

MEHR KULTUR!

Neues zur Porta Nigra, zu Trierer Ausstellungen und Rammstein lesen Sie auf Seite XX

Kultur

HALBVOLL ODER HALBLEER?

Wenn Kinder nicht aufessen wollen, stress das viele Eltern. Aber was sollte man tun? Seite 32

VOLKSFREUND.DE/KULTUR

GASTBEITRAG MICHAEL JÄCKEL

In der Mitte vereint - in der Mitte verneint

Wo liegt die gesellschaftliche Mitte? Wer gehört ihr an? In einem Gastbeitrag geht Soziologie-Professor Michael Jäckel, seit 2011 Präsident der Universität Trier, diesen Fragen auf den Grund.

Haben Gesellschaften ein Gedächtnis? Sind sie sich ihrer eigenen Geschichte einigermaßen bewusst? Ohne Beobachtungen, die sich mit ihrer Struktur auseinandersetzen, wären sie das nur sehr eingeschränkt. Davon gab und gibt es viele. Wer die Hierarchie einer Gesellschaft beschreiben sollte, wählte dazu in der Vergangenheit Bäume und Pyramiden, auch die Etagen eines Hauses oder bunte Differenzierungen der Stände. In allen Fällen kommt aber kein Zirkel zum Einsatz, der die Mitte festlegt. Eher sieht man eine Fläche vor sich, die mal einer Zwiebel, mal einem bauchigen Kreislauf nachempfunden ist.

Aus heutiger Sicht scheinen diese Bilder eine ferne Vergangenheit widerzuspiegeln. Der sperrige Begriff „Sozialstruktur“ steht für eine Gesellschaft, die sich nichts mehr als Stabilität wünscht, sich am Wohlstand fühlt, wenn alles so bleibt, vor allem der Wohlstand. Die kurze Blüte des Wohlfahrtsstaats ist aber seit langem durch einen sozialen Klimawandel abgelöst worden, der kaum noch Vertrauen in die Zukunft kennt. Ein Historiker hat diese Veränderung auf die Formel gebracht, dass der Fortschrittsglaube durch ein permanentes Labieren an Symptomen abgefoßt wurde. Über den Gemütern liegt eine neue Variante von „der ärgerlichen Tatsache der Gesellschaft“. Viele Kleinode der Zufriedenheit ergeben in der Summe leider kein kollektives Glücksempfinden. Im Gegenteil: Nie war die Glücksforschung so traurig wie heute.

Wer auch immer den alten Mittelstand repräsentiert hat, er wird heute schnell als Durchschnitt (Mittelmaß) eingestuft. Das dürfte ihn ärgern, weil es keine selbstgewählte Zuschreibung ist. Wenn neuerdings nun auch der Begriff „Abwertungsgesellschaft“ kursiert, spiegelt sich darin ein Unbehagen über Formen



Die geometrische Mitte ist leicht zu finden - nicht nur auf einer Dartscheibe. Wie sich die gesellschaftliche Mitte zusammensetzt und wer sie bildet, ist deutlich schwieriger zu definieren.

SYMBOLFOTO: GETTY IMAGES/STOCKPHOTO

der öffentlichen Kommunikation, dann ist da viel an semantischer Begeiltheit. Lange ist es her, dass die „Mitte“ als eine „wesenlose Nicht-klasse“ bezeichnet wurde. Dabei reklamiert sie für sich doch, die Gesellschaft zu tragen und zu repräsentieren. (Ehemalige) Volksparteien wollen dort immer noch die Wahlen gewinnen, kein Festvortrag, der nicht auf die Bedeutung dieses gesellschaftlichen Orts/Raums verweist. Und der soll nun also wesenlos sein? Am Ende vielleicht sogar ein blinder Fleck. Ich besuche die Mitte und keiner ist da. In der Mitte vereint oder in der Mitte verneint? Aber selbst jene, die den Begriff „Volkspartei“ nicht für sich in Anspruch nehmen wollen, sind mehrheitstverliebt. Es wird ihnen empfohlen, die „systemischen Widersprüche“ geschickt zu integrieren. Nach dem Motto: „Was geht alles zusammen, obwohl es nicht zusammengehört?“ Auf der Suche nach der Geheimformel für den Zusammenhang höchst disparater Präferenzen erblickt man neue politi-

angenehmere Lebensstile.

