geregelterm beeinflussen kann, wie man Nähe durch ein einfaches Herabbeugen herstellen kann: Eine immer wieder zitierte Geste ist, wie Diana sich zu Kindern und Kranken herunter beugt.

Anders-Werden, das zeigt Diana, ist nicht ein Lippenbekenntnis oder ein Vorsatz. Anders-Werden bedeutet konkreter Umsatz, den sie uns vorlebte. Was fasziniert uns so an der Botschafterin des Anders-Werdens? Auch hier ist es erforderlich, dem kulturellen Zusammenhang Rechnung zu tragen. Die »Erstarrungen« und Stillelegungen unserer gegenwärtigen Kultur² sowie die fehlende Perspektive einer weiteren Entwicklung bedrücken die Menschen. Sie bekommen mit, daß vieles stagniert, Steuer- und Rentenreformen nicht zustande kommen, Vereinheitlichungen in bestimmte Richtungen nicht gelingen. Darüber hinaus fehlt es an konkreten »Entwürfen«, wie es weitergehen könnte. Statt dessen stehen viele Bilder und Ansprüche nahezu unvereinbar nebeneinander.

Dies zeigt sich besonders deutlich an den aktuellen Frauenbildern: Das Mutterbild steht gleichberechtigt neben der Karrierefrau, außerdem sollen Frauen bitte gleichzeitig schön, klug, erfolgreich und intelligent sein.³ Dabei ist es der Kultur und damit auch den Frauen nicht möglich, Abstriche bei einem der Bilder zu machen: Berufstätige Frauen können sich von dem Anspruch, eine genauso gute Mutter und Hausfrau zu sein wie ihre »Großmütter«, nicht lösen. Daß sie nebenbei auch noch ein Studium absolviert haben und »klasse aussehen«, versteht sich von selbst. Da nun kaum alle »Bildansprüche« gleichzeitig »perfekt« erfüllt werden können, führt dies dazu, daß sich häufig zunächst für gar keine Richtung entschieden und statt dessen »erst einmal abgewartet« wird. Konkrete Entwicklungen geraten also nicht in Umsatz. Anders-Werden und Entwicklungen werden als Perspektive der Zukunft »offen gehalten«. Dabei kommen »Errungenschaften« heutiger Zeiten den Frauen entgegen. Die Entscheidung, einmal Mutter zu werden, kann jahrzehntelang »offen gehalten« werden, da »es heute kein Problem ist, auch noch mit 40 ein Kind zu bekommen«.

Wenn es um Veränderungen und Entwicklungen geht, zeigt sich Seelisches natürlich häufig »widerständig« und ängstlich. Für Jugendliche⁴ und junge Frauen ist es aber aufgrund der aktuellen kulturellen Entwicklungen problematisch, überhaupt etwas zu werden, sich festzulegen und zu bestimmten Entschiedenheiten zu gelangen. Diese Probleme hängen vor allem mit Befürchtungen zusammen, die sich um »Verfehlungen« drehen. Zunächst geht es hierbei um das grundlegende Totalitätsproblem. Wenn man sich einmal »entschieden« hat und etwas wird, werden andere Entwicklungen und Möglichkeiten damit ausgeschlossen, denn »wenn Du einmal Mutter bist, ist der Zug mit der Karriere abgefahren«. Dies wird gerade von den heutigen jungen Frauen als echter Verlust erlebt. Im Gegensatz zu ihren Müttern und Großmüttern sind sie nämlich »stolz«, endlich die Möglichkeit zu haben, sich frei zu entscheiden und nicht notwendig an den Herd gefesselt zu sein. Von diesen Möglichkeiten soll am besten keine wieder aufgegeben werden und schon gar nicht »vorschnell«, d.h. bevor es nicht »unbedingt notwendig ist«.

