

Identitäten / Identities

Interdisziplinäre Perspektiven

herausgegeben von
Marlene Bainsczyk-Crescentini
Kathleen Ess
Michael Pleyer
Monika Pleyer

unter Mitarbeit von
Teresa Anna Katharina Beisel
Cosima Stawenow

HGGS

HEIDELBERGER
GRADUIERTENSCHULE
FÜR GEISTES- UND
SOZIALWISSENSCHAFTEN



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar
über <http://dnb.ddb.de>.

© 2015 Universitätsbibliothek Heidelberg
Plöck 107–109, 69117 Heidelberg
www.ub.uni-heidelberg.de

Satz und Gestaltung: Universitätsbibliothek Heidelberg / Cosima Stawenow
Umschlaggestaltung: Heidelberger Graduiertenschule für Geistes- und
Sozialwissenschaften



Published under the Creative Commons Attribution 4.0 Licence (CC BY SA 4.0):
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Umschlagabbildung: © Dr911 | Dreamstime.com – Human Head Silhouette With Set
Of Gear Photo

Online verfügbar über den Heidelberger Dokumentenserver HeiDOK:
<http://www.ub.uni-heidelberg.de/archiv/18089>

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Einleitung	11
Introduction	19
<i>Lisa Freigang</i>	25
Identity and Violence Sectarian Conflict in Post-Independence Indian Literature	
<i>Anne Franciska Pusch</i>	39
Literary Animals and the Problem of Anthropomorphism	
<i>Monika Pleyer</i>	57
Identities and Impoliteness in Harry Potter Novels	
<i>Susana Rocha Teixeira und Anita Galuschek</i>	77
„Tell me what you don't like about yourself“ Personale Identitätskonstruktion in der US-amerikanischen <i>makeover culture</i> im 21. Jahrhundert am Beispiel der Serie <i>Nip/Tuck</i>	
<i>Nicolas Frenzel</i>	95
Werteidentitäten und Konsistenzverständnis einzelner Werte	
<i>Sabrina Valente</i>	125
Rechtstexte als Kultur- bzw. Identitätseinheiten	
<i>Teresa Anna Katharina Beisel</i>	145
Organisationsidentität im Kontext wohlfahrtssystemischer Strukturen	
<i>Erin Rice</i>	169
Patterned Identity: Textiles and Traces of Modernity in Contemporary Nigerian Art	
<i>Andreja Malovoz</i>	191
Late Bronze Age Place-Based Identity in Županjska Posavina	

Susana Rocha Teixeira und Anita Galuschek

„Tell me what you don't like about yourself“

Personale Identitätskonstruktion in der US-amerikanischen *makeover culture* im 21. Jahrhundert am Beispiel der Serie *Nip/Tuck*

1. Einleitung

Mit dem für die Serie typischen Satz „Tell me what you don't like about yourself“ (S1/E1, 00:01–00:04)¹, der dort jeden neuen Fall bzw. Patienten einleitet, trifft *Nip/Tuck* (2003-2010/FX) den Zeitgeist der US-amerikanischen *makeover culture* (MOC)² des 21. Jahrhunderts. Denn als die populäre, erfolgreiche und preisgekrönte US-amerikanische TV-Serie auf den Markt kam, konnte sie sich thematisch und zeitlich in eine große Anzahl anderer Formate bzw. „Gegenstände der kulturellen Selbstwahrnehmung“³ einreihen, die in den Vereinigten Staaten um die Jahrtausendwende existierten. Hierzu gehören zahlreiche Reality- und (*Identity*-)*Makeover*-Formate⁴, literarische Werke und Serien, die sich mit Schönheit, Körpern

1 Mangels veröffentlichtem Skript von *Nip/Tuck*, beziehen sich alle folgenden Verweise zur Serie auf die DVD-Veröffentlichungen, Zitate in ungefährender Echtzeit (Staffel (S), Episode (E), Minuten: Sekunden).

2 MOC ist das ständige Betrachten, Kommentieren, Bewerten, Darstellen und Verändern von eigenen und fremden Körpern, vgl. Meredith Jones, *Skintight – An Anatomy of Cosmetic Surgery* (Oxford: Berg, 2008), 11–15.

3 Wilhelm Voßkamp, „Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft“. In: *Einführung in die Kulturwissenschaften*, hrsg. von Ansgar und Vera Nünning (Stuttgart: Metzler, 2008), 77.

4 S. u. a. Anthony Elliott, „I Want to Look Like That!‘: Cosmetic Surgery and Celebrity Culture“, *Cultural Sociology* 5, 4 (2010): 463–477.

und Maßnahmen zur *beautification* (auch Schönheitshandeln genannt)⁵, wie z. B. kosmetische Eingriffe, beschäftigen.

Die Analyse von Gegenständen der kulturellen Selbstwahrnehmung kann Aufschluss geben über die in einer gewissen Zeit in einer bestimmten Gesellschaft vorherrschenden Haltungen. Seit spätestens Mitte des 20. Jahrhunderts gilt dies in den USA auch für das Fernsehen, denn:

If we want to know what American normality is – what Americans want to regard as normal – we can trust television. For television's whole *raison* is reflecting what people want to see. [...] There is a lot of money at stake, after all; and television retains the best demographers applied social science has to offer, and these researchers can determine precisely what Americans [...] are, want, see: what we as Audience want to see ourselves as⁶.

