
Zum Zusammenhang von Gesellschaft, Identität und Erziehung

Gemäß einer weiten Auslegung dient die Erziehung in der Moderne dazu, eine menschenwürdige Existenz zu ermöglichen und dem zu Erziehenden im Prozess des Ringens um Identität und bei der Entfaltung seiner Individualität zu begleiten. Dabei muss nicht die *Erziehungsbedürftigkeit* die vorrangige Zugangskategorie sein (vgl. Handbuch 1970, S. 405 ff.). Statt einer Mangelkategorie wie *Instinktentbundenheit* lässt sich auch eine Konstruktion wählen, die von der Reichhaltigkeit der biologischen und psychosozialen Ausstattung des Menschen ausgeht und die menschliche *Weltoffenheit* betont.

Dieser anthropologischen Auffassung folgend, bestimmt Fromm die Natur des Menschen *positiv* als ein Möglichkeitspotenzial und betreibt ansonsten eine *negative* Anthropologie und Psychologie, die insbesondere zeigen will, dass der Mensch nicht das ist, was aus ihm – über die Vermittlung des Gesellschafts-Charakters – in Prozessen der Sozialisation und Erziehung gemacht wird.

Der hier wichtige Begriff des *Gesellschafts-Charakters* (engl.: *social character*, deutsch auch: *Sozialcharakter*) bedarf einer näheren Erläuterung, insbesondere was seine Funktion anbelangt.

Als Vermittlungsglied zwischen „individueller psychischer Struktur und sozio-ökonomischer Struktur“ (GA II, S. 364) erfüllt der *Gesellschafts-Charakter* die Funktion, die Menschen so zu formen, dass sie in die gegebene Gesellschaft hineinpassen und motiviert sind, so zu handeln, wie die Gesellschaft es von ihnen erwartet. „Die sozio-ökonomische Struktur einer Gesellschaft formt den Gesellschafts-Charakter ihrer Mitglieder dergestalt, dass sie tun wollen, was sie tun sollen...“ (ebd.).

Beim Gesellschafts-Charakter, der das Fundament für die Ausprägung des Individual-Charakters liefert, handelt es sich um eine Strukturbeschreibung, die die grundlegenden sozialen Muster erfasst, nach denen sich der Individual-Charakter ausbildet.

In der verwalteten Welt ist der Gesellschafts-Charakter in seinen nichtproduktiven Ausprägungen von Warenfetischismus und Verdinglichung geprägt. Fromm gebraucht hier zur näheren Bestimmung den seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts verbreiteten *Marketing-Charakter*, der auf die Existenzweise des Habens fixiert ist und sich als Ware auf dem „Beziehungsmarkt“ vergegenständlicht:

Ich habe die Bezeichnung ‚Marketing-Charakter‘ gewählt, weil der einzelne sich selbst als Ware und den eigenen Wert nicht als ‚Gebrauchswert‘, sondern als ‚Tauschwert‘ erlebt. Der Mensch wird zur Ware auf dem ‚Persönlichkeitsmarkt‘... (1976a, GA II, S. 374; vgl. ausführlich: ebd., S. 374 ff.)

Der Gesellschafts-Charakter (als Marketing-Charakter) ist eine zeitspezifische Form, in die die „Natur“ des Menschen gegossen und dabei sozial ausgerichtet und vereinseitigt wird. Sein Fundament heute sind Tauschwert und Konsum, auf denen lediglich eine „Pseudo-Identität“ entstehen kann; die tauschwertorientierten Entfaltungssurrogate – vermittelt über den „Identitäten-Markt“ – verhindern, dass das Individuum zu sich selbst findet und seine Individualität entfaltet, statt seine Ohnmacht und Langeweile nur notdürftig zu kaschieren. So wird bei der Charakterformierung, die Fromm mit der Marketing-Orientierung beschreibt, ein authentisches Identitätserleben verunmöglicht. Entfremdung ist die Folge:

