



## Die „Charaktermauer“ zwischen Ost- und Westdeutschen und das Problem des Umgangs mit dem Fremden

Rainer Funk

In gekürzter Fassung erschienen unter dem Titel „Ost- und Westdeutsche und ihr Umgang mit dem Fremden,“ in: *Standpunkt: sozial*, Hamburg (FHS für Sozialpädagogik Hamburg) No. 1, 1996, S. 36-45.

Copyright © 1996 and 2011 by Dr. Rainer Funk, Ursrainer Ring 24, D-72076 Tübingen; E-Mail: [funk\[at-symbol\]fromm-online.com](mailto:funk[at-symbol]fromm-online.com).

Von einer „Charaktermauer“ zu sprechen, die Ostdeutsche und Westdeutsche voneinander trennt, mag gewagt erscheinen. Immerhin verbindet Ost- wie Westdeutsche über Jahrhunderte eine gemeinsame Geschichte, Tradition und Kultur. Kann es sein, dass die Deutschen in Ost und West sich innerhalb von 45 Jahren so unterschiedlich entwickeln? Und sind sie in ihrer psychischen Tiefenstruktur so unterschiedlich geworden, dass man gar von einer „Charaktermauer“ sprechen kann, die sie trennt?

Tatsache ist, dass die Wiedervereinigung institutionell auf politischer und weitgehend auch auf ökonomischer Ebene vollzogen wurde. Die „Mauer“ aus Beton, die die Ost- und die Westdeutschen voneinander getrennt hat, gehört der Vergangenheit an. Tatsache ist aber auch, dass es - wie gerne gesagt wird - in den „Köpfen“ noch immer eine Mauer zwischen den Deutschen gibt. Es ist vielleicht nicht so sehr eine Mauer in den Köpfen, als vielmehr eine tiefe Kluft und Unterschiedlichkeit im Verhalten, im Wollen, in den Strebungen, Wertsetzungen, Menschen- und Gesellschaftsbilder, also eine Mauer auf Grund verschiedener leidenschaftlichen Strebungen und psychischer Strukturen und deshalb eine „Charaktermauer“, die die Deutschen noch immer trennt.

Wer immer Kontakte mit den vormaligen Getrennten pflegt, kommt nicht umhin, noch immer eine starke Unterschiedlichkeit zu registrieren. Diese lassen sich nicht auf die immer vorhandenen lands-

mannschaftlichen und binnen-ethnischen Differenzen zwischen den Deutschen reduzieren. Es sind vielmehr gesellschaftliche Unterschiede, denen je andere Motivations- und Charakterstrukturen zugrunde liegen und die sich gerade dadurch auszeichnen, dass der je andere Deutsche als ein Fremder erlebt wird. Aber nicht genug damit, bei Ost- und Westdeutschen lässt sich auf Grund der unterschiedlichen psychischen Tiefenstruktur auch ein je anderer Umgang mit dem Fremden konstatieren.

Um derartige gesellschaftsbezogenen Unterschiede in den Psychen der Menschen erheben zu können, hat Erich Fromm bereits in den dreißiger Jahren das Konzept des Gesellschafts-Charakters entwickelt, das noch heute auf Grund seines interdisziplinären Ansatzes und seiner - Soziologie und Psychoanalyse kombinierenden - Methodik aktuell ist. Es vermag gesellschaftliche und kulturelle Divergenzen sozialpsychologisch zu erklären. Unterschiedlichkeiten in ihrer (Sozio- und Psycho-) Dynamik zu verstehen, ist aber eine wesentliche Voraussetzung für den interkulturellen Dialog überhaupt und für den deutsch-deutschen im besonderen.

In einem ersten Abschnitt soll deshalb zunächst der Begriff des „Gesellschafts-Charakters“ erläutert werden, um dann die heute bei uns vorherrschenden Orientierungen des Gesellschafts-Charakters skizzieren zu können. In einem zweiten Abschnitt wird



FUNK-Online

mit einer Pilotstudie der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft bekannt gemacht, die mit Hilfe dieses Frommschen Konzepts die unterschiedlichen Charakterorientierungen von ost- und westdeutschen PrimarschullehrerInnen erforscht hat. Wichtigstes Ergebnis dieser analytisch-sozialpsychologischen Untersuchung ist die Erkenntnis, dass sich die Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschen vor allem aus der je verschiedenen Dominanz der Gesellschafts-Charakterorientierung ergeben. Während bei Ostdeutschen eine autoritär-paternalistische Gesellschafts-Charakterorientierung dominiert, zeigen die Westdeutschen neben einer starken narzisstischen Orientierung eine ausgeprägte Marketing-Orientierung. In einem dritten Abschnitt soll dann der je nach Gesellschafts-Charakterorientierung unterschiedliche Umgang mit dem Fremden aufgezeigt werden, damit in einem vierten und letzten Abschnitt diese Einsichten auf die deutsch-deutsche Situation angewendet werden können.

### 1. Zum Verständnis des Begriffs „Gesellschafts-Charakter“

Mit dem Begriff „Gesellschafts-Charakter“, wie ihn Fromm 1941 im Anhang zu *Die Furcht vor der Freiheit* (1941a) dargestellt und dann 1947 in *Psychoanalyse und Ethik* (1947a) konkretisiert hat, versucht Fromm seine psychoanalytische Verhaltenstheorie begrifflich zu fassen. Im Gegensatz zu verhaltenspsychologischen (behavioristischen) Ansätzen sieht die Psychoanalyse im menschlichen Verhalten die Äußerung eines Subjekts, bei dem ein und dasselbe beobachtbare Verhalten aus unterschiedlichen Beweggründen resultieren kann. Es ist also nicht nur das ins Auge fallende, geäußerte Verhalten, sondern es sind die diesem Verhalten in seiner Zielgerichtetheit zugrunde liegenden Beweggründe, die es zu erkennen gilt. Die Beweggründe selbst verstehen wir nicht nur als Reaktionen auf bestimmte innere und äußere Stimuli; vielmehr sind sie als im Menschen bleibend verankerte dynamische Wirkkräfte zu begreifen, die mit Energie ausgestattet sind. Sie zeigen sich als leidenschaftliche Strebungen, die das Verhal-

ten eines Menschen in einer relativ gleichbleibenden Weise bestimmen.

Aggressives Verhalten - zum Beispiel, wenn jemand einem anderen mit einem harten Gegenstand auf den Kopf schlägt - kann die Folge einer Lebensbedrohung sein, gegen die sich der Betroffene aggressiv zur Wehr setzt. Das in seiner Äußerung gleiche aggressive Verhalten kann sich aber auch unabhängig von einer Lebensbedrohung zeigen; oft tritt es spontan auf oder wird durch einen völlig unangemessenen Anlass ausgelöst. Situation und Umstände geben keinen gesicherten Aufschluss über die Intentionalität des Verhaltens. In diesem Fall kann das aggressive Verhalten aus der Grundstrebung resultieren, der Stärkere sein zu müssen, den anderen unterlegen erleben zu müssen, unter allen Umständen der Sieger zu sein - kurz, das aggressive Verhalten kann Ausdruck des ständigen Triebwunsches nach Vorherrschaft und Unterwerfung, also eines sadistischen Charakters sein. Es kann aber auch Ausdruck eines ständigen Bedürfnisses sein, alles andere, was nach Leben drängt, vernichten zu wollen. In diesem Fall ist das äußerlich gleiche aggressive Verhalten Ausdruck einer am Töten, Vernichten, Leblos-Machen interessierten Grundstrebung.

#### a) Freuds dynamischer Charakterbegriff

Das vorstehende Beispiel soll nur verdeutlichen, dass menschliches Verhalten nicht eindeutig ist, so dass nicht das Verhalten als solches interessiert, sondern die dahinter stehenden erkennbaren und unterscheidbaren Grundstrebungen (Charakterzüge und -orientierungen). Freud hat dem Begriff des Charakters eine neue, psychoanalytische Bedeutung gegeben, indem er ihn als eine energiegeladene psychische Struktur verstand, die vom Menschen im Laufe seiner Kindheit erworben wird und die als Wirkkraft menschlichen Denkens, Fühlens und Handelns das Gesamt seines Verhaltens disponiert.