Die große Bedeutung der MOC für die amerikanische Gesellschaft ist eine Folge von mehreren Entwicklungen: Zum einen sind dort wie auch in vielen anderen Ländern mit dem Voranschreiten der Modernisierungstendenzen bzw. der Postmoderne stabile, für alle verbindlich geltende Sinn-, Wert- und Ordnungssysteme verloren gegangen; zum anderen wuchsen in den USA im Verlauf des 20. Jahrhunderts weiter Zweifel an anderen, klassischen Möglichkeiten zur Verwirklichung des *American Dream* (AD), also an der Vorstellung, dass man durch harte Arbeit Selbstverwirklichung erreichen kann (z. B. verkörpert durch den Pionier, Cowboy oder den Geschäftsmann)⁷. Dies korreliert mit dem Wandel der USA hin zu einer individualistischen Konsumgesellschaft. Eine Folge dieser Entwicklungen ist, dass nun der Körper ein formbares, käuflich erwerbbares Konsumgut

5 Nina Delege, „Bodification and Beautification: Zur Verkörperung von Schönheitshandeln“, *Sport und Gesellschaft* 1, 3 (2004): 244–268, siehe Kapitel 2 in diesem Beitrag.

6 David Foster Wallace, „E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction“, *Review of Contemporary Fiction* 13,2 (1993): 152.

7 So wurde auch in der Literatur mehrfach Zweifel am AD geäußert: z. B. in Eugene O'Neills *The Iceman Cometh* (1939), Arthur Millers *Death of a Salesman* (1949), oder in einigen Stücken von David Mamet.

ist⁸, welcher der Selbstverwirklichung und Konstruktion der personalen Identität dient. Der Körper und die harte und kontinuierliche Arbeit an diesem bietet nun die Möglichkeit zum *self-improvement*, *being somebody* und somit zur Verwirklichung und Verkörperung des AD. Denn der AD besitzt mit seinen Werten Transformation bzw. Wandel, Veränderung, Neuanfang, aber auch Jugend, und insbesondere (an sich) Arbeiten und der ständigen Optimierung/ Verbesserung des Selbst⁹ große Schnittmengen mit der MOC.

Das Spezielle in Bezug auf die Identitätskonstruktion in einer von MOC geprägten Gesellschaft ist, dass personale Identität entsteht, indem der Mensch sich selbst und seine Makel erkennt, diese durch Modifikation verändert und dann sein neues, transformiertes Selbst wahrnimmt. Der Mensch verändert sich jedoch nicht, um ein einzelnes, festgelegtes Ziel zu erreichen, sondern er arbeitet ständig und für alle sichtbar an sich und befindet sich somit immer in der Phase des *self-improvement* und des Wandels¹⁰. Dieser Vorgang spiegelt sich in den populären US-amerikanischen *Makeover*-Formaten, wie *Extreme Makeover*, *wider*, und ebenso in der Serie *Nip/Tuck*, welche sich der gleichen Ästhetik bzw. Form und Erzählung bedient.¹¹

Das Ziel dieses Beitrags ist, ausgehend vom Konzept der narrativen Identität und nach einer kurzen Darstellung der diachronen Entwicklung der Maßnahmen zur *beautification* am Beispiel von kosmetischen Eingriffen, anhand des Hauptprotagonisten Christian Troy der Serie *Nip/Tuck* zu analysieren, wie dort – stellvertretend für die Amerikanische MOC im 21. Jahrhundert – Körper, Maßnahmen zur *beautification* und deren Wechselwirkung mit personaler Identität dargestellt werden.

8 Elizabeth Haiken, *Venus Envy – A History of Cosmetic Surgery* (Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997): 8 und 282; Mike Featherstone, „The Body in Consumer Culture“. In: *The Body: Social Process and Cultural Theory*, hrsg. von Mike Featherstone et al., (London: Sage, 1991), 183.

9 Zum AD und den damit verbundenen Werten: s. u. a. Peter Freese, „America“, *Dream or Nightmare?* (Essen: Die blaue Eule, 1994), 107–108.

10 Jones, *Skintight*, 11–13.

11 Zu den Erzählungen von *Makeover*-Formaten s. Elliott, „I Want to Look Like That!“ , 467.

2. Identitäts- und Körperkonstruktion

Körperpraktiken und -arbeiten können nach Nina Degele als Schönheits-handeln oder *beautifcation* bezeichnet werden. *Beautifcation* ist „ein Medium der Kommunikation, das der Inszenierung der eigenen Außenwirkung zum Zweck der Erlangung von Aufmerksamkeit und Sicherung der eigenen Identität dient.“¹² Dabei hat Schönheitshandeln sowohl eine Funktion, die sich nach außen richtet, d.h es ist ein Mittel, um sich gesellschaftlich zu positionieren, als auch nach innen, d. h., es trägt zum Wohlfühlen bei, indem z. B. das Äußere – der Körper – und das Innere – das Seelenleben – identisch werden.¹³ Damit trägt *beautifcation* zur Konstruktion der personalen Identität bei.

In der Ethnologie ist personale Identität ein Begriff, der sowohl das Selbst als „self-identity“, welche eine Person von anderen unterscheidet, als auch die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft beinhaltet, wie z. B. „ethnic identity.“¹⁴ Das Konzept der narrativen Identität reiht sich in diese Definition ein, indem es eine bestimmte Art der personalen Identität beschreibt. Es ersetzt personale Identität also nicht, sondern ergänzt sie vielmehr.