Bei der Marketing-Orientierung aber steht der Mensch seinen eigenen Kräften als einer ihm fremden Ware gegenüber. Er ist nicht mit ihnen eins, vielmehr treten sie ihm gegenüber in einer Rolle auf; denn es kommt nicht mehr auf seine Selbstverwirklichung durch ihren Gebrauch an, sondern auf seinen Erfolg bei ihrem Verkauf. Beides, die Kräfte und das, was sie hervorbringen, sind nichts Eigenes mehr, sondern etwas, das andere beurteilen und gebrauchen können. Daher wird das Identitätsgefühl ebenso schwankend wie die Selbstachtung; es wird durch die Summe der Rollen bestimmt, die ein Mensch spielen kann: ‚Ich bin so, wie ihr mich wünscht.‘... Da der Mensch nicht leben kann, wenn er an der eigenen Identität zweifelt, muss er in der Marketing-Orientierung die Gewissheit der eigenen Identität nicht in sich oder in seinen Kräften suchen, sondern in dem, was andere über ihn denken... (1947a, GA II, S. 50, im Original tw. kursiv)

Aus der Marketing-Orientierung kann nur ein prinzipiell gefährdetes Identitätsgefühl resultieren, das stets mit der Angst vor dem Verlust der Identität verbunden ist. „Wenn man glaubt, der eigene Wert sei nicht von eigenen menschlichen Qualitäten abhängig, sondern von dem Erfolg bei ständig wechselnden Marktbedingungen, dann muss die Selbstachtung unsicher werden und ein ständiges Bedürfnis nach Bestätigung durch andere entwickeln“ (ebd.).

Die Marketing-Orientierung hat Fromm später in der „Habenorientierung“ variiert. Um Anerkennung zu finden, befolgt der konforme Mensch nicht nur die ge-

sellschaftlichen Klischees, um in den Augen anderer etwas zu gelten, sondern setzt sich auch durch konkurrenzhaftes Übertreffenwollen in Beziehung. Den ständig drohenden Selbstverlust im Vergleich zu den anderen versucht er durch Selbstbehauptung in der Konkurrenz, durch demonstrativen Konsum, durch den Besitz äußerlicher Attribute, die zu Identitätssurrogaten werden, auszugleichen. Damit ergibt er sich der Lebensweise des Habens: Identität wird zu etwas schablonenhaft Vervielfältigtem und Besitzbarem. Der einzelne erlebt „sich selbst als Ware und den eigenen Wert nicht als ‚Gebrauchswert‘, sondern als ‚Tauschwert‘“ (1976a, GA II, S. 374), und hat sich damit dem Marktmechanismus unterworfen, der keine eigentliche Individualität ermöglicht, sondern diese im Massenkonsum einebnnet. Das entstehende Pseudo-Ich ist eine Art buntes Collagen-Ich, aus marktgerechten Bausteinen zusammengewürfelt, das seinen Zusammenhalt auf der Grundlage der Marketing-Struktur findet, die gleichsam „Normalität“ garantiert, mithin gar Erfolg, Geld und Karriere verspricht – unter der Auflage, so zu sein wie alle anderen, mit dem „richtigen“ marktgemäßen Grad an Individualität im Sinne passend gewählter Eigenschaften. Mit der an anderer Stelle – in seinem späteren Ansatz – getroffenen Unterscheidung von „Ich“ und „Ego“ (bzw. „Selbst“ und „Ego“) gerät Fromm in die unmittelbare Nähe zur fernöstlichen Mystik, die ihm insbesondere in der Form des Zen-Buddhismus vertraut war (siehe: 1960a, GA VI). Sein späterer Ansatz ließe sich treffend als *visionäre* Soziologie und Sozialpsychologie bezeichnen, mit der er das verengte westliche Wissenschaftsverständnis überwinden will. Aus seinem Werk spricht keine gelehrige, menschenferne Wissenschaft, sondern eine tiefe Einsicht in die unbewussten und sozialstrukturellen Hintergründe menschlichen Erlebens und Verhaltens.

Entsprechend kommt hier eine Ansicht über die Entwicklung des menschlichen Selbst zum Ausdruck, die Fromm im Wesentlichen mit anderen radikalen humanistischen Denkern wie z. B. Alan Watts und Ronald Laing teilt. So schreibt Laing: „Wahre Gesundheit bewirkt in der einen oder anderen Weise die Auflösung des normalen Ego, jenes falschen Selbst, das unserer entfremdeten sozialen Realität völlig angepasst ist...“ (Laing 1969, S. 133).

