

Sofortbefriedigung und Befreiung

Ferdinand D. Dagmang

Die befreiungstheologische Literatur hatte ganz zu Anfang überwiegend die Tendenz, zu nachdrücklich und zu ausführlich die Unterdrückung der Armen Lateinamerikas zu betonen. Dabei wurde das analytische Instrumentarium der Sozialwissenschaften auch für eine theologische Analyse als unerlässlich angesehen. Selbst in den darauffolgenden Jahren, als eine spätere Generation von Befreiungstheologen sich sehr darum bemühte, die theoretischen Grundlagen ihres Engagements für soziale Gerechtigkeit deutlicher herauszuarbeiten, bestimmte die sozio-politische Agenda immer noch die Richtung ihrer Theorien und Projekte.¹ In den letzten Jahren, als andere Formen von Unterdrückung (die von Frauen, Ethnien und auch Umweltprobleme) die Aufmerksamkeit auf sich zogen, nahmen sich viele Befreiungstheologen die Zeit, bei der Erforschung unterschiedlicher sozialer Fragen andere analytische Instrumente einzusetzen. Bemerkenswert bei diesen letztgenannten Anstrengungen ist, daß sich das Verständnis dessen, was Befreiung eigentlich bedeutet und wie sie zustande kommt, schließlich in dem Maße vertiefte, in dem auch ein differenzierteres Verständnis von Unterdrückung herausgearbeitet und verfügbar wurde.

Sofortbefriedigung ist *ein* strittiger Sachverhalt, der die Forschung stimulieren und unser Verständnis und Engagement für befreiendes Handeln vertiefen sollte. Untersucht man einen Gegenstand (z.B. Sofortbefriedigung) unter der Fragestellung, was er zur Befreiung beiträgt, so muß er einer analytischen Methode den Weg freigegeben, die von einem grundlegenden Mißtrauen ausgeht. Diese Form der Analyse bedient sich einer sorgfältigen Freilegung der Fakten, in der Hoffnung, bei diesem Prozeß einen Beitrag zur Entlarvung von Lebensbereichen bzw. Lebensbedingungen zu leisten, die ganz selbstverständlich als völlig natürlich hingenommen werden (deren Mechanismen sich aber, einmal entlarvt, als schädlich für die Förderung der Freiheit erweisen bzw. ungeeignet sind, unseren Wunsch nach Stärkung christlicher Solidarität zu bekräftigen). Mit anderen Worten: Wenn Befreiung wirklich unser Anliegen ist, dann müssen wir auch die Bedeutung jeder einzelnen Situation, die die menschliche Emanzipation potentiell bedrohen könnte, kritisch reflektieren. Eine an der Befreiung orientierte Interpretation bzw. ein davon abgeleitetes Verständnis dessen, was Sofortbefriedigung eigentlich meint, muß sich also einer analytischen Methode bedienen, die sich der Herausforderung dieses Gesichtspunktes stellt.

Sofortbefriedigung und Unterdrückung

Für viele Menschen ist das Angebot von Sofortbefriedigung ein Angebot größerer Freiheit vom Zwang unmittelbarer Bedürfnis- und Wunschbefriedigung, der von vielen Notsituationen ausgeht. Ganz gewiß betrachten die Menschen die eingeschränkte und allzu schleppende Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen als Belastung. Deshalb können wir sagen, daß für viele (die Subjekte) Sofortbefriedigung ein Ziel ist, an dem sie sich orientieren. Auf der anderen Seite könnte man die Überfülle von Gütern und Dienstleistungen (die Objekte) als eine lediglich andere Form von Belastung auch einmal kritisch hinterfragen. Anders ausgedrückt: Die angebotene „Sofortbefriedigung“ könnte ja auch etwas mit Unterdrückung zu tun haben.

Zunächst müssen wir wohl jene Hintergrund- bzw. Vordergrundinformationen zugänglich machen, die die Konturen von Sofortbefriedigung deutlicher hervortreten lassen. Wir hoffen, daß unsere Untersuchungsergebnisse zu einem verstärkten Engagement für eine Befreiung auch von jenen Dingen beitragen, die wegen ihrer angeblichen Notwendigkeit ganz selbstverständlich für unschädlich gehalten werden.