Nach Ricoeur ist mit dem Konzept der narrativen Identität nicht von einem Ich auszugehen, sondern dialektisch von einem Ich (*idem*, lat. gleich) und einem Selbst (*ipse*, lat. selbst).¹⁵ Dies bedeutet für die personale Identität, wenn sie denn narrativ begriffen werden soll, dass das Ich zunächst über sein ‚sich-Selbst-Sein‘ reflektiert, und sich erst danach als Phänomen wahrnehmen kann. *Idem* beschreibt dabei die „Beständigkeit in der Zeit“¹⁶, wohingegen *ipse* der wandelbare Kern der Persönlichkeit ist¹⁷; die *ipse*-Identität ist zugleich ‚Selbst-ich-Sein‘ und ‚anders-als-Selbst-ich-Sein‘, welches durch Erfahrungen und Erlebnisse eine Dynamik innerhalb der Identität zulässt, indem sich Persönlichkeit und Überzeugungen wandeln können. Die *idem*-Identität als ständiges ‚ich bin‘ paraphrasiert und kontextualisiert das stetige ‚anders-als-das-Selbst-Sein‘. Damit werden das ‚beständige ich-Sein‘ (*idem*) und das dynamische ‚Selbst-

12 Degele, „Bodification and Beautification“, 246.

13 Ibid.

14 Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology, hrsg. von Alan Barnard und Jonathan Spencer (Oxon: Routledge, 2007), s. v. „identity“.

15 Paul Ricoeur, Das Selbst als ein Anderer (München: Fink, 1996), 9.

16 Ibid, 11.

17 Ibid.

Sein‘ (*ipse*) vereint. Durch die Reflektion der Erfahrungen und Erlebnisse innerhalb der narrativ begriffenen personalen Identität werden diese durch Erzählungen in verschiedenen Erzählsträngen kontextualisiert. Daraus ergibt sich, dass innerhalb der Identitätskonstruktion eine einzige Erzählung nicht mehr möglich ist, sondern – durch die Mannigfaltigkeit der Erfahrungen und Erlebnisse und ihrer Einordnung – das Selbst sich vielmehr in einzelnen Erzählsträngen narrativiert, also „in Geschichten verstrickt“¹⁸.

Der Körper, gehört zum reflexiven Selbst-Sein des Menschen. Dieser kann sich zugleich nach innen und außen kehren, indem er Prozesse innerlich (durch)lebt und äußerlich (er)lebt. Da der Körper das primäre Handlungs- und Kommunikationsmedium des Menschen ist und damit eine repräsentative Funktion erfüllt, soll vor allem dieser dem eigenen Seelenleben entsprechen: Das Innere soll nach Außen gekehrt werden. Der Körper übernimmt deswegen – entsprechend den vorherigen Ausführungen zur *beautifcation* – die Rolle eines Transmitters.

Dabei wird in diesem Beitrag davon ausgegangen, dass die oben dargelegten generellen Prozesse der Entstehung von personaler Identität, kein Spezifikum der MOC sind. Das Besondere an der MOC ist jedoch, dass personale Identität hier durch ständige (Selbst)-Reflexion, Darstellung und Transformation des Selbst bzw. der Persönlichkeit und des Körpers entsteht.

3. Körper und Identität in der US-amerikanischen Gesellschaft

Auch wenn die Geschichte der plastischen Chirurgie bis ins sechste Jahrhundert vor Christus zurückgeht¹⁹, ist hier zur Erklärung der Konstruktion der personalen Identität in den von MOC geprägten Vereinigten Staaten im 21. Jahrhundert ausschließlich eine kurze Skizzierung der dortigen diachronen Entwicklung der Verknüpfung von Körper, *beautifcation* und personaler Identität anhand des Beispiels der kosmetischen Chirurgie ab dem 20. Jahrhundert relevant.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts war bereits mit der wachsenden Bedeutung von Äußerlichkeit der erste Grundstein zur Änderung der US-amerikanischen Haltung zu Körper, Schönheit und Maßnahmen zur *beautifcation* gelegt worden:

18 Ibid, Zeit und Erzählung I (München: Fink, 1988), 118–19; siehe Wilhelm Schnapp, In Geschichten verstrickt. Zum Sein von Mensch und Ding (Hamburg: Meiner, 1956).

19 Haiken, Venus Envy, 4.

[I]ndustrialization, urbanization, [...] transformed the United States from a predominantly rural culture, in which identity was firmly grounded in family and locale, to a predominantly urban culture, in which identity derives from „personality“ or self-presentation.²⁰

Durch den ab dem 20. Jahrhundert zunehmenden Individualismus wurde kosmetische Chirurgie immer mehr als Teil des „American pragmatism, with a whiff of an optimistic commitment to self-improvement thrown in“²¹ betrachtet. Ebenso wandelte sich die amerikanische Gesellschaft vom protestantischen Viktorianismus zu einer säkularen Konsumgesellschaft,²² womit sich auch die Haltung zu *Beautifcation*-Maßnahmen änderte:

Although Victorian culture had held that beauty derived solely from internal qualities of character and health, by 1921 most Americans [...] had come to understand physical beauty as an external, independent – and thus alterable – quality, the pursuit of which demanded a significant amount of time, attention, and money.²³

So wurden kosmetische Eingriffe nicht mehr als Zeichen moralischer Schwäche oder Eitelkeit, sondern als Zeichen von Stärke und Mut angesehen. Sie waren somit eine pragmatische, gesunde Antwort auf die Anforderungen einer modernen Welt,²⁴ die von starkem Wettbewerb und einer Körperpräsenz geprägt ist.

Von besonderer Bedeutung für die Entwicklung der MOC in den USA sind auch die Massenmedien (Radio, Print, TV – vor allem Werbung)²⁵ und die dort und in der amerikanischen Gesellschaft zunehmende Verknüpfung von Äußerlichkeit und – ökonomischem – Erfolg. Der Stellenwert der äußeren Erscheinung wurde verstärkt von einer der größten Erzählungen der modernen Werbung, die in den späten 1920er Jahren begann: der erste

20 Ibid., 7.

21 Ibid.

22 Ibid., 19.

23 Ibid.

24 Ibid., 7.

25 Ibid., 91–130. Zur Bedeutung des Fernsehens für die amerikanische Gesellschaft bzw. Literatur vgl. u. a. Wallace, „E Unibus Pluram“, 151–194.

