

ALKOHOL – ein soziologischer Zugang

von Matthias Sellmann

Wenn Soziologen die moderne Gesellschaft beschreiben, dann legen sie die stärkste Betonung auf die Tatsache, dass dieser Gesellschaftstyp nur deshalb funktioniert, weil sehr komplizierte Mechanismen ineinander greifen. Man stellt fest, dass sich einzelne Funktionssysteme gebildet haben (z.B. Wirtschaftssystem, Rechtssystem, Politiksystem usw.). In diesen Funktionssystemen herrschen jeweils eigene Regeln und Gebräuche. So kommt es in der Wirtschaft nicht darauf an, ob jemand einen guten Geschmack hat, sondern darauf, ob er bestimmte Produkte herstellen bzw. bezahlen kann. Um guten Geschmack geht es aber im Kunstsystem – hier spielt wiederum keine Rolle, ob die Künstler vom Volk gewählt werden – was in der Politik die entscheidende Frage ist. Man nennt diesen Vorgang: „Differenzierung“. Die Gesellschaft wird nicht mehr durch eine einheitliche Religion oder durch festgefügte Werte zusammengehalten, sondern über das komplizierte Zusammenspiel von arbeitsteiligen Systemen und Organisationen.

Für die Mitglieder dieser modernen Gesellschaft, den Individuen, ist es eigentlich unmöglich, diese komplizierten Verhältnisse zu durchschauen. Es scheint so zu sein, dass die angesprochenen Funktionssysteme darauf verzichten können, ob ich Herr Maier oder Frau Müller bin. In wirtschaftlichen Zusammenhängen, also etwa im Supermarkt, kommt es nur darauf an, ob ich als Kunde die angegebenen Preise bezahlen kann. In der Politik zähle ich nur als Wähler, in der Kunst nur als Genießer, in der Wissenschaft nur als Lernender, in der Verwaltung nur als Antragsteller. Für die Gesellschaft im ganzen ist es völlig unerheblich, ob ich heute gut oder schlecht gelaunt bin, ob letzte Woche mein Hund gestorben ist oder wie sich das Gemüse in meinem Garten entwickelt.

Diesen Zusammenhang bezeichnen die Soziologen mit dem schönen Wort der „Freisetzung des Individuums“. Tatsächlich ist es ja zunächst befreiend, dass ich mich nicht mit meiner ganzen Persönlichkeit einbringen muss, wenn ich im Supermarkt einkaufe. Ich brauche z.B. niemanden zu grüßen und bekomme doch, was ich will. In der Politik kann mir niemand vorschreiben, was ich zu wählen habe; und keine Religion kann mich daran hindern, dass ich mich vielleicht heute für den Buddhismus, morgen für den Islam und übermorgen für Scientology interessiere. Im Grunde kann in der modernen Gesellschaft jede und jeder nach der persönlichen Façon selig werden – solange man nicht mit dem Gesetz in Konflikt kommt. In unserer Gegenwart ist ein Niveau an Wahlfreiheit erreicht, das weltgeschichtlich ziemlich einmal sein dürfte.

Und doch: Die Freiheit zur Wahl ist auch der Zwang zur Wahl. Freiheit ist ein anspruchsvoller Geselle. Viele Menschen sind gerade damit überfordert, dass sich in der Gesellschaft für sie als Person niemand interessiert. Wenn ich beim Metzger begrüßt werde („Guten Tag, Herr Schneider!“), liegt schnell der Verdacht nahe, dass der Metzger doch nur einen Kunden behalten will. Wenn „meine“ Partei mir einen persönlichen Serienbrief schickt, geht es denen wohl doch nur um ihre Wiederwahl. Und in der Kirche? Auch hier kann man manchmal den Eindruck haben, dass sie nur einen weiteren treuen Gottesdienstgänger gewinnen möchte.

Kurz: Wer sich in der modernen Gesellschaft zurechtfinden will, braucht Stärken wie Entscheidungsfreude, Flexibilität, Leistungskraft und Selbstsicherheit – und wer gerade diese Stärken bei sich nicht feststellen kann, fühlt sich schnell überfordert. Die Folge: Man flüchtet sich ins Private, in die Familie etwa, ins Hobby oder in den Freundeskreis.

Jetzt kommt die zweite Seite der Medaille: Die moderne Gesellschaft ist nicht einfach nur durch die oben angesprochene „Differenzierung“ geprägt, sondern sie produziert als Gegengewicht auch einen riesigen kulturellen Sektor, der gerade nicht von Unterscheidungen geprägt ist, sondern von Einheitsformeln. Und genau in diesem Sektor spielt Alkohol eine wichtige Rolle.

