



Einleitung: Die Aktualität Erich Fromms

Rainer Funk

„Einleitung: Die Aktualität Erich Fromms,“ in: R. Funk, H. Johach, and G. Meyer (Eds.), *Erich Fromm heute. Zur Aktualität seines Denkens*, München (Deutscher Taschenbuch Verlag) 2000, S. 7-19.

Copyright © 2000 and 2011 by Rainer Funk, Ursrainer Ring 24, D-72076 Tuebingen, E-Mail: [funk\[at-symbol\]fromm-online.com](mailto:funk[at-symbol]fromm-online.com).

Erich Fromm wäre am 23. März 2000 einhundert Jahre alt geworden. Dies ist Anlass genug, das Lebenswerk des 1980 verstorbenen Psychoanalytikers, Sozialphilosophen und Humanisten zu würdigen. Sein Einfluss auf die Kritische Theorie der Frankfurter Schule, die Entdeckung des autoritären und später des »Marketing«-Charakters sowie der Nekrophilie und seine Bedeutung als zentrale Figur des Humanismus des 20. Jahrhunderts sind ebenso erwähnenswert wie die weltweite Wirkung seiner Bücher *Die Furcht vor der Freiheit* (1941), *Die Kunst des Liebens* (1956) oder *Haben oder Sein* (1976).

Die Beiträge des Bandes illustrieren - auf bestimmte Anwendungsbereiche bezogen - Erkenntnisse Fromms, die von bleibender Bedeutung sind. Zunächst jedoch sollen hier einige wichtige allgemeine Einsichten dieses Humanisten und Gesellschaftskritikers skizziert werden.

Das Marketing als neues Strukturprinzip

In keiner uns bekannten Epoche der Menschheit hat das Marketing eine so umfassende und alle Lebensbereiche bestimmende Bedeutung gehabt, wie im ausgehenden 20. Jahrhundert. Das Marketing (im Sinne von »Vermarktung«) ist zur Philosophie der Wirtschaft, ja für viele heute zum Sinn des Lebens geworden. Alles orientiert sich daran, ob sich etwas »vermarkten« lässt: Politik richtet sich fast ausschließlich danach, was beim Wähler »ankommt« und das eigene Image fördert; Religion ist wahr, wenn sie »überkommt«; Kultur misst sich am Umsatz, also an dem, wie

gut sie sich verkaufen lässt; Persönlichkeit gilt es zur Darstellung zu bringen (dann hat man eine »Ausstrahlung«); Not, Bedürfnisse, Wünsche sind interessant, so lange man mit ihnen Geschäfte machen kann; soziale Dienste haben sich am Kunden zu orientieren, usw. Die Zauberformel heißt überall: Orientierung am Marketing.

Dies war vor 50 Jahren noch völlig anders. Damals wurde das wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Leben vom Anspruch auf »Herrschaft« (in Form von Kapital, Wissen, Standes- oder Klassenzugehörigkeit, Macht, Wahrheitsbesitz, Sachkompetenz usw.) bestimmt. Fromm hatte als erster Psychologe in den dreißiger Jahren mit dem Konzept der »autoritären Orientierung« aufgezeigt, dass der Anspruch auf Herrschaft damals alle Bereiche menschlichen Lebens dominierte und strukturierte. Was gemeinhin mit den 68er Jahren apostrophiert wird, lässt sich als Protest gegen diese autoritäre Orientierung verstehen und bildet eine Voraussetzung dafür, dass die Marketing-Orientierung dominant werden konnte.

Mit Fromms Konzept der Marketing-Orientierung, von ihm bereits in den vierziger Jahren entwickelt, lassen sich viele »Zeichen der Zeit« verstehen. Konformismus, Flexibilität, Mobilität, Leistungswille, Individualisierung, Egoismus, Sentimentalisierung, »Coolness« usw. sind deshalb Leitwerte des gegenwärtigen Menschen, weil sie unerlässliche Voraussetzungen für ein erfolgreiches Marketing sind und weil das Marketing zum wichtigsten strukturierenden Prinzip in den meisten Lebensbereichen geworden ist.