Neben diesem »Verlust der Möglichkeiten«, droht das, was man wird oder werden will, auch noch »unperfekt« zu geraten. Seine Möglichkeiten aufzugeben und weiterhin in dem, was man ist, nicht »perfekt« zu sein, erleben die Frauen jedoch als besonders schwer aushaltbar. Sie glauben, im doppelten Sinne kritisierbar zu werden. Daher fehlt oft der Mut, überhaupt etwas zu versuchen oder gar anders zu machen. Daneben existiert eine geheime Sehnsucht, endlich aus diesem Offenhalten, das mindestens als ebenso belastend empfunden wird, herauszukommen und sich »endlich für eine Sache zu entscheiden«. Als Botschafterin des Anders-Werdens gibt Diana nun mit auf den Weg, daß es sich durchaus lohnen kann, seine Angst vor Veränderungen zu überwinden. Sie macht »Hoffnung«, indem sie

zeigt, daß es noch etwas anderes gibt und wie das Anders-Werden in konkreten Umsatz geraten kann.

3. Das lädierte Wesen

Die Befragten merken auch, daß Diana bereit war, für ihre Rebellion und ihr Anders-Werden einen hohen Preis zu zahlen. Sie war alles andere als perfekt. Im Gegenteil: Durch ihre gescheiterte Ehe, ihre Krankheit und ihre z.T. sehr »naive« Art, in Interviews Stellung zu nehmen, wurde sie zu einer Art »lädierte Persönlichkeit«. Diese Lädierung und vor allem das Öffentlich-Machen ihrer Lädierung wurde und wird zwiespältig erlebt. In einer Kultur mit hohen Ansprüchen und Perfektionsidealen ist es befremdend, wenn jemand seine Lädierung so heraus-

stellt, wie Diana es getan hat. Zumal sie ihre Lädierung zu einem nicht unwesentlichen Teil mit bewirkt hat.

Diana war nicht einfach nur »Opfer« der Medien und des Königshauses. Sie hat CHARLES freiwillig geheiratet, obwohl sie wußte, daß sie nur »dritte Wahl« war. Sie hat ihre Affären und Krankheiten in Interviews auch selbst aufgedeckt, was ihr durchaus nicht nur positive Resonanz einbrachte. »Muß man das denn sagen, daß man ein Verhältnis mit dem Reitlehrer hatte, das ist doch nicht nötig, oder?« Wer also mit alten Gewohnheiten bricht und sich verändert, muß Niederlagen einstecken und damit leben, daß er den Anspruch, in allem perfekt zu sein, nicht erfüllen kann. Diana versuchte noch nicht einmal, das »Unperfekte« zu vertuschen, sondern stellte das Lädierte im Gegenteil noch heraus. Als lädiertes We-



sen fasziniert Diana uns nun, weil sie sich traut, Abstriche vom Perfekten zu machen, und weil sie sich traut, »es trotzdem« zu versuchen.

Darüber hinaus ist es entscheidend, daß das Lädierete nicht als etwas Defizitäres erscheint. Vielmehr stellt sie das Lädierete als etwas vollkommen »Normales« heraus. Insbesondere für die Frauen der heutigen Kultur, die sich mit dem Perfektionsideal der verschiedenen Bilder herumschlagen, ist genau das eine enorme Entlastung.

Die Lädierung Dianas ist also eine weitere Rebellion: eine Rebellion gegen die Kultur der Perfektion. Die Lädierung ist außerdem der Beweis und die Beglaubigung dafür, daß es tatsächlich eine andere Welt gibt. Diana fordert auf, solche Lädierungen und Schrammen zu riskieren, um ein Anders-Werden zu erreichen. Noch extremer formuliert: Entwicklungen und Anders-Werden sind nur möglich, wenn Lädierungen in Kauf genommen werden. Die Lädierung Dianas ist der Beweis für das Anders-Werden, sie ist die Beglaubigung dafür, daß etwas in Umsatz gerät; sie zeigt, daß Dianas Anders-Werden nicht bloß ein frommer Wunsch ist.

4. Das Prinzessinnen-Prinzip

Natürlich kann nicht jede »lädierete« Persönlichkeit in gleicher Weise zur Botschafterin des Anders-Werdens herhalten, wie *Prinzessin* Diana sich dazu anbot. Motive des Prinzessin-Werdens sind in der heutigen Kultur nach wie vor stark bewegend. Insbesondere die Frauen »träumen« im Grunde ihres Herzens davon, daß irgendwann der »Traumprinz« oder »Traumann« auf weißem Pferd vorbeigeritten kommt und aus dem kleinen, unscheinbaren Mädchen eine echte Prinzessin macht. Dieses Prinzessinnen-Motiv wird in den verschiedensten, z.T. auch abgeschwächten Varianten erzählt, je-

doch ist es bei fast allen befragten Frauen als »heimliche« Sehnsucht wiederzufinden.⁵

