

Auf dem Hintergrund praktischer Beratungserfahrungen im psychosozialen und im Bereich der Wirtschaftspsychologie möchte ich ein Plädoyer für einige Aspekte der ästhetischen Dimension von (psychologisch) professioneller Beratung halten. Ich bin bei meinen Ausführungen im wesentlichen am fachprofessionellen Handeln orientiert, d.h. der wissenschaftliche Diskurs interessiert mich gerade nur so weit, wie sich seine Konzeptualisierungen im praktisch-professionellen Handeln bewähren.¹

Deshalb beginne ich auch mit zwei realen Beispielen aus der Realität praktischer Beratung. Dazu habe ich bewusst ziemlich »banale« Ereignisse ausgewählt, um deutlich zu machen, dass sich die ästhetische Dimension von Beratung ganz und gar nicht bloß auf einer wie auch immer genauer umschriebenen anspruchsvollen Ebene realisiert.

»Die Turnschuhe«

Ein 12-jähriger Junge »nervt« seinen Vater, dass er die angesagten Turnschuhe erhält, ohne die er sich in seiner Clique nicht sehen lassen kann. Und dabei legt er zusätzlichen Wert darauf, dass sie im »richtigen« (allerdings etwas teureren) Geschäft gekauft werden. Auf die Einlassung seines Vaters, dass man dies den Schuhen ja nicht ansehe, antwortet er: »Aber ich weiß es!«

»Die E-Klasse«

Führungskräfte einer Tochtergesellschaft proben den Aufstand, weil sie nicht dieselbe Klasse von Daimler-Benz-Karosserien wie die Kollegen der Muttergesellschaft als Dienstwagen bekommen. Die Beratung machte schnell deutlich, dass dahinter letztlich eine Selbst-Unsicherheit durch eine Abwertung des eigenen Status im Vergleich zur »Mutter« steckt. Beides sind Beispiele der Selbstgestaltung oder der Selbstinszenierung in einer

Hans-Jürgen SEEL

Beratung und Ästhetik der alltäglichen Lebensgestaltung

Gruppe oder als Gruppe und haben Rückwirkung auf das Selbstbild und in der Konsequenz auf das eigene Auftreten in Kommunikationen («Aber ich weiß es»). Wir können sie als »low-level-Inszenierung bezeichnen.² Hintergrund ist die Situation der Subjekte in der »reflexiven Moderne«:³

Jeder Einzelne wird zum »Planungsbüro« (Ulrich BECK) für das eigene Leben, d.h. er muss für seine Realisierung sorgen und muss es zusammen mit anderen und in der Auseinandersetzung mit anderen gestalten, das heißt, er muss sich – auch in Spiegel der anderen – selbst gestalten.



Der Einzelne verfügt dazu auch über die notwendigen Freiheiten – so zumindest das Versprechen der Moderne –, ist dabei aber durch neue Standardisierungen (U. BECK), die auch und gerade die Selbstgestaltung mit Hilfe von Produkten wie in unseren Beispielen betreffen, stark eingeeengt, ganz zu schweigen von seiner faktisch mangelnden Verfügungsgewalt über die eigenen Lebensbedingungen und deren Risiken wie z.B. Umwelt und Arbeitslosigkeit. Angesichts dieser Vorgaben und Widersprüche handelt es sich bei der eigen-

verantwortlichen Lebensgestaltung also um eine bemerkenswert schwierig zu bewältigende Aufgabe.

Dazu müssen *Technologien des Selbst* (FOUCAULT 1986a, 1986b) herangezogen werden, d.h. Operationen der Individuen mit sich selbst und mit anderen. Und für diese Operationen benötigen die Subjekte zunehmend Unterstützung, d.h. sie bedürfen der Beratung als Dienstleistung. Diese Beratung kann nicht mehr wie zuvor innerhalb der traditionellen Verbände und Gemeinschaften erbracht werden, weil diese sozusagen zum Opfer der Moderne wurden, sondern muss als professionelle Dienstleistung in den Subsystemen der Gesellschaft (Wirtschaft und Wohlfahrt) bereit gestellt werden.