Laing unterscheidet das „verkörperte vitale Selbst“ von dem von „generalisierter Leblosgigkeit“ überwucherten „verkörperten ‚falschen‘ Selbst“, welches jedoch immer noch einen Kern von „innerem Selbst“ einschließt, das authentische Züge trägt.

Fromm beschäftigt sich mit dem Verlust des Selbst – etwa wenn er die Tendenz beschreibt, das individuelle Selbst durch Fluchtmechanismen loszuwerden – und der Transzendierung des Egos. Beide Autoren – Fromm und Laing – setzen sich mit Prozessen auseinander, die eine authentische Identität (das „wahre“ Selbst), verhindern, stören oder ermöglichen (vgl. Fromm 1941a, GA I, S. 365; Laing

1977, S. 33 ff.). Watts und Govinda zeigen die Paradoxie des Versuches auf, das Ich loszuwerden:

„Die Leute wollen ihr Ich loswerden, was an sich gut ist. Doch können wir unser Ich gar nicht loswerden“ (in: Watts und Govinda 1979², S. 70), da das Loswerden des Ich einer Ich-Handlung gleichkommt. „Darum sagt Alan Watts mit Recht: ‚Sein Ich loszuwerden ist der beste Zufluchtsort unseres unbezwingbaren Ichs‘“ (ebd., S. 71). Falsche Selbstlosigkeit wie auch ein übermächtiges Ego sind Formen von Pseudo-Identität, wie sie durch Sozialisation und Erziehung massenweise erzeugt werden.

Dabei ist die Erziehung zum Produktionsverhältnis geworden, das Defizite an liebevoller Begleitung und Zuwendung beinhaltet und die Menschen für die Zwecke des Gesellschaftssystems zurechtschleift.

Hat ein Kind den an der Marketing-Struktur orientierten Erziehungsprozess durchlaufen und ist es „erwachsen“ geworden, so hat es die Kunst des Lebens, die „Kunst der Kontemplation“ (Watts und Govinda 1979²), lebendiges Leben im Sein, nie erfahren. Stattdessen jagt es dem Schein der gesellschaftlichen Glücksversprechen nach. Es wird „erfolgreich“ sein wollen, sich ein „Mitteluniversum“ schaffen und alles zum bloßen Mittel des Habens machen. Das Perfektionsideal in der Welt des Habens, der in sich unstimmige Versuch, die Pseudo-Gefühle und das Pseudo-Denken zu optimieren, führt zur Verleugnung menschlichen Wachstums. Der Perfektionismus ist die Ideologie einer sterilen, toten Welt, die ihre prinzipielle Unvollkommenheit verdrängt und menschliches Wachstum durch Manipulation und Effizienzstreben verhindert.

Die verdrängte Unvollkommenheit verkeehrt sich in Stagnation und Destruktivität. Diese sind mit Fromm als die „Folge des ungelebten Lebens“ zu begreifen.

Wenn die eigene Unvollkommenheit jedoch bewusst angenommen wird, kann sie produktiver Impuls für menschliches Wachstum sein. Sie gründet auf dem Verzicht, Menschen in die Schablonen des Erfolgs zu pressen und auf ein Marionettendasein zu reduzieren. Die Fülle des gelebten Lebens, die „Liebe zum Leben“, kann nur aus einer sozialen Situation resultieren, die auf Überwältigung, Perfektions- und Sicherheitsdenken, Verzweckung der Welt, bloße Imitation, Verdrängung der Gefühle und spielerischer Freude verzichtet.

Obwohl das humanistische Erbe unserer Kultur in der Pädagogik immer wieder aufgenommen wird, ist die reale Erziehung den humanistischen Zielen oftmals – wenn nicht gar meistens – entgegengesetzt. Im Mittelpunkt von Erziehung steht die kulturelle Tendenz der Konformität und Konformitätserzeugung, die durch Unterdrückung freiheitlicher Impulse realisiert wird.

Die Unterdrückung spontanen Fühlens und die hierdurch hervorgerufene Beeinträchtigung der Entwicklung einer echten Individualität beginnt schon sehr früh, praktisch

bereits mit den ersten Erziehungsmaßnahmen beim Kleinkind. (Fromm 1941a, GA I, S. 358)

Häufige Folge der Erziehung in unserer Kultur ist nach Fromm die „Ausrottung der Spontaneität“ (ebd.). Das Kind wird durch Erziehung – oft verbunden mit der Androhung von Liebesentzug – gezwungen, seine spontanen Impulse und Gefühle zu verdrängen und durch eine Reihe von „Pseudo-Gefühlen“ zu ersetzen (vgl. ebd., S. 358 f.).