Produzenten und ihre Produkte – Sofortbefriedigung als Angebot

In unserer Welt werden Güter verkauft, die dem Konsumenten Befriedigung verheißen. Im Rahmen des globalen kapitalistischen Marktes bzw. globaler Markttransaktionen bestimmen nicht nur die Verbraucher, was befriedigend bzw. erfüllend ist, sondern auch die Produzenten und Investoren. Menschen, die ihre eigenen Verbrauchsgüter produzieren, haben auch die Freiheit, selbst zu bestimmen, was sie befriedigt bzw. erfüllt. Die Frage, was für die meisten Verbraucher, die sowieso nur das Lebensnotwendige kaufen, befriedigend ist, beantwortet sich allein von ihren Barmitteln und von dem her, was der Markt anbietet. Heutzutage brauchen sich die Verbraucher um das Problem der Verfügbarkeit keinerlei Sorgen zu machen, da der Markt von Gütern aller Art geradezu überschwemmt wird. Sorgen müssen sie sich um etwas ganz anderes, falls sie sich überhaupt dessen bewußt sind: daß nämlich der Markt mit Gütern gesättigt ist, die ihnen nicht unbedingt nützen. Die meisten gut verkäuflichen Waren sind nicht unbedingt als notwendige Bedarfsgüter auf dem Markt eingeführt worden. Ein Großteil von ihnen wurde gewinnbringend, weil

Der Autor

Ferdinand D. Dagmang, geb. 1954 in Davo City auf den Philippinen. Er machte seinen theologischen Magistergrad (mit Schwerpunkt auf der Volksreligion) an der Maryhill School of Theology, Quezon City, auf den Philippinen und beendete seinen Dr. phil. in Religionswissenschaften mit der Dissertation über die Ethik der Befreiung (hauptsächlich mit Bezug auf die Schriften von Gustavo Gutiérrez) an der Katholieke Universiteit Leuven. Zur Zeit hält er Vorlesungen an der University of the Philippines, Diliman, in Quezon City, auf den Philippinen. Sein gegenwärtiger Forschungsschwerpunkt ist Kultur, vor allem die Volksreligion. Anschrift: 70-B Olive St., SSS Village, Marikina City, Metro Manila, Philippinen.

ihre Produzenten bzw. industriellen Hersteller sie äußerst geschickt in den Markt eingeschleust haben. Man denke nur an die Anfänge von Coca-Cola oder Chiclets, und wie sie schließlich zu einem Riesenerfolg wurden.

In den meisten weniger urbanisierten bzw. traditionellen Gesellschaften (einschließlich der ärmeren und noch in Entwicklung befindlichen), *wo Personen bzw. Gruppen ihre Konsumgüter selbst herstellen*, findet sich ein Element, das dem aktuellen Konsum wie der aktuellen Befriedigung vorausgeht: das Warten in Geduld. Diese Komponente des Wartens im Prozeß von Produktion und Konsum gehörte irgendwie zur Gesamtbefriedigung dazu, da Familien und Clans (oder Menschen in eng verbundenen Gemeinschaften) geduldig arbeiteten, um die Güter, die sie brauchten, selbst herzustellen. Es war in der Regel ganz normal, daß man geduldig wartete: so etwa auf das Brauen eines Fasses Bier, das Befriedigung und Freude versprach, auf das Ausreifen eines Getränks, das in Hochstimmung versetzte, oder auf das sorgfältige Wirken von Stoffen, das die Qualität eines Pullovers sicherstellte. In den meisten Fällen, wo geduldig gewartet werden muß, wird eine gewisse Form des „Aufschiebens“ der Befriedigung gern hingenommen. „Aufschub“ in diesem Fall ist eigentlich ein krasser Anachronismus. Befriedigung hinauszuschieben bedeutet ja bereits die individuelle Fähigkeit wie die objektive Möglichkeit, sie auch sofort herbeizuführen. In der Vormoderne war in vielen Fällen ein Aufschub sowohl subjektiv wie objektiv unvermeidlich. Viele warteten ganz natürlich auf die Produkte des Bodens und den Gegenstand ihres Begehrens. Auf den heutigen Märkten werden Waren und Güter erzeugt, noch bevor die potentiellen Abnehmer etwas von ihnen wissen. Objekte des Begehrens sind bereits da, noch bevor Subjekte sie sich wünschen konnten.

Als sich immer komplexere Systeme herausbildeten, Güter zu erzeugen, zu tauschen und zu konsumieren, kam es zum Überangebot von Waren, ihre Verfügbarkeit wurde erdrückend. Da nun immer mehr Waren aus fernen Ländern auf dem Markt eingeführt werden, sind sich viele, die nichts von neuen Produkten wußten, nicht mehr darüber im klaren, daß es zwischen Produktion und Befriedigung einmal den Vermittlungsfaktor des geduldigen Wartens gegeben hat. Daher kann Befriedigung nicht mehr erklären, warum man in Geduld warten soll, da diese heute von einer geduldigen Produktion abgekoppelt ist.