Auch dort, wo dies in den Befragungen nicht unmittelbar zugegeben wird, findet es sich zumindest in Schwärmereien über die tollen Kleider und den Schmuck, in »Kindheitserinnerungen« als kleines Mädchen, Prinzessin sein wollen, in der Begeisterung über die Geschichte von der Kindergärtnerin, die zur Prinzessin wurde, und schließlich in gehäuften Fehlleistungen, wo »ich« statt Diana formuliert wird.

Wie kann es aber sein, daß ausgerechnet das Prinzessinnen-Dasein eine solche Faszination ausübt? Das Prinzessinnen-Bild ist ein Sinnbild für das Anders-Werden, für Veränderung und Entwicklung. Denn als Prinzessin hat man noch alle Möglichkeiten offen. Man wird erst noch Königin, bekommt noch Kinder und findet, im Extremfall, erst noch seinen Prinzen. Gleichzeitig ist man, wenn man erst einmal Prinzessin ist, natürlich schon jemand geworden: Prinzessin zu sein, ist ein starkes Bild für das, was man einmal werden kann.

Die Prinzessin Diana steht also für den Traum, etwas zu werden und sich dennoch alle Möglichkeiten offen zu halten; sie ist ein Symbol für Entschiedenheit und Offenhalten zugleich. Nun war Diana zumindest nach ihrer Scheidung jedoch keine Prinzessin im eigentlichen Sinne mehr, denn »Prinzessinnen lassen sich nicht scheiden«. Dieses »Problem« löste sie mit einer Formulierung, die die Medien sofort in ihrer seelischen Relevanz erkannten, indem sie sagte: »I want to be Queen of the hearts«.

Mit diesem Satz hält sie das Entwicklungsversprechen einer echten Prinzessin aufrecht, nämlich einmal Königin zu werden. Sie formulierte nicht »Ich bin Königin der Herzen«, sondern »Ich möchte es werden«. Diana ist es also auch über ihre Trennung vom Königshaus hinaus gelungen, im psychologischen Sinne eine echte Prinzessin zu bleiben. Vielleicht sogar eine, die ein-

mal Königin einer anderen und »besseren Welt werden wird.

Sofern bei den befragten Männern der mit dem Prinzessinnen-Bild verbundene Entwicklungswunsch nicht vorhanden ist, findet sich an dieser Stelle eine Art »Äquivalent«: Männer träumen von dem »edlen Ritter«, der die traurige Prinzessin aus ihrem Elend befreit. Die Befragungen waren von solchen ritterlichen Avancen geprägt, die z.T. in ent-rüsteter Form Ausdruck fanden: »Bei mir hätte die Prinzessin Diana es aber besser gehabt, auch besser als bei diesem doofen Rittmeister.«

Das Prinzip Hoffnung und die Geschichten

Leben und Tod der Lady Di haben die Menschen deshalb so bewegt, weil sie darin ihre Probleme und Träume wiedererkennen. Diana steht für die bewegenden Probleme in unserer heutigen Zeit, aber auch vertretungsweise dafür, wie man damit umgehen kann. Sie fordert auf zu rebellieren, in einer Zeit, wo sinnvolle Rebellionen schwierig sind. Sie fordert auf, sich auf Veränderungen einzulassen, wo die größte Angst davor besteht, etwas zu werden und sich zu verändern. Sie fordert auf, Lädierungen in Kauf zu nehmen, wo Perfektion das Maß aller Dinge ist.

Und sie zeigt als Prinzessin, wie man eine feste Position im Leben erreichen kann und sich trotzdem alle Möglichkeiten offen hält. Die massive Trauer um Diana hat also kulturelle Hintergründe. Gerade weil sie die aktuellen Probleme verkörpert und gleichzeitig »unperfekte« Lösungen anbot, konnte sie zu einer Hoffnung für Millionen werden. Mit Dianas Tod ist auch so etwas wie das *Prinzip Hoffnung* verlorengegangen, nämlich Hoffnung auf Rebellion, auf Veränderung, auf die Möglichkeit etwas zu werden, ohne perfekt sein zu müssen und auf die

Chance, dennoch an seinen Träumen festzuhalten. Vor diesem Hintergrund macht dann auch die Geschichtenflut zu Diana Sinn: Das Prinzip Hoffnung möchten wir nicht missen. Es wird daher über die Belegung von Geschichten in Umsatz gehalten.