Psychologisch gesehen bedeutet die Orien-



tierung am Marketing immer, dass nicht das eigene Sein zählt - also die tatsächlichen Fähigkeiten, Eigenheiten, Bedürfnisse, Gefühle, Gedanken eines Menschen, sondern das, was sich verkaufen lässt, was ankommt, was vielversprechend verpackt ist. Es kommt nicht auf das eigene Sein und den tatsächlichen Inhalt an, sondern auf die Vorgabe und die Inszenierung. Nicht das, was faktisch gegeben ist, sondern das, was erzeugt und suggeriert werden kann, bringt weiter, ist und macht erfolgreich. So führt die Marketing-Orientierung faktisch zu einer Entwertung des Seins und des authentischen Selbsterlebens des Menschen.

Diesen Mangel an (Selbst-) Sein und im Selbsterleben versucht der Mensch auf verschiedene Weise zu kompensieren. Fromm hat einige der häufig praktizierten Kompensationsversuche aufgezeigt und damit zugleich der Gesellschaft »Spiegel« in die Hand gegeben, in denen sie sich und ihr Tun und Streben wiedererkennen kann.

Haben statt sein

Der mit der Marketing-Orientierung einhergehende Mangel an (Selbst-) Sein wird heute von vielen Menschen bevorzugt dadurch kompensiert, dass sie sich statt am (Selbst-) Sein am Haben orientieren. Die zweite, noch immer aktuelle Erkenntnis Fromms, ist deshalb die Orientierung am Haben statt am Sein.

Würde die Alternative »Haben oder Sein« nach dem Erscheinen des gleichnamigen Buches im Jahr 1976 vor allem als Aufforderung zum Verzicht, zum Nicht-Haben und Nicht-Besitzen (miss-)verstanden, so wird ihre eigentliche Bedeutung erst mit dem durch das Erstarken der Marketing-Orientierung bewirkten Verlust des (Selbst-) Seins offenkundig: Dieser Verlust an Eigenem wird etwa spürbar im Gefühl einer inneren Leere und in einem permanenten Verlangen, sich etwas aneignen zu wollen; in einer quälenden Langeweile, bei der man mit sich nichts anzufangen weiß; in einem Unvermögen, von innen heraus aktiv sein zu können; in einer depressiven Antriebslosigkeit, bei der ohne äußere Stimulation »nichts los« ist; manchmal wird der Verlust des (Selbst-) Seins in Verlustängsten spürbar, die als Panikattacken erlebt werden, sobald

man mit seinem Selbst allein gelassen ist.

Wie immer auch der Mangel an Sein erlebt wird, das Unvermögen, aus sich selbst etwas hervorzubringen, wird noch immer bevorzugt dadurch kompensiert, dass man sich etwas aneignet. Haben-Orientierung meint dabei gerade nicht, dass man fehlende immaterielle Güter durch materielle Güter ersetzt. Im Gegenteil, das Haben bezieht sich heute in zunehmendem Maße auf immaterielle Güter wie Kreativität, Gesundheit, Aktivität, Lebendigkeit, Spontaneität, Innovationskraft usw. Haben-Orientierung meint immer die ersatzweise und kompensatorische Konstituierung des (Selbst-) Seins durch das Haben - das Haben von Werten, Überzeugungen, Wissen, Ansehen, Recht, Wahrheit, Schönheit usw. Die Logik ist immer: nicht das, was wir aus eigenem Vermögen hervorbringen und aus uns »herausführen« (»pro-ducere«) können, ist wichtig, sondern das, was wir in uns hineintun, uns aneignen können. Eigentum entsteht nicht durch Aktualisierung des Eigenseins, sondern durch Aneignung von außen. Darum scheint die Orientierung am Haben wertvoller zu sein als die Orientierung am Sein. Das Habenwollen tritt an die Stelle des Seinwollens.

Die Bevorzugung inszenierter Wirklichkeit

Eine dritte Erkenntnis Fromms knüpft unmittelbar an die Kompensation des Seins durch die Orientierung am Haben an. Das Habenwollen erstreckt sich nicht nur auf Waren, Beziehungen, Werte usw., sondern auf ein anderes Wirklichkeitserleben. Statt die vorgegebene Wirklichkeit wahrzunehmen und zu gestalten, gilt es, Wirklichkeit zu inszenieren und inszenierter Wirklichkeit den Vorzug zu geben.