Der Charakter veranlasst den Menschen, sich in einer bestimmten Weise zu verhalten. In sämtlichen, das Verhalten determinierenden Charakterzügen zeigt sich eine bestimmte Grundorientierung, die dem psychischen Geschehen eine Struktur gibt, so



dass der Mensch als „System“ begriffen werden muss. Diese Tiefenstruktur manifestiert sich in Charakterzügen, die für eine bestimmte Charakterorientierung typisch sind, und hat die Eigenschaft, relativ konstant zu sein.

Tiefenstruktur meint aber darüber hinaus auch, dass die das Verhalten determinierenden Charakterzüge und Charakterorientierungen *unbewusst* sein können. Eine in ihrem bewussten Erleben besonders um ihr Kind besorgte Mutter kann aus einer liebenden Grundstrebung heraus sich besorgt zeigen; das gleiche Verhalten kann aber auch das Ergebnis der Abwehr einer unbewussten Strebung sein, derzufolge die Mutter das Kind eigentlich hasst, die erschreckende feindselige Haltung gegenüber dem Kind aber mit besonderer Fürsorglichkeit zu kompensieren versucht.

## b) Charakterorientierung und Charakterzug

Nicht nur die Unterscheidung zwischen bewusst und unbewusst ist für das psychoanalytische Verständnis menschlichen Verhaltens wichtig, sondern auch die Unterscheidung zwischen Charakterorientierung und Charakterzug. Wenn jemand zum Beispiel leidenschaftlich gerne „shopping“ geht, dann muss gefragt werden, ob dieser „Trieb“ zu konsumieren eine Grundleidenschaftlichkeit - also eine eigene Charakterorientierung - ist oder ob er nur ein Teiltrieb - also ein für eine oder mehrere Charakterorientierungen typischer Charakterzug - darstellt. Ist das leidenschaftliche konsumtive Verhalten Ausdruck eines Charakterzugs, dann gilt es näherhin zu erforschen, welche Grundleidenschaftlichkeit sich in diesem Charakterzug manifestiert. Es gibt Menschen, die zum Konsum getrieben werden, weil sie mit dem Erwerb von Kleidern, Schmuck, Einrichtungsgegenständen usw. einen Wertzuwachs erleben, so dass sich in ihrem leidenschaftlichen Tun eine narzisstische Charakterorientierung Bahn bricht. Andere konsumieren leidenschaftlich, weil sich in diesem Charakterzug eine besitzenswollende, also eine hortende Charakterorientierung ausdrückt. Wieder andere - und ihre Zahl wird heute immer größer - geht leidenschaftlich gerne shopping, weil sich darin eine

nekrophile Grundleidenschaftlichkeit befriedigen kann, nämlich etwas zu kaufen, damit es verbraucht wird und dann weg ist. Die Kauflust, um zu verbrauchen, zeigt sich in der Wegwerfgesellschaft ebenso wie in der Kultur der „Schnäppchenjäger“ wie in der Lust daran, zu „müllen“, also möglichst große Berge von Müll - von Verbrauchtem - zu produzieren. Oft zeigt sich dieser Grundzug des „Verbrauchens“ bereits darin, dass auch das Geld verbraucht werden muss, und zwar bis nichts mehr im Geldbeutel ist bzw. bis der Überziehungskredit erschöpft ist und der Automat kein Geld mehr gibt.

Mit der Unterscheidung zwischen Charakterorientierung und Charakterzug grenzt sich die psychoanalytische Charakterologie auch von einer Einstellungs- oder Motivationspsychologie ab. Entscheidend ist beim charakterologischen Ansatz nicht die Erkenntnis des Charakterzugs, sondern die Erkenntnis der diesen Charakterzug qualifizierenden Charakterorientierung. Die Frage, ob eine starke leidenschaftliche Strebung als Charakterzug oder als Charakterorientierung zu begreifen ist, lässt sich manchmal nicht auf den ersten Blick entscheiden, sondern erst dann, wenn das gesamte Spektrum des leidenschaftlichen Strebens eines Menschen oder einer Gruppierung ins Auge gefasst wird. Wenn sich dann herausstellt, dass sich in den verschiedensten Äußerungsweisen eine gemeinsame Grundstrebung Bahn bricht, so dass verschiedene Charakterzüge die gleiche Grundstrebung zu realisieren versuchen, dann kann man bei der beobachteten Strebung von einer Charakterorientierung sprechen, weil sie für ein ganzes Verhaltenssystem ausschlaggebend ist.

## c) Erich Fromms erkenntnisleitendes Interesse: der Gesellschafts-Charakter

Erich Fromm hat den von Freud geprägten psychoanalytischen Charakterbegriff wesentlich erweitert, indem er ihn auf gesellschaftliche Größen angewendet hat. Lässt sich beobachten, dass Menschen, die unter gleichen oder ähnlichen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen bzw. kulturellen Bedingungen leben, ähnliche Leidenschaftlichkeiten des Denkens, Fühlens und Handelns zeigen, dann lassen



FUNK-Online

sich diese gruppen- oder massenpsychologischen Phänomene ebenfalls mit dem Begriff des Charakters fassen. Dies setzt allerdings voraus, dass man Gesellschaft und Gruppe anders versteht als die meisten Soziologen und Sozialpsychologen. Es gibt keine Gesellschaft als solche. Gesellschaft lässt sich nur fassen in den einzelnen Subjekten, die auf Grund einer bestimmten, sie verbindenden sozialen, ökonomischen, kulturellen Situation gleichgerichtete Charakterzüge und -orientierungen entwickelt haben. Dies bedeutet, dass Fromm nicht eine Massenseele oder eine vom sich verhaltenden Subjekt unabhängige soziale Größe im Auge hat, sondern immer den einzelnen Menschen als Ensemble gesellschaftlicher Verhältnisse und in den vielen einzelnen Menschen die Gesellschaft. „Gesellschaft und Individuum stehen sich nicht ‘gegenüber’. Die Gesellschaft ist nichts als die lebendigen, konkreten Individuen, und das Individuum kann nur als vergesellschaftetes Individuum leben.“ (E. Fromm, 1992e [1937], S. 76.) Gesellschaft lässt sich sozialpsychologisch nur fassen über leidenschaftliche Strebungen vieler einzelner Menschen, die zu einem gleichen Verhalten führen. Die psychische Struktur einer Gesellschaft und das gesellschaftliche Unbewusste wird nur über die Analyse der gesellschaftlich geprägten leidenschaftlichen Strebungen - der Gesellschaftscharakterzüge und -orientierungen - erkennbar.

Dieser besondere analytisch-sozialpsychologische Ansatz, den Fromm bereits Anfang der dreißiger Jahre entwickelt, führte ihn zu einer neuen Sicht der Prägung des einzelnen durch seine leidenschaftlichen Triebe. Für Fromm ist die leidenschaftliche Struktur des Individuums, also seine Charakterorientierung, in erster Linie durch jene Orientierungen determiniert, die sich für den einzelnen aus seiner Anpassung an die gesellschaftliche Lebenspraxis ergibt.

Das vorrangige Erkenntnisinteresse Fromms ist nicht nur im Blick auf gesellschaftliche Größen, sondern auch im Umgang mit einzelnen Menschen immer der Gesellschaftscharakter. „Die Verschiedenheit der Produktions- und Lebensweise der verschiedenen Gesellschaften beziehungsweise Klassen führt zur Herausbildung verschiedener, für diese Gesellschaft typischen Charakterstrukturen. Die einzel-

nen Gesellschaften unterscheiden sich nicht nur durch die Verschiedenheit in der Produktionsweise und ihrer sozialen und politischen Organisation, sondern auch dadurch, dass ihre Menschen bei allen individuellen Unterschieden eine typische Charakterstruktur aufweisen. Wir wollen diese den ‘sozial typischen Charakter’ nennen.“ (E. Fromm, 1992e [1937], S. 77.) Die Fruchtbarkeit des Begriffs des „sozial typischen“ oder Gesellschaftscharakters „muss sich daran erweisen, dass bei aller Allgemeinheit des Typs er dennoch spezifisch für die betreffende Gesellschaft ist und sich vom sozial typischen Charakter anderer Gesellschaften deutlich abhebt; ferner daran, dass auch die Analyse des Charakters des einzelnen mit allen seinen individuellen Zügen auf die Elemente des sozial typischen Charakters zurückführt, und dass erst das Verständnis des sozial typischen Charakters ein volles Verständnis des individuellen Charakters ermöglichen kann.“ (A. a. O.)