Genauso wie unsere Gefühle und unsere Emotionen wird auch unser ursprüngliches Denken entstellt. Von Anfang an läuft unsere Erziehung darauf hinaus, das Kind am selbständigen Denken zu hindern und ihm fertige Gedanken in den Kopf zu setzen. (ebd., S. 361)

Diese repressive Form von Erziehung lässt sich als „negative Erziehung“ kennzeichnen; sie kann von ihren „negativen Auswirkungen“ aufgerollt werden. Im Gegensatz dazu steht eine nichtrepressive Erziehung, die als „positive Erziehung“ bezeichnet werden kann. Fromm:

Die Verhinderung der freien Lebensentfaltung, Manipulation, Einschüchterung, kurz jede Bedingung, die das Wachstum beeinträchtigt, hat negative Auswirkungen. Freiheit, Spontaneität und Wachstum – Bedingungen, die jedes Individuum als Selbstzweck und nicht als Mittel für die Zwecke anderer betrachten – führen zu einem positiven Ergebnis. (GA V, S. 6)

Wenn auch die Alternative zu dieser herkömmlichen Erziehung nicht einfach zu beschreiben ist, werden sich die Konturen der neuen Erziehung in dem Maße konkretisieren, wie die neuen Erziehungsideen sich als eine Antwort auf Bedürfnisse des heutigen Menschen erweisen.

Fromm bemüht sich in seinem soziopschoanalytischen und visionären Ansatz um eine Klärung der Frage, wie eine Erziehung ohne negative Auswirkungen in der heutigen Gesellschaft möglich wird. Seinem Ansatz folgend, lässt sich diese positive Erziehung nicht normativ als zu praktizierendes Modell setzen. Vielmehr ist zu fragen, aufgrund welcher gesellschaftlichen Widersprüche und Konfliktsituationen Tendenzen zu einer solchen Erziehung entstehen und worin die Keime für einen neuen seinsorientierten Gesellschafts-Charakter liegen.

Mir erscheint es zweckmäßig, hier einen Begriff einzuführen, der im Zusammenhang mit einem brüchig werdenden Gesellschafts-Charakter zu sehen ist, der sich – wie Fromm sagt – vom Mörtel zum Sprengstoff einer Gesellschaft wandelt. Es ist der Begriff der *präfigurativen Charaktersituation*, der hier in Anlehnung an Margaret Mead gebraucht wird, die die Kulturentwicklung in einem „Drei-Kulturen-Modell“ typisiert hat (Mead 1974).

Mead unterscheidet drei Kulturtypen: die *postfigurative* Kultur, die vergangenheitsorientiert und relativ wandlungslos ist; die *kofigurative* Kultur mit Traditions- und Bindungsverlusten, aus denen die Notwendigkeit zur Neuorientierung und Bewältigung der gegenwärtigen Herausforderungen erwächst; und schließlich die *präfigurative* Kultur der Zukunft, die produktiv etwas Neues schafft und einen grundsätzlichen Wandel von Mensch und Gesellschaft beinhaltet.

Nach meiner Auffassung kann dieses Kulturmodell keinen realanalytischen Gehalt beanspruchen, sondern ist lediglich aus heuristischen Gründen interessant. Es liefert eine einfache Deutung der Kulturentwicklung. Die präfigurative Charakter-situation markiert den Übergang zu einer neuen Kulturstufe und ist mit der Hypothese verbunden, dass sich in unserer Gesellschaft ein Transformationsprozess zum Präfigurativen hin vollzieht.

Zunächst lässt sich die präfigurative Charaktersituation mit dem Verlust tradierter Formen und Inhalte des Gesellschafts-Charakters beschreiben. Ein solcher Verlust ist bereits bei der kofigurativen Kultur feststellbar. Wie Mead ausführt, hängt das Entstehen einer kofigurativen Kultur mit dem Ausfall der Großeltern in der gegenwärtigen Kleinfamilie zusammen. „Wenn die Großeltern physisch nicht mehr in der Welt der heranwachsenden Enkel präsent sind, werden die Zukunftserfahrungen des Kindes um eine Generation verkürzt und seine Bindungen an die Vergangenheit geschwächt. Dann verschwindet das wesentliche Merkmal der postfigurativen Kultur“ (Mead 1974, S. 64).