Dann ist da viel an semantischer Begeiltheit. Lange ist es her, dass die „Mitte“ als eine „wesenlose Nicht-klasse“ bezeichnet wurde. Dabei reklamiert sie für sich doch, die Gesellschaft zu tragen und zu repräsentieren. (Ehemalige) Volksparteien wollen dort immer noch die Wahlen gewinnen, kein Festvortrag, der nicht auf die Bedeutung dieses gesellschaftlichen Orts/Raums verweist. Und der soll nun also wesenlos sein? Am Ende vielleicht sogar ein blinder Fleck. Ich besuche die Mitte und keiner ist da. In der Mitte vereint oder in der Mitte verneint? Aber selbst jene, die den Begriff „Volkspartei“ nicht für sich in Anspruch nehmen wollen, sind mehrheitstverliebt. Es wird ihnen empfohlen, die „systemischen Widersprüche“ geschickt zu integrieren. Nach dem Motto: „Was geht alles zusammen, obwohl es nicht zusammengehört?“ Auf der Suche nach der Geheimformel für den Zusammenhang höchst disparater Präferenzen erblickt man neue politi-

che Erfolgskräume. Nur: Die alten Volksparteien waren alles andere als homogene Gebilde. Wer sich dort in der Mitte wähnte, sah zugleich, wie viele Flügel ihm gewachsen waren. Vorteile dieser Art sind somit wahrscheinlich nicht von Dauer. Aber wer sich zur Mitte zählt, betreibt Gefühlsarbeit. Er glaubt an einen Gesellschaftsvertrag, der von Seinsgehaltes mitgetragen wird, und hofft zugleich auf einen Ausstrahlungseffekt: „Ihr wollt doch auch zu diesem Kreis gehören.“ Aber der Kreis hat Ecken und Kanten, und dazu auch noch Etagen. Der „affluent worker“ (wohlhabender Arbeiter) stand beispielsweise einmal für einen sozialen Aufstiegsprozess, in dem Erfolg befriedete, etwas radikalere Ansichten durch Teilhabe am Wohlstand geglättet wurden. Der Kühlschrank und der Fernsehapparat wirkten wie Integrationsmotoren: Bereits im 19. Jahrhundert meinte der britische Staatsmann Benjamin Disraeli: „Increased means and increased leisure are the two civilizers of man.“

Geld und Freizeit zivilisieren.

Gesellschaftlicher Konsens, eine Formel, die viel unterstellt, beruht in weiten Teilen auf diesem Befriedigungselement. Wirtschaftliche Krisen sind Vorboten von Konsensverlust. Wer fragt, worin der Konsens bestand, blickt in der Regel in ein tiefes Loch. Gesellschaftliche Integration beruht auf Konsensfiktiven. Anstelle von Fiktionen könnte auch gefragt werden, wie echt diese Mitte eigentlich ist. Alleine die Absichtung der Mitte in „untere Mittelschicht“, „mittlere Mittelschicht“ und „obere Mittelschicht“ macht deutlich, dass es mittendrin Ungleichheiten gibt. Innerhalb dieses gedachten „Aufstiegsgebietes“ wird Ungleichheit erlebt und als Ansporn, die eigene Position zu verbessern, akzeptiert. Dass es Menschen gibt, denen es noch besser geht, mobilisiert. Nach oben entwickeln sich Aspirationen, nach unten Ängste, den erworbenen Status nicht halten oder weitergeben zu können.

Hinzu kommen Verwunderungen

über den Erfolg anderer. Manchmal genügt ein cleveres Geschäftsmodell oder die günstige Lage einer Dienstleistungseinrichtung und schon wächst das, was einmal als „falscher Mittelstand“ bezeichnet wurde. Andere wiederum rühmen sich mit Statussymbolen, die nicht ihre eigenen sind. Eine moderne Klasse von stellvertretenden Müßiggängern, die an den begrenzten Orten dieser Welt „Wachdienste“ unterschiedlichster Art wahrnehmen, schützen fremdes Eigentum und kommen sich im Umfeld von Erfolgstopfähen (Yacht, Villa etc.). In der Mitte ist also viel Platz und viel Raum für Unterschiede, die Freiheiten freisetzen. Aber neue Aspiranten melden sich an. Sie bezweifeln den Lebensstil der Vergangenheit und reklamieren den Ort für sich. Von Generation zu Generation sind unter dem Dach des „Fortschritts“ die Verhältnisse optimiert und weitergegeben worden. Früh schon gab es Stimmen, etwa die des Club of Rome, die vor den Grenzen des Wachstums warnen. Die Prosperitätsepisode der Nachkriegsgesellschaft war historisch betrachtet kurz. „Nach dem Boom“ steht für eine Forschungslinie, die sich mit den Folgen großer Enttäuschungen auseinandersetzt. Zunächst kamen sie in Gestalt von wirtschaftlichen Rezessionen, jetzt hat man Angst vor der Finanzwelt, der Überbevölkerung und der Natur, die zurückschlägt. Man weiß, dass es ohne Wettbewerb nicht geht, sieht aber, dass das erst einmal keine „goldenen Zeitalter“ kommen. Der lange Atem wird allenthalben eingefordert. Der neue Generationenvertrag vererbt nicht mehr das schöne Leben, sondern neue Verzichtmodelle, mit denen es sich leben lässt. Ein neues Wirtschaften bestimmt die neuen Kulturen. Eine langweilige Gesellschaft wird das nicht.

DER GASTAUTOR

Prof. Dr. Michael Jäckel (60) ist seit September 2011 Präsident der Universität Trier. Als Professor für Soziologie beauftragt er sich weiterhin

hin mit Fragen zur Medien- und Konsumententwicklung.