Die Einsicht, dass jedes Individuum in erster Linie durch seinen Gesellschaftscharakter geprägt wird, führt Fromm dazu, auch die Frage, wie es zur Ausbildung von Charakterzügen und -orientierungen kommt, neu zu sehen. Sigmund Freud nahm an, dass der Charakter in seiner Ausprägung das Ergebnis eines Entwicklungsprozesses eines vorgegebenen Triebes - nämlich der Sexualität - ist. Dieser Trieb ist mit einer Eigengesetzlichkeit ausgestattet, derzufolge er sich im Laufe der kindlichen Entwicklung an bestimmten erogenen Zonen (Mund, After, Phallus, Genital) manifestiert und dort durch die Einflussnahme der Umwelt (Erziehung, Werte, gesellschaftliche Erfordernisse etc.) ein bestimmtes Triebchicksal erleidet. Es kann zu Fixierungen auf den prägenitalen Triebentwicklungsstufen kommen oder zu Regressionen von höheren zu niedrigeren Stufen. Der Charakter spiegelt die Stufe der Entwicklung wider, bis zu der sich Menschen entwickelt haben.

Fromms Versuch, jene Triebstrebungen zu erkennen, die Menschen auf Grund eines gemeinsamen Lebensprozesses, das heißt auf Grund gleicher ökonomischer, sozialer, kultureller, politischer Strukturen, teilen, ließ ihn zu dem Schluss kommen, dass die im Charakter sich manifestierenden psychi-



FUNK-Online

schen Strebungen das Ergebnis eines Prozesses der Identifizierung mit den Erfordernissen des jeweiligen historischen Lebensprozesses ist (oder unter Umständen auch eine Reaktionsbildung gegen sie, wie sie sich zum Beispiel in Aussteigertypen niederschlägt).

Die im Menschen vorhandene, zunächst unspezifische psychische Energie erhält ihre Prägung erst durch das Bezogensein auf die Wirklichkeit und die Identifizierung mit deren Anforderungen (bzw. durch eine Reaktionsbildung gegen sie). Die leidenschaftlichen Strebungen des Menschen spiegeln also bei gesellschaftlich angepassten Menschen die Erfordernisse der historischen Wirklichkeit wider, so dass die Menschen einer bestimmten Gesellschaft das gerne und mit Leidenschaft tun, was eben diese Gesellschaft zu ihrem eigenen ökonomischen, sozialen, kulturellen und politischen Erhalt und Fortbestand braucht.

## 2. Überblick über die wichtigsten Gesellschafts-Charakterorientierungen

Fromm hat mit der Ausarbeitung verschiedener Gesellschafts-Charakterorientierungen in Abhängigkeit von den sozio-ökonomischen Verhältnissen Einsichten in die leidenschaftliche Tiefenstruktur des gegenwärtigen Menschen geliefert. Mit diesen Einsichten lassen sich nicht nur gesellschaftliche, gruppenspezifische und kulturelle Unterschiede vor dem Hintergrund unterschiedlicher gesellschaftscharakterologischer Orientierungen plausibel machen. Die gesellschaftscharakterologischen Einsichten erleichtern auch die Suche nach Gründen dafür, warum heute viele Menschen sich vor dem Fremden ängstigen, es hassen, auslöschen wollen oder sich ihm gleichgültig gegenüber verhalten. Wie oben dargestellt lässt sich ein bestimmtes Verhalten - und also auch der Umgang mit dem Fremden - nur dann richtig verstehen (und in seiner Dynamik und emotionalen Qualität verändern), wenn leidenschaftliche Teilstrebungen (also Charakterzüge wie Fremdenhass, Fremdenangst, Gleichgültigkeit gegenüber dem Fremden) als Realisierungen von Grundstrebungen (Orientierungen der Charakterstruktur) verstanden werden.

Nachfolgend soll nun ein Überblick über die heute gängigsten Gesellschafts-Charakterorientierungen gegeben werden. Zunächst zu den *nicht-produktiven Charakterorientierungen*. Hier lassen sich aus Fromms Gesamtwerk folgende drei mehr durch Nähe bzw. drei mehr durch Distanz gekennzeichnete (nicht-produktive) Charakterorientierungen im Umgang mit anderen und mit sich und bei der Güteraneignung systematisch darstellen:

- der *sadomasochistische* oder *autoritäre* Charakter mit seinen Grundstrebungen, andere beherrschen zu wollen (sadistisch) beziehungsweise sich diesen unterwerfen zu wollen (masochistisch). Im Umgang mit sich selbst herrscht die Grundorientierung vor, sich zu beherrschen (sadistisch) beziehungsweise sich selbst zu verleugnen und aufzuopfern (masochistisch). Bei der Aneignung von Gütern zeigen sich die Grundstrebungen im Nehmen (ausbeuterisch) und Empfangen (rezeptiv);
- der *Marketing-Charakter* gehört nur noch eingeschränkt zur ersten Gruppe, denn seine Grundstrebung ist ein chamäleonhaftes Sich-anpassen an das, was der Markt verlangt, ohne sich zu binden und zu identifizieren. Nähe im Sinne von Bindung und die Fähigkeit zu tiefergehenden Gefühlen wären Hindernisse bei der Befriedigung seiner Grundstrebung, ganz flexibel zu sein und sich je neu anzupassen. Im Umgang mit sich selbst zeigt sich bei dieser Grundorientierung der Wunsch, sich in seinem Eigensein zu negieren, sich leer zu machen und sich zu vermarkten und zu verkaufen.
- der *hortende* Charakter, der von der Grundleidenschaft getrieben wird, sich alles aneignen und aufbewahren zu wollen.

Hiervon abgrenzbar ist der durch Distanz gekennzeichnete *narzisstische* Charakter, bei dem es zwei verschieden starke Ausprägungen mit einer je verschiedenen Grundstrebung gibt.

- Der *leichte Narzissmus* („Narzissmus I“ in E. Fromm und M. Maccoby, 1970b, GA III, S. 499f.) zeichnet sich dadurch aus, dass zwar ein Umgang mit anderen stattfindet, doch ist dieser Umgang immer von der Strebung bestimmt, den



anderen zu verzwecken. Es geht in Wirklichkeit nie um den anderen, sondern immer nur um die Bedeutung, den Nutzen, den Wert, den er für einen selbst hat. Entsprechend ist beim leichten Narzissmus die Grundstrebung im Umgang mit sich selbst: Es geht immer um den Wunsch, selbst erfolgreich und bedeutsam zu sein. Dies geschieht entweder dadurch, dass der andere als Spiegel des eigenen Selbst oder komplementär als Teil des eigenen Selbst gebraucht wird.

- Dieses verzweckende Moment fällt beim *stark ausgeprägten Narzissmus* („Narzissmus II“ in E. Fromm und M. Maccoby, 1970b, GA III, S. 500) weg. Der Umgang mit anderen ist von der Grundstrebung bestimmt, den anderen entweder anzufeinden (wobei sich die Ausdrucksformen von der Gleichgültigkeit über das Desinteresse, den Neid bis hin zum destruktiven Wunsch, den anderen auszuschalten, erstrecken) oder zu vereinnahmen. Gleichzeitig ist der Umgang mit sich selbst ganz davon bestimmt, grandios zu sein.
- Schließlich gehört zu den Distanz schaffenden Grundorientierungen, der *nekrophile* Charakter. Dieser zeigt sich im Umgang mit Gütern als Grundstrebung des Vernichtens und Verbrauchens, während er im Umgang mit anderen als Wunsch, zerstörerisch bzw. im Umgang mit sich als Wunsch selbstzerstörerisch zu sein, in Erscheinung tritt.