Mit dem Schwinden der Vergangenheits- und Traditionsbindung entsteht für die heranwachsende Generation wie auch für die Elterngeneration die Notwendigkeit, sich immer wieder neu zu orientieren. Der „Marketing-Charakter“ nach Fromm mit seiner Fähigkeit, Haltungen abzustreifen, in neue Rollen zu schlüpfen, neue Verhaltensmuster zu erproben, kann hier als Beschreibung für den Gesellschafts-Charakter einer kofigurativen Kultur genommen werden. In einer präfigurativen Situation dagegen reicht die bloße Rollenidentität mit ihrer Konformität, ihren vorfabrizierten Haltungen und Verhaltensmustern nicht aus, um wirklich Neues zu schaffen, präfigurativ zu sein. Der Wandel von der postfigurativen zur kofigurativen Kultur brachte eine verstärkte „Außenleitung“ des Menschen (vgl. Riesman u. a.), eine Orientierung am „Identitäten-Markt“ (vgl. Berger/Luckmann). Der Wandel zur präfigurativen Kultur verlangt eine stärkere Orientierung am Hier und Jetzt, an den aktuellen Erfahrungen, verlangt spontanes und inventives Verhalten, und verweist damit auf eine neue Weise der Erfahrung und Verarbeitung von Realität, mit der die alten Wege als nicht mehr begehbar erkannt und verworfen werden. Trägersubjekt der Erneuerung ist das Kind bzw. der junge Mensch und nicht mehr die Generation der Eltern und Großeltern (vgl. Mead 1974, S. 104, 109).

Im Übergang zur präfigurativen Kulturstufe entstehen mit der Veränderung der materiellen Produktivkräfte (Digitalisierung der Gesellschaft) neue Anforderungen an die menschlichen Produktivkräfte, die im Wandel der Arbeitsgesellschaft zur Dienstleistungsgesellschaft und wissensbasierten Gesellschaft von bestimmten Formen entfremdender Arbeit freigesetzt sind. Derzeit wird das „Recht auf Arbeit“ zunehmend von dem „Recht auf Einkommen“ abgelöst. Möglicherweise befinden wir uns in einer Epoche, in der das „Reich der Notwendigkeit“ schrittweise vom „Reich der Freiheit“ abgelöst wird. Ein solcher Übergang, wie er in Anlehnung an Karl Marx beschreibbar ist, kann sich jedoch nicht aufgrund eines historischen Automatismus ergeben, sondern nur das Werk freier Menschen sein.

In einer Phase des Umbruchs geraten Marx zufolge die gesellschaftlichen Verhältnisse mit den (menschlichen und materiellen) Produktivkräften in einen Widerspruch. Marcuse, der diese Annahme teilt, stellt ergänzend fest, dass die materiellen Produktivkräfte ohne die gleichsinnige Bewegung freier Menschen die herrschende Gesellschaftsform hin zu einem befreiten Sein nicht aufzusprengen vermögen. Es müssen sich also die Menschen zu den selbstbewussten Subjekten des gesellschaftlichen Umbruchs entwickeln, denn nur sie können die Möglichkeiten eines befreiten Daseins realisieren. Auf der Grundlage dieser Ansicht ist es naheliegend, das Hauptaugenmerk auf die Menschen zu richten und auf die Veränderungen im Gesellschafts-Charakter, die diesen vom Mörtel zum Sprengstoff der gesellschaftlichen Verhältnisse umwandeln.

Auf diesem Hintergrund lässt sich die These von der präfigurativen Charakter-situation verstehen. In der gegenwärtigen Situation können die sich zuspitzenden krisenhaften Tendenzen die produktiven Kräfte des Menschen stimulieren und damit die Chance erhöhen, sein Überleben als Gattungswesen in einer Weltgesellschaft zu sichern, die zunehmend durch Vernunft, Liebe und Empathie bestimmt wird.

