

FORUM

Supervision

Fallrekonstruktion als gelebte Praxis einer reflexiven Supervision

Roman Asshoff

Miriam Bredemann

Michael Domes

Hans-Peter Griewatz

Katharina Gröning

Galina Savinov

Renate Schwarz

Jana Suhr

Onlinezeitschrift für Beratungswissenschaft und Supervision: „FoRuM Supervision“
Fallrekonstruktion als gelebte Praxis einer reflexiven Supervision
(Heft 48)
24. Jahrgang

Herausgegeben von

Prof. Dr. Frank Austermann
Prof. Dr. Katharina Gröning
Angelica Lehmenkühler-Leuschner

Redaktion

Petra Beistein
Heike Friesel-Wark
Hans-Peter Griewatz
Vanessa Rumpold
Jan-Willem Waterböhr

Kontakt

Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Bielefeld e. V. (ZWW)
Weiterbildender Masterstudiengang "Supervision und Beratung"
z. Hd. Frau Prof. Dr. Katharina Gröning
Postfach 100131
33501 Bielefeld

E-Mail: onlinezeitschrift.supervision@uni-bielefeld.de

Homepage: <http://www.beratungundsupervision.de>

ISSN 2199-6334



November 2016, Universität Bielefeld

Katharina Gröning

Rezension: Baudrillard, J. (1970): Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen (Herausgegeben von Hellmann K.-U./Schrage D.), Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften.

Mit seinem schon 1970 erschienenen Hauptwerk „Die Konsumgesellschaft“ hat der Kulturtheoretiker Jean Baudrillard eine umfassende und tiefgründige Theorie des Konsums vorgelegt. Dies ist zumindest die Auffassung der Herausgeber einer Buchreihe zur Konsumsoziologie und Massenkultur Kai-Uwe Hellmann und Dominik Schrage. Für die Supervision lohnt sich das Buch über die Konsumgesellschaft von Baudrillard nicht nur, weil es einen Lesegenuss darstellt. Vielmehr gewinnen die Konsumerzählungen von Gruppen und Teams in der Supervision eine neue Bedeutung. Wie tiefgreifend sich das Verhältnis von Arbeit und Konsum oder politischer Teilhabe und Konsum verändert hat, wird auch dadurch deutlich, dass Baudrillards Theorie Ethnologie, Psychoanalyse und Soziologie zu verbinden versteht. Es geht um etwas anderes als um eine kritische Analyse von Überfluss und Verschwendung oder um moralisches Mahnen. Baudrillards Argumentation beginnt ethnopsychanalytisch mit der Magie des Konsums. Die Fülle der Waren, die Inszenierung der Konsumtempel heute entspricht faktisch der Illusion, die Freud 1921 in Massenpsychologie und Ich-Analyse formuliert hat. Die Illusion beschreibt Baudrillard als Rückkehr zum Urzustand des Paradieses. Die Magie des Konsums richtet sich demnach auf die menschliche Angst, die durch Illusionen unbewusst gemacht wird. Baudrillard nennt zum zweiten die Sexualisierung des Konsums und verbindet so eine körpersociologische Fundierung mit der Theorie des Konsums. Das Buch ist in drei Teile gegliedert, wobei der erste Teil sich vor allem mit den magischen Dimensionen befasst. Baudrillard benutzt auch Begriffe wie „Liturgie des Konsums“, „Wunderwirkung“, „Mystik“ und erklärt auf diese Weise die Unbewusstmachung der Umwelt- und Sozialschäden, Kriegsfolgen eingeschlossen.

Als egalitäre Ideologie löst der Konsum politische Teilhabe ab und bringt den „Homo Consumensus“, den Konsummenschen hervor. Arbeit, Beruf, Politik verschwinden hinter der Ideologie der wachstumsorientierten Wohlstandsgesellschaft.

