

Wilhelm Salber

Gestalt ist Übergang – Traumlogik des Alltags

Shakespeare „Hamlet“: Es gibt mehr Ding' im Himmel und auf Erden, Horatio, als eure Schulweisheit sich *träumen lässt*.

I. Gestalten sind nur in Bewegung.

Morphologie geht über „figurale“ Gestalten hinaus; darauf wies bereits Goethe hin. Die figuralen Gestalten waren wichtig für die Entwicklung der Psychologie, weil sie vereinheitlichende Ganzheiten in den Blick rückten. Vereinheitlichung ist schön, aber es ist zu wenig, wenn man an die großen Kreise der seelischen Lebenswelten heranwill. Das Ganze lässt sich nicht auf Einheiten als Elemente aufteilen. Gestalten existieren nur in einer fließenden, sich gestaltenden Wirklichkeit (Ukiyo-e).

II. Andere Methoden für Übergangsgestalten.

Die sogenannten Tiefeninterviews haben nur Sinn, wenn man sich über ihre Gegenstandsbildung im Klaren ist; das bedeutet, wenn man Konzept und Methode zugleich berücksichtigt. Als Freud in seinem Konzept unbewusste Prozesse berücksichtigte, musste er die Methode einer bewussten Befragung aufgeben und sich an anderen beschreibungsnahen

Hinweisen orientieren. Das gilt auch für eine Beschreibungs-Morphologie. Sie steht vor der Aufgabe, universale Verhältnisse von Wirkungseinheiten zu erfassen. Wobei Kategorien der Traumlogik eine große Rolle spielen – auch bei normalen Alltagsphänomenen. Vom Konzept der Morphologie her ist es vor allem notwendig, die Übergänge von bewussten und unbewussten Prozessen als Gestaltungsprozesse zu verstehen; dabei spielen mannigfaltige Übergangsverhältnisse eine Rolle. Nicht zuletzt ist es wichtig, wenn man sich an Ganzheiten (große Kreise) der Verwandlung heranwagt, ein Konzept zu



entwickeln, das der Dramatik der Urphänomene (Märchen und Mythen) entspricht. Das alles spielt bei der Gestaltung sogenannter Tiefeninterviews mit: Daher ist die Traum- oder Bildlogik, Gestalten im Übergang, ein entscheidender Anhaltspunkt für die Durchführung intensiver Analysen.

III. Phänomenologie der Traumlogik als Anhaltspunkt.

Die Phänomenologie der Traumlogik trägt dazu bei, über das hinauszugehen, was sich die Schulweisheit so träumt. Die Phänomenologie der Traumlogik führt uns in eine Bildströmung und in Unschärfezonen, in eine Zwischenwelt hinein. Da gibt es keine festen Einheiten, sondern nur ein Hin und Her; da vollzieht sich das Geschehen in den Sprüngen der Echternacher Prozessionen: Im Traum wird Vieles dreimal gesagt und erst dabei merkt man, was sich im Seelischen bewegt. Die Geschehnisse entfalten sich in Polaritäten – paradoxerweise kann dabei auch das Gegenteil zum Ausdruck einer Sache werden. Überhaupt spielen Paradoxien eine große Rolle in der Traumlogik. Sie machen darauf aufmerksam, dass wir alles nur in Verrücken, in Steigerungen und Minderungen verstehen, oft auch erst von der Verkehrung her. Paradox kann man im Traum wie im Märchen zugleich in einem Käfig und draußen sein. Zu den Paradoxien gehört auch, dass der Traum nur vom Tag her (Tagesreste) verständlich wird. Das ist genauso ein Übergang wie der Übergang zwischen bewussten Festlegungen und unbewussten Bedeutungen dieser Festlegungen.



IV. Märchen sind Übergangsgestalten

Die morphologischen Methoden sind darauf ausgerichtet, von vorneherein mit Überdeterminationen und Drehfiguren zu rechnen. In der Traumlogik ergänzen sich ständig die seltenen Phänomene des manifesten Traumes und Keimformen (Urphänomene) des seelischen Geschehens. Eine morphologische Traumanalyse ist immer gerichtet auf das Ganze eines Sinn-Zusammenhangs (große Kreise). In gewisser Weise kann man sagen, dass die Traumlogik immer die me-

taphysischen Bedürfnisse der Menschen berücksichtigt: Die Architektur von Himmel und Hölle, der Krieg als Vater aller Dinge, Wege und Irrwege des Ins-Werk-Setzens.