Da Güter in stets wachsender Fülle angeboten werden, sehen sich die potentiellen Abnehmer heute einem Trommelfeuer von Kaufanreizen ausgesetzt, die ihr Begehren immer mehr anstacheln. Eine solche Überfülle von allgegenwärtigen Produkten aus aller Herren Länder stört die Konzentration auf das Wesentliche und setzt die Wahlfreiheit tendentiell außer Kraft. Die Warenfülle bewirkt, daß viele vergessen, was einmal als grundlegende Arbeitsweise angesehen wurde: Man arbeitet, *um Güter für den eigenen Bedarf und die eigene Freude zu erzeugen*. Fast jeder hält heute eine andere Arbeitsweise ganz selbstverständlich für notwendig: die Ganztagsarbeit. Man arbeitet, *um Geld zu verdienen*, mit dem man dann Güter erwirbt, die die eigenen Bedürfnisse und Wünsche befriedigen. Die Leute müssen so *für Geld* geduldig arbeiten, um gebrauchsfertige bzw. von anderen hergestellte

Produkte zu kaufen, und die, die sie hergestellt haben, sind nicht mehr notwendig Arbeitskollegen oder Bekannte.² Güter konsumieren heißt heute, sie auf Märkten zu kaufen, die von Leuten kontrolliert werden, deren Hauptziel nicht das Teilen, sondern das Geldverdienen ist. Und dies geschieht vornehmlich in einem Prozeß unpersönlicher kommerzieller Transaktionen.

Güter und Dienstleistungen, die auf den unpersönlichen Märkten des Kapitalismus erzeugt und verkauft werden, gelten als potentiell befriedigend. Die Dynamik des kapitalistischen Marktes, diese Güter und Dienstleistungen industriell herzustellen und anzubieten, korreliert mit den Wünschen und Bedürfnissen jedes Konsumenten. Notwendigerweise produzieren also die Marktanbieter nicht nur Güter und Dienstleistungen. Sie haben bereits die Wünsche und potentiellen Konsumbedürfnisse jedes Konsumenten im Blick. Sie sorgen auch dafür, daß eine immer ausgeklügeltere und wirksamere Werbung bei den Verbrauchern positiv „ankommt“. So finden wir auf dem globalen Markt die Entwicklung hochrationalisierter, strategisch geplanter Produktions- und Marketingsysteme, die sich bemühen, annehmbare Standards und Muster für den Erwerb und Konsum zu setzen. Diese Dynamik von Produktion, Erwerb und Konsum wird gut kontrolliert, während man im gleichen Atemzug die Gefühle der Konsumenten, die nach Befriedigung verlangen, unaufhörlich bearbeitet.

Eine der erfolgreichsten Weisen, Wünsche zu erzeugen und Anklang zu finden, ist die Verheißung, sie auch augenblicklich befriedigen zu können. Der Markt bietet eine solche Befriedigung auf zweierlei Weise an: indem er stets verfügbare Güter bereitstellt und indem er deren Funktionalität und Effektivität sichert.

Bereits vom Produzenten wird Befriedigung angekündigt. Der Konsument empfindet sie mit der Verfügbarkeit unmittelbar konsumierbarer Waren wie: Nahrungsmittel, Sex, Sport, Kleidung, Information und anderen Dingen einschließlich der Religion. Oft genügt dafür schon die bloße Verheißung solcher Verfügbarkeit. Personen, die sich von den Medien und anderen Informationsträgern leicht beeinflussen lassen, werden mit einer Fülle von sorgfältig ausgewählten Produktangaben überflutet, die Aufmerksamkeit erregen, zum Kauf anreizen, die Kundschaft bei der Stange halten und vorteilhafte Meinungen über bestimmte Güter und Dienstleistungen verbreiten sollen. Viele Produkte werden, bereits gefällig verpackt, als Glücksbringer angeboten, noch bevor die Leute sie ausprobiert und getestet haben. Ihre Akzeptanz ist bereits gesichert. Sie beruht auf werbewirksam lancierten, positiven Produktbenotungen, die von öffentlichen Stellen bzw. Verbraucherverbänden in Umfragen erhoben werden, so von innerbetrieblichen wissenschaftlichen Forschungsteams, staatlichen Kontrollen, Verbraucherorganisationen, Medien usw. Mit anderen Worten: Potentielle Käufer, die solche Waren erwerben, sind keineswegs völlig frei, um eine kritische Auswahl aus erster Hand zu treffen, da bereits eine Flut determinierender emotionaler Werbebotschaften auf sie losgelassen wurde, noch ehe sie auf die Ware selbst auch nur einen Blick geworfen haben. Was die einzelnen konsumieren können, wird nicht mehr von der eigenen Entscheidung, was sie produzieren sollen, bestimmt, da sie ihre Konsumgüter nicht mehr selbst herstellen. Andere sind gelegentlich fru-