Damit ist eine hohe Anforderung mit großer gesellschaftlicher Bedeutung an die professionelle Beratung formuliert. Es lohnt also, etwas genauer hin zu sehen und zunächst zu fragen, um welche Form von Beratung in der Systematik von Beratungsformen es sich handeln muss:

Zu den Technologien des Selbst gehören ersichtlich speziell die reflexiven Formen des

Ebene der systematischen Gewinnung von Wissen (Wissenschaft)

Ebene der Metaberatung / Supervision

Ebene der Beratung	reflexive Beratung »mit sich zu- Rate gehen«	reflexive Beratung »sich miteinander beraten«	transitive Beratung »etwas miteinander beraten«	transitive Beratung »jemanden beraten«
Aufgabe des profess. Beraters	Moderator	Moderator	Moderator	sachl. Rat geben
Ebene des Subjekts	Ein Subjekt (Individuum oder Gruppe) hat ein praktisches Problem			
	mit sich selbst	mit anderen	mit Sachen	mit Sachen

Quelle: SEEL, H.-J. (1998): Perspektiven einer Psychologie der Beratung, erscheinen in: SEEL, H.-J. & ZURHORST, G. (verantwortliche Herausgeber): *Beratung - wissenschaftlich und professionell eigenständig?*, Journal für Psychologie 6 Heft 3, 1998, S. 39-53

Beraters: Beratung im Sinne des »Mit-sich-zu-Rate-Gehens« und des »Sich-miteinander-Beratens«. Beraten heißt dabei: Unterstützen bei der Realisierung einer »Ästhetik der Existenz« (FOUCAULT 1986), also beim:

1. Wahrnehmen: Die Strukturen der verinnerlichteten Machtverhältnisse erkennen.

2. Gestalten: dem eigenen Leben eine einzigartige Gestalt geben, es – gemeinsam mit anderen – zum Kunstwerk machen.

»Ästhetik« wird in diesem Kontext verstanden ganz im Sinne des klassischen Bedeutungsumfanges von der sensibilisierten Wahrnehmung bis zur Gestaltung von Objekten, die letztlich auf die Wahrnehmung (durch andere, aber auch durch das Subjekt selbst) zielen.

Das lässt sich übertragen auf die Gestaltung der eigenen Person, deren Präsentation bzw. Inszenierung von anderen wahrgenommen werden soll, auch, damit sich das Subjekt darin zur Entwicklung des eigenen Selbst spiegeln kann. In unseren Beispielen z.B. als gleichgestellter Kommunikationspartner oder als jemand in der peer-group, der »in« ist. Für die (professionelle) Beratung stellen sich daher ganz zentrale ästhetische Aufgaben:

- Als Hilfestellung beim Durchbrechen von Wahrnehmungs- und Denkgewohnheiten als reflexive Beratung »mit-sich-zu-Rate-gehen«; dazu gibt es bereits vielfältige praktische Konzepte: vom konstruktivistisch-systemischen Ansatz (z.B. WATZLAWICK) bis zur Psychoanalyse. Ästhetik als Kritik: ADORNO, LASH
- Als Hilfestellung beim Gestalten des eigenen einzigartigen Lebens durch reflexive Beratung »sich-miteinander-beraten« und »mit-sich-zu-Rate-gehen«; als Objekt der Wahrnehmung für andere und für sich selbst