Was sind „Einheitsformeln“? Nehmen wir den Fußballsport. Wenn auch das Leben im Alltag kompliziert ist („Differenzierung“) – auf dem Fußballplatz herrschen einfache Regeln. Die Schwarz-Gelben sind die Guten, die Blau-Weißen die Schlechten. Der Ball ist rund; der Rasen ist heilig; gespielt wird auf dem Platz; Elfmeter ist, wenn der Schiri pfeift; das nächste Spiel ist immer das schwerste Spiel. Ein anderes Beispiel: „Natur“. Vor allem die Werbung greift immer wieder das Wunschbild unberührter Natur heran, um beim Zuschauer bestimmte Produkte mit positiven Gedankenketten anzureichern. Dieser Trick wirkt, weil keiner mehr diese unberührte Natur erfährt – es sei denn, er fährt im Urlaub nach Schweden. Auch die boomende Branche der Volksmusik, aber auch die Tourismusindustrie, lebt von dieser Einheitsformel „Natur“. Ein drittes Beispiel: die Einheitswelt „Region“. Der Mensch möchte sich in seiner nahen Umgebung verwurzelt wissen, heimisch fühlen. Hierfür spielen regionale Besonderheiten eine wichtige Rolle, z.B. Landschaften („Gott mit Dir, du Land der Bayern“), bestimmte Architekturen („unser Dom in Köln“) oder Traditionen („Wir hier in Westfalen sind bodenständige Leute“). Ein letztes Beispiel: „Geselligkeit, Freundschaft, Erotik“. In der Erfahrung von Freundschaft und körperlicher Lust werden vielleicht sogar die dichtesten Einheitserlebnisse gemacht.

Nun zum Alkohol. Er ist eine der wichtigsten Bestandteile dieser Einheitswelt

ten. Das zeigt ein Blick auf aktuelle Werbespots für Alkoholika. Hier wird ihr Konsum immer in den Zusammenhang mit derartigen Einheitsformeln gebracht. Mit „Natur“ werben etwa Krombacher („Eine Perle der Natur“) oder Licher Pils („Aus dem Herzen der Natur“); die Welt der „Region“ wird bei Bommerlunder („Der große Klare aus dem Norden“) bei „Berliner Kindl“ oder beim Whisky „Jack Daniels“ gezeigt; mit Sportwerbung verbinden sich Veltins, Hasseröder und früher auch Jägermeister. Geselligkeit und sexuellen Erfolg beim anderen Geschlecht thematisieren die Spots von Bacardi, Diebels, König Pilsener oder Carstens SC. Viele Spots verbinden auch mehrere Einheitswelten. So zeigt der bekannte Becks-Spot mit dem großen, grünen Segelschiff sowohl die Welt der „Natur“ wie die der „Geselligkeit“.

Die Botschaft lautet: „Alkohol vermittelt Dir das Erlebnis von Gesundheit, Frische, Zusammenhalt, Anerkennung, Selbstsicherheit und Übersicht. All dies

macht Dich wieder fähig, in den Alltag zurückzukommen.“ Es sind genau diese Wunschnotive und Einheitserfahrungen (Gesundheit, soziale Integration und individuelle Selbstachtung), die viele Menschen zur Flasche greifen lassen. Für Alkoholabhängige sind es sogar die Motive, die sie in Abhängigkeit halten. Der moderne Mensch lebt also in zwei Welten: in der Leistungswelt der Funktionssysteme, in denen er seine Rolle zu spielen hat; und in der Erlebniswelt der kulturellen Angebote, in denen er (z.B. in Verbindung mit Alkohol) sein Bedürfnis nach Einheit und Zusammenhalt befriedigen kann.

Das Problem ist, dass Leistungswelt und Einheitswelt radikal getrennt sind. Unsere Kultur hat die Erfahrung von Einheit, von Rausch und von kreativer Ekstase in den Privatbereich abgedrängt und damit die Kontrolle dieser beglückend-gefährdenden Erfahrung an das Individuum bzw. an die Familien abgegeben. Und umgekehrt zieht sich der priva-

te und individuelle Bereich zunehmend aus seiner Verantwortung für das Ganze zurück, will etwa mit Politik nichts zu tun haben oder überlässt die Sorge um Randgruppen den dafür zuständigen Sozialversicherungen. Diese Trennung (die es etwa in asiatischen Kulturen so nicht zu geben scheint) ist in mehrfacher Hinsicht gefährlich: sie idealisiert die Erlebnismöglichkeiten durch Alkohol; sie drängt Alkoholabhängige an den sozialen Rand; und sie legitimiert die verschärften Leistungsanforderungen durch die Gesellschaft.

Wenn unsere Kultur diese Trennung offensichtlich braucht, bleibt die Frage, wie die Gruppen gestärkt werden können, die die Hauptlast dieser Trennung zu tragen haben?

*Matthias Sellmann,
Theologischer Grundsatzreferent
der Katholischen Sozialistischen
Arbeitsstelle (KSA), Hamm*