striert, da die benötigten Güter, die sie erwerben und konsumieren möchten, auf dem Markt *mangels Nachfrage* nicht mehr angeboten werden.

Selbst wenn ein Produkt sich jahrelang auf dem Markt behauptet hat, bereits das Gütesiegel hoher Qualität trägt und eine an Verkaufserfolgen und Gewinnzahlen ablesbare Bilanz öffentlicher Akzeptanz vorzuweisen hat, können die Anbieter nicht in passiver Selbstzufriedenheit die Hände in den Schoß legen und der Beliebtheit des Produkts die Verantwortung für seine Zukunft überlassen. Herausgefordert durch die Konkurrenz und stets neue Technologien und Werkstoffe, und konfrontiert mit Verbrauchern, die unablässig nach Dingen Ausschau halten, die befriedigen bzw. Interesse wecken, suchen die Anbieter nach stets neuen Wegen, ihren Einfluß auf den Konsumenten aufrechtzuerhalten und Marktanteile dazuzugewinnen. Fassen wir alle Faktoren insgesamt ins Auge, so ist die Frage, wie stelle ich den Verbraucher zufrieden, die wichtigste von allen. Infolgedessen beherrscht heute eine ganze an Befriedigung orientierte Marketingkultur unsere marktorientierte Gesellschaft. So sind denn auch Produkte mit Zufriedenheitsgarantie für den Verbraucher gang und gäbe, zum Beispiel mit einer Drei-Tage-Testoption und einem Rückgaberecht bei Unzufriedenheit.

Heutzutage werden Güter auf dem Markt bereits angeboten, noch bevor wir überhaupt das Licht der Welt erblickt haben. Von anderen für unseren Konsum hergestellte Produkte befinden sich auf dem Markt und machen viele zu Konsumenten von Waren aus fremder Produktion. Ganz bestimmte Produktions- und Kauf- bzw. Konsummuster haben sich herausgebildet und funktionieren wie Gußformen, nach denen Persönlichkeiten kommerziell genormt werden. Wir alle haben uns, angetrieben vom komplexen Mechanismus von Produktion, Kauf und Konsum, an diese Muster unserer Gesellschaft gewöhnt.

Einige Produkte bzw. Güter werden angeboten, um menschliche Grundbedürfnisse zu befriedigen, andere sollen das Streben nach „Höherem“ befriedigen. Die ersten sollte man zutreffender als „befriedigend“, die letzteren als „erfüllend“ bezeichnen. Beide Güter jedoch kann man heute kaufen. Das beste Waschmittel und die beste Beratung für ein erfülltes Leben sind für all jene verfügbar, die das nötige Kleingeld haben. Vom globalen kapitalistischen Markt her gesehen, haben Sandwiches, Gesundheit, Freiheit, Erziehung, Sicherheit und sogar der Segen Gottes eines gemeinsam: das Preisschild.

Produzenten kommen auf ihrer ständigen Suche nach absetzbaren Gütern den Verbraucherbedürfnissen zuvor, indem sie Waren auf den Markt werfen, die als Ersatz für die Wirklichkeit herhalten müssen. So kann man in einigen überfüllten und umweltverschmutzten Städten heute bereits Sauerstoffpäckchen (Frischlufte) kaufen. Und hat jemand das emotionale Bedürfnis, einen anderen zu hegen und zu pflegen, so wird er auch hier vom Markt mit neu entwickelten Spielzeugen - den Tamagochis - bedient.