Dazu paßt auch, daß die Geschichten zu Diana nach ihrem Tod fast alle eine Art Mystifizierungs- und Glorifizierungstendenz aufweisen. Diana war vor ihrem Tod keineswegs die rundum beliebte Königin der Herzen. Sie war kein perfekter Star, sondern eine durchaus ambivalente Persönlichkeit, deren Auftritte zuweilen auch als befremdend und peinlich empfunden wurden. Erklärungsversuche, die also ihre Beliebtheit zum Gradmesser für die Betroffenheit durch ihren Tod machen wollen, greifen zu kurz. In den Befragungen freilich ist von dieser Ambivalenz nur noch versteckt etwas zu spüren. Niemand mag sich mehr so recht »negativ« über Diana äußern. Auch Menschen, die sich vorher nicht für sie interessiert haben, erzählen heute fast nur Gutes. Jeder Ansatz von Kritik wird gleich wieder ins Positive gedreht: Das Interview, in dem sie zugab, etwas mit dem Reitlehrer »zu haben«, wird nicht ihr, sondern einem »schlechten Berater« angelastet. Ihre zuweilen kritisch betrachtete Naivität gilt als Entschuldigung für diverse Fehlhandlungen.

Obwohl den Befragten die Absurdität ihrer Geschichten meist selbst schnell bewußt wird, behaupten sie doch, Diana sei die wohlthätigste Frau der Welt gewesen (»obwohl Mutter Theresa...«) und immer schon bildhübsch gewesen zu sein – »na ja, sie hat was aus sich gemacht...« usw.

Tendenzen der »Glorifizierung« sind sicher häufiger bei Personen zu finden, die früh und tragisch ums Leben kommen. Am Beispiel von Diana jedoch wird sichtbar, wie in unserer heutigen Zeit eine »Heilige« entsteht. Dabei scheinen die Heiligen der Kirchen eher ausgedient zu haben. Die grundsätzlichen Mechanismen jedoch sind

recht ähnlich: Um eine Heilige zu werden, müssen verschiedene kulturell bedeutsame Momente angesprochen und im konkreten Umsatz weitergeführt werden. Nach dem Tod werden diese bedeutsamen Momente, die für die Menschen die Hoffnung auf Veränderung verkörpern, in Geschichten weitergeführt und in Umsatz gehalten. Eine Heilige ist um so heiliger, je mehr Geschichten über sie erzählt werden. Auch der ›Reliquienhandel‹ setzt in aller Regel nach dem Tod ein, bei Diana zeitgemäß in Form von CDs, T-Shirts, Tellern und Tassen.

Betroffenheit durch Dianas Tod

Insbesondere die Betroffenheit durch Dianas Tod kann jedoch noch in einem weiteren Zusammenhang deutlich gemacht werden. Zentrales Thema der Befragungen im Zusammenhang mit Dianas Tod ist die Schuldfrage: Immer wieder wird diskutiert, wer eigentlich den Tod zu verantworten hat: Fahrer, QUEEN, weißer Fiat, die Paparazzi, die Medien im allgemeinen oder, und das ist ein Dreh, der in der Regel ungern weiterverfolgt wird, vielleicht man sogar selbst. Schließlich habe man mit Begeisterung, Fotos und Geschichten zu Diana verfolgt, wollte auch alles über ihre neue Liebe wissen usw. Nur weil die Menschen es so wollten, seien die Paparazzi hinter Diana hergefahren, hätten sie verfolgt, und das habe sie schließlich umgebracht.

Selbst diejenigen, die für sich in Anspruch nehmen, Berichterstattungen zu Diana eigentlich gleichgültig gegenüber gestanden und »nie solche Blättchen gekauft« zu haben, räumen ein, »ab und an beim Arzt«, »der Mutter« oder für »Kundinnen, während des Haareschneidens« »mal ›reingeschaut« zu haben. Es wird deutlich: Irgendwie hat jeder ein bißchen ›Schuld‹ an der Verfolgungsjagd. Nicht selten wird das

›Blumenmeer‹ zu ihrer Beerdigung von den Befragten selbst als eine Art »Abläßhandlung« beschrieben, die genau diese »Mitschuld« sühnen soll.