Grundsätzlich lassen sich die Charakterorientierungen entsprechend ihrer Wirkung bezüglich Entfaltung, Wachstum und Integration der psychischen Kräfte unterscheiden. Die *produktive* Qualität der Charakterorientierung, die dem Menschen ein Erleben und den Vollzug von abgegrenzter Individualität, von Eigenständigkeit (Autonomie) und Subjektsein (Subjektivität) ebenso wie ein Erleben und den Vollzug von interessiertem Bezogensein auf die Wirklichkeit, von Wirklichkeitssinn (Fähigkeit zur Objektivität) und Liebesfähigkeit ermöglicht, verstärkt die integrativen und lebensliebenden Kräfte und führt zu einem Wachstumssyndrom.

Bei allen Gesellschafts-Charakteren unterscheidet Fromm zwischen einer produktiven und einer nicht-produktiven Orientierung. Je nachdem, wie stark die produktive oder nicht-produktive Orientierung ist, tendieren die jeweiligen Charakterzüge dazu, die Wachstumskräfte bzw. die Verfallskräfte zu stärken (vgl. E. Fromm, 1964a, GA II, S. 238). Die Kennzeichnung produktiv und nicht-produktiv gibt Auskunft darüber, ob die Dynamik der Charakterzüge auf Progression oder Regression ausgerichtet ist. Ein produktiver Charakter bzw. ein nicht-produktiver Charakter ist deshalb nicht als statische Größe, sondern als idealtypisch gefasste Orientierung der Charakterzüge zu verstehen.

### Systematik und Übersicht über die Charakter-Orientierungen und Grundleidenschaften

Orientierung	Umgang mit anderen	Umgang mit sich	Aneignung von Gütern
<b>autoritär: sadistisch</b>	beherrschen	sich beherrschen	sich nehmen
<b>autoritär: masochistisch</b>	sich unterwerfen	sich verleugnen	empfangen
<b>hortend:</b>	Besitz ergreifen	sich sichern	sammeln
<b>Marketing:</b>	sich anpassen	sich vermarkten	tauschen
<b>leicht narzisstisch:</b>	verzwecken	bedeutsam sein	vereinnahmen
<b>stark narzisstisch:</b>	anfeinden	grandios sein	missbrauchen
<b>nekrophil:</b>	zerstören	sich selbst zerstören	verbrauchen
<b>produktiv:</b>	lieben, vernünftig sein	lieben, vernünftig sein	tätig sein



Nicht-produktive und produktive Charakterorientierungen kommen im einzelnen Menschen in mannigfachen Mischungen und Stärkeverhältnissen vor. Deshalb muss man einerseits die Mischung der nicht-produktiven Orientierungen untereinander und die dabei dominante Orientierung erkennen; andererseits muss die Mischung der nicht-produktiven mit den produktiven Orientierungen erkannt werden, um den Grad der Produktivität bestimmen zu können.

### 3. Charakterorientierungen von Ost- und Westdeutschen

Im folgenden zweiten Abschnitt wird mit einer gesellschafts-charakterologischen Pilotstudie bekannt gemacht, die die Internationale Erich-Fromm-Gesellschaft zwischen 1990 und 1994 durchgeführt und 1995 unter dem Titel *Die Charaktermauer. Zur Psychoanalyse des Gesellschafts-Charakters in Ost- und Westdeutschland. Eine Pilotstudie bei PrimarschullehrerInnen* beim Verlag Vandenhoeck und Ruprecht veröffentlicht hat.

Mit der deutschen Vereinigung bot sich die einmalige historische Gelegenheit, die unterschiedliche Lebenspraxis der beiden deutschen Staaten und die unterschiedlichen Gesellschafts-Charakterstrukturen als Resultat der unterschiedlichen sozio-ökonomischen Verhältnisse empirisch zu untersuchen. Der Gesellschafts-Charakter zeichnet sich dadurch aus, dass er unter veränderten gesellschaftlichen Verhältnissen zunächst noch erhalten bleibt und sich erst allmählich den neuen Verhältnissen anpasst. Menschen, die bisher unter planwirtschaftlichen und staatssozialistischen Verhältnissen gearbeitet haben, haben einen anderen Gesellschafts-Charakter entwickelt als Menschen, die unter marktwirtschaftlichen und spätkapitalistischen Verhältnissen gelebt haben.

Der Charakter von West- und Ostdeutschen wurde an je fünfzehn LehrerInnen von Grundschulen bzw. Unterstufen erforscht. Diese Berufsgruppe bot sich unter anderem auch deshalb an, weil der Primarschulbereich besondere Bedeutung für die gesellschaftliche Anpassung hat.

Grundlage für die Studie waren Tiefeninterviews, mit denen gezielt nach den das Verhalten motivierenden Charakterstrukturen gefragt wurde. Da es zu den Fragen keine vorgefertigten Antworten gab, waren sie offen zu beantworten. Anschließend wurden die Interview-Antworten in einer Gruppe ausgewertet. Die Aufmerksamkeit der Gruppe richtete sich dabei nicht nur auf den Inhalt, auf Widersprüchlichkeiten und den emotionalen Gehalt der Antworten, sondern auch auf die Wahrnehmungen und Reaktionen, die die Antworten bei den AuswerterInnen hervorriefen. Diese Übertragungs- und Gegenübertragungswahrnehmungen der auswertenden Gruppe spielten als analytisches Erkenntnisinstrument eine wesentliche Rolle bei der Aufdeckung unbewusster Anteile der Tiefenstruktur der Interviewten. Diese anspruchsvolle Auswertungsmethode bedingte auch die relative kleine Zahl der untersuchten Personen. Die Bedeutung der Pilotstudie liegt daher in erster Linie in ihrem Anspruch, tiefenpsychologisch orientierte qualitative Feldforschung auf innovative Weise zu verwirklichen.

Die Dokumentation der Pilotstudie, wie sie in dem Buch *Die Charaktermauer* vorgelegt wurde, hat folgenden Aufbau: In der Einleitung (*Petra Tauscher*) werden die Entstehung unseres Projekts und unsere Arbeit dargestellt (verantwortliche AutorInnen jeweils in Klammern). Die theoretischen Grundlagen der Analytischen Sozialpsychologie Erich Fromms und damit auch dieser Pilotstudie entwickelt Kapitel II (*Rainer Funk*). In ihm werden das Konzept des Gesellschafts-Charakters und seine einzelnen Orientierungen in ihrer Erscheinungsweise und Psychodynamik vorgestellt. Da für den Gesellschafts-Charakter der vielen einzelnen der gesellschaftliche Kontext prägend ist, in dem sie leben, werden auch die Arbeits- und Lebensbedingungen von PrimarschullehrerInnen in Ost und West analysiert. Die Wahl der Untersuchungsgruppe, der PrimarschullehrerInnen, ergab sich aus der relativ vergleichbaren Berufssituation. Dieser lebensweltliche Kontext lieferte zugleich den Rahmen für die jeweiligen Charakterdispositionen in Ost und West und erlaubte Hypothesen über erwartbare typische Charakterorientierungen (Kapitel III und IV: *Gerd Mey-*



FUNK-Online

er; Kapitel III, 6, West: *Karl Kaz*).

