



Von der Lust am Messen und ihren charakterologischen Wurzeln

Klaus Widerström

Impulsreferat zu einer Podiumsdiskussion am Ende der Tagung „Albert Schweitzer und Erich Fromm – Menschenbild und Erziehung“, die vom 3. bis 5. Oktober 2008 in Königfeld im Schwarzwald stattfand. Erstveröffentlichung in: Fromm Forum (deutsche Ausgabe), Tübingen (Selbstverlag – ISSN 1437-0956) Nr. 13 / 2009, S. 101-104.

Copyright © 2009 by Klaus Widerström, Die Kleine Beune 12, D-64319 Pfungstadt, E-Mail: info@widerstroem.de

Einleitung

Obwohl ich zwei Kinder im Schulalter habe, war mir doch nicht bekannt, welche Entwicklung sich heute auf dem Schul- und Universitätssektor tatsächlich abspielt. Der Beitrag von Jochen Krautz und die Lektüre seines 2007 erschienenen Buches „*Ware Bildung. Schule und Universität unter dem Diktat der Ökonomie*“ im Vorfeld dieser Tagung haben mir diese Entwicklung eindrücklich zu Bewusstsein gebracht.

Was Jochen Krautz anhand von akribischen Recherchen und eigenen Erfahrungen als Hochschullehrer dokumentiert, ist besorgniserregend. Er zeigt auf, wie weit die „Ökonomisierung der Bildung“ bereits fortgeschritten ist und wie geschickt und auf wie vielen Ebenen Lobbyisten und Vertreter großer Wirtschaftskonzerne und -institutionen aktiv Einfluss nehmen auf die Bildungspolitik unseres Landes, der Europäischen Union und sogar weltweit.

Vieles davon wurde uns in den Beiträgen dieser Tagung bereits deutlich. Marktgesetze werden Zug um Zug in die Bildungseinrichtungen implementiert: bei der Ausbildung der Lehrer, der Einrichtung von Vergleichstests für Schüler wie PISA, der Ökonomisierung aller Bereiche der Schul- und Hochschulverwaltung, der zunehmenden Privatisierung und Kommerzialisierung von Bildung usw. All dies ist einfach bedrückend.

Allerdings – als jemand, der sich mit Albert Schweitzer und Erich Fromm schon lange be-

schäftigt, hätte mich das alles eigentlich nicht so stark überraschen dürfen. Haben nicht beide zu ihrer Zeit bereits deutlich auf die zu erwartenden Fehlentwicklungen in unserer Kulturlandschaft hingewiesen? Schweitzer visionär schon in den zwanziger Jahren in seinen Büchern zu „Kultur und Ethik“, Fromm eine Generation später besonders seit seinem Ende der Vierzigerjahre erschienenen Buch „*Psychoanalyse und Ethik*“ und in den danach folgenden Büchern.

In „*Psychoanalyse und Ethik*“ hat Erich Fromm einerseits seine Erkenntnisse zur Natur des Menschen, zu seinen existentiellen Bedürfnissen, und andererseits zur Anwendung seiner sozialpsychologischen Sicht auf den individuellen und besonders den gesellschaftlich geprägten Charakter des Menschen, dargelegt. Hierfür prägte er den Begriff des „Gesellschaftscharakters“, der uns im Folgenden interessieren wird.

Im Folgenden möchte ich einen Zusammenhang herstellen zwischen

- der bedenklichen Entwicklung hin zu einer totalen Ökonomisierung aller Lebensbereiche (einschließlich des Bildungssektors), und zwar als allgemeingesellschaftliche Erscheinung, und andererseits
- den psychischen Energien und ihren unbewussten Wurzeln, die nach Erich Fromm auf Grund bestimmter Charakter-Orientierungen hinter solchen Ideologien und Haltungen und ihren Standardisierungsbemühungen



wirksam sein könnten.