Diese Betroffenheit und das ›Schuldig-Fühlen ist nun durch zweierlei Komplexe mitbedingt: zum einen durch den bereits von FREUD beschriebenen Neid und die Todeswünsche und zum anderen durch eine Art stellvertretende Opferung:

Diana war ein Symbol für die eigenen Wünsche, sie stellte das dar, was vor allem Frauen sich in der heutigen Zeit erträumen. Zumindest um die schönen Seiten des Prinzessinnen-Daseins wurde sie von allen Befragten beneidet. Nicht selten wünschte man sich, am liebsten an ihrer Stelle zu sein, wie sich bereits in den oben erwähnten Fehlleistungen andeutete. Dafür mußte – in letzter Konsequenz weitergedacht – Diana natürlich ›weg‹. Durch den Tod der beneideten Diana, fühlen die Befragten sich in ihren geheimen Wünschen ertappt und »irgendwie mitschuldig«. Sie trauern entsprechend stark und versuchen, mit Blumen ihre ›Todes‹-Wünsche ungeschehen oder zumindest ›unsichtbar‹ zu machen.

Diana wurde aber nicht nur beneidet. Mindestens genauso oft beteuerten die Befragten, »auf keinen Fall mit ihr tauschen zu wollen«. Denn Diana hat genau die gleichen Probleme wie jede andere Frau, »nur noch schlimmer«. Darüber hinaus hat Diana sich an unserer Stelle mit Dingen konfrontiert, die man ganz gerne aus der Hand gibt: Sie hat sich mit Minen- und AIDS-Opfern beschäftigt, und das sei ja »ohnehin viel wirklicher, als wenn ich jetzt mal 100 Mark spende; wenn sie das aber tut, dann merkt das jeder, und es wirkt«. Ingeheim wird es als Entlastung angesehen, daß Diana sich als Wohltäterin um die Belange kümmerte, »die eigentlich jeden etwas angehen, und mal ganz ehrlich, ich hätte ja nicht aus einem Glas von einem AIDS-Kranken trinken wollen«.

Die Diana-Studie macht deutlich, wie wenig Möglichkeiten der einzelne hat, in der erstarrten Kultur zu rebellieren, wie wenig Hoffnung es gibt, anders zu werden und etwas zu ändern. »Was nützt das schon, wenn ich 100 Mark spende?« Die Folge ist, daß weite Teile der Bevölkerung dazu übergegangen sind, eine Opferhaltung zu kultivieren. Sie fügen sich den Regeln und Glaubenssätzen der Gemeinschaft und machen diese im Gegenzug für Niederlagen und entgangene Siege verantwortlich. Sogar des Mordes und anderer Verbrechen Beschuldigte können heute behaupten, daß »es an ihrer schlimmen Kindheit« gelegen habe, sie selbst deswegen also nicht schuld sein könnten.

Diese Opferrolle hat einen seelischen Vorteil: Wer Opfer ist, kann sich nicht schuldig machen und muß keine Konsequenzen ziehen. Lady Di war ein ebensolches Opfer: Sie

lebte als Scheidungsoffer, Opfer des Königshauses und Opfer der Medien diese Lebenshaltung vor. Die Opferrolle half ihr, unschuldig aus Scheidung und Familienstreit hervorzugehen. Aus dieser »Unschuld« heraus hatte sie eine Berechtigung, zum Täter zu werden. Sie war nicht die erste, die »zuschlug«, sondern wehrte sich nur als »Opfer«. Sie schaffte es sogar, die Medien virtuos für ihre Zwecke einzusetzen und dennoch Opfer der Medien zu bleiben.

Ihr Tod als Opfer der Paparazzi und eines größtenwahnsinnigen Chauffeurs zeigt jedoch brutal, daß letztlich auch ein Opfer Konsequenzen ziehen muß. Die letzte Botschaft der Lady Di lautet: Wer sich zum Opfer macht, kann am Ende zum Todes-Opfer werden. Wir fühlen uns daran nicht unschuldig, weil wir uns an ihr vor Augen geführt haben, wie weit man mit der Haltung



Neuerscheinung

Schriften zur
Psychologischen Morphologie
Band 7

INGO DAMMER

PETER FRANZKOWIAK (HG.)