Eindruck, der über unmittelbaren Erfolg oder Misserfolg entscheidet.²⁶ Gerade dies war während den Wirtschaftskrisen in den 1930er und 1970er Jahren ein wichtiger Punkt, durch den man glaubte, aus der Masse an Konkurrenten herauszustechen, und einen Wettbewerbsvorteil beim Kampf um die knappen Arbeitsplätze zu erzielen. In diesem Zusammenhang spielt auch die Psychologie, hier vor allem Alfred Adler, eine große Rolle, der in den USA in den 1920er Jahren den „Minderwertigkeitskomplex“²⁷ bekannt machte, den auch die plastischen Chirurgen für sich nutzten, indem sie Äußerlichkeit mit Innerlichkeit verknüpften: Sie verbreiteten, dass Menschen aufgrund von Hässlichkeit oder anderen äußerlichen Defiziten, Minderwertigkeitskomplexe entwickeln können, die sie im Wettbewerb um Stellen, Partner etc. behindern.²⁸

Im Laufe des 20. Jahrhunderts wurde in einer wachsenden Anzahl an Medienformaten über Körper und Aussehen von (Hollywood-)Stars berichtet und *beautification*-Maßnahmen beworben oder diskutiert. Dies setzt sich auch im 21. Jahrhundert fort, in welchem die MOC und Celebrities von besonderer Bedeutung sind:

Popular media culture is today dominated by instant identity-makeover television shows, celebrity confessions delivered on therapeutic-inspired daytime chat programmes, and an extraordinary fascination with the artificial beauty enhancements of the rich and famous.²⁹

Hierbei unterscheiden sich die Celebrities der Jahrtausendwende von bisherigen (Hollywood-)Stars hauptsächlich darin, wie sie ihre Identitäten verändern und neu erfinden:³⁰

If originality and authenticity were the hallmarks of traditional notions of fame, then parody, pastiche and, above all, sudden transformations in a star's identity are the key indicators of contemporary celebrity.³¹

26 Ibid., 101.

27 Ibid., 94.

28 Ibid.

29 Elliott, „I Want to Look Like That!“, 468 (nach Angela McRobbie, *The Uses of Cultural Studies*. London: Sage, 2005).

30 Ibid., 467.

31 Ibid. (nach Chris Rojek, *Celebrity*. London: Reaktion, 2004).

Sie sind, was sie – auch mit ihren Körpern – darstellen und sein wollen.

Die MOC zeichnet sich dadurch aus, dass in den Massen- und neueren Medien unablässig Schönheit und Körper gezeigt, betrachtet, kommentiert und begehrt werden.³² Menschen inszenieren sich selbst und ihre Körper, z. B. indem sie Bilder von sich selbst machen und in sozialen Netzwerken online stellen (*selfies*); und auf der Ebene der kulturellen Selbstwahrnehmung greifen Serien, literarische Werke, Filme und Reality-Formate das US-amerikanische Bedürfnis auf, sich mit Körpern zu beschäftigen. Diese ständige Omnipräsenz von sich immer schneller wandelnden Körpern und Körperteilen ist Bestandteil der MOC und *celebrity culture* (CC), die beide miteinander zusammenhängen, da insbesondere die Körper von Stars und Celebrities untersucht, diskutiert, kommentiert und imitiert werden. Diese inszenieren sich selbst auch durch ihre Körper und verkörpern – für alle sichtbar – ständiges *self-improvement*, Erfolg und – vor allen Dingen – ständiges an sich selbst und der Persönlichkeit arbeiten, um (ökonomisch) erfolgreich zu sein – ein Aspekt, der nicht nur für die MOC, sondern auch die US-amerikanische Identität an sich wichtig ist, da dieser dem AD entspricht.³³

Es genügt somit nicht mehr einen Körper nur zu ‚haben‘; der Körper wird als Außenreflexion des Selbst mit positiven Attributen versehen, die Rückschlüsse auf die Psyche, die Persönlichkeit des Menschen und die mit ihm zusammenhängenden Eigenschaften zulassen (z. B. Stärke, Mut, Erfolg, Geld etc.).

Die vorangegangenen Abschnitte haben gezeigt, dass die Vereinigten Staaten zu Beginn des 21. Jahrhunderts als eine von MOC geprägte Gesellschaft zu interpretieren sind. Anhand der Analyse der Figur Christian Troys soll untersucht werden, wie personale Identität in der fiktiven, von MOC geprägten Welt von *Nip/Tuck*, durch das Abhandenkommen früherer, verbindlich für alle geltenden Sinn-, Ordnungs- und Wertsysteme – also auch klassischer Verkörperungsmöglichkeiten des AD – durch Körper bzw. *beautification* entsteht.

32 Ibid., 466.

33 Hierbei handelt es sich aufgrund der Globalisierung und Dominanz der Massenmedien in unterschiedlichen Teilen der Welt, nicht mehr ausschließlich um ein US-amerikanisches Phänomen, da dieses auch in andere Teile der Welt exportiert wurde.