In einem zweiten Teil, welcher der Theorie des Konsums gewidmet ist, werden die Auswirkungen der Konsumgesellschaft und ihrer Magie auf die realen sozialen Verhältnisse und dem Faktor Arbeit und ihrem Wert thematisiert. Es entsteht quasi eine neue Arbeitsteilung, wenn Produktivität eine Angelegenheit der Technik und des technischen Fortschritts wird und Investitionen vor allem als unternehmerische Angelegenheit, aus der der Staat sich heraushalten soll, verstanden werden. Dann muss der Bürger/die Bürgerin Konsument_in werden. Es entstehen neue, vor allem ökologische Probleme nie gekannten Ausmaßes, wobei die grenzenlose staatliche Förderung des entgrenzten Konsums zur Produktivkraft erklärt, zum Wachstum umgedeutet wird, so dass die moralischen Appelle zur Verantwortung gegenüber künftigen Generationen, jene Kritik am Konsum lediglich zu einer Angelegenheit der Moral werden.

Schließlich wird im dritten Teil des Buches Kulturkritik formuliert, die sich vor allem auf die Sexualisierung des Konsums richtet sowie auf Phänomene des Umgangs mit der Zeit in der Konsumgesellschaft. Hatte die Profession oder die Arbeit bei Max Webers Berufsmenschen noch eine zentrale Bedeutung für die Identität, so ist Arbeit in der Konsumgesellschaft nur noch enteignete Zeit. Umge-

kehrt ist die Freizeit, wie Baudrillard es entfaltet, Erfüllung. Beim gemeinsamen Urlaub, Sport, Fitness und Gesundheitshandeln treffen sich die sozialen Klassen. Noch einmal anders als der Beschleunigungstheoretiker Hartmut Rosa argumentiert Baudrillard mit einem Zeitparadoxon der Unmöglichkeit, Zeit zu vergeuden. Sie ist Produktivkraft und muss verdient werden. Freie Zeit bliebe das wichtige Privateigentum des Homo Consumensus und dieser bliebe gerade wegen seiner Freizeitorientierung in der Logik von Pflicht, Askese und Aufopferung an der Arbeit verhaftet.

Für die Supervision wird die Situation an dem Punkt paradox, an welchem, neben Gütern, Arbeit, Politik und Sexualität auch die Empathie - der Kern supervisorischer Kunst - zur Produktivkraft und zum Konsumgut erklärt wird. Psychische Nähe, Achtsamkeit, Aufmerksamkeit gelten heute als soft skills in der Arbeitswelt. Sie werden aber nach Baudrillard aus dieser heraus und in die Welt des Konsums hineinkatapultiert. Empathie und Achtsamkeit sind neben den Gütern die Versprechen des Konsums, der dadurch nicht nur magisch, verführerisch, sondern nun auch fürsorglich erscheint, während im Arbeitsleben Stress, Zeitnot, Entgrenzung, Befristung, Lohndruck etc. zunehmen.

Welche Bedeutung hat die „Konsumgesellschaft“ für eine reflexive Supervision? Supervision ist als Angebot expandiert, als auch die Konsumgesellschaft expandiert ist und die alte Industriegesellschaft abgelöst hat. Die gesamte Ära des Psychobooms, wie sie z. B. Adrian Gaertner 1995 in seiner Habilitation beschrieben hat, lässt sich als gesellschaftliches Phänomen noch einmal schlüssiger erklären, wenn man Baudrillards Theorie der Konsumgesellschaft hinzuzieht. Es zeigt sich, dass Supervision wie jedes Beratungsformat nicht genuin auf Mündigkeit angelegt ist. Als Konsumgut und als Ware wird sie unter bestimmten Bedingungen jenen sozialen Dienstleistung ähnlich, die gegenwärtig mit ihrer Prekarisierung kämpfen – der Sozialen Arbeit zum Beispiel, der Pflege und verschiedenen Formen der Therapie. Baudrillards Konsumgesellschaft zeigt noch einmal auf radikale Weise, wie ideologisch die Kundenorientierung in diesen Bereichen ist und wie wenig die Idee vom Kunden tatsächlich mit dessen Mündigkeit zu tun hat. Auch die Deutsche Gesellschaft für Supervision ist aufgerufen, sich diesem Diskurs zu stellen.