LEBENSENTWURF UND VERWANDLUNG

*Ein kulturwissenschaftlicher Blick
auf das Verhältnis von
Lebens-Geschichte und Gesundheit*



Kartoniert, Fadenheftung


208 Seiten

DM 46,-

Im Buchhandel oder
direkt beim Arbeitskreis
Morphologische Psychologie.



Bouvier Verlag · Bonn · 1998

des ›Opfer-Seins‹ kommen kann, denn Diana stand für die zentralen Probleme und Wünsche unserer Zeit. Und der besonders perfide Dreh ist: Dadurch, daß Diana in den Augen der Befragten ›unschuldig‹ in den Tod gegangen ist, macht sie die Medien, die Paparazzi und letztlich auch uns zu Tätern ... und genau das wollten wir eigentlich nie. 

Anmerkungen und Literatur

¹Die Analyse und Ergebnisfindung wurde supervidiert durch Prof. Dr. W. SALBER.

²Hier wird Bezug genommen auf die aktuelle Kulturtheorie von W. SALBER (vgl. in diesem Heft S. 5ff).

³Diese Analyseergebnisse basieren sowohl auf den Erkenntnissen der Diana-Studie als auch auf den Erkenntnissen der von *rheingold* durchgeführten Studie ›Future Woman‹, deren Durchführung der Diana-Studie vorgeschaltet war und die am 16.01.1998 der Öffentlichkeit präsentiert wurde (vgl. Bericht in diesem Heft, S. 153f).

⁴vgl. GRÜNEWALD, S. (1997): Schmerzlos im Paralleluniversum. Zwischenschritte (15)1

⁵Belege hierfür finden sich neben der Diana-Studie vor allem in der vorab durchgeführten Future-Woman-Studie, wo in anamnestischen Interviews solche Entwicklungssehnsüchte herausgearbeitet werden konnten. Vordergründig würden die meisten Frauen diese Sehnsucht z.T. vehement ablehnen. Darüber hinaus fanden sich noch weiterreichende kulturelle Begründungen, die verständlich machen, warum ausgerechnet das Prinzessinnen-Bild eine solche Faszination auch auf die modernen, jungen Frauen ausübt. Die ausführliche Darstellung dieser Faszination des Prinzessinnen-Bildes würde jedoch den Rahmen dieses Beitrags sprengen.

Dipl.-Psych. Ines Imdahl
rheingold - Institut für qualitative
Markt- und Medienanalysen
Kaiser-Wilhelm-Ring 30-32
50672 Köln

Arbeitsschwerpunkte: Markt-, Medien- und Kulturpsychologie - u.a. »Future Woman«, Managerseminare, Ernährungstrends.

Der Tod von Lady Di und die damit verbundene weltbewegende seelische Beunruhigung hat eine Psychologie des Alltags in besonderer Weise herausgefordert. ZWISCHENSCHRITTE stellen in diesem Zusammenhang zwei morphologische Untersuchungen vor, die das Phänomen aus unterschiedlichen Blickwinkeln heraus beleuchten (C.B. MELCHERS [s. in diesem Heft S. 20ff] und I. IMDAHL [s. in diesem Heft S. 30ff]). Für eine Morphologie des Alltags ist es bedeutsam, die Schnittpunkte der verschiedenen Blickwinkel herauszufinden. Anhand der Arbeitsskizze von Wilhelm SALBER (s.S. 42) wird es möglich, die Lady Di-Untersuchungen im Rahmen eines kulturpsychologischen Forschungsprogramms zu verankern.

Mit der Figurationskizze können wir uns vor Augen stellen, welche seelischen Stützpunkte das Lady Di-Phänomen anspricht. Das sind auf der einen Seite allgemeine Züge der Gegenwartskultur. Wir leben in einer Kultur, in der auf alles möglich scheint und die durch eine Inflation von Lebensbildern gekennzeichnet ist. Zugleich ist die Kultur in eine Bewegungsstarre, eine völlige Lähmung hineingeraten.