Der mit dem Erstarken der Marketing-Orientierung einhergehende Verlust an (Selbst-) Sein führt auch zu einer Schwächung der Ich-Funktionen. Wichtige Funktionen des Ichs sind die Realitätskontrolle und das Vermitteln von eigenen Bedürfnissen, Wünschen, Gegebenheiten einerseits, mit den Gegebenheiten und Anforderungen der Außenwelt andererseits. Zu den Gegebenheiten der Außenwelt gehört, dass sie uns die Befriedigung unserer wichtigsten körperlichen, psychischen und geistigen Bedürfnisse er-



möglichst, aber auch bedrohlich, hinderlich und enttäuschend sein kann. Diese Ambivalenz der Wirklichkeitserfahrung wird um so besser ausgehalten und positiv bewältigt, je mehr wir fähig sind, aus unserem eigenen Sein zu leben und auf eigenen Füßen zu stehen. Wer aus seinem eigenen Vermögen leben kann, erlebt sein Ich stabiler («Ichstärke»), verhält sich realitätsgerechter («Wirklichkeitssinn»), kann Versagungen leichter ertragen («Frustrationstoleranz») und sich mit der Endlichkeit des Lebens besser abfinden («Leidfähigkeit»).

Die Schwächung des (Selbst-) Seins geht mit einer Schwächung der genannten Ich-Funktionen einher, so dass sich der Versuch, den Mangel an (Selbst-) Sein zu kompensieren, bevorzugt darauf konzentriert, die Schwächung der Ich-Funktionen zu kompensieren. Die Lösung lautet hier: Statt die Wirklichkeit in ihrer Ambivalenz wahrzunehmen, erzeugt, konstruiert und inszeniert man sich eine Wirklichkeit, die so beschaffen ist, dass sich die Ich-Funktionen (Ichstärke, Wirklichkeitssinn, Frustrationstoleranz, Leidfähigkeit usw.) weitgehend erübrigen. Die Alternative: Wahrnehmung und Erforschung oder Konstruktion und Inszenierung von Wirklichkeit hat es schon immer gegeben. (Man denke nur an die Inszenierung von illusionärer Wirklichkeit in der Religion zur Zeit des Absolutismus).

Die Möglichkeit, Wirklichkeit zu inszenieren statt sie mühsam, leid- und versagungsvoll wahrzunehmen, hat aber mit den Errungenschaften der Technik und der industriellen Produktion, vor allem aber mit Hilfe der elektronischen Medientechnik und Unterhaltungsindustrie eine ungeheure Verführungskraft erlangt. Die Unterhaltungsgesellschaft, die Erlebnisgesellschaft, die Informationsgesellschaft - wie immer auch all die Trendbegriffe heute heißen, sie setzen vor allem auf die Inszenierung von Wirklichkeit. Die künstlich geschaffenen Erlebniswelten sind aufregender und spannender als das Erleben der Natur oder die Beziehung zu den Kindern; die vermittelte Nachricht ist glaubwürdiger als die selbst ermittelte; in den vom Menschen geschaffenen virtuellen Welten fühlt man sich mehr zuhause als in den eigenen vier Wänden. Die Faszination für Drogen und halluzinogene Manipulationen und Wirkstoffe erklärt sich aus der Bevorzugung selbst erzeugter Wirklichkeit und Wirklichkeits-

wahrnehmung. - »Cyberwelt« ist »in«, weil die selbst erzeugte Wirklichkeit als wirklicher und willkommener erachtet wird als die reale Wirklichkeit.

Fromm hat bereits in seinem Erstlingswerk *Die Furcht vor der Freiheit* (1941a, GA I) erkannt, dass Menschen, deren Selbst geschwächt ist, diesen Mangel mit der Erzeugung von »Pseudo-Wirklichkeiten« kompensieren. Er illustrierte diese Erzeugung damals mit dem hypnotischen Experiment und sprach von Pseudo-Denken, Pseudo-Fühlen, Pseudo-Wollen und Pseudo-Handeln. Heute könnte man provokativ sagen, dass die uns über Werbung und Medien vermittelte Wirklichkeit zu einer kollektiven Hypnotisierung führt und es sich kaum noch ausmachen lässt, ob das, was die Mehrheit denkt und fühlt, Produkt einer Massenhypnose ist oder das Ergebnis einer tatsächlichen Wirklichkeitserkenntnis vieler Menschen. Folgerichtig wird in der Postmoderne die Wahrheitsfrage und die Suche nach der Wirklichkeit als illusorisch und altmodisch denunziert. In den siebziger Jahren sprach Fromm vom »kybernetischen« Menschen und sah einen Zusammenhang zwischen dem Funktionalisieren der kybernetischen Menschen und schizophrenen Prozessen.