Daran anschließend werden die Grundsätze des methodischen Vorgehens in der psychoanalytischen Erforschung des Gesellschafts-Charakters erläutert (Kapitel V, 1: *Petra Tauscher*). Sozialforschung im Sinne Erich Fromms will nicht nur wissenschaftliche Erkenntnisse gewinnen, sondern verfolgt auch ethische Zielvorstellungen. Fromm geht es vor allem um die Liebe zum Leben („Biophilie“), um Wachstum des Menschen, um den Vorrang der Orientierung am „Sein“ vor der am „Haben“. Subjektives und objektives Erkennen bilden eine Einheit, die notwendig ist für die Erforschung des gesellschaftlichen Unbewussten. Auf dieser Grundlage ist der offene Fragebogen aufgebaut und die Organisation der Befragung durchgeführt worden (Kapitel V, 2 und 3: *Karl Kaz*). Besondere Bedeutung wird der hier erstmals verwendeten Auswertungsmethode zugemessen, bei der die Gegenübertragungsreaktionen der Auswertungsgruppe als Instrument zur Erkenntnis des gesellschaftlichen Unbewussten der Interviewten genutzt wurden (Kapitel V, 4: *Enrique Ubilla*).

Danach werden die Befunde zu den dominanten Charakterorientierungen, wie sie bei den ost- und westdeutschen PrimarschullehrerInnen erkannt wurden, in ihren unterschiedlichen Ausprägungen und Schattierungen dargestellt (Kapitel VI wurde von der Gruppe gemeinsam erarbeitet. Zu ihr gehörten über die bereits Genannten hinaus außerdem noch *Stefan Otto*, *Ina* und *Reinhard Slotta*, *Matthias Stieber*, *Werner Storch*, *Wolfgang Weber* und *Peter Wriedt*). Die dominanten Charakterorientierungen werden in drei Formen dargestellt: zunächst anhand von Textbeispielen und Zitaten (Kapitel VI, 1), sodann in einer vertieften Auswertung in Form von sechs exemplarischen Kurzporträts (Kapitel VI, 2), und schließlich durch eine Querschnittsauswertung einzelner Fragen, die Aufschluss über jeweils bestimmte Charakterorientierungen geben (Kapitel VI, 3).

Im Schlussteil der Studie (Kapitel VII) werden die Anlage, die Vorgehensweise und die wichtigsten Befunde unserer Studie zunächst noch einmal zusammengefasst (*Rainer Funk*). Dann werden Charakterunterschiede in Ost und West im Kontext ih-

rer gesellschaftlichen Prägung interpretiert (*Gerd Meyer*) und Überlegungen angestellt, welche Anstöße diese Pilotstudie zur Weiterentwicklung der Theorie vom Gesellschafts-Charakter und der qualitativen Methoden einer humanistisch orientierten, psychoanalytischen Sozialforschung enthält (*Petra Tauscher*, *Karl Kaz*). Abschließend wird diskutiert, welche Relevanz diese Pilotstudie für die innere Einheit Deutschlands hat (*Gerd Meyer*).

#### 4. Eine Charaktermauer in Deutschland?

Die *Arbeitshypothesen* lauteten, dass bei den ostdeutschen UnterstufenlehrerInnen autoritäre Charakterorientierungen im Vordergrund stehen werden. Im Blick auf die westdeutschen GrundschullehrerInnen wurde von der Hypothese ausgegangen, dass sich - bedingt durch das marktwirtschaftliche System - eher erfolgsorientierte und narzisstische Charaktere finden werden, obwohl auch das westliche Schulsystem auf Grund der nicht unerheblichen Bürokratisierung stärkere autoritäre Grundstrebungen erwarten ließ.

Der Vergleich der psychischen Tiefenstruktur von ost- bzw. westdeutschen PrimarschullehrerInnen zeigte dann deutliche Unterschiede in den dominanten Gesellschafts-Charakterorientierungen. Die Bedeutung, die die berufliche Tätigkeit bei der Prägung des Charakters hat, erweist sich als vergleichsweise geringer als die Bedeutung, die die fundamentalen unterschiedlichen wirtschaftlichen und politisch-gesellschaftlichen Systeme für die Ausbildung der Gesellschafts-Charakterorientierungen haben.

Bei der Untersuchung der PrimarschullehrerInnen wurden autoritäre, leicht narzisstische, marketing-orientierte, hortende, nekrophile und produktive Gesellschafts-Charaktere gefunden. Unter quantitativem Aspekt ergibt sich aus der Untersuchung:

Von den 30 interviewten LehrerInnen zeigen insgesamt 16 eine dominant autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung. Werden auch sekundäre autoritäre Orientierungen miteinbezogen, so lässt sich insgesamt bei 23 LehrerInnen in Ost und West Autoritäres erkennen. Die zweithäufigste Charakterori-





entierung war der leichte Narzissmus: Hier zeigen sechs LehrerInnen, also ein Fünftel, einen dominant leicht narzisstischen Charakter. Unter Einbezug auch sekundärer Charakterorientierungen ist bei neun weiteren, also insgesamt bei der Hälfte der Befragten ein leichter Narzissmus festzustellen. An dritter Stelle folgt der Marketing-Charakter, der bei vier LehrerInnen dominant ist. Ansonsten wurden noch zwei hortende und je eine nekrophile und produktive Charakterorientierung gefunden.

Werden die gefundenen Charakterorientierungen getrennt nach Ost und West betrachtet, zeigt sich folgendes Bild: Bei 12 von 15 ostdeutschen LehrerInnen fanden wir einen dominanten autoritären Charakter (unter den restlichen drei waren je einer hortend, narzisstisch und produktiv), während unter den 15 westdeutschen LehrerInnen nur vier dominant autoritär sind. Zählt man die Marketing-Orientierung und die leicht narzisstische Charakterorientierung zusammen, dann ergibt sich als Kontrast zum Osten, dass unter den 15 westdeutschen LehrerInnen vier dominant marketing-orientiert und fünf leicht narzisstisch sind (außerdem vier autoritär, einer hortend und einer nekrophil. Der Vergleich zwischen Ost und West zeigt hier, dass im Osten (bei 12 von 15) weiterhin autoritäre Orientierungen vorherrschen, während westdeutsche Lehrer (9 von 15) eher marketing- oder narzisstisch orientiert sind.

Vergleicht man die 12 ostdeutschen LehrerInnen mit einem dominant autoritären Charakter mit den vier westdeutschen, dann fallen wichtige Unterschiede in der Art des Autoritären auf: Drei der vier Lehrerinnen aus Westdeutschland zeigen masochistische Strebungen im Umgang mit anderen; die vierte zeigt das Autoritäre nicht offen als Herrschaftswillen, sondern in bevormundend-fürsorglicher Weise. Bei den ostdeutschen LehrerInnen fällt vor allem ihr paternalistischer Autoritarismus auf, für den auch ein weiteres zentrales Merkmal typisch ist: die Wendung des Sadismus gegen die eigenen Gefühle. Gefühlsbeherrschung und - in deren Folge - Verleugnung der eigenen Gefühle (das von Maaz beschriebene Phänomen des „Gefühlsstaus“) kennzeichnen in besonderem Maße die autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung ostdeutscher LehrerInnen.

Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis im Vergleich zwischen Ost und West ist das Fehlen des Marketing-Charakters im Osten (nur dreimal sekundär) und seine viermalige Dominanz im Westen. Auffällig ist in diesem Zusammenhang auch, dass alle vier westdeutschen Marketing-Charaktere in Großstädten zu finden waren, während umgekehrt von den vier autoritären WestlehrerInnen nur eine in einer Großstadt lebte. (Sie war zugleich auch mit 51 Jahren die älteste.) - Beide Beobachtungen können für die Gesamtgesellschaft nicht als repräsentativ angesehen werden. Denn PrimarschullehrerInnen in Ost und West sind infolge ihrer faktisch unkündbaren Position wirtschaftlich gesichert und durch ihren Umgang mit noch anhänglichen Kindern mehr als der gesellschaftliche Durchschnitt von den Anforderungen nach Bezogenheit, nach Fähigkeit zu Nähe und nach Verbindlichkeit geprägt, wie sie für produktive, aber auch für autoritäre Charakterorientierungen typisch sind. Das Fehlen des durch Unverbindlichkeit und Oberflächlichkeit gekennzeichneten Marketing-Charakters im Osten und das überproportionale Vorhandensein autoritärer Charakterorientierungen trifft zwar auf die Gruppe der LehrerInnen zu. Für die ostdeutsche Gesamtgesellschaft sind einige sekundäre Marketing-Orientierungen zu erwarten. Auch für die westdeutsche Durchschnittsbevölkerung sind die vier westdeutschen LehrerInnen mit einem dominanten Marketing-Charakter nicht repräsentativ. Hier sind gesamtgesellschaftlich weitaus mehr Menschen mit einer Marketing-Orientierung zu erwarten.