Ein treffliches Beispiel für die folgenden Überlegungen ist die hier schon aufgeworfene Frage der Leistungsmessung von Schülerfähigkeiten (Stichwort: PISA). In welchem gesellschaftscharakterologischen Kontext könnte nach Erich Fromm ein solches Messen angesiedelt sein? Warum hat das Messen hier eine solch wichtige Funktion eingenommen? Kann man zudem heute – und das nicht nur in Schule oder Hochschule – tatsächlich von einer „Lust am Messen“ sprechen, also von einem mit Leidenschaftlichkeit betriebenen Messen und Zählen? Welche Motivationen oder Charakterzüge stehen dahinter?

Natürlich ist Messen und Zählen zunächst einmal grundsätzlich nützlich und aus unserem täglichen Leben überhaupt nicht wegzudenken. Es ist deswegen prinzipiell auch nicht zu kritisieren, wenn in vielen Bereichen unseres Lebens das Quantifizieren und das Vergleichen von Ergebnissen wichtig sind und dazu gehören. Allerdings liegt ja in allen „normalen“ Dingen auch immer eine Gefahr: Nämlich dann, wenn die gewonnenen Ergebnisse bestimmten negativen Zwecken unterworfen werden sollen.

Jürgen Kalcher bemerkt in einem Beitrag *Über die Vermessenheit des Messens sozialer Arbeit*, dass das Messen „...aber auch eine tiefe affektive Befriedigung mit sich bringen kann, weil es dem Messenden eine gewisse Verfügungsgewalt über das zahlenmäßig Erfasste verschafft. (...) Testanwender (können sich) so von ihrer Macht, über die sie mit Hilfe dieser Messinstrumente verfügen, faszinieren lassen, dass sie Testergebnisse für wichtiger halten als die untersuchten Personen.“ (J. Kalcher, 2000, S. 139.) Zählen und Messen ist somit häufig „...nicht nur ein ausschließlich intellektuelles Spiel, vielmehr vollzieht es sich grundsätzlich unter Beteiligung von Affekten und Emotionen mit viel Leidenschaft bis hin zu zwanghafter Verbissenheit.“ (A.a.O., 144.)

Es wird hier deutlich, dass es oft nicht nur um die sachliche Anwendung von Mathematik geht; vielmehr lässt sich erkennen, dass mit dem Messen und Vergleichen zugleich leidenschaftliche Ziele verfolgt werden, so dass zu fragen ist, um welche Ziele es dabei geht. Das von Erich Fromm entwickelte Konzept des „Gesellschaftscharakters“ bietet uns hier eine interessante

Möglichkeit der Einordnung aktueller Tendenzen der Messbarkeit.

Der Gesellschafts-Charakter

Zum besseren Verständnis dessen, was „Gesellschafts-Charakter“ meint, möchte ich seine Definition aus *Die Furcht vor der Freiheit* zitieren, wo er den Gesellschafts-Charakter vom Individual-Charakter abgrenzt: „Der Gesellschafts-Charakter (...) umfasst (...) den wesentlichen Kern der Charakterstruktur der meisten Mitglieder einer Gruppe, wie er sich als Ergebnis der grundlegenden Erfahrungen und der Lebensweise dieser Gruppe entwickelt hat.“ (1941a, GA I, S. 379.) Im Unterschied zum individuellen Charakter eines einzelnen Menschen ist der Gesellschafts-Charakter also der Bereich seines Charakters, den er mit den meisten Mitgliedern der Gesellschaft teilt, in der er lebt.

Im Blick auf die Charakterbildung kommt der Lebensweise des Einzelnen wie der gesellschaftlichen Gruppe eine besondere Bedeutung zu: „So wird die Lebensweise, wie sie für den Einzelnen *durch die Besonderheit eines Wirtschaftssystems gegeben ist*, zu dem Faktor, der primär seine ganze Charakterstruktur bestimmt, weil der gebieterische Selbsterhaltungstrieb ihn zwingt, die Bedingungen, unter denen er leben muss, zu akzeptieren.“ (A.a.O., S. 228; Hervorhebung von mir.)