4. Analyse der Figur Christian Troys aus der TV-Serie *Nip/Tuck*

Nip/Tuck ist eine amerikanische TV-Serie, deren Name sowohl ein umgangssprachlicher Ausdruck für Schönheitsoperation ist, als auch die Umschreibung für das Gleichaufliegen bei Rennen. Mit der Doppeldeutigkeit des Titels werden bereits zwei wichtige Themen der Serie angerissen: Zum einen Körpermodifikationen, insbesondere kosmetische Eingriffe, und zum anderen die Bedeutung von Äußerlichkeiten, um trotz starken Wettbewerbs aus der Masse herauszustechen und erfolgreich zu sein. Auch der Titelsong der Serie „A Perfect Lie“ von *Engine Room* zeigt, dass es in der Serie um Schönheitshandeln und die ‚perfekte‘ Inszenierung des Selbst geht: „A perfect soul, A perfect mind, A perfect face, A perfect lie“.³⁴

Zunächst spielt die Serie in Miami, ab der fünften Staffel in Los Angeles, der „plastic surgery capital of the world“ (S4/E15, 01:53–01:55) – ein Setting, welches deshalb bedeutsam ist, da in Hollywood viele Schauspieler und andere aus der Film- und Fernsehindustrie arbeiten und leben, die Dienste von Schönheitschirurgen in Anspruch nehmen. Die Hauptprotagonisten der Serie sind Christian Troy und Sean McNamara, die beide plastische Chirurgen um die 40 Jahre, Geschäftspartner und Freunde sind.

Die meisten Patienten sind in *Nip/Tuck* (ebenso wie in den *Makeover*-Formaten) nur für eine kurze Zeit zu sehen. Gezeigt wird hier zumeist lediglich die Verwandlung zu einem gewünschten Ziel hin. Die Patienten erzählen von ihren Verstümmelungen, Deformationen, oder, was sie als solches empfinden, und den daraus resultierenden (psychischen) Konsequenzen. Darauf folgt die Phase der Transformation, in welcher die Eingriffe an sich und die schlussendliche Verwandlung zum neuen Selbst/ zur neuen personalen Identität gezeigt werden. Die Gründe, die genannt werden, um (*Beautification*-)Maßnahmen durchführen lassen zu wollen, entsprechen in der Regel denen, die auch in der chirurgischen Praxis³⁵ und den *Makeover*-Formaten genannt werden: ‚Normalisierung‘ (z. B. von einer sozialen Gruppe angenommen werden oder zu dieser zu gehören), mit sich selbst ‚identisch‘ werden (z. B. die Anpassung von sex

34 Engine Room, „A Perfect Lie“, Zugriff am 29.11.2013, http://www.lyricsmania.com/a_perfect_lie_lyrics_engine_room.html.

35 Laut Kimber Henry-Darstellerin, Kelly Carlson, entsprechen 99 Prozent der Erzählungen ‚wahren‘ Geschichten (s. „Crazy stories on ‚Nip/Tuck‘ from real life: actress“, The Canadian Press, 2. Februar 2008, Zugriff am 29.11.2013, <http://www.ctvnews.ca/crazy-stories-on-nip-tuck-from-real-life-actress-1.274393>).

und *gender*) oder *self-improvement* (z. B. um im Wettbewerb erfolgreich zu sein, ‚*to be somebody*‘). Jedoch ermöglicht die Analyse Christian Troys, da er und die Entwicklung seiner Figur bzw. Identität über alle Staffeln der Serie hinweg sichtbar ist, einen besonderen Erkenntnisgewinn, da anhand seiner Figur deutlich wird, dass personale Identität in der fiktiven, von MOC geprägten Welt von *Nip/Tuck* durch ständige (Selbst-) Reflexion, Darstellung und Transformation des Selbst und des Körpers entsteht: Durch (Körper-)Erzählungen und verschiedene Erzählstränge, die sich in einer narrativierten personalen Identität erschließen.

Anhand der Figuren der Serie wird die Sinnkrise von Gesellschaften des 21. Jahrhunderts emergent, in welchen frühere verbindliche, sinnstiftende Elemente abhanden gekommen zu sein scheinen. Dies gilt auch für Christian: Während Religion in der Serie generell keine große Rolle zu spielen scheint, hat Christian seinen Glauben spätestens nach dem Missbrauch durch seinen Pflegevater ‚Mr. Troy‘ verloren. Zudem ist Christian das Ergebnis einer Vergewaltigung, weshalb ihn seine Mutter nach der Geburt weggegeben hat. Weil er seinem Vater ähnlich sieht, möchte Christians Mutter auch jetzt, obwohl Christian ein sehr erfolgreicher Chirurg ist, der sich seinen Erfolg ‚selbst erarbeitet‘ hat (*self-made man*), keinen Kontakt zu ihm haben (S3/E5, E8). Christian hat also auch keine eigene, stabile Familie als sinnstiftendes Element. Seine ‚Ersatzfamilie‘ ist die seines besten Freundes und Geschäftspartners, Sean. Jedoch ist auch diese Familie nicht stabil, da Christian und Seans Frau, Julia, sich immer wieder zueinander hingezogen fühlen und Matt, Christians Patenkind, das Ergebnis eines One-Night-Stands ist, welchen Christian und Julia vor Julias Hochzeit mit Sean hatten.

Das viel zitierte, postmoderne ‚anything goes‘ bedeutet also nicht nur Freiheit im positiven Sinne (frei von Restriktionen und Konventionen), sondern eine metaphysische Obdachlosigkeit durch den Verlust von allgemeingültigen und verbindlichen Sinnstrukturen. Die Figuren der Serie versuchen diesen Mangel auf verschiedene Weise zu beheben: Christian durch ‚Konsum‘ (von Frauen, Autos, Partys, Sex etc.) und durch die Fokussierung auf die eigene Identität und Person. Aus verschiedenen Gründen (meist Kontakt mit anderen und ihr Feedback) betrachtet er sich selbst, wer er ist, gleicht das ab mit dem, wer er sein möchte und strebt infolge dessen immer wieder eine innerliche und äußerliche Transformation an.