Kollektive narzisstische Größenphantasien und die Ächtung des Schwachen

Eine vierte Erkenntnis Fromms von bleibender Bedeutung ist sein Narzissmuskonzept und die Erkenntnis, dass gerade Gruppen dazu neigen, ihr Minderwertigkeitserleben mit kollektiven narzisstischen Größenphantasien zu kompensieren.

Die Anfang der sechziger Jahre entdeckte Bedeutung kollektiver narzisstischer Größenphantasien kommt erst heute richtig zum Tragen, wo immer mehr Menschen an Gefühlen innerer Leere, Depressivität, Langeweile und Nichtigkeit leiden. Wird der Mangel an Sein und Eigenvermögen nicht mit der Inszenierung einer weniger frustrierenden und leidvollen Wirklichkeit kompensiert, kommt es immer häufiger dazu, dass das geschwächte Selbsterleben mit Hilfe phantasierter eigener Großartigkeit kompensiert wird. Man inszeniert also keine paradiesische,



selbstgesteuerte Wirklichkeit, sondern ein Größenselbst, das das minderwertige Selbsterleben vergessen lässt.

Dieser narzisstische Kompensationsversuch führt freilich nicht nur dazu, dass man sich selbst großartig (»grandios«), unfehlbar, perfekt und auf der ganzen Linie als Sieger erlebt, sondern man braucht immer andere, auf die das eigene Versagen, das Fehlbare, Schmutzige, Hässliche, Unvollkommene, das bei einem selbst nicht erlebt werden darf, projiziert wird. Narzisstische Menschen spalten einfach den Mangel im (Selbst-) Sein von sich ab, verlagern ihn in ihre Umwelt und bekämpfen ihn dort. Dieses Aufspalten des ambivalenten Selbsterlebens geschieht einerseits dadurch, dass sie eine dicke (unsichtbare) Mauer um sich herum aufbauen, die sie vor jeder Kritik und Infragestellung ihrer Grandiosität schützt, andererseits durch eine aktive Verteufelung derer, auf die der eigene »Müll« projiziert wurde, um sich diese vom Leib zu halten.

Nähe und Verbundenheit zu anderen Menschen gibt es bei der narzisstischen Kompensation nur dann, wenn der oder die anderen die eigene Grandiosität teilen, fördern, spiegeln, ergänzen. Andere werden als Anbetungsverein oder Fan-Club, als Leibeigene oder Spiegel der eigenen Großartigkeit akzeptiert. Solange sie dieser Funktion gerecht werden und zur eigenen größeren Ehre beitragen, wird ihre Nähe wertgeschätzt und bekommen sie etwas vom eigenen Glanz ab. Entpuppen sie sich als Kritiker, Nestbeschmutzer, autonom denkende, fühlende und handelnde Menschen, dann muss man sie sich vom Hals schaffen.

Fromms bis heute nur wenig rezipierter Beitrag besteht darin, dass er diese narzisstische Dynamik in seinem Buch *Die Seele des Menschen* (1964a, GA II) auch auf soziale Größen angewandt hat. Auf diese Weise lässt sich nicht nur verstehen, was nationalistische, rassistische und fundamentalistische Bewegungen motiviert und warum es nach dem Ende des Kalten Krieges und dem Fall des Eisernen Vorhangs in Europa zu neuen Formen des Fremdenhasses kommt. Auch im mikro-sozialen Bereich der Paar- und Familienbeziehung lässt sich diese narzisstische Überhöhung des Eigenen und die Entwertung und Stigmatisierung des Nicht-Eigenen auffinden:

Das traute Glück der Zweisamkeit lebt nur allzu oft von der Projektion aller Aggressivität auf die böse Umwelt; das harmonische Binnenleben der Familie gründet auf der Entwertung aller, die nicht zum eigenen Clan gehören; der Zusammenhalt der alternativen Gruppierung braucht die Chemiegiganten als Umwelt-Feinde ebenso lebensnotwendig wie die Erfolgreichen in Wirtschaft und Politik die Ausgrenzung der Leistungsschwachen brauchen, um vom eigenen Versagen ablenken zu können.