Die sozialen und – hier sehr wichtig – auch die *ökonomischen* Bedingungen des Wirtschaftssystems, in dem jemand lebt, sind nach Erich Fromm also für die Entwicklung des Charakters des Einzelnen und der Gesellschaft von großer Bedeutung! Die Notwendigkeit der Anpassung führt dazu, „dass nämlich der Mensch, indem er sich den gesellschaftlichen Bedingungen anpasst, eben jene Charakterzüge entwickelt, aufgrund derer er *so handeln möchte, wie er handeln muss*. (...) Kurz, der Gesellschafts-Charakter internalisiert äußere Notwendigkeiten und spannt auf diese Weise die menschliche Energie *für die Aufgaben eines bestimmten ökonomischen und gesellschaftlichen Systems* ein“ (a.a.O., S. 383, Hervorhebung von mir).

Fromm unterscheidet in seinem Buch *Psychoanalyse und Ethik* dann idealtypisch ver-



schiedene Charakter-Orientierungen der Mitglieder einer Gesellschaft danach, ob sie im Prozess der Aneignung bzw. Assimilierung von Dingen oder aber im Beziehungsgeschehen zwischen Menschen, also bei der Sozialisation eine Rolle spielen. Was ihre Wirkungen betrifft, so können diese Orientierungen immer entweder überwiegend produktiv oder überwiegend nicht-produktiv sein. Er macht dabei aber auch klar, dass „der Charakter eines bestimmten Menschen meist eine Mischung aller oder einiger dieser Orientierungen ist, wobei allerdings eine dominiert.“ (1947a, GA II, S. 43.)

Es sind vor allem zwei der von Erich Fromm erkannten Orientierungen des Gesellschafts-Charakters, die für die Frage der „Lust am Messen“ von besonderer Bedeutung sind.

- Zum einen führt die sich noch immer ausbreitende *Marketing-Orientierung* zu dem Bedürfnis der Vergleichbarkeit von Menschen im Sinne ihrer Verwertbarkeit im aktuellen Wirtschaftssystem der Industrienationen;
- zum anderen zielen die heute so verbreiteten Verfahren des Messens und Registrierens, der statistischen Erfassung, der maschinellen Auswertung, der Kategorisierung und Fixierung darauf, auch lebendige Zusammenhänge messen zu wollen und sie zu etwas Nicht-Lebendigem zu machen – eine Tendenz, die Fromm mit der *nekrophilen* Charakter-Orientierung in Verbindung brachte.

Auf diese beiden Charakter-Orientierungen und ihren Bezug zur Frage des Messens und Verwertens von Ergebnissen, möchte ich nachfolgend noch näher eingehen.

Der Marketing-Charakter

Von den von Erich Fromm detailliert beschriebenen Charakter-Orientierungen kann die so genannte „Marketing-Orientierung“ als eine der besonderen Entdeckungen Fromms gelten. Er beschrieb die nicht-produktiven und damit dem Lebendigen zuwiderlaufenden Folgen dieser Marktphilosophie, die heute nur zu deutlich spürbar geworden sind, mit großer Voraussicht,

nämlich schon vor mehr als 60 Jahren.

Mittlerweile hat sich das Denken und Fühlen in den Kategorien des Marketings, wie Fromm es beschreibt, in allen Lebensbereichen ausgebreitet. Es geht immer um die Verkaufsstrategie. Grundlegend für diese Charakter-Orientierung ist die „Erfahrung, dass man selbst eine Ware ist und einen Tauschwert hat. (...) Erfolg hängt davon ab, wie gut sich jemand auf dem Markt verkauft, wie gut er seine Persönlichkeit einbringt, sich in netter Aufmachung präsentiert.“ (1947a, GA II, S. 48.)

Es kommt heute vorwiegend darauf an, „auf dem Personal-Markt (...) in Mode zu sein, man muss wissen, nach welcher Art Persönlichkeit die größte Nachfrage besteht. Dieses Kenntnis wird dem Menschen in allgemeinen Zügen schon *während des gesamten Erziehungsprozesses* beigebracht, *beginnend im Kindergarten und endend auf der Universität*“ (a.a.O., S. 49, Hervorhebung von mir).