Schon die Pilotfolge zeigt einen Aspekt von Christians Identität. Er hintergeht und belügt für 300.000 US-Dollar Sean, indem er den kriminellen Hintergrund eines Patienten verschweigt und Sean weismacht, dass jener sich lediglich sein Gesicht verändern möchte, um bei Frauen mehr Erfolg zu haben (S1/E1, 1:48–5:40).

Christian wird als egoistischer, egozentrischer, oberflächlicher Mann und Teil der US-amerikanischen individualistischen Konsumgesellschaft und MOC dargestellt, in welcher er seine Identität durch Schönheits-handeln bzw. sein Aussehen (gepflegt), seine Kleidung (Gucci), seine Uhr (Rolex), seine Autos (Ferrari, Lamborghini), seine Wohnung und Wohnungseinrichtung, seinen Beruf als plastischer Chirurg und seinen Erfolg bei Frauen definiert, die er ständig – auf Suche nach einem besseren Modell austauschend – konsumiert: Er mag „everything pretty“ (S2/E8, 38:02–38:04).

Christian ist der ‚Geschäftsmann‘ im Gespann Troy/McNamara, deshalb kombiniert er diesen Erzählstrang, seine Arbeit und seine Vorliebe für schöne Frauen und schnellen Sex, indem er Frauen gleichzeitig als Liebschaften und Kundinnen gewinnt. Zunächst erobert er die Damen, indem er auf seinen Beruf aufmerksam macht, um ihnen nach dem sexuellen Abenteuer kosmetische Eingriffe zu verkaufen. Sein Beruf, seine Attraktivität und das Bild eines äußerst potenten Frauenhelden sind wichtige Erzählungen seiner personalen Identität.

Dennoch strebt Christian nach stabilen zwischenmenschlichen Beziehungen. Während dies bei seinen Partnerschaften nicht funktioniert, obwohl er immer wieder versucht sich zu ändern, scheint er in der Rolle als Vater aufzugehen. Hier entwickelt sich ein weiterer Erzählstrang seiner personalen Identität. So sagt er zu Sean: „[...] I never thought I would be a father. I didn't think I had it in me, but [...] I'm more of a man now than I thought I would be“ (S1/E13, 22:00–22:15). Seit er sich durch seinen Adoptivsohn, Wilbur, als Vater sieht, scheint er im Verlauf der Serie seinen Kindern Wilbur und Matt gegenüber – im Gegensatz zu Beginn der Serie, wo er Matt zu einer Party mit Porno-Stars (S1/E4) und in Strip Clubs (S1/E2) mitnimmt – konservativ zu werden und an verbindlichen Werten festzuhalten. So entlässt er auch das Kindermädchen, die er für Wilbur eingestellt hat und mit der er seit dem Vorstellungsgespräch schläft, als sie versucht, das Baby mit Medikamenten (Hustensaft) ruhig zu stellen (S2/E1, 37:44–39:00).

Die Verwirklichung des AD – wie man am Erfolg von chirurgisch talentlosen Figuren wie Christian oder dem Rivalen Dr. Merrill Bobolit sieht, und der damit zusammenhängende – ökonomische – Erfolg hängt nicht (mehr) von persönlichen Fähigkeiten ab, sondern davon, dass man Erfolg verkörpert bzw. sich inszeniert:

I was in the bottom 10 percent in our class, Sean. The only reason I passed was because you tutored me and wouldn't give up, until I learned it. But I never became it. I'm a mimic [...] I'm Bobolit in better suits [...] relationships, my profession all I have to offer is a great smile and a convincing line of bullshit (S1/E10, 3:30–4:02).

Da im 21. Jahrhundert der Wettbewerb in der Schönheitsindustrie durch Konkurrenz mit anderen Chirurgen (Bobolit, Hamoui) und neuen, alternativen Maßnahmen zu *beautification* (z. B. Aufspritzen) sehr stark ist, versuchen die Chirurgen aus der Masse an Konkurrenten herauszustechen, um erfolgreich zu bleiben. Ein Mittel hierfür ist das ständige Arbeiten am eigenen Aussehen. Es wird dagegen angekämpft, dass der Körper sein biologisches Alter zeigt (indem man sich Botox spritzt): „We're plastic surgeons, Sean. The literal faces of this business. Looking our age is as bad as having a stained carpet in the waiting room. Have you ever seen a fat personal trainer?“ (S2/E1, 2:52–3:00). Die plastische Chirurgie verkauft Jugend, deshalb müssen die Chirurgen jung aussehen, um ökonomisch erfolgreich zu sein. Erscheinung ist wichtiger als ‚Sein‘, das gilt nicht nur in Miami, sondern auch in Los Angeles, wo Sean im Gegensatz zu Christian ausgebucht ist, weil er einen Arzt in der TV-Serie *Hearts* *,n Scalpels* spielt und dadurch berühmt und begehrt wird. Erst dadurch – und nicht, weil er ein guter Chirurg ist – erhält er Glaubwürdigkeit.

