

bundenen „kollektiven Identität“. Ein gewisses Maß an Widersprüchlichkeit und Unvereinbarkeit meiner Vorstellungen und der der Gemeinschaft der Kolleginnen und Kollegen halte ich wohl aus – und ich finde, das gehört in unseren flexiblen Zeiten auch dazu. Aber die Widersprüche dürfen auch nicht zu groß werden und es muss bei aller Veränderung das zu Bewahrende für alle klar sein.

Ohne eine klare individuelle Identität, die von einer kollektiven gestützt wird, lassen sich berufliche Rollen gar nicht befriedigend gestalten. Darüber hinaus vollzieht sich unsere Arbeit in Beziehungen zu anderen Menschen – und ich kann mir nicht vorstellen, dass Beziehungen zu anderen Menschen ohne eine eigene halbwegs stabile Identität möglich sind. Wenn ich nicht weiß, wer ich bin, wissen andere es auch nicht. Zu wissen „wer-ich-bin“ verleiht mir die Kraft, Rückschläge zu verkraften, und bei Hindernissen nicht zu schnell zu resignieren.

Dies immer wieder selbst erarbeiten, ohne sich auf Gemeinsamkeiten mit den Kolleginnen und Kollegen stützen zu können, ist viel zu mühsam und letztlich auch zermürend. Insofern habe ich es sehr begrüßt, dass die DGsv im vergangenen Jahr ein Grundsatzpapier breit diskutiert hat. Ich finde, dass solche Diskurse zur Orientierung und Selbstvergewisserung – letztlich damit auch zur Identitätsbildung – deutlich wichtiger geworden sind.

Lieber Gregor – ich vermute, dass meine Antworten sehr bruchstückhaft geblieben sind. Aber wir bleiben ja in Kontakt und so werden uns diese Fragen noch des öfteren beschäftigen.

Herzliche Grüße, Deine Kollegin Constanze

P.S. Bei dem amerikanischen Philosophen und Sozialwissenschaftler G.H. Mead heißt es, dass die Persönlichkeit in zwischenmenschlichen Beziehungen reift und dass Identität auf der reflexiven Fähigkeit des Subjekts, das heißt auf dem Vermögen beruht, für sich selbst zum Objekt zu werden. Damit ist ja nichts anderes als ein selbstreflexiver Vorgang beschrieben, der zur Kernkompetenz unserer Profession gehört. Wie also sollten Supervisorinnen und Supervisoren angesichts der Zerrissenheit auf eine zu festigende Identität verzichten können!

Randbemerkungen

Nachfrage und Angebot oder Supervision als Konsum

Schon während meiner Schulzeit hat mich nicht recht überzeugen können, dass das Angebot an erster Stelle stehen soll. Zuerst entstand ein Bedürfnis. Dies erzeugte eine Nachfrage. Danach kam es zu einem Angebot, welches das Bedürfnis befriedigte.

Irgendwann mag sich mal ein schlauer Mensch gesagt haben, man könne doch das Bedürfnis schon kennen und das Produkt erzeugen, bevor eine Nachfrage entsteht. Dies sorgt nicht nur für zufriedene Menschen, folgerte der Anbieter, gleichzeitig ist man auch der Konkurrenz um vielleicht sogar mehr als eine Nasenlänge voraus.

So wurde der Mensch zum Kunden. Da das Angebot nun vor der Nachfrage stand, verunsicherte der nachfragende Mensch, was seine Bedürfnisse betraf, bis er sie schließlich ganz vergaß und das Angebot für das hielt, was er brauchte bzw. haben musste, weil es billig zu haben war, oder weil es die anderen auch hatten. Nun war er auch zum Konsumenten geworden.

Solange das Bedürfnis sich unterdrücken, manipulieren, betrügen lässt, entsteht weiter keine Schwierigkeit. Aber wenn es, das eigene oder das der anderen, wieder zum Vorschein kommt, entstehen Unzufriedenheit und Probleme. Wenn es sich um berufliche handelt, braucht der Mensch möglicherweise Supervision.

Der Supervisor kann helfen, die ursprünglichen Bedürfnisse des Menschen bzw. die seines Klientels wieder zu entdecken, falls er nicht selbst den Zugang zu seinen Bedürfnissen verloren hat bzw. Supervision als ein Produkt im oben geschilderten Sinne betrachtet oder der um Hilfe ersuchende Mensch oder das Team sich dem Wagnis der Aufklärung, dem Bewusstwerden von Bedürfnissen nicht aussetzen will. Auch ließe sich einwenden, die Institution arbeite nicht bedürfnis-, sondern konsumorientiert und deshalb komme auch nur eine Supervision infrage, welche Konsumenten zufrieden stellt (welche natürlich nicht so, sondern Kunden genannt werden. Aber kommt noch. Gestern in der Tagesschau – 17.07.07 – wurden wir, die zukünftigen Alten, als Konsumenten entdeckt.)

An Bedürfnissen zu arbeiten erfordert Verständnis, Kenntnisse, z.B. über Abwehr oder das Innenleben von Institutionen, und Erfahrung im Umgang mit diesen, den Chancen und Grenzen. Weiter die Nachfrage an die erste Stelle zu setzen heißt also, verlässlich zu sein in Haltung und Konzept, mit einer klaren Definition von Supervision zu arbeiten statt dauernd neue Produkte auf dem Markt zu platzieren, in einer Nische tätig zu sein, Kunden zu verlieren oder erst gar nicht zu gewinnen, sondern Menschen auf der Suche nach einem persönlichen und beruflichen Standpunkt. Warum eigentlich nicht?

RoMa