Fromms Aktualität lässt sich ohne Zweifel bestens ins Bild bringen, wenn man den interaktions-sozialen, gruppenspezifischen und kollektiven Narzissismus ins Auge faßt, der für Gruppierungen typisch ist, die beim Marketing auf die Verliererseite geraten sind oder die von vornherein vom System zu Verlierern und Versagern gemacht und durch eine soziale und finanzielle Ächtung aus dem Blickfeld der Erfolgreichen verbannt werden wie etwa Behinderte, chronisch Kranke, psychisch Überforderte, Drogenabhängige, Langzeitarbeitslose.

Die Faszination für das Leblose und Dingliche

Neben der Marketing-Orientierung hat Fromm in den sechziger Jahren eine weitere, immer deutlicher zu Tage tretende Grundstrebung entdeckt: die heute immer stärker werdende Faszination für das Leblose und Dingliche. Auch mit ihr wird ein Mangel an (Selbst-) Sein und Selbsterleben wettgemacht. Wer nicht aus seinem Sein und Eigenvermögen lebt, fühlt sich innerlich leblos und ist auf belebende Stimuli angewiesen. Ein immer häufiger praktizierter Ausweg aus dieser Misere besteht darin, sich mit dem Leblosen zu identifizieren und alles das attraktiv zu finden, was dinglich und leblos ist bzw. in diesen Zustand gebracht werden kann.

Fromm hat lange gezögert, bis er (1964 in dem Buch *Die Seele des Menschen* und dann 1973 in dem Buch *Anatomie der menschlichen Destruktivität*) das Konzept einer solchen »nekrophilen« (von »nekros« = Leichnam, Lebloses) Grundstrebung in den hochindustrialisierten Gesellschaften veröffentlicht hat. Sie folgt immer der Logik, alles, was leblos und tot ist, attraktiver zu finden als das, was lebendig ist. Spektaku-



läer Ausdruck der Nekrophilie sind gewalttätige Exzesse einzelner Gruppierungen (zum Beispiel Autonome, Hooligans, Rechtsradikale, Terroristen, gewaltbereite Fundamentalisten, fanatische Abtreibungsgegner). Für solche Gruppierungen ist die Destruktivität zum Selbstzweck geworden. Sie üben »grundlos« Gewalt aus, das heißt aus purer Faszination für das Gewalttätige. Viele Gewaltexzesse (im Zusammenhang mit Fremdenhass, bei Fußballspielen, schwarzen Messen, Schießereien in Schulen, kollektiven Suiziden, aber auch völlig unmotivierte, aus der puren Langeweile und »weil nichts los ist« geborene Gewalthandlungen) lassen sich als Kompensationen einer meist nicht selbst verschuldeten Unfähigkeit, das Leben lieben zu können, verstehen nach dem Motto: Wenn ich aus einem mangelhaften Selbstvermögen schon nicht lieben und beleben kann, dann will ich wenigstens im Zerstören mich selbst erleben können.

So sehr die Nekrophilie in einem Mangel an (Selbst-) Sein und lebendigem Selbstvermögen wurzelt, so lässt sich dieses Defizit jedoch nur begrenzt mit der heute allgegenwärtigen Marketing-Orientierung begründen. Die Wurzeln für die nekrophile Gewalt reichen tiefer und haben mit der seit Jahrhunderten wachsenden Attraktivität des Berechenbaren zu tun. Berechenbar sind freilich nur Dinge oder lebendige Prozesse, die zum Zwecke der Berechnung verdinglicht werden. Lebloses und Berechenbares attraktiver zu finden als das Lebendige ist heute zum Allgemeinut geworden, entspricht dem »Zeitgeist« und wird vom »gesunden Menschenverstand« diktiert.