Mit ihrer Gewohnheit, nach Gütern mit immer stärkeren Stimulationseigenschaften zu suchen, kommen die Konsumenten den Herstellern entgegen, so daß diese Güter fertigen, deren Merkmale die gewünschten Emotionen hervorrufen. Bisweilen werden Befriedigung und Erfüllung sogar mit aufregenden Gefühlen gleichge-

setzt. Und schließlich bildet sich bei vielen Konsumenten die Gewohnheit heraus, auch die weniger greifbaren Güter (wie Intimität, Freundschaft und Liebe) danach zu beurteilen, ob und wie weit sie in der Lage sind, euphorische Gefühle auszulösen. An diesem Beispiel zeigt sich, wie Marktwerte das Urteil der Leute auf Kosten höherer menschlicher Werte verbiegen können, auf die viele Kulturen großen Wert legen.

Menschen und ihre Bedürfnisse – Sofortbefriedigung als Irrweg

Abgesehen von der schlimmen Niedriglohnbeschäftigung, die die meisten Betriebe praktizieren, sind in vielen ärmeren Nationen³ mangelnde Sozialleistungen und immer wiederkehrende Wirtschaftskrisen die elementarerer Formen von Not, die ständigen Begleiter einer Erwerbstätigkeit. Heute ist die Arbeitsweise eines Angestellten kaum frei von den Attributen der Entfremdung.

Viele Dinge, die als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit in die Arbeit einfließen, sind den Arbeitern entfremdet. Was ihnen Befriedigung verschaffen könnte – das Produkt ihrer Arbeit, die Freude am Herstellungsprozeß, die Verbundenheit mit den Mitarbeitern und Ambitionen, die sich erfüllt haben –, ist ihnen weder zugänglich noch können sie sich ungeschmälert daran erfreuen. Bei vielen Arbeitsabläufen wird die Schwere der Arbeit, die man zu verrichten hat, kaum als Berufung empfunden. Arbeiter mühen sich nicht mehr ab, um herzustellen, was sie selbst verbrauchen, noch sind sie am Gesamtprozeß der Herstellung voll beteiligt.

Wir wissen, daß eine große Anzahl von Menschen in vielen ärmeren Ländern gezwungen ist, Aufgaben zu übernehmen, die sie nicht mögen, nur um ihren Überlebensbedarf zu decken. Diese Menschen finden in der Regel in den Funktionen, die sie als „Rädchen im Getriebe“ ausüben, nicht die Erfüllung, die sie ersehnen. Fabriken oder Büros sind nicht gerade die bevorzugten Plätze für echte menschliche Erfüllung und Selbstbestätigung. In eintönige und standardisierte Arbeitsprozesse eingespannt, sind sie nicht unbedingt glücklich. Auf diesen Plätzen begünstigen die meisten Arbeitsanforderungen nicht den freien Ausdruck von Ambitionen, berechtigten tiefergehenden Wünschen oder gar einer Berufung. Sie sind sogar kontraproduktiv in dem Sinne, daß sie keine entspannere und zwanglosere Einstellung zur Arbeit hervorbringen, die auch Freude macht – eine Einstellung, die Großzügigkeit und Kooperation unter den Arbeitern fördern könnte.

Nehmen wir einmal den Fall eines Arbeiters in einer Konservenfabrik. Wenn ihm die Aufgabe zugeteilt wird, Sardinen in Büchsen zu pressen, bevor sie schließlich luftdicht verschlossen werden, dann wird er jede Sekunde eine Büchse, die von einem Förderband herangeführt wird, vollpressen. Dieses Band läuft täglich sieben bis neun Stunden und bewegt 20.000 bis 30.000 Büchsen. Und diese ihm zugewiesene Tätigkeit wiederholt sich: Tag für Tag, Woche für Woche, Jahr für Jahr. Ein Jahr Arbeit macht zusammen gerade mal 6 Millionen stereotype Armbefreiung

wegungen aus, und das ist wahrlich alles andere als ein Schlüssel zur Lebensfreude. Das ist mörderische, zermürbende Schinderei. Auf seinem Posten freut sich der Arbeiter auf die äußerst knapp bemessenen Pausen und das Ende des Tages, wo er dann wahrscheinlich nach Hause oder zu einem anderen Treffpunkt eilt. Arbeiter sind natürlich glücklicher und entspannter in ihren Freizeitaktivitäten. Nicht wenige von ihnen finden Glück und Erfüllung in der aufrichtigen Hochschätzung von Frau und Kindern oder darin, sich Freunde selbst aussuchen zu können.