Daher ist es auch nicht verwunderlich, wenn psychologisch Traum und Tag als eine Zwei-Einheit verstanden werden. Ergänzend dazu ist es sinnvoll, nochmals darauf hinzuweisen, dass das Hexagramm und seine Entwicklungsversionen eine Kurzformel für die Wirkwelt und ihre Bildlogik sind: Es geht um Magie, Entgegenkommen, Notlagen, Gnade, Schuld, Anklänge, usw.. Eine gewisse Ordnung der Modellierung von universalen Verhältnissen ergänzt die Ausdrucksbildungen der Märchendramatik, indem die verschiedenen Wirkungsqualitäten in einen Folgezusammenhang gebracht werden: Von Enge und Weite, Geschlossenheit und Ungeschlossenheit, nah und fremd, fest und beweglich, usw..

V. Sag ich es oder nicht?

Es hat nicht viel Sinn, dem Auftraggeber oder dem Behandlungsfall die Traumlogik und die Übergangsparadoxe so prägnant darzustellen, wie sie sich im Rahmen der morphologischen Systembildung ergeben. Daher versucht die Morphologie von Gestaltübergängen und Traumlogik vor allem in Gleichnissen, Metaphern und anderen Übersetzungen zu reden. Jede Übersetzung selbst ist schon ein Übergang; das ist auch unvermeidlich, weil alles Verstehen nur in Verrücken zu Zusammenhängen führt. Daher erzählt die Bibel vor allem Gleichnisse. Daher spricht die Morphologie vom Menschen als einem behinderten Kunstwerk. Ihre Analysen bringen



Sprichworte zum Leben. Daher beziehen sich die Ärzte auch auf Metaphern, wenn sie sich verständlich machen wollen. Daher wird vor allem das Märchen zu einem Hinweis auf die grundlegenden Konstruktionsprobleme der seelischen Herstellungswerke – es muss aber immer wieder, von Fall zu Fall, neu in Übersetzungen verstanden werden. Eine besondere Spezialität bieten paradoxe Formulierungen: Wenn Shakespeare von den Träumereien der Schulweisheit spricht, oder wenn Goya den Traum der Vernunft Ungeheuer gebären lässt.

VI. Fazit

Für eine psychologische Morphologie gibt es viel mehr wirksame Zusammenhänge, als wir bewusst herausstellen können, und es gibt viel weniger Zusammenhänge, die wir als vernünftig bezeichnen können. Gestaltgesetze sind märchenhaft. Daher kann man auch am Ende noch mal Shakespeare und seine Hamletworte zitieren. Was sagen demgegenüber die Berichte über den letzten Stand der Traumforschung? Psychologisch gar nichts!

~~MAY~~ BE



Auf der einen Seite das Objektive und die Wissenschaft, auf der anderen das Subjektive und die Kunst. Nach diesem Muster hat vor 400 Jahren der Philosoph René Descartes die Welt entzweigeschnitten. Seitdem herrscht tiefes Misstrauen zwischen den Objektiven und den Künstlern. Nichts Kreatives darf sich in die strenge Forschung einmischen – und zu viel Wissen gilt als Hemmschuh des Genies. Heute erscheint eine smarte Wissenschafts-Verachtung fast als Zeichen des Schöpfertums. Hat nicht ein Steve Jobs gegen die blöde Konsumforschung gewettert? Und so manche Firma will gar nicht genau

wissen, was sie alles treibt. Man drückt also gern ein Auge zu. Ergebnis: der Freibrief fürs „Kreative“.

Niemand wagt die wohltönenden Versprechungen der Agenturen anzuzweifeln, die neue Kampagne wecke „Begehrlichkeit und konkrete Relevanz“ – sie werde die „Brand Promises sogar kompetitiv differenzieren“. „Spontan“, „aktivierend“ und „emotional“ sind weitere Zauberwörter, um das freie Schöpfertum von jeder sachlichen Kritik abzukoppeln. Unbelastet von der Konsumenten-Wirklichkeit dreht sich die Werbeindustrie dann in ihrer eigenen, meist lärmigen, Welt – Selbstbespiegelung und Selbstzitate, statt in eine Auseinandersetzung mit den fremden Konsumenten zu treten.

Zugegeben, das Bild ist etwas überspitzt. Und 2012 wollen wir „positiv“ denken. Positiv heißt: Problem erzeugende Denkmuster überschreiten. Spätestens seit Paul Feyerabend („Wider den Methodenzwang“) ist doch bekannt, dass Wissenschaft von kreativen Ansätzen lebt. Die Morphologie hat die kunstanaloge Methode entwickelt. Und Kunst kommt von Können, was wiederum Wissen voraussetzt. Weder die alten Griechen noch das Mittelalter haben Wissenschaft und Kunst in zwei Teile auseinandergerissen.

Wie wäre es, mal über kreative Konzepte von Forschung und über systematische Inspiration nachzudenken? Und Prozesse aufzubauen, die Forschung und Agenturen zum gemeinsamen Arbeiten bringen? Wie wäre es mit einer Neuen Sachlichkeit – anstatt Jahr für Jahr Millionen in Forschung ohne Konsequenzen und unverständliche Kampagnen zu verheizen?