Mit der präfigurativen Charaktersituation ist für die Erziehung wie für die alltägliche Lebensgestaltung das Problem gegeben, dass jemand als erwachsen werdender Mensch Konditionierungen und Fesseln abstreifen muss. Frage ist auch, wie dieser Befreiungsprozess – von Erziehung unterstützt – vonstatten gehen kann. Wie kann der Mensch den „aufrechten Gang“ erlernen? Wie kann er Bewusstheit über sich und seine Beziehungen zur Welt erlangen? Wie kann er mit Vernunft und Liebe sein Leben gestalten und sich den dringenden Herausforderungen der Gegenwart stellen?

Der heutige Mensch, der von der Marketing-Orientierung geprägt ist, steht am Scheideweg. Er muss sich für einen unproduktiven oder einen produktiven Weg entscheiden. Vielleicht kommt ihm bei einer produktiven Entscheidung die gesellschaftlich immanente Experimentierhaltung und Flexibilität entgegen. In der Aus-

prägung des Marketing-Charakters übernimmt der Mensch verschiedene Haltungen. Er erprobt dabei auch neue Haltungen, er überprüft vielleicht auch, ob sie zu seiner verdeckten Individualität passen und diese hervorzulocken vermögen. Entscheidend ist, ob er Haltungen findet, die die Marketing-Existenz überschreiten. Frage ist: Wo bietet die Widersprüchlichkeit und Polyvalenz des Marketing-Charakters – seine Flexibilität, Erprobungsbereitschaft, maskierte Identität – reale Einbruchstellen für Veränderungen, die die alte Struktur transzendieren? Die Marketing-Orientierung ist ja nicht ein in „Reinkultur“ auftretender Realtyp, sondern ein Idealtyp. Im jeweiligen Individual-Charakter mag sie die vorherrschende Orientierung sein, tritt aber in einem Mischungsverhältnis auf, mit mehr oder weniger produktiven Tendenzen kombiniert, die oftmals in die Privatsphäre verbannt sind. Dabei kann das Gefühl von Ohnmacht und Langeweile eine Einbruchstelle für eine neue Lösung des Sinnproblems sein, sofern es dem Menschen gelingt, seiner eigenen Gefühlsrealität standzuhalten, ohne in Illusionen oder kompensatorische Aktivitäten zu fliehen.

Ob die Kritik an der überkommenen Lebensweise, die durch Überwältigungs- und Instruktionspädagogiken zementiert wird, sich zu konstruktiven Lösungen entwickeln kann, ist keine Frage, die bloß theoretisch und interpretierend zu entscheiden ist. Es bringt wenig, die Pädagogik des Seins als neue Wachstumspädagogik, die die lebensbejahenden freiheitlichen Tendenzen im Menschen stützen und fördern will, lediglich normativ-idealistisch zur Alternative zu erheben. Vielmehr sind ihre Realisierungsbedingungen zu überprüfen und praktisch zu erweitern. Dabei kann eine neue Interpretation des Erziehungsgeschehens im Zusammenhang mit Gesellschafts- und Identitätsstrukturen helfen, praktisch-normative und handlungsbezogene Ansatzpunkte zu entwickeln. Im Sinne des gesellschaftsdeterminierten Ansatzes von Erich Fromm lassen sich etwa folgende Fragen stellen, von deren Beantwortung es abhängt, inwieweit eine neue Erziehung in der Praxis Umsetzungschancen hat.

Wo findet die Erziehung zum Sein innerhalb der entfremdeten Gesellschaft punktuell oder tendenziell reale Möglichkeiten vor? Wo gibt es Widersprüche und Alternativen innerhalb der herrschenden Strukturen? Wo ist der Gesellschafts-Charakter in seiner systemstabilisierenden Funktion brüchig geworden? Wo ist keimhaft die Alternative einer authentischen Identität mit Wirkmächtigkeit und Produktivität zu finden? Welche (Erziehungs-) Ideen gewinnen – in Relation zu den sich entwickelnden Bedürfnissen der Menschen, ihren Lebenssituationen, ihrem Ringen um Identität – Aufnahme- und Realisierungsbereitschaft?

Kritisch-Humanistische Erziehung

Erziehung nach Erich Fromm

Bierhoff, B.

2016, IX, 57 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12198-3