Die nekrophile Faszination für das Leblose und Dingliche stellt mindestens eine ebenso große Bedrohung des Lebens und der Kultur dar wie die Gewaltexzesse autonomer oder neonazistischer Gruppierungen. Angesichts der weitverbreiteten Ratlosigkeit, die Faszination für das Leblose zu verstehen und Wege zu finden, wie ihr gegengesteuert werden kann, sind Fromms Einsichten in die Psychodynamik des Nekrophilen von größter Aktualität.

Gerade die zuletzt genannte Konkretisierung der Aktualität Fromms lässt verstärkt fragen, was Fromm als Alternative zu bieten hat, ob er Antworten weiß und wenn ja, ob seine Antworten noch aktuell sind. Eine letzte Verdeutlichung der

Aktualität Fromms handelt deshalb von seinem Wissen um die Kunst des Lebens.

Das Wissen um die Kunst des Lebens

Fromm hat immer den Versuch gemacht, auch Lösungsstrategien zur Bewältigung der von ihm erkannten Fehlentwicklungen zu finden. Dies meint freilich nicht, dass Fromm Rezepte und Verhaltensnormen mitgeteilt hätte, deren Anwendung zu Lösungen führen würden. Mit »Lösungsstrategien« sind Orientierungen, Zielvorgaben und Leitwerte menschlichen Wollens gemeint, die dem konkreten normativen Verhalten eine bestimmte Ausrichtung und Qualität geben sollen. Um einige Beispiele zu nennen: Wenn ein bestimmtes Verhalten der Orientierung am Haben folgt, dann bietet Fromm eine alternative Lösungsstrategie an, nämlich das konkrete Verhalten so zu gestalten, dass in ihm das Sein und das Eigenvermögen zum Ausdruck kommen. Wenn mit einer konkreten Verhaltensreaktion die Fähigkeit, ein Versagen auszuhalten, umgangen wird, indem man in eine illusionäre Wirklichkeit flieht oder Zuflucht zu Grandiositätsphantasien nimmt, dann plädiert Fromm dafür, die Versagung und Enttäuschung auszuhalten und damit die Eigenkraft der Frustrationstoleranz zu stärken. Dies hat nichts mit dem Ideal des Verzichts zu tun, sondern ist ein Plädoyer für die Stärkung des Selbsterlebens. Oder: Wenn ein konkretes Verhalten die Unterwerfung unter die Autorität eines anderen Menschen zum Ziel hat, dann bietet Fromm als alternative Lösung den Ungehorsam an, um zu vermeiden, dass jemand durch sein Verhalten seine Autonomie verliert. Auch hier hat die Aufforderung zum Ungehorsam nichts mit Aufruhr und Rebellion zu tun, sondern soll die Selbstständigkeit als Ausdruck des Eigenvermögens sichern helfen.

Darin, dass Fromm nicht müde wurde, solche Lösungsstrategien zu benennen, unterscheidet er sich von den meisten anderen früheren Mitstreitern im Institut für Sozialforschung, die ihn wegen seines Wissens um Alternativen des Rückfalls in idealistisches Denken beschuldigt haben. Dieses Wissen um Alternativen und Fromms Fähigkeit, die Alternativen plausibel machen zu können, ist sicher ein wesentlicher Grund dafür,



warum Fromms Denken eine so nachhaltige Wirkung zeigt.

Der tiefere Grund ist aber noch ein anderer: Fromm war zeitlebens bemüht, an sich zu arbeiten und sein Selbsterleben von Verdrängungen und Projektionen zu befreien, um auf diese Weise sein (Selbst-) Sein zu erweitern und zu stärken. Allerdings war das, was Fromm an Entfremdung und Mangel des Selbsterlebens erkannte, für ihn nicht das Ergebnis einer Analyse der Gesellschaft »da drüben«, sondern immer zugleich auch ein Stück Selbsterkenntnis. Er verstand sich selbst als Manifestation der Gesellschaft, so dass Veränderung der Gesellschaft mit der Veränderung der in ihm spürbaren Defizite an (Selbst-) Sein zu beginnen hat. Dies unterscheidet Fromm von vielen anderen Wissenschaftlern und Gesellschaftskritikern, die die Defizite nur in ihrem Erkenntnisobjekt auszumachen versuchen und die Wissenschaftlichkeit ihrer Erkenntnisse gerade dadurch zu sichern meinen, dass die Untersuchungsmethode subjektive Faktoren und Defizite auszuschließen hat.