Reflexive Beratung (sich-miteinander-beraten) fügt noch das Gestalten von Gemeinschaften hinzu: Durch die Inkraft-

setzung von Verabredungen und Regeln und vor allem durch die Schaffung von gemeinsamen Symbolsystemen entstehen neue korporierte Subjekte oder gestalten sich bestehende neu. Für diese korporierten Subjekte (von den »neuen Sozialen Bewegungen« über politische Parteien bis hin zu Arbeitsgruppen in Unternehmen und Unternehmen bzw. Organisationen selbst, so lange sie sich nicht auf bloße Interessengruppen reduzieren, sondern eine echte »Corporate Identity« aufweisen), gelten mit Abstrichen und Differenzierungen, auf die ich hier nicht eingehen kann, gleiche oder ähnliche Anforderungen in ihrer Inszenierung und Qualität als ästhetische Gebilde. Auch bezogen auf solche Subjekte sind infolgedessen »Technologien des Selbst« gefragt, und sie bedürfen dafür professioneller Beratung – wie die entsprechende Nachfrage im Bereich der Wirtschaftspsychologie eindrücklich bestätigt.

Praktisch betätigen sich infolgedessen professionelle Berater auf diesen Ebenen bereits vielfältig gestalterisch, arbeiten also auf einer ästhetischen Ebene. Aber was tun sie dabei eigentlich?

Es geht ihnen um die »Möglichkeit des Anders-Seins« (WATZLAWICK 2002; in Anlehnung an ARISTOTELES) der beratenen Subjekte, und das heißt für Berater: Erweitern und Neukonfigurieren der symbolischen und bildlichen Möglichkeitsraumzeiten von Einzelnen und »Gemeinschaften«.

Und das trifft sich mit allen Überlegungen zur Kunst von BAUMGARTEN bis BIANCHI und BEUYS. Die Möglichkeit des Anderen ist das Thema jeder Kunst und realisiert sich u.a. in den folgenden Kriterien.

Einmaligkeit: nicht vollständige Subsumierbarkeit unter ein Allgemeines wie »Gesetze«, *Vorrang* des Besonderen vor dem Allgemeinen (das *Original* in der Kunst, *Singularität* bei SCHWEMMER 2002) und Unmöglichkeit einer identischen Reproduktion – Historizität.

Ganzheit als Qualität, die über die Addition der Teile hinausgeht, Nicht-Reduzierbarkeit auf einen Begriff.

Unbestimmbarkeit auf der formal-begrifflichen Ebene, Vereinigung von Widersprüchlichem und dennoch verstehbar und praktisch verarbeitbar.

Es scheint in diesem Bereich eine spezifische Unbestimmbarkeit (wie in der Physik, aber auf eine andere Weise) zu geben: je mehr ich (z.B. als Berater) versuche, solche Phänomene wie das konkrete Subjekt mit Begriffen (z.B. in Beratungsprozessen), »dingfest« zu machen, desto mehr entzieht es sich mir. Ganz anders stellt sich die Situation dar, wenn ich Subjekte als ästhetische zu begreifen versuche, indem ich sie als symbolische und damit ästhetische Präsentation verstehe.

Das erfordert freilich, den Symbolbegriff neu zu denken und in ein Beratungskonzept zu integrieren, was auf dem Hintergrund von CASSIRER bis WHITEHEAD durchaus realisierbar ist. Es ist von einem Symbol auszugehen, das sich vom Zeichen dadurch unterscheidet, dass es in Kommunikationen mehr Sinn transportiert, als auf seiner Oberfläche (dem bloßen Zeichen) sichtbar wird. Damit knüpfen wir an eine psychologische

Tradition an, nach der vor allem in der Psychoanalyse von FREUD bis ganz ausgeprägt C.G. JUNG dem Symbol immer schon eine herausragende Bedeutung bei der Konstitution des Psychischen zukommt. Allerdings nun mit einem anderen Blickwinkel, nämlich mit dem Focus auf der Eigenproduktion von Symbolen im Zusammenhang der Selbstgestaltung und weniger, um Gemeinsames zu verstehen (wie z.B. in den Archetypen) und auch nicht, um diese Symbole aufklärend durch wissenschaftliche Begriffe zu ersetzen (wie bei FREUD), sondern um ihre Produktion in Beratungen für eine Erkenntnis als Gestaltung und Entwicklung anzuregen und zu verwenden.