Darüber hinaus sind „normale“ zwischenmenschliche Interaktionen in der Regel nicht möglich, da die Arbeit in vielen Fällen zu spezialisiert ist, strikt kontrolliert wird, eintönig abläuft und der eigenen Neigung für gewöhnlich nicht entspricht. Das Umfeld einer Fabrikanlage, die abstumpfende Arbeit in den Büros, der geisttötende und entmutigende staatliche Verwaltungsdienst, viele Haushalte alleinerziehender Eltern oder sogar Haushalte, wo nur ein Elternteil abwesend ist - all das sind Lebenswelten, wo Zufriedenheit mit sich selbst ein knappes Gut ist und die Selbstachtung in bedenklichem Maße abzusinken droht. Unter solchen Rahmenbedingungen leben viele Menschen, die die wesentlichen Formen von Zufriedenheit und Freude entbehren müssen. Letztlich gehören sie zu jener Reservarmee potentieller Abnehmer, die nach Befriedigung suchen - es ist die gleiche Masse, deren Kaufneigung und Zahlungskapazität die Basis für das Marktangebot von Produzenten und Investoren bildet.

Oberflächlich betrachtet, stellen Güterangebot und Konsumbedürfnis eine Symbiose dar, die ein ganzes Netzwerk von Beziehungen in Gang hält, wie sie für die Installierung eines Marktes naturgemäß sind. Die klassische Nationalökonomie wird vielleicht die bestehende Arbeitsteilung, das ganz selbstverständlich praktizierte Kauf- und Verkaufssystem, den Begriff des Privateigentums und die Institutionen, die all diese Dinge stützen und legitimieren, nicht in Frage stellen. Probleme ergeben sich jedoch, sobald man dieses „Normalbild“ mit den Augen leidender Menschen betrachtet, oder einfach derer, die die elementarsten Dinge des Lebens entbehren müssen. Die Institutionen, die unsere Gesellschaft aufs ganze gesehen konstituieren, wird man schon bald kritisch hinterfragen müssen, wenn ihre üblen Auswirkungen und widrigen Folgen immer sichtbarer hervortreten, von denen Millionen von Menschen in ärmeren Nationen betroffen sind. Inmitten eines Überangebots von Waren erhebt sich die Masse der ärmeren Völker, die Erfüllung und Befriedigung sucht, aber nicht in der Lage ist, Waren, die potentielle Bedürfnisse befriedigen, in die Hand zu bekommen. Sofortbefriedigung, wie der Markt sie anbietet, ist real für die Reichen, für die Armen jedoch liegt sie in weiter Ferne.

Damit soll nicht gesagt sein, daß augenblickliche Befriedigung für die Armen unerreichbar sei. Sie ist erreichbar, aber in winziger Dosierung und mit Bezug auf nur wenige Waren. Zur Illustration ein Beispiel: Überflußgesellschaften verkaufen ihre Waren an zahlungskräftige Bürger in genormten Abpackungen bzw. in größeren Mengen. Zigaretten werden in Päckchen, Sojabohnensauce in Flaschen, Butter und Margarine in abgepackten Mengen oder Nahrung in ganzen Portionen

verkauft. In ärmeren Ländern dagegen werden Zigaretten auch im Stück angeboten, Sojabohnensauce eßlöffelweise, Butter in Aufstrichmenge oder Nahrungsmittel in Viertel- oder Achtelportionen. Dort, wo ich herkomme, werden die Extremitäten von Hühnchen wie etwa die Füße (liebevoll „Adidas“ genannt) und Köpfe (als „Helme“ bezeichnet), ja sogar ihre Eingeweide („IUD“) gegrillt und auf den Straßen an den einfachen Bürger verkauft, damit er es sich schmecken lasse, während die „betuchteren“ Bürger regelmäßig bei Kentucky Fried Chicken oder bei MacDonalds einkehren können.

Ein solches Auseinanderklaffen von Kaufkapazität und Genußmöglichkeit illustriert nur ein weiteres Mal, was mit Aufspaltung in Klassen gemeint ist. Diese Tatsache qualifiziert den Slogan „Klassenkampf“ nicht als Kampf um Güter, sondern als einen Elend verursachenden Zustand, der das Gefälle zwischen Armen und Reichen bzw. die Entfremdung zwischen ihnen immer mehr vertieft. So gesehen, ist Sofortbefriedigung ein Faktum, das vielen armen Völkern nur Elend bringt, falls die Armen selbst solche Güter überhaupt als begehrenswert betrachten. Es ist unwahrscheinlich, daß die Masse von ihnen anders denkt, sind sie doch Teil jener Mehrheit, die auch den Markt stützt. Nur selten trifft man auf Menschen, die sich von den aggressiven Werbekampagnen der Anbieter nicht beirren lassen. Aggressive absatzfördernde Maßnahmen maximieren die Mittel, um Anklang zu finden. Solche Kampagnen herauszufordern, ist wie der Hilferuf eines Verdurstenden in der Wüste, besonders dann, wenn Interessenvertreter für Verbraucher Seltenheitswert haben und gesellschaftlich oft als Außenseiter gelten.