Ein wichtiges Ergebnis ist auch das geringe Vorkommen von hortenden Charakterorientierungen. Diese für das Bürgertum und die Mittelschicht, zu der LehrerInnen zählen, früher so dominante Gesellschafts-Charakterorientierung ist nur je einmal im Osten und einmal im Westen nachweisbar. Weder im ostdeutschen Sozialismus noch in der Marktwirtschaft des Westens erfährt diese Orientierung eine Förderung. Bei beiden ist auch auffällig, dass sie mit einer sekundären narzisstischen Orientierung gemischt sind, so dass das Hortende weniger mit Anhäufen und Ansammeln zu tun hat als vielmehr mit einem Besitzstreben zur Sicherung des Selbstwertlebens.



FUNK-Online

Dass keine stark narzisstische Orientierung zu finden war (nur ein westdeutscher Lehrer wurde an der Grenze vom leichten zum starken Narzissmus diagnostiziert), mag mit der untersuchten Gruppe zu tun haben: LehrerInnen, die Kinder nur als Bedrohung und Gefährdung ihrer Größenvorstellungen erleben, sind eigentlich unvorstellbar im Schulalltag einer Primarschule. Eine leicht narzisstische Orientierung fand sich hingegen fünfmal im Westen und einmal im Osten, als sekundärer Zug immerhin noch bei vier Personen im Westen und bei fünf im Osten. Der leicht narzisstische Charakter nimmt den anderen zwar wahr, jedoch nur in einer oberflächlichen und verzweckenden Weise. Alles am anderen, was Bedeutung für das eigene Selbst haben kann, wird in selbstbezogener Weise wahrgenommen. Auch wenn der Lehrerberuf wie alle sozialen Berufe voraussetzt, dass die Betreffenden ein gesteigertes Interesse an anderen haben, so partizipieren sie dennoch an der gesamtgesellschaftlich zu beobachtenden Zunahme narzisstischer Selbstbestätigungsaktivitäten, und zwar vorzüglich dadurch, dass sie von ihrer Überlegenheit und dem Angewiesensein der ihnen Anvertrauten profitieren. dass PrimarschullehrerInnen gerade Kinder zur Stabilisierung ihres eigenen Selbst gebrauchen können, wundert nicht. Kinder sind mit ihrer Idealisierungsfähigkeit und Anhänglichkeit in der Latenzzeit besonders dankbare Gegenüber für narzisstisch bedürftige Menschen.

Dass nur eine einzige westdeutsche Grundschullehrerin als dominant nekrophil erkannt wurde, mag ebenfalls mehr auf die untersuchte Gruppe zurückzuführen sein als auf die gesellschaftlichen Realität. Wer das Leben meidet und hasst und wer Wachstum als Bedrohung erlebt, wird nicht LehrerIn und will nicht mit Kindern zwischen sechs und zehn Jahren zu tun haben.

Auch wenn nur ein einziger Lehrer mit einer dominant produktiven Gesellschaftscharakterorientierung gefunden wurde, spielt die Produktivität als sekundäre Orientierung keine unwesentliche Rolle. Es zeigen sich auffällige Unterschiede zwischen Ost und West. Nicht nur, dass der einzige produktive Charakter aus dem Osten kommt, auch bei den Mischungen mit sekundär produktiven Orientierungen zeigt sich ein Überge-

wicht von sechs zu drei für den Osten. Von den sechs ostdeutschen LehrerInnen, deren Charakterstruktur eine Mischung mit der produktiven Orientierung zeigt, sind fünf dominant autoritär und eine dominant narzisstisch. Der Vergleich zwischen Ost und West wirft die Frage auf, ob das restriktive paternalistisch-autoritäre System der DDR nicht doch noch mehr produktive Charakterorientierung ermöglichte als die an der anonymen Autorität „Markt“ orientierte westliche Industriekultur, in der die Entfremdung des Menschen von seinen Eigenkräften deshalb fortgeschrittener ist, weil sie den einzelnen zwingt, seine produktiven Eigenkräfte zu verleugnen, um sich erfolgreich am „Markt“ und an der Verkäuflichkeit zu orientieren.

Der Unterschied zwischen Ost und West hinsichtlich der produktiven Charakterorientierung zeigte sich bei der Auswertung vor allem darin, ob und welche „flowers“ (Veränderungswünsche, Wachstumsindikatoren, Verantwortungsgefühl, Interessiertheit und Bezogenheit usw.) bei den Interviewten wahrgenommen wurden. Während bei der Auswertung aller 15 Ostinterviews solche „flowers“ wahrgenommen wurden, fehlte bei drei Westinterviews diese Wahrnehmung überhaupt; sie waren oft selbstbezogen und deshalb nicht klar von rein narzisstischen Selbstbesetzungen abgrenzbar.

Mit dem Aufweis der heute vorherrschenden Typen von Gesellschaftscharakterorientierung wurde zugleich versucht, einen Beitrag zur Erkenntnis dessen zu leisten, welche grundlegenden psychischen „Triebkräfte“ heute bei vielen Menschen am Werk sind. Was andere mit Begriffen wie „Verhaltensmuster“, „Zeitgeist“, „Zeitdiagnose“, „Sozialisationstypen“, „Zivilisationsprozesse“ usw. zu fassen versuchen, wird hier vom analytisch-sozialpsychologischen Ansatz Fromms her als Orientierungen des Gesellschafts-Charakters begriffen. Mit dem theoretischen und praktischen Aufweis der verschiedenen Charakterorientierungen und der in ihnen wirkenden, je verschiedenen Psychodynamik wird ein Einblick in die psychische Tiefenstruktur der gegenwärtigen Gesellschaft in Ost- und Westdeutschland gegeben, auch wenn keine quantitativen Aussagen darüber gemacht werden können, wie groß jeweils die Anteile der Orientierungen, ge-



samtgesellschaftlich gesehen, sind. Ohne Zweifel bestehen aber die größten Unterschiede darin, dass in Ostdeutschland die autoritär-paternalistische Orientierung dominiert, während in Westdeutschland die Marketing-Orientierung vorherrscht und in deren Folge eine immer stärker werdende narzisstische Gesellschafts-Charakterorientierung.

## 5. Gesellschafts-Charakterorientierungen und Umgang mit dem Fremden

Im dritten Teil wird bei der autoritären und bei der Marketing-Orientierung nach dem für sie jeweils typischen Umgang mit dem Fremden gefragt, um dann die daraus gewonnenen Einsichten im vierten und letzten Teil auf die deutsch-deutsche Situation anzuwenden. Die Einsichten in die Charakterorientierungen erleichtern die Suche nach Gründen dafür, warum heute viele Menschen sich vor dem Fremden ängstigen, es hassen, auslöschen wollen oder sich ihm gleichgültig gegenüber verhalten. Wie oben dargestellt lässt sich ein bestimmtes Verhalten - hier also der Umgang mit dem Fremden - nur dann richtig verstehen (und in seiner Dynamik und emotionalen Qualität verändern), wenn leidenschaftliche Teilstrebungen (also Charakterzüge wie Fremdenhass, Fremdenangst, Gleichgültigkeit gegenüber dem Fremden, aber auch zum Beispiel Irritationen - bis hin zu Hass oder Gleichgültigkeit - zwischen Ost- und Westdeutschen) als Realisierungen von Grundstrebungen (Orientierungen der Charakterstruktur) verstanden werden. Im Blick auf die deutsch-deutsche Situation interessiert nicht nur, wie unterschiedlich Ost- und Westdeutsche mit dem (nicht-deutschen) Fremden umgehen, sondern auch, wie sehr der jeweils andere Deutsche als fremd erlebt wird und welchen Umgang die Deutschen in Ost und West entsprechend ihrer unterschiedlichen Gesellschafts-Charakterorientierungen mit dem „fremden“ Deutschen pflegen.