Gerade in der postmodernen Gesellschaft kommt der Selbstgestaltung durch Eigentätigkeit als Weltaneignung und der Ästhetik im Zusammenhang der Selbsterkenntnis und Kritik eine herausragende Rolle zu, weshalb es nicht darum gehen kann, das Subjekt als Konkretisierung einer übergeordneten Symbolik zu begreifen (»top-down«), sondern (insbesondere auch korporierten) Subjekten zur Selbstgestaltung zu verhelfen (»bottom-up«).⁴

Was immer der Berater tun muss, es muss folglich etwas zum *Ergebnis* haben, was (auch) den Kriterien ästhetischer Produktionen

Utopische Psychologie

Norbert Groeben (»Die Utopie der Sehnsucht der Utopie«; 1988, S. 196f.)

»In Momenten, da die Enttäuschung
logie am intensivsten ist, erreicht bei mir –
Fach, denenes ähnlich ergeht – auch der
die höchste und umfassende Intensität: als
nach meiner Selbstreflexion und nach meinen
vorhanden sein, damit einzelne Individuen
Frageperspektiven einer utopieorientierten



utopisches Denken und Verändern generell gilt, so wird auch eine utopische Veränderung der Psychologie nur von einzelnen ausgehen können. Der Wunsch, eine solche Veränderung unserer Wissenschaft (mit) zu bewirken, muss dann notwendigerweise gerade auch diese motivationale Voraussetzung zu schaffen versuchen: die Sehnsucht (nach) der Utopie.«

über den bisherigen Zustand der Psycho- und ich weiß auch von anderen in diesem Wunsch nach einer utopischen Psychologie Sehnsucht nach Utopie. Diese Sehnsucht muss Erfahrungen in Lehre und Forschungsbetreuung (Forschungs-)Schritte in Richtung auf die ... Psychologie unternehmen – und wie es für

Sehnsucht (nach) der Utopie.«

(also auch von Kunstwerken) entspricht. Das »eigene Leben« (BECK 1998) als Individuum – und zusammen mit anderen in Form eines korporierten Subjekts – als Kunstwerk zu denken, heißt »Kunstwerk« freilich in einem modernen, elaborierten Sinne zu verstehen, d.h. keinesfalls »schön« in einer platten Bedeutung, sondern eine symbolische Präsentation, in der die Verarbeitung von Lebenskrisen, Brüchen, Widersprüchen, Ungereimtheiten, auch von hässlichen Elementen, als normal akzeptiert und integriert ist und das dennoch eine spezifische Qualität des Gelungenen erlangt. Anders wäre in der psychosozialen Beratung Menschen mit Behinderungen oder mit einer Sucht- oder kriminellen Karriere nicht zu helfen. (Unter diesen Aspekten wäre etwa der Gedanke der »dezentrierten Autonomie« (n. HONNETH 1993) neu zu diskutieren).

Dies trifft sich – nun nicht mehr überraschend – mit den Äußerungen und Reflexionen aus dem Bereich der bildenden Kunst von Joseph BEUYSS, von Paolo BIANCHI zum »LKW: Lebenskunstwerk« (1998 und 1999) und von Wilhelm SCHMIDT (1998), der sich dem Thema in der Nachfolge von FOUCAULT unter dem Stichwort der »Lebenskunst« erneut (indem er dabei an philosophische Traditionen anknüpft) philosophisch nähert.