Unabhängig von der Verknüpfung von Alter, Aussehen, Geschäft und personaler Identität, enthält Christians personale Identität auch einen Erzählstrang seines persönlichen Alterns und Verfallens, unter welchem er leidet. Während er zu Beginn der zweiten Staffel, auch vor dem Hintergrund des nahenden 40. Geburtstags, der beruflichen und privaten Zukunft optimistisch entgegen blickt – „The climb has just begun“ (S2/E1, 14:00–14:02), „the world is our oyster“ (S2/E1, 14:08–14:09) und „I plan on banging twice as many mamazones this decade“ (S2/E1, 14:30–

14:33) – muss er beim Ansprechen einer Frau in einem Club feststellen, dass er im direkten Vergleich mit jüngeren Männern verliert und sein Alter, unabhängig von allen Maßnahmen, sichtbar ist. Die angesprochene Dame sagt, sie möge zwar Männer, jedoch nicht 40-jährige und schlägt ihm vor, zur *Oldies Night* zu kommen (S2/E1, 23:02–23:06; 24:33–24:38). Diese Begegnung erschüttert sein Selbstbild und seine Identität. Zu Julius Mutter sagt er deshalb „I got shot down last night by a 25 year old“ (S2/E1, 28:51–54) „It's a true story. Somehow I've become the old guy on my driver's license ...the one I've been hiding myself from until it's time to renew and there's some even older guy next to my name... pretending to be me“ (S2/E1, 28:56–29:14).

In einer individualistischen, konsumorientierten, von MOC geprägten Gesellschaft, zu der auch Christian mit seiner Arbeit und seiner Haltung beiträgt, ist Jugend das Ideal. Dementsprechend ist es schwer mit dem Alter(n) und der damit zusammenhängenden neuen Identität zurecht zu kommen. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang Staffel 4/Episode 3 („Monica Wilder“): Hier sieht sich das Praxisteam ein Sex-Video von Christian auf *Youtube* an. „This was posted on Youtube, yesterday. It's gone viral in the last 24 hours. Your fat ass has been downloaded 6,000 times“ (S4/E3, 3:42–3:53). Da Christian Teil der MOC ist, begrüßt er, dass ein Sex-Video von ihm online gestellt wurde (S4/E3, 4:00–4:03). Denn dieses mediale Schönheitshandeln dient prinzipiell der Inszenierung (außen) und Stabilisierung (innen) seiner Identität. Problematisch hingegen ist für ihn, dass in dieser Aufnahme die Kameraperspektive seinen Bauch und sein Gesäß unvoreilhaft aussehen lässt, weshalb er nun glaubt, dass seine ‚Problemzonen‘ von allen wahrgenommen und bewertet werden (S4/E3, 7:20–7:40). Christian fühlt sich und seine Identität durch die mediale Darstellung seiner körperlichen Mängel verunsichert. Infolgedessen möchte er, dass Sean eine Liposuktion durchführt und geht in ein Fitnessstudio. In diesem trifft er Mike Hamoui. Mike ist ebenfalls sehr erfolgreicher plastischer Chirurg, der jedoch bereits zur neuen Generation gehört. Er sieht nicht nur wegen seines jungen Alters gut und – entgegen seiner genetischen Disposition – schlank aus (seine Familie wird in Brasilien „as gorduras“ (S4/E3, 33:18–33:19), d. h. die Fetten genannt), sondern weil „[b]eing fat isn't a handicap you're born with, Christian. It's a lifestyle choice“ (S4/E3, 33:37–33:41). Damit bestimmt nicht die Natur das Aussehen, sondern Selbstdisziplin und harte Arbeit. Das ist eine Haltung, die dem AD entspricht. Anstatt zu essen, trinkt

Mike Proteinshakes und investiert die gesparte Zeit in Sport und Fitness. Körper-,haben‘ reicht also nicht aus, vielmehr soll der Körper als das ‚Sein‘ des Menschen seinen Lifestyle repräsentieren. Ab einem gewissen Alter jedoch – das macht Mike Christian klar – hilft auch Selbstdisziplin und harte Arbeit nicht gegen die Zeit und den körperlichen Verfall, weil der Körper anders arbeitet: „Time is a bitch“ (S4/E3, 34:01–34:02). Deshalb geht Christian zu Mike, um eine „lunchtime lipo“ (S4/E3, 33:01–33:02) durchführen zu lassen.

Ähnliches gilt auch für Unfälle und Krankheiten, die ebenso Christians personale Identität bzw. die wichtigen Erzählstränge seiner narrativen Identität bedrohen, in welchen er sich als gut aussehender potenter Liebhaber bzw. Frauenheld und (da in seiner von MOC geprägten Welt gutes Aussehen mit beruflichem Erfolg gleichzusetzen ist) als erfolgreicher Geschäftsmann sieht. Als letzten Ausweg versucht er, wenn er sein Äußeres und die hiermit zusammenhängenden Erzählungen bedroht sieht, einen anderen Erzählstrang seiner personalen Identität aufleben zu lassen. Diese ist dann die Erzählung des Partners bzw. Lebensgefährten, der in einer (für ihn) stabilen und sicheren Beziehung ist wie mit Kimber Henry oder Liz Cruz.

5. Fazit

Da es sich bei *Nip/Tuck* um ein Gegenstand kultureller Selbstwahrnehmung handelt, kann die Analyse der Serie bzw. der Figur Christian Troys Aufschluss geben über die US-amerikanische Gesellschaft im ersten Jahrzehnt des dritten Jahrtausends, in welcher die Serie ausgestrahlt wurde. Dies gilt insbesondere, da sie sich als postmodernes TV-Format der Ästhetik bzw. der Form und der Erzählungen von anderen bekannten *Makeover*-Formaten bedient und somit bereits formal darauf aufmerksam macht, dass sie diese Formate und die damit zusammenhängenden Themen reflektiert.

Die Analyse der Figur Christian Troys hat gezeigt, dass in der fiktiven Welt von *Nip/Tuck* – der amerikanischen Gesellschaft in jener Zeit entsprechend – die frühere Bedeutung von Religion, Familie oder Freundschaft abhandengekommen ist. Ähnliches gilt auch für den AD. In der Serie wird Erfolg und Durchsetzen im starken Wettbewerb nicht durch harte Arbeit an einer beruflichen Tätigkeit verkörpert. In einer

MOC sind Körper und *beautification* essenziell für die Verkörperung des AD – insbesondere die sichtbare, ständige und harte Arbeit am eigenen Aussehen und Körper, um sich an die Bedürfnisse und Anforderungen der Gesellschaft anzupassen oder mit sich identisch zu sein. Diese Erzählstränge, die sich in (Körper-)Erzählungen manifestieren, sind wesentliche Bestandteile der individuellen personalen Identität in einer MOC.