In dieser Hinsicht verbindet Fromm wenig mit dem, was heute meistens unter »Wissenschaft« verstanden wird. Vielmehr steht er diesbezüglich Literaten und Künstlern näher, die in ihrem künstlerischen Tun ihr Leiden an der Gesellschaft in sich selbst erkennen und kreativ durch die Aktivierung ihres künstlerischen Talents zu gestalten versuchen. Genau dies ist der gemeinsame Nenner von Fromms Lösungsstrategien: den Mangel, aus sich selbst und seinen Eigenkräften leben zu können, zu spüren, an ihm zu leiden und mit der Aktualisierung des in jedem Menschen selbst liegenden Vermögens kreativ - oder wie Fromm sagt: produktiv - zu antworten.

Solche »Lösungsstrategien« oder »produktiven« Orientierungsmodelle besagen immer, dass die geistigen, psychischen und körperlichen Eigenkräfte und Möglichkeiten des Menschen aktualisiert und potenziert werden - nach dem Vorbild der Kunst. Um den Vergleich mit dem Tun des Künstlers fortzuführen: Das, was bei der Realisierung der Eigenkräfte herauskommt, das »Produkt«, ist die Kunst des Lebens.

Diese Kunst des Lebens ist gekennzeichnet durch

- die Fähigkeit, in liebender Weise auf andere

bezogen zu sein, an ihrem Anderssein interessiert zu sein und dieses Eigensein des Anderen respektieren zu können (= Liebesfähigkeit);

- durch die Fähigkeiten, trotz des Angewiesenseins (nicht Abhängigkeit) auf andere auf eigenen Füßen zu stehen und die Ansprüche auf Autonomie (nicht Autarkie) auch durchsetzen zu können, also andere auch enttäuschen zu können (= Autonomiefähigkeit);
- durch die Fähigkeit, sich selbst auch in den verdrängten und verleugneten Persönlichkeitsaspekten wahrnehmen zu können (= Selbsterkenntnis);
- durch die Fähigkeit, sich selbst in seiner Ambivalenz, als vermögendes und fehlbares, schöpferisches und vergängliches Wesen erleben zu können (= ambivalentes Identitätserleben: Selbstbewusstsein; Selbstsicherheit; Selbstliebe; Angst-, Schuld- und Schamfähigkeit);
- durch die Fähigkeit, die Wirklichkeit in ihrer Gegebenheit, ohne Verzerrungen durch Wunschbilder und ohne durch Angst erzeugte Verleugnungen wahrnehmen zu können (= Wirklichkeitssinn; Vernunftfähigkeit);
- durch die Fähigkeit, die Wirklichkeit in ihrer befriedigenden und versagenden, erfreulichen und bedrohlichen Aspekten gleichermaßen erleben zu können (= ambivalentes Wirklichkeitserleben: Ichstärke; Leidfähigkeit, Frustrationstoleranz; Lebensfreude)

Die Beiträge - eine Übersicht

So naheliegend es ist, anlässlich eines 100. Geburtstags auf Leben und Werk zurückzublicken, so wird mit den hier versammelten Beiträgen eine andere Blickrichtung gewählt. Die Autoren lassen sich von der Frage nach der *Aktualität der Erkenntnisse Erich Fromms für die Gegenwart* leiten: Wie aktuell sind sie für den Menschen an der Schwelle zum dritten Jahrtausend? Welcher wissenschaftlichen Erkenntnis, welcher Sicht des Menschen, welcher Deutung gesellschaftlicher Prozesse, welcher Analyse kultureller Entwicklung kommt eine bleibende Bedeutung zu?