In der Beratungspraxis kann dies im Beispielproblem »E-Klasse« z.B. in einem bewussten Verzicht auf die Dienstwagen und Benutzung der Studentenfahrzeuge der Kinder u.ä. realisiert werden als Inszenierung einer Art Happening zur Befreiung von den Normvorstellungen der Kommunikationspartner und vor allem zur Selbstbefreiung von den eigenen verinnerlichten Zwängen i.S. von FOUCAULT, wobei manchmal schon die bloße Fantasie, in einer Gruppe gemeinsam ausgemalt, ausreichend sein kann, denn sie stiftet u.U. schon genügend symbolische Gemeinschaft und auf dieser Grundla-

ge ein Selbstbewusstsein, das sich sublim in Kommunikationen durchsetzen kann. Im Beispielfall »Turnschuhe« wird man anders vorgehen, nämlich dem Vater die Zusammenhänge verdeutlichen, um ihn anzuregen, längerfristig zusammen mit dem Sohn einen kritischen Umgang mit der durch Werbung vermittelten Symbolik und Visionen von der Gestaltung des eigenen Lebens und dazu passende symbolische Präsentationen zu entwickeln. Wenn man dafür die richtige Sprache findet, lässt sich das mit 12-jährigen durchaus realisieren.

Was aber ist mit der Beratung selbst? Kann eine Beratung, deren Ergebnis auch die Qualität wie ein Kunstwerk hat, selbst eine bloße Technologie bleiben? Oder muss Beratung selbst auch zur *Kunst* werden? Wenn wir das Beratungssetting verstehen als eine vorübergehende Gemeinschaft, deren Sinn in der Gestaltung der beratenen Subjekte liegt, müssen wir diese Kommunikation ebenfalls als Kunst verstehen. Professionelle reflexive Beratung ist also in jedem Arbeitsfeld neben einem wissenschaftlich begründeten, d.h. an allgemeinen, praktisch bewährten Regeln orientiertem »technologischen« Handeln *immer auch eine Kunst*.

Daraus folgt u.a. die Notwendigkeit der Erweiterung der Qualitätskriterien psychologischer Beratung um ein Kriterium der ästhetischen Qualität (vgl. »transcendent approach« nach GARVIN 1983)

Dass Beratung *immer auch eine Kunst* ist, heißt nicht, dass deren wissenschaftlich-funktionale oder zweckrationale Ebene deswegen wertlos wird, sondern, dass sie ergänzt werden muss. Musterbeispiel dafür kann die Architektur sein, deren Leistung sich ebenfalls an einer Vermengung von technisch-funktionalen und ästhetischen Kriterien bewähren muss: Was nützt ein schönes Haus, in dem man sich wohl fühlt, mit dem man sich ästhetisch identifizieren kann, wenn es kalt ist und zusammenbricht?

Und umgekehrt: Was ist ein technisch perfektes Haus wert, in dem sich niemand wohl fühlt?

Diese Sichtweise wird durch praktische Beratungserfahrungen gestützt: Erfahrene und erfolgreiche professionelle psychologische Berater vergleichen ihre Tätigkeit häufig mit Anleihen aus der Kunst, z.B. als »Choreografie«, als »Regie bei einer Inszenierung«, als »Arrangement wie in einem Jazz-Stück«, als gemeinsames »Generieren einer neuen Erzählung«. Beratung als Kunst realisiert sich häufig als *Prozessgestalt* nach einer Eröffnung mit...

- einer Konfrontation / Verfremdung / Verunsicherung zur »Differenzerfahrung« immer häufiger mit ästhetischen (gestalterischen) Mitteln (von Witz, Ironie und Humor bis zu den Methoden der systemischen Beratung)
- einer Reflexion (in jedem Falle auch begrifflich)
- einer Neugestaltung als *Vision* (z.B. Entwicklung einer Vision vom eigenen Leben anhand einer Erzählung oder eine Vision von der Rolle einer Gemeinschaft innerhalb oder zwischen anderen Gemeinschaften) verknüpft mit einer Realisierungs- »Technologie«

Und: Die Klientinnen von Beratungen bewerten diese nicht nur nach zweckrationalen Kriterien wie z.B. der Zielerreichung, sondern auch nach der gelungenen Gestaltung des Beratungsprozesses. Das wird allerdings in der Beratungspraxis leicht verwechselt mit einer narzisstischen Selbstinzenierung des Beraters. Im Gegenteil: Die beste Beraterqualität zeigt sich, wenn die Teilnehmer zu Ergebnissen kommen, ohne das Beraterhandeln bewusst wahrzunehmen.