Will man die für den Umgang mit dem Fremden typischen Reaktionen und Charakterzüge bei den einzelnen Orientierungen ermitteln, so gilt es,

- sich auf die betreffende Grundstrebung einzufüh-

len und nachzuspüren, wie sich die Grundstrebung im Umgang mit anderen „anfühlt“, welche leidenschaftlichen Strebungen einen jeweils „ankommen“, was einem entsprechend der Charakterorientierung „Lust macht“ im Umgang mit anderen;

- dann ist zu erfragen und zu erfüllen, was aus der Logik der Charakterorientierung als etwas Fremdes und Unbekanntes erlebt und erkannt wird und
- wie bei einer solchen affektiven Lage auf das Fremde und Unbekannte emotional reagiert wird bzw. wie mit ihm umgegangen wird.

Nach diesem Schema soll nachfolgend beim autoritären und beim Marketing-Charakter jeweils in einem Dreischritt die „leidenschaftliche Grundstrebung“ in ihrer triebhaften Logik erfasst und dann danach gefragt werden, was jeweils bevorzugt als „fremd“ erlebt wird und wie die zu erwartenden Reaktionen und Charakterzüge im Umgang mit dem Fremden aussehen.

### a) Die leidenschaftliche Grundstrebung des autoritären Charakter

Die autoritäre Leidenschaftlichkeit ist eine sadomasochistische: Der Autoritäre will sich und andere *beherrschen* und sich und andere *unterwerfen*. Kennzeichnend ist darüber hinaus, dass zwar der sadistische und der masochistische Aspekt auf verschiedene Bereiche, Bezüge, Personen oder auch auf verschiedene Aspekte von sich selbst aufgeteilt wird, es aber gleichzeitig zu einer wechselseitigen symbiotischen Abhängigkeit der so unterschiedlichen Personen oder Aspekte kommt. Der allmächtige Diktator ist psychisch ebenso darauf angewiesen, dass sich ihm Menschen unterwerfen und seiner Macht bedingungslos huldigen, wie die Unterwürfigen psychisch auf ihren allmächtigen Führer angewiesen sind und sich psychisch an seiner Herrschaft laben. „Beide (sind) in eine völlige Abhängigkeit voneinander geraten“ (E. Fromm, 1941a, GA I, S. 310). Beide projizieren Aspekte des Eigenen auf den anderen, bleiben aber über den anderen, den sie be-



FUNK-Online

herrschen oder dem sie sich unterwerfen mit dem eigenen (in entfremdeter Weise) verbunden. Die leidenschaftliche Grundorientierung des Autoritären ist dabei immer Herrschaftserleben bzw. Ohnmachtserleben, beherrschen wollen bzw. sich unterwerfen wollen.

### (1) Was ist dem Autoritären fremd?

Wenn Machtgefühl und Ohnmachtgefühl die Grundaffekte sind, und wenn Herrschaftswille und Unterwürfigkeit die Grundtriebe des Autoritären sind, was wird dann als der / die / das Fremde wahrgenommen und als fremd und befremdend erlebt? Beim autoritären Charakter kann man sagen, dass zunächst einmal - je nachdem - entweder das Mächtige oder das Ohnmächtige (bzw. das, was mit Macht und Ohnmacht, Herrschaft und Unterwerfung, Beherrschung und Unterwürfigkeit unmittelbar verquickt ist) als das Fremde erlebt wird. Für den Unterwürfigen ist das Starke und Machtvolle das Fremde, für den Herrschenden ist das Schwache und Ohnmächtige das Fremde, und zwar gerade deshalb, weil sich der Herrschende seines Schwachsein, seiner Ohnmachtgefühle, seiner Abhängigkeits- und Passivitätsaspekte entfremdet hat, indem er sie auf den von ihm Unterworfenen und Beherrschten projiziert hat, während der Unterwürfige sich seiner Stärke, Macht, Selbstbestimmung, Aktivität entfremdet hat, indem er sie auf die Autorität projiziert hat. Durch die gegenseitige Abhängigkeit voneinander (auf Grund der Symbiose und der Tatsache, dass der andere das entfremdete Eigene darstellt, das auf den anderen projiziert wurde) ist der jeweils andere aber nicht wirklich ganz fremd.

Viel fremder sind bereits jene, die nicht zum eigenen autoritären System gehören und also einen anderen Gott anbeten oder einem anderen Führer oder imperialistischen System verpflichtet sind. Sie stellen eine Provokation dar, reizen zur Eroberung und müssen dem eigenen Autoritätsanspruch und -system unterworfen werden.

Aber es gibt noch etwas viel Fremderes, nämlich Menschen, die sich nicht nach dem autoritären Prinzip von Macht und Ohnmacht, Herrschaft und Unterwerfung bzw. von Beherrschenwollen und Unterwürfigsein organisieren und leben, sondern

gemäß anderen Organisationsformen - zum Beispiel brüderlich-schwesterlichen, solidarischen, kommunikativen, kollektiven, sippenförmigen, clanhaften Organisationsformen des Zusammenlebens. Zu dieser Erfahrung von Fremdheit gehören auch Tiere, sofern sie sich nicht dem Autoritätsanspruch des Menschen beugen und sich zu „Haustieren“ und „Schoßtieren“ machen lassen. (Hunde sind für das „Herrschen“ deshalb auch eigentlich keine Tiere mehr, sondern Freunde, die aufs Wort hören.)

### (2) Wie geht der Autoritäre mit dem Fremden um?

Die Differenziertheit, mit der der Autoritäre das Fremde erlebt, zeigt sich auch in seinem Umgang mit dem Fremden. Natürlich ist sein Umgang immer durch seinen Sadomasochismus geprägt, denn beherrschen oder unterwürfig sein zu wollen, ist die Grundorientierung seines Verhaltens überhaupt und seines Umgang mit sich und mit anderen im besonderen.

Der Fremde innerhalb der eigenen autoritären Struktur ist immer der symbiotische Gegenspieler. So sehr der Herrschende auf seine Untertanen symbiotisch angewiesen ist, so sehr lebt der Autoritäre davon, den Untertan sadistisch auf Distanz zu halten, zu erniedrigen, Gehorsam und Ergebenheit zu fordern und zu erpressen. *Repressive Gewalt* in allen möglichen Spielarten - von Bevormundung und Relegierung bis zu Folter und Lust am grausamen Quälen des Unterworfenen - ist die bevorzugte Art des Umgangs mit dem Fremden der eigenen autoritären Struktur. Anders beim Beherrschten: Auch er hält die Autorität, auf die er symbiotisch angewiesen ist, auf Distanz, aber dadurch, dass er masochistisch die Autorität idealisiert und bewundert und sich selbst entwertet und verleugnet. *Unterwürfigkeit* in allen möglichen Spielarten - von selbstloser Aufopferung, blindem Gehorsam, verzehrender Pflichterfüllung bis hin zu Selbstdemütigung, Speichelleckerei und Selbstkastrierung - kennzeichnet seinen Umgang mit dem Fremden innerhalb der eigenen autoritären Struktur.