Dort, wo das „Marketing“ die alles durchdringende Maxime des Marktes ist, kommt es nur noch auf Angebot und Nachfrage an. Die Ökonomie entscheidet, ob etwas wichtig oder unwichtig ist, richtig oder falsch, sozusagen gut oder böse ist! Ob jemand für das System brauchbar ist oder aber zum „Ausschuss“ des Systems gehört und – wenn überhaupt – nur noch für unangenehme Randaufgaben billig verwendbar ist, entscheidet sich meist schon sehr früh, ganz wesentlich auch in der Zeit von Schule und Ausbildung. Genau hier kommt die Frage der Messbarkeit ins Spiel!

Bildung im humanistischen Sinne der Erklärung der Menschenrechte der UNO oder auch im Humboldtschen Sinne stellt den Menschen in den Mittelpunkt, will seine freie Entwicklung fördern und ihm die Möglichkeit der Entfaltung seiner Eigenkräfte und Talente bieten, will auch die Fähigkeit fördern die gesellschaftlichen Entwicklungen zu hinterfragen und kritisch zu beurteilen.

Sind aber dies die Menschen, die das heutige Wirtschaftssystem im Sinne der Marketing-Orientierung braucht? Selbständige Menschen mit starker Persönlichkeit, die nachdenken und anschließend verantwortlich handeln – vielleicht gar ab und zu „nein“ sagen zu Konsumangeboten oder Medienmanipulation, oder auch lieber



ihre Freizeit sinnvoll verbringen, als zu viele unbezahlte Überstunden abzuleisten? Wie soll der junge Mensch im Sinne der Marketing-Orientierung beschaffen sein, der die Schule bzw. Hochschule verlässt?

- Er soll in allererster Linie über brauchbares Faktenwissen verfügen; Faktenwissen, das – natürlich zur Förderung des Wirtschaftswachstums - flexibel einsetzbar ist.
- Er soll Grundfertigkeiten erlangen, formbar sein und „leistungsbereit“ im Sinne wirtschaftlicher Nützlichkeit und Effizienz.
- Seine Ausbildung soll möglichst schnell und preisgünstig abgewickelt und am besten von ihm selbst, seiner Familie und der Allgemeinheit bezahlt werden.
- Er soll das Credo der so genannten „freien Marktwirtschaft“ nicht infrage stellen, sondern sich mit ihm identifizieren.

Bildung im humanistischen Sinne lässt sich natürlich nicht einfach messen, statistisch erfassen und vergleichen, das ist klar; Faktenwissen, ein Soll-Informationsstand und bestimmte Vollzugskompetenzen jedoch schon. Und hier genau sind wir bei Vergleichstests wie der PISA-Studie, die nach Meinung vieler Kritiker genau dies tun. Im eingangs erwähnten Buch *Ware Bildung* heißt es hierzu: „PISA zielt auf rein zweckorientiertes Denken und ökonomische Verwertbarkeit von funktionalem Wissen: *Der PISA-Test zielt auf den homo oeconomicus. Es geht darin um die materiellen Bedingungen des Lebens, um Nutzen und Profit.* (...) Der Idealtyp des PISA-Test ist derjenige, der sich später einmal am besten in Industrie, der Technik und der Wirtschaft auskennen wird.“ (J. Krautz, 2007, S. 82; Hervorhebung von mir)

Was bedeutet „Messen“ im Kontext der Marketing-Orientierung?

Messen ist hier Abprüfen eines gewünschten Informationsstandes, die faktische Feststellung, in welchem Ausmaß der Schüler funktionales Wissen angehäuft hat mit dem Ziel, seine Verwertbarkeit in einer vom Marketing bestimmten Ökonomie sicher zu stellen. Dies ist nichts anderes als das logische Resultat eines Gesellschafts-Charakters, der das Marketing über alles stellt –

auch über den Menschen. Der Mensch hat in dieser Philosophie nicht mehr den Vorrang, sondern wird Mittel zum Zweck.