In dieser Situationen verheißt uns ›Lady Di‹ eine Dramatik, die unseren ganz alltäglichen ›Familienroman‹ in Richtung ›höherer‹ Mächte umzudichten verspricht, wie sich das überhaupt in jeder Kultur vollziehen kann (MELCHERS).

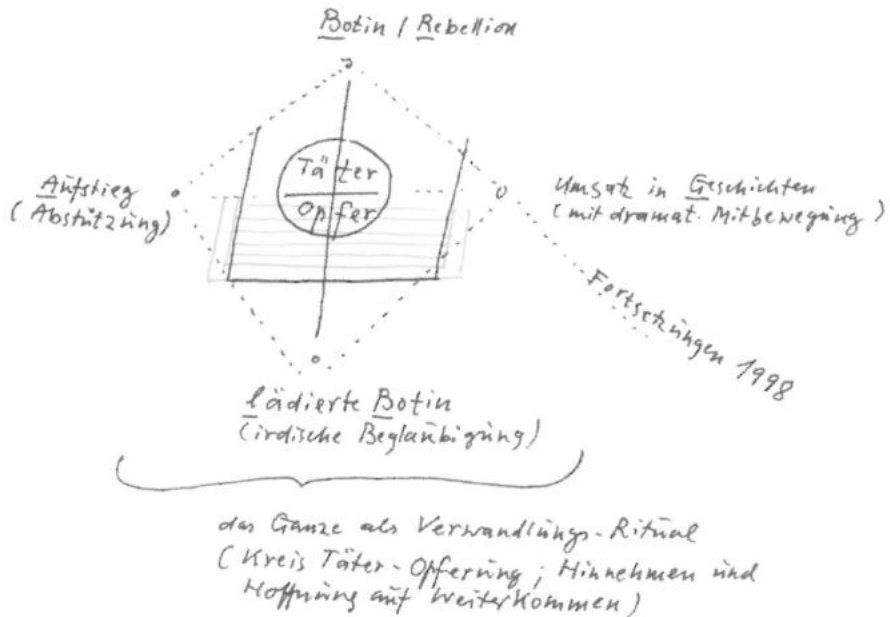
Vor diesem kulturellen Hintergrund läßt sich nun eine spezifische Figuration abheben, deren Eckpunkte in der Skizze schematisch dargestellt sind. Als *Botin* und *Rebellin* für ein *Anders-Werden* (B/R) verkörpert ›Lady Di‹ die Hoffnung, daß es einmal ganz anders zugehen könnte. Seltsamerweise wird diese Versprechung gerade durch das Unperfekte ihrer Erscheinung – als eine ›adierte Botin‹ – bestärkt (LB). Neben dieser Grundpolarität finden wir eine zweite Polarität, in der das *ambivalente Aufstiegsmotiv* (A/+/-) ergänzt wird durch eine Tendenz zur Mitbewegung, in denen wir uns in einer *dramatischen Geschichte* selbst spiegeln (G) (IMDAHL).

Betrachtet man das nun im Rahmen einer morphologischen Kulturpsychologie, so kann man die Figuration im ganzen als eine Art Verwandlungsritual darstellen, das durch den seltsamen Kreis zwischen *Täter* und *Opfer* gekennzeichnet werden kann. Diese Verwandlungszüge der seelischen Wirklichkeit begegnen uns in besonderer Weise in Märchen. Eine Weiterführung der ›Lady Di‹-Untersuchungen würde daher nach einem Märchen suchen, in dem diese Grundstruktur erkennbar ist. So könnte man den Fall Diana vom GRIMMSchen Märchen »Die wahre Braut« her aufgreifen.*

»Im Mittelpunkt dieses Märchens steht ein Mädchen, das von einer bösen Stiefmutter gezwungen wird, Unmögliches zu tun. So eine unmögliche Aufgabe wird ja in vielen Märchen gestellt: Bei diesem Mär-

*Die folgenden Ausführungen zum Märchen stammen aus den Kontext eines Vortrags, den W. SALBER am 6. Februar '98 an der Kölner Akademie für Markt- und Medienpsychologie (KAMM) gehalten hat.