Da der Körper als Folge der individualistischen Konsumgesellschaft zum erwerbbaaren Konsumgut geworden ist, kann wie im Fall Christians *beautification*, also der Gang ins Fitnessstudio, der Kauf einer Botoxbehandlung oder Fettabsaugung, zum Konstruieren und Inszenieren der eigenen Identität dienen, welche dennoch – gemäß dem AD – harte Arbeit, Selbstdisziplin und Durchsetzen im beruflichen (und privaten) Wettbewerb suggeriert.

Christians Identität speist sich aus verschiedenen Erzählsträngen seines Selbst: Er ist verstoßener Sohn mit traumatischen Erfahrungen, er ist ein notorisch untreuer Partner bzw. Lebensgefährte, der gleichzeitig die Sicherheit einer verlässlichen Partnerin sucht, er ist ein Mensch, der altert und krank wird, er ist ein Egoist und Betrüger.

Zum Ende der Serie hat Christian viele Erfahrungen und viele Transformationen durchgemacht: Einige seiner Erzählungen haben sich verändert. So hat er gelernt, verbindlich und verlässlich für seine Kinder da zu sein. Trotzdem dominiert bei Christian – da er in einer von MOC geprägten Welt lebt – sein Äußeres (durch *beautification*) bzw. sein Körper als seine Körpererzählung, die essenziell für die beiden wichtigsten Erzählungen in seinem Leben ist: seine Erzählung als erfolgreicher Chirurg bzw. Geschäftsmann und potenter Liebhaber bzw. Frauenheld, der sich in beiden Fällen gegen seine Konkurrenten durchsetzt.

Diese beständigen biografischen Erzählstränge seines Selbst haben sich trotz allen Wandlungen und Erfahrungen durch die Serie hindurch nicht transformiert. Dies zeigt sich daran, dass die Serie endet, wie sie beginnt: In der Schlusszene sitzt Christian an einer Bar, wo er eine junge, hübsche Frau anspricht und zufällig anklingen lässt, dass er plastischer Chirurg ist, um leichter mit ihr in Kontakt zu treten (um eine Liebschaft und/oder eine neue Kundin zu gewinnen). Diese Szene spiegelt Christians erste Begegnung mit Kimber in der Pilotfolge wider, in welcher er sie auf die gleiche Weise kennengelernt hat.

Außerdem verdeutlicht die Analyse der Figur Christians die Aporie des *idem* und des *ipse* in der narrativen Identität innerhalb der MOC.

Das beständige Ich – *idem* – altert, verändert dadurch seine physische Form, wird unförmig und bekommt Falten. Die MOC steht dem entgegen, indem sie vom dynamischen Ich – dem *ipse* – ständig fordert, jung und attraktiv zu bleiben, um Erfolg zu haben. Denn auch in der MOC gilt: Durch die Dichotomie von Beständigkeit und Dynamik, dem Streben nach Konstanz und Neuem, wird die Paraphrasierung der *ipse*-Identität durch die *idem*-Identität sichtbar, diese ermöglicht das schlussendliche Wissen um das eigentliche ‚Selbst-Sein‘.

6. Literatur

BYRON, Reginald. „Identity“. In: *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, hrsg. von Barnard, Alan und Jonathan Spencer. Oxon: Routledge, 2007.

DELEGE, Nina. „Bodification and Beautification: Zur Verkörperung von Schönheitshandeln,“ *Sport und Gesellschaft* 1, 3 (2004), 244–268.

ELLIOTT, Anthony. „‘I Want to Look Like That!’: Cosmetic Surgery and Celebrity Culture“, *Cultural Sociology* 5, 4 (2010), 463–477.

FEATHERSTONE, Mike. „The Body in Consumer Culture“. In: *The Body: Social Process and Cultural Theory*, 170–196, hrsg. von Mike Featherstone et al. London: Sage, 1991.

FREESE, Peter. ‚America‘, *Dream or Nightmare?* Essen: Die blaue Eule, 1994.

HAIKEN, Elizabeth. *Venus Envy – A History of Cosmetic Surgery*. Baltimore, London: The Johns Hopkins University Press, 1997.

McROBBIE, Angela. *The Uses of Cultural Studies*. London: Sage, 2005.

MEREDITH JONES, *Skintight – An Anatomy of Cosmetic Surgery*. Oxford: BERG, 2008.

Nip/Tuck. Serie. Creator: Ryan Murphy. Producers: Ryan Murphy et al.
Warner Home Video – DVD, 2005–2010.

SCHNAPP, Wilhelm. *In Geschichten verstrickt. Zum Sein von Mensch und Ding*. Hamburg: Meiner, 1956.

RICŒUR, Paul. *Das Selbst als ein Anderer*. München: Fink, 1996.

RICŒUR, Paul. *Zeit und Erzählung I*. München: Fink, 1988.

ROJEK, Chris. *Celebrity*. London: Reaktion, 2004.

VOSSKAMP, Wilhelm. „Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft“.
In: *Einführung in die Kulturwissenschaften*, 73–82, hrsg. von Ansgar und
Vera Nünning. Stuttgart: Metzler, 2008.

WALLACE, David Foster. „*E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction*,“
Review of Contemporary Fiction 13 (2) (1993), 151–194.