Etwas zugespitzt ausgedrückt, geht es um die statistische Vergleichbarkeit des für die späteren Benutzer möglichst billig hergestellten „Produktes Arbeitnehmer“, um dann das gut verwendbare „Humankapital“ erkennen und profitorientiert einsetzen und so ganz nebenbei schon frühzeitig vom Ausschuss trennen zu können. Schüler und Studenten sind also ganz überwiegend nur noch „spätere Arbeitnehmer“, die selber benutzt werden und in der Lage sein sollen, andere zu benutzen. In dem Buch *Ware Bildung* gibt es zahlreiche Belege dafür, wie alle möglichen Wirtschaftsorganisationen und – teilnehmer massiven Einfluss nehmen. Stellvertretend sei nur *ein* Argument von vielen genannt: Es ist niemand anderes als die OECD, die *Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung*, die PISA initiiert und konzipiert hat und nun – sozusagen im Abonnement – die Durchführung befördert!

Der nekrophile Gesellschafts-Charakter

Nun zur zweiten, der nekrophilen Charakter-Orientierung. Während das Messen als Markt-Instrument noch eher „sachlichen“ Motiven folgt, ist das Messen als Ausdrucksform einiger Tendenzen der nekrophilen Charakter-Orientierung ein mit Leidenschaftlichkeit und starkem Gefühlsbezug verbundenes Streben.

Nekrophilie bedeutet zunächst wörtlich „Liebe zum Toten“ und meint klinisch eine Perversion, die sexueller Natur sein kann (nämlich das Streben danach, sexuellen Kontakt mit Toten zu haben), oder auch nicht-sexuell (dann, zumindest die Nähe von Totem zu suchen). Was Fromm nun mit diesem Begriff im Rahmen seiner Charakterlehre meint, beschreibt er in seinem Buch *Die Seele des Menschen* so: „Während das Leben durch strukturiertes, funktionales Wachstum gekennzeichnet ist, liebt der nekrophile Mensch alles, was nicht wächst, alles, was mechanisch ist. *Der nekrophile Mensch wird von dem Verlangen getrieben, alles Organische in Unorganisches umzuwandeln* (...) Eine tiefe Angst vor dem Leben erfüllt ihn, weil das Leben



seinem Wesen nach ungeordnet und unkontrollierbar ist.“ (1964a, GA II, S. 182; Hervorhebung von mir.)

Es geht also unter anderem um Ordnung und Kontrolle bei diesem Charakter. Dies lässt sich bei ein für allemal Festgelegtem, bei Mechanischem, besser realisieren, als bei sich ständig Veränderndem. Als das einfachste und augenfälligste Merkmal des heutigen Industriemenschen, den er auch den „kybernetischen Menschen“ nennt, erklärt Erich Fromm dessen Interesse am Mechanischen. Er sagt: „Die Welt des Lebens ist zu einer Welt des Nicht-Lebendigen geworden. (...) Die Symbole des Toten sind jetzt saubere glänzende Maschinen, (...) Strukturen aus Aluminium und Glas.“ (1973a, GA VII, S. 318.)

Fromm kommt zu dem Schluss, „dass die leblose Welt der toten Technisierung nur eine andere Form der Welt des Toten und des Verfalls ist. (...) Der kybernetische Mensch ist fast ausschließlich zerebral orientiert: (...) Er möchte wissen, wie die Dinge beschaffen sind, wie sie funktionieren und wie sie konstruiert sind oder manipuliert werden“ (a.a.O., S. 319).