Befreiung vom Streben nach sofortiger Befriedigung

Wenn unsere Überlegungen richtig sind, dann ist die Aufgabe, sich von Augenblicksbefriedigung frei zu machen, Bestandteil eines umfassenderen Befreiungsprojekts: sich nämlich aus den Zwängen üblicher kapitalistischer Marktmechanismen zu befreien.

Während manche Bürger dieses Globus ihr Barvermögen weiter aufstocken konnten, um das Versprechen augenblicklicher Befriedigung bzw. Erfüllung für sich wahr zu machen, sind andere in den ärmeren Nationen von zu knappen Mitteln abhängig, als daß sie sich ihre Art von Befriedigung bzw. Erfüllung leisten könnten. Doch es gibt Gruppen, die andere Wege gehen, um mit ihren zahllosen Problemen fertig zu werden. Einen Teil dieser Gruppen bzw. Bewegungen, die von einer leidenschaftlichen Befreiungsvision erfüllt sind, bilden die kirchlichen Basisgemeinden. Sie sind in den meisten ärmeren Nationen anzutreffen und die Wiege und Heimat vieler Formen der Befreiungstheologie.

Noch konnten nicht allzu viele Leute in den ärmeren Staaten die Maßnahmen christlicher Gruppen, die sich zu Basisgemeinden zusammengeschlossen haben, auch für sich nutzen. In ihnen wird eine andere Art von Befriedigung angeboten, die in hauptsächlich volkstümlichen Weisen und in vielen alternativen Glaubensformen zum Ausdruck kommt: in liturgischen Feiern, sozialen Diensten, Selbst-

hilfeprojekten, Protestaktionen und anderen Aktivitäten. Ihr Schwerpunkt liegt auf Werten wie Solidarität und Gemeinschaft, die nicht mit Geld zu kaufen sind. Die in solchen Basisgemeinden angebotene Befriedigung ist von anderer Art als die, die Produzenten und Investoren auf dem Markt feilbieten.

Basisgemeinden haben lange Phasen des Kampfes hinter sich. In ihnen ist die Bereitschaft gewachsen, in Geduld zu warten im Unterschied zu jenen, die von der Ungeduld einer Konsumkultur getrieben werden. Doch nicht nur das: Die Menschen hoffen zwar auch auf jene sofortige Verfügbarkeit und Befriedigung, die vom Warenangebot ausgeht, mehr noch aber setzen sie auf die dauerhafteren christlichen Werte wie Mitleid, Güte und andere, die nur in gemeinschaftlichen Gottesdiensten und in kreativer Mitwirkung an politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Prozessen verwirklicht werden können; es sind Werte, die auf ihr Leben und die Kirche einen direkten Einfluß ausüben.

Von solchen Prozessen ist viel Positives zu erhoffen, freilich nicht auf dem Weg kapitalistischer Marktmechanismen, die nur Spaltung, Individualismus, persönliche Augenblicksbefriedigung und den Wettbewerb um die hochgepreisen, aber kurzlebigen Werte wie Jugendlichkeit, Prestige, Wohlstand und dergleichen mehr kennen. Förderung von Solidarität, die nicht spaltet, Zusammenarbeit, die ohne Manipulation auskommt, Geduld, die nicht zur Aggression führt, Zusammenhalt und Teilhabe, für die nicht Effizienz und korrekte Finanzbuchhaltung das Wichtigste sind, ungezwungene Warmherzigkeit ohne formales Gehabe und Gleichgültigkeit, Sympathie, die keine Preise festsetzt - all dies und vieles andere mehr wird von all jenen als befriedigend erfahren, die sich den Werten des Jesus von Nazaret verschrieben haben, die er selbst vorgelebt hat.

In diesem Zusammenhang wird der Geldwertcharakter von Markttransaktionen (vor allem der Arbeit) vorrangig Gegenstand von Überlegungen der Basisgemeinden sein müssen, um die Vision einer Gemeinschaft voranzubringen, die sich ihres Versprechens, das von Jesus verkündete Reich Gottes geschichtlich greifbar aufzurichten, als würdig erweist.