L.D. = Botin für andere Welt
= für Anders-werden



chen muß das Mädchen zunächst einen Sack Federn spleißen, dann einen See mit einem durchlöchernten Löffel leeren und schließlich einen Palast in nur einer Nacht errichten. Das Mädchen erhält in der Nacht jedoch die Hilfe einer himmlischen Botin und ist so in der Lage, seine ihm gestellten Aufgaben zu bewältigen. Aus lauter Wut darüber übersieht die Stiefmutter eine Kellertreppe, stürzt hinunter und ist tot. Hier tritt uns also der Tod bereits zum ersten Mal entgegen.

Nun sitzt das Mädchen in diesem schönen Palast; schließlich erscheint ein Prinz und gesellt sich zu ihr. Beide stellen fest, daß aus ihnen etwas werden könnte, aber der Prinz hat zuvor noch etwas zu erledigen, verspricht ihr jedoch wiederkom-

men. Wie oft im Märchen tut er das nicht. Das Mädchen wartet also noch eine Weile auf ihn, macht sich dann aber als Hirtin auf die Wanderschaft und sieht eines Tages den Prinzen vorbei reiten. Der Prinz (er-)kennt sie allerdings nicht mehr und ist mit einer anderen zusammen.

Das Mädchen besitzt jedoch – wie das im Märchen nun mal so ist – drei Kleinode und bietet dieser anderen Frau an, im Tausch gegen die Schätze jeweils eine Nacht am Bett des Prinzen zu wachen. Die Frau geht auf diesen Handel ein, gibt dem Prinzen jedoch einen Schlaftrunk und schaltet ihn auf diese Weise aus. Hier haben wir ein zweites Todesmotiv – in anderen Märchen wird den Protagonisten angedroht, sie bei Versagen hinzurichten. In der dritten Nacht aber kann

das Mädchen den Tod durchbrechen. Der Prinz erkennt sie jetzt wieder, beide machen sich aus dem Staub und ziehen sich in den Palast zurück.

Wenn wir uns diese Geschichte auf eine Grundgestalt hin anschauen, kann man hier wiederum Kennzeichen einer Figuration erkennen. Da ist zunächst ein Zwang, ein festes System (die böse Stiefmutter), das Unmögliches verlangt. Und siehe da: Es ist möglich, Unmögliches zu schaffen. Ein zweites Moment kreist um die Frage, ob man abwarten oder ob man Täter werden soll. Das heißt in diesem Fall, das Haus zu verlassen, Hirtin werden, sich auf die Suche machen, sich auf einen Umsatz einlassen, etwas tauschen. Das dritte Moment ist das des Opfers. Das Mädchen muß ihre Kostbarkeiten hergeben,

sie muß sich der Gefahr aussetzen, zu Tode kommen zu können (Todesschlaf bzw. Hinrichtung).

Das Mädchen geht nun da hindurch und hat hierbei Glück: Statt im Opfer stecken zu bleiben, kommt sie aus dem 'Todesstunnel' wieder heraus und kann mit ihren Prinzen weggehen. Aber nur indem sie sich der Gefahr dieses Opfers aussetzt, kann sie ihre Täterschaft unter Beweis stellen. Und wenn sie das alles geschafft hat und durch das Opfer gegangen ist, dann ist die andere Gestalt – die falsche Braut – beseitigt.

In Märchen wie dem von der 'wahren Braut' finden wir Grundfigurationen, die unsere Untersuchungen zu Phänomenen der Gegenwartskulturen vereinheitlichen und kategorisieren. Darüber hinaus finden wir in ihnen Anhaltspunkte dafür, welche Stützpunkte der seelischen Figuration unsere Kultur aufgreift und welche demgegenüber in den Handlungsmustern der Kultur von heute zurückgedrängt werden. So hat die Lady Di-Welle in den Medien vor allem die Opfer-Dimension aufgegriffen und in dramatischen Geschichten ausgebaut (Fortsetzung 1998), während die Dimension des Übernehmens der Botschaft, des Aufstiegs durch Tätig-Werdens aus dem Umsatz der Lady Di-Bewegung weitgehend ausgeschlossen blieb. Von daher erklärt sich, daß wir immer wieder begierig nach Figuren wie Lady Di suchen, ohne ihnen jedoch eine konkrete Vorbildfunktion für unseren seelischen Gesamthaushalt zuzubilligen.« 

Dr. Herbert Fitzek