Die Faszination des Lebendigen, seine Schönheit und Kraft, wird heute von vielen Menschen nicht mehr wirklich – also in ihrer Gesamtheit als Mensch mit Herz und Verstand - erlebt. Vielmehr haben die Errungenschaften der modernen Wissenschaft zu einem unglaublichen Boom hinsichtlich der Ausbreitung und Benutzung von technischen Geräten geführt und hier den zerebral orientierten Menschen bedient. Genau dies ist seit langem weltweit einer der stärksten Wachstumsmärkte. Erich Fromms Analyse stimmt heute mehr als je zuvor. Er schreibt: „Die Menschen finden heute mehr Gefallen an mechanischen Apparaten als an lebendigen Wesen.“

Wie wirkt sich diese Bevorzugung des Leblosen auf den Umgang mit anderen Menschen aus? Er analysiert weiter: „Die Begegnung mit anderen Menschen erfolgt auf einer intellektuell-abstrakten Ebene. Man interessiert sich für sie als Objekte, für die Ihnen gemeinsamen Eigenschaften, für die statistischen Gesetze des Massenverhaltens, aber nicht für lebendige Einzelwesen. All dies geht Hand in Hand mit einer ständig zunehmenden Bürokratisierung. (...) Im bürokratisch organisierten (...) Industriestaat wird der Geschmack dergestalt manipuliert, dass die Leute

auf vorkalkulierbare und gewinnbringende Weise möglichst viel konsumieren. *Ihre Intelligenz und ihr Charakter wird durch die ständig zunehmende Rolle von Tests standardisiert.*“ (A.a.O., S. 194; Hervorhebung von mir.)

Tatsächlich geht es heute vor allem darum zu standardisieren, Intelligenz und Charakter eine gewünschte Ausrichtung zu geben, mit dem ganz konkreten Ziel, die Art Mensch zu „bilden“ – man könnte auch sagen „herzustellen“ –, die einerseits optimal für die passende (Be-)Nutzung in den Strukturen des herrschenden Wirtschaftssystems brauchbar ist, die andererseits aber auch brav ihre Rolle als *homo consumens* (wie Fromm ihn nennt) erfüllt.

Schlussfolgerungen

Aus all dem liegt der Schluss nahe, dass in einer weitgehend durch den Marketing-Charakter geprägten Gesellschaft das Messen zu einem unverzichtbaren Instrument der Auswahl und Steuerung von so genanntem „Humankapital“ wird. Das Messen selbst wird dabei zu einem lustbesetzten Vorgang, der einer charakterologischen Leidenschaftlichkeit entspringt, die Ausdruck nekrophiler Tendenzen ist. Es geht dabei vor allem um Kontrolle, Kategorisierung, Fixierung und Eingrenzung.

Unter diesen Vorzeichen blendet das Messen das Menschliche weitgehend aus. Was hinderlich ist, das Allzumenschliche, seine Unvollkommenheiten, das Fehlbare, das Leidhafte – all dies wird negiert und damit zerstört. Der Mensch wird reduziert. Seinen Eigenkräften wird dabei entweder gar kein Raum gelassen oder sie werden nur selektiv und in dem Maße genutzt, wie sie zur Erreichung wirtschaftlicher Ziele als „Kompetenzen“ erwünscht sind.

Wie weit ist dieses Verständnis des Menschen doch von dem Bild des Menschen eines Erich Fromm oder eines Albert Schweitzer entfernt!

Literatur

Alle Fromm-Zitate sind der *Erich Fromm Gesamtausgabe in 12 Bänden* (GA I-XII), hrsg. von Rainer Funk, München 1999, entnommen:



- 1941a: *Die Furcht vor der Freiheit*, GA I, S. 215-392.
 - 1947a: *Psychoanalyse und Ethik. Bausteine einer humanistischen Charakterologie*, GA II, S. 1-157.
 - 1964a: *Die Seele des Menschen. Ihre Fähigkeit zum Guten und zum Bösen*, GA II, S. 159-268.
 - 1973a: *Anatomie der menschlichen Destruktivität*, GA VII, S. 1-444.
- Kalcher, J., 2000: „Über die Vermessenheit des Messens sozialer Arbeit“, in: R. Funk u.a. (Hg.), *Erich Fromm heute. Zur Aktualität seines Denkens*, München 2000, S. 138-155.
 - Krautz, J., 2007: *Ware Bildung. Schule und Universität unter dem Diktat der Ökonomie*, Kreuzlingen/München.

Copyright © 2009 by Klaus Widerström, Die Kleine Beune 12, D-64319 Pfungstadt
E-Mail: info@widerstroem.de