Hier läßt sich jene Aufgabe identifizieren, die Christen übernehmen könnten: Propheten und Träger einer Kultur zu sein, die das Volk auf die wirklich heilbringenden und befreienden Werte hin orientiert. Wenn die kirchlichen Basisgemeinden der bevorzugte Ort für die Förderung von Werten sein sollen, die das Gegenteil von sofortiger Bedürfnisbefriedigung beinhalten, dann darf man durchaus kontrovers darüber streiten, in die gewohnten Abläufe einer Marktwirtschaft einzugreifen und sie „umzukrempeln“.

In einer kirchlichen Basisgemeinde müssen sich die Rollen, Institutionen und Strukturen erst allmählich herausbilden, um den schlechten Folgen üblicher Markttransaktionen entgegenzuwirken. Voraussetzung dafür ist, daß, um den (für die benachteiligten Ärmern) schädlichen Einfluß besagter Marktmechanismen auszuschalten, ein auf den christlichen Werten von Mitleid und Solidarität gegründetes System realisiert wird, wo diese Werte zur Normalität des Lebens gehören. Rollenträger, die das Gegenteil vorleben, sowie ebensolche Gegen-Institutionen wirken zwangsläufig in die Richtung, allmählich eine erstrebenswerte,

christlich geprägte Gegenkultur aufzubauen. Menschliche Arbeit und Produkte werden dann in einem neuen Licht erscheinen. Der Dynamik von Produktion, Erwerb und Befriedigung wird man die Beständigkeit und Dauer einer Praxis der Jünger Jesu entgegensetzen müssen, die die produzierten Güter teilt und befreiend wirkt.

Sofortbefriedigung könnte sich letztlich in der Tat als Irrweg erweisen, um menschliche Bedürfnisse wirklich zu stillen. Sofortbefriedigung als Markt- und Orientierungsangebot sollte uns freilich das Schicksal Trojas in Erinnerung rufen: das hölzerne Pferd, das die Trojaner betört und ihre Stadt zu Fall gebracht hat.

¹ I. Ellacuria/J. Sobrino (Hg.), *Mysterium Liberationis. Grundbegriffe der Theologie der Befreiung*, 2 Bde., Luzern 1995.

² Die Begriffe „konditionieren“ und „determinieren“ könnten einiges zur Klärung dessen beitragen, was hier vor sich geht. Kulturelle und soziale Muster, die sich wiederholen, haben die Wirkung, uns zu Weisen des Fühlens, Glaubens und Handelns zu konditionieren, die weiter wirken bzw. die Ursprungsmuster verstärken. Arbeitsplatzsituationen bzw. die dort geforderten Verhaltensmuster könnten zum Beispiel Arbeiter zu Akteuren formen, die mehr der Aufrechterhaltung des *Status quo* dienen. Werden Arbeitsbedingungen unerträglich, kann sich bei den Arbeitern Groll und Widerstand aufbauen. Doch wie sehr auch immer sie (bei Abwesenheit von Reformen) die schlimme Situation verabscheuen, sie halten doch für gewöhnlich an ihrem Job fest. Die pure Not zwingt sie dazu. In diesem Sinne wird die Struktur der Arbeit zu einer realen Determinierung. Die vorausgehende Konditionierung erleichterte die Sozialisation des einzelnen und seine positive Orientierung *an* bzw. *Einstellung gegenüber* dem, was er als seine Lebenswelt wahrnimmt. Doch diese eher gute Konditionierung ist keineswegs absolut notwendig, wenn Strukturen als zwangsläufig hingenommen werden müssen, weil die Leute keine andere Wahl haben. Ihnen bleibt dann nichts anderes übrig, als sich mit dem vorgegebenen Regelsystem und dem ihnen zugestandenen Anteil an den Ressourcen abzufinden. Hier kann die Art des Konditionierungsprozesses ins Schlechte kippen: Man gewöhnt sich an die determinierenden Bedingungen, wie hart auch immer sie sein mögen. Damit soll nicht gesagt sein, daß alle Determinierungen schlecht sein müssen.

³ Wirtschaftswissenschaftler haben die Gruppe ärmerer Länder euphemistisch als *unterentwickelt* bzw. als *sich entwickelnd* abgestempelt. Heute werden diese Länder als *aufkommende Märkte* bezeichnet.

Aus dem Englischen übersetzt von Franz Schmalz