Die Beiträge dieses Bandes handeln von der Aktualität Fromms unter verschiedenen Perspektiven. Zunächst fragen die drei Herausgeber



nach der Bedeutung des psychoanalytischen Ansatzes Fromms und seiner Sozialpsychologie: *Rainer Funk* zeichnet den Weg nach, wie Fromm zu seinem Verständnis von Psychoanalyse der Gesellschaft kam und erhebt seine Bedeutung für die Gegenwart am Beispiel der heute allgegenwärtigen Marketing-Orientierung. *Gerd Meyer* zeigt am Beispiel einer an Fromm orientierten sozialpsychologischen Studie über Gesellschaftscharakterorientierungen von LehrerInnen in Ost- und Westdeutschland nach der Wende (*„Die Charaktermauer“*) Ertrag und Relevanz, aber auch offene Fragen des Frommschen Ansatzes auf. *Helmut Johach* befaßt sich, ausgehend von Fromms deutsch-jüdischer Biographie, vor allem mit den praktischen Konsequenzen seiner humanistischen Grundhaltung und zieht Verbindungslinien zur aktuellen politischen Situation.

In einem zweiten Teil wird Fromms Aktualität unter der Perspektive von Pädagogik und Sozialer Arbeit erhoben. *Burkhard Bierhoff* untersucht den Einfluss sich verändernder Sozialisationsbedingungen auf den Gesellschafts-Charakter der heutigen jungen Generation. *Helmut Wehr* stellt dar, wie sich die Rollen von Schülern und Lehrern verändern würden, wenn Fromms Biophilie-Konzept breiten Eingang in die Schule fände. *Ludwig Pongratz* analysiert die Einwirkungen der Marketing-Orientierung auf das Verständnis von Bildung und Weiterbildung, während *Jürgen Kalcher* mit Fromm die quantifizierende Sozialpsychologie und deren Wirkung auf die Soziale Arbeit kritisch hinterfragt.

Drei weitere Beiträge fragen nach der Aktualität des Frommschen Konzepts einer humanistischen Religion. *Volker Frederking* zeigt, in welcher radikaler Weise bereits Meister Eckhart die in Fromms Alternative von Haben oder Sein enthaltene Gesellschaftskritik vorweggenommen hat. Während *Jürgen Hardeck* die Unterscheidung von autoritärer und humanistischer Religion für ein undogmatisches, mehr auf »Seel-sorge« zielendes Religionsverständnis fruchtbar zu machen versucht, fragt *Jan Dietrich* mit Fromm in sozialpsychologischer Perspektive nach der Reli-

gion und der Funktion, die der Gesellschafts-Charakter für die Religion in ihrer historischen Verfaßtheit hat.

Die drei abschließenden Beiträge zeigen beispielhaft die gesellschaftspolitische Relevanz und Aktualität des Frommschen Denkens auf. *Carsten Schmidt* untersucht am Beispiel von Martin Walters Rede in der Paulskirche am 11. Oktober 1998 Elemente der Angst, des individuell wie kollektiv Verdrängten oder des »gesellschaftlichen Unbewussten« (Fromm) im Umgang mit der NS-Vergangenheit. *K. Peter Fritzsche* greift die in Fromms Buch *Die Furcht vor der Freiheit* entwickelten Grundgedanken der Flucht vor der Freiheit auf und illustriert, wie Modernisierung und der gegenwärtige Systemwechsel zwar neue Freiheiten ermöglichen, aber auch zu »sozialem Stress« führen. *Rainer Otte* schließlich reflektiert die Globalisierung im Lichte von Fromms Aussage, dass das physische Überleben der Menschheit von einer »radikalen seelischen Veränderung des Menschen« abhängt, und sucht Grundzüge einer Weltwirtschaftsethik zu entwickeln.

Alle Beiträge verdeutlichen, dass Fromm mit seiner Anleitung zur Kunst des Lebens Modelle und Orientierungen geschaffen hat, mit denen sich eine humanistische Ethik begründen lässt, die Leitwerte für die humanistische Organisation und Strukturierung von Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Kultur zu formulieren imstande ist. Freilich sind seine Antworten meistens konträr zum Mainstream der am Marketing und an der nekrophilen Berechenbarkeit orientierten Wirtschaft und Gesellschaft. Darum scheiden sich gerne die Geister an Fromm. Die einen halten ihn für einen blauäugigen Illusionisten oder machen ihn wegen seiner Gesellschaftskritik zu einem Pessimisten, die anderen spüren in seinen Erkenntnissen und Schriften einen unerschütterlichen Glauben an den Menschen, der ihnen Mut macht bei der eigenen Suche nach der Kunst des Lebens. So hat die bleibende Aktualität Fromms ihren eigentlichen Grund in der Aktualität der Kunst des Lebens.