Literatur

- BECK, U. (1995): Eigenes Leben - Skizzen zu einer biographischen Gesellschaftsanalyse. In BECK, U., VOSSENKUHL, W., ZIEGLER, U.E., Eigenes Leben. Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben. München
- BECK, U., GIDDENS, A. & LASH, S. (1996): Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt/M
- BIANCHI, P. (Hrsg.) (1998): Lebenskunstwerke (LKW) Kunstforum international 142
- BIANCHI, P. (Hrsg.) (1999): Lebenskunst als Real Life. Kunstforum international 143
- BOURDIEU, P. (1987): Die feinen Unterschiede. Frankfurt/M
- FOUCAULT, M. (1986): Der Gebrauch der Lüste. Frankfurt/M
- FOUCAULT, M. (1986): Die Sorge um sich. Frankfurt/M
- GARVIN, D. (1983): »Quality on the Lines«, Harvard Business Review, Sept-Oct 1983.
- HONNETH, A. (1993): Dezentrierte Autonomie. Moralphilosophische Konsequenzen aus der modernen Subjektkritik. In MENKE, C. & SEEL, M. (Hrsg.), Zur Verteidigung der Vernunft gegen ihre Liebhaber und Verächter (149-163). Frankfurt/M
- KAISER, H.-J. & SEEL, H.-J. (1981): Sozialwissenschaft als Dialog. Die methodischen Prinzipien der Beratungsforschung. Weinheim
- SALBER, W. (1977): Kunst - Psychologie - Behandlung. Bonn
- SALBER, W. (2001): Psychästhetik. Köln
- SCHMID, W. (1998): Philosophie der Lebenskunst. Frankfurt/M
- SCHWEMMER, O. (2002): Handlung und Repräsentation. Journal für Psychologie 10 (4), 325-250

- SEEL, H.-J. (1998): Perspektiven einer Psychologie der Beratung. In SEEL, H.-J. & ZU HORST, G. (Hrsg.), Beratung - wissenschaftlich und professionell eigenständig? Journal für Psychologie 6 (3), 39-53
- WATZLAWICK, P. (2002): Die Möglichkeit des Andersseins, 5. ergänzte Auflage. Bern

Anmerkungen

- 1 Vgl. das Kriterium der praktischen Bewährung im Konzept der Beratungsforschung n. KAISER und SEEL (1980)
- 2 Die Notwendigkeit von Selbstinszenierungen in der Postmoderne geht grundsätzlich noch viel weiter und schließt auch andere Ebenen ein: als Manager muss man sich mit der richtigen Sportart (z.B. Golf), bei der Gestaltung des eigenen Körpers nicht nur durch Kleidung, sondern auch durch Haartracht und body-shaping vom Fitness-Studio bis zur chirurgischen Korrektur und der Selbstinszenierung durch das eigene Geschmacksurteil auf kulturellen Veranstaltungen profilieren durch Teilnahme an und adäquate Kommentierung von Wagner-Festspielen bis zu Vernissagen. BOURDIEU (1987) hat dies eindrücklich herausgearbeitet.
- 3 Zu Unterschieden des Begriffs der reflexiven Moderne vgl. BECK, GIDDENS, LASH (1996)
- 4 Ähnlichkeiten und Unterschiede mit der morphologischen Psychologie und ihrem therapeutischen Konzept (vgl. z.B. SALBER 1977, 1980) können an dieser Stelle aus Platzgründen nicht dargestellt werden; dies erfordert eine umfangreichere Auseinandersetzung.