Sofern das Fremde einer anderen autoritären Struktur angehört, wird es bevorzugt dadurch bekämpft, dass man mit dem Fremden *rivalisiert*, es zum Feind erklärt und der eigenen autoritären



Struktur zu unterwerfen versucht. Die eigene Autorität muss gestärkt und aufgerüstet werden, die andere Autorität muss überwältigt, entmachtet und der eigenen Autorität untergeordnet werden. Autoritäre politische Systeme betrachten sich immer gegenseitig als Rivalen und warten nur darauf, wann der andere eine militärische Unterlegenheit zeigt, um ihn erobern zu können. Kalter und heißer Krieg sowie die Logik der Abschreckung sind deshalb typische Begleiterscheinungen autoritärer („imperialistischer“) politischer Systeme. Ähnliches lässt sich im Blick auf rivalisierende gesellschaftliche Gruppierungen in autoritären Systemen sagen: Es rivalisieren um den Machtanspruch dann Gewerkschaft und Unternehmer, Kirche und Staat, Wissenschaft und Politik usw. dass mit dem Fremden eines anderen autoritären Systems in rivalisierender Weise umgegangen wird, gilt meist sowohl für den sadistisch wie für den masochistisch identifizierten Autoritären. Oft sind es gerade die Unterwürfigen und der eigenen Autorität ganz Ergebenen, die gegen die feindliche Autorität mit ihrer geballten destruktiven Kraft „zu Felde“ und für das Vaterland in den Krieg ziehen, um andere zu unterwerfen und dabei den Tod - den des Feindes oder auch den eigenen - in Kauf zu nehmen.

Meist noch bedrohlicher erlebt der Autoritäre das Fremde, das selbst nicht durch eine Autorität und autoritäre Symbiose gekennzeichnet ist: das kulturell, gesellschaftlich, religiös, ethnisch Fremde, das nicht hierarchisch und autoritär organisiert ist. Dieses Fremde muss in seiner Eigenart *vernichtet* werden. Wie mit diesem Fremden umgegangen wird, zeigt zum Beispiel das Schicksal, das der Anarchismus in den beiden letzten Jahrhunderten erlebt hat, zeigen die Auseinandersetzungen religiöser und spiritueller Erneuerungsbewegungen mit der Kirche, zeigt der Jahrtausende alte Umgang mit den Juden, zeigt das Scheitern der Idee des Sozialismus, zeigt die Geschichte der Kolonialisierung und des Umgangs mit dem ethnisch Fremden: Lassen sich diese Fremden nicht zu Sklaven und Zwangsarbeitern machen und der eigenen Macht unterwerfen, ausbeuten, kolonialisieren, christianisieren, zivilisieren, modernisieren, dann werden sie in ihrer Eigenart gedemütigt, gefoltert, gequält. Ihre Kulturgüter

wandern in die Museen der Machthaber. Wenn dies auch nichts hilft, dann werden sie in Reservate gesperrt, vertrieben, aus- und umgesiedelt, ins Exil geschickt oder ihrer Lebensgrundlagen beraubt und ausgerottet.

Der das Fremde in seiner Fremdartigkeit vernichtende Umgang zeigt sich auch dort, wo nicht die sadistische Seite des Autoritären im Vordergrund steht, sondern die selbstlos-masochistische. Der wissenschaftlich, religiös, kulturell oder medizinisch-humanitär motivierte Umgang mit Menschen fremder Kulturen führt trotz - oder vielleicht gerade wegen - des so fürsorglichen, aufopfernden und selbstlosen Einsatzes für die armen Neger und Heidenkinder zur Auslöschung der fremden Kultur, Religion, Medizin, Wissenschaft, weil das Fremde dieser Kulturen entwertet wird und als Bedrohung für die Errungenschaften der Zivilisation angesehen wird.

### **b) Die leidenschaftliche Grundstrebung des Marketing-Charakter**

Die leidenschaftliche Grundstrebung des Marketing-Charakters

ist ein chamäleonhaftes Sich-anpassen an das, was Erfolg verspricht, ankommt und sich (auf dem „Markt“) verkaufen lässt. Sämtliche Bedürfnisse und Lebensbezüge werden von der leidenschaftlichen Lust, *sich anpassen und sich vermarkten zu wollen* bestimmt. Diese Grundstrebung erzeugt eine Reihe von Teilstrebungen, also Charakterzügen, die erst deutlich machen, welche Psychodynamik beim Marketing-Charakter am Werk ist. Ohne Anpassungslust (= Konformismus) und Verkaufsstrategie (= Marketing) läuft heute überhaupt nichts mehr. Beides lässt sich aber nur realisieren, wenn der Mensch lernt, offen, flexibel, mobil und ungebunden zu sein. Dies sind denn auch die wichtigsten Teilstrebungen des Marketing-Charakters: Offen zu sein, meint, tolerant, für alles interessiert, undogmatisch zu sein und ohne hemmende Tradition, Wertbindungen, Vorurteile zu leben. Flexibilität und Mobilität sind das A und O jedes erfolgreichen Unternehmens, jeder erfolgreichen Lebensplanung, jedes erfolgreichen Beziehungslebens.



FUNK-Online

Die geforderten und ersehnten neuen „Tugenden“ der Offenheit, Flexibilität, Mobilität und Ungebundenheit fördern den Prozess der „*Individualisierung*“ des postmodernen Menschen, mit der *Individualisierung* aber zugleich auch eine *Entemotionalisierung* und *Bindungsunfähigkeit*: So willkommen ein ungebundenes Leben sein mag, so sehr leidet das psychische Erleben des Menschen, wenn die emotionale Bindungsfähigkeit schwindet. Nähe im Sinne von Bindung und die Fähigkeit zu tiefergehenden Gefühlen sind Hindernisse für eine flexible, mobile, offene und ungebundene Persönlichkeit. So entwickelt der Marketing-Orientierte eine Nähe- und Bindungsunfähigkeit, zeigt keine Verbindlichkeit mehr, fühlt sich zu nichts mehr verpflichtet, lebt immer mehr nur noch eine als „Spontaneität“ rationalisierte Beliebigkeit. Die Bindungsunfähigkeit äußert sich in einer immer stärker werdenden schizoiden Grundhaltung, in Gleichgültigkeit und Coolness oder kompensatorisch in einer suchthaften Abhängigkeit. Der Marketing-Orientierte ist immer weniger imstande, noch seine an die emotionale Bindungsfähigkeit gekoppelten eigenen Gefühle zu spüren. Er wird gefühllos oder entwickelt sentimentale Pseudo-Gefühle und wird in zunehmendem Maße leblos, dinghaft, maschinenähnlich, roboterhaft.

Mit der Entemotionalisierung und Bindungsunfähigkeit geht eine *Verdinglichung* („Reifizierung“) des Menschen einher, die ihn zwar so leistungsfähig, berechenbar und perfekt wie eine gut funktionierende Maschine macht, bei der er aber seine Identität als menschliches Wesen, das seine Lebendigkeit der Aktivierung seiner eigenen Antriebskräfte (= „Eigenkräfte“) verdankt, einbüßt und ohne äußere Antriebe zum leblosen Ding wird, das von Langeweile, innerer Leere und Desinteresse geplagt wird.

Das Angewiesensein auf belebende äußere Antriebe („Außenorientierung“ nach Riesman) artikuliert sich im *Bedürfnis nach Stimulation* (durch „aufreizende“ Geräusche, Musik, visuelle Reize, Berührung, Sexualität, Speisen, Getränke, Unterhaltungssendungen, Sensationen, Gewaltszenen, Superlative usw.) und in einer *Vermenschlichung der Dinge*, indem den Produkten und Waren Attribute des Menschlichen und Lebendigen (wie Aktivität, Le-

bendigkeit, Freude, Frische, Zärtlichkeit, Solidarität, Liebe usw.) zugeschrieben werden, wie die Werbung eindrücklich belegt. Über die Aneignung und den Konsum der Produkte versucht der Mensch vermeintlich sich die auf die Produkte projizierten menschlichen und lebendigen Eigenschaften wieder zuführen zu können und also seine innere Leere und Verdinglichung zu kompensieren. Diesen Vorgang der Wiedergewinnung des Menschseins durch die Aneignung von vermenschlichten Dingen hat Fromm (1976a und 1989a) mit der „Habenorientierung“ beschrieben, die sich eben dadurch auszeichnet, dass sie eine Gier nach immer mehr Haben erzeugt und gerade nicht geeignet ist, dem Menschen sein lebendiges Menschsein zurückbringen zu können.

### **(I) Was ist dem Marketing-Orientierten fremd?**

Eigentlich ist dem Marketing-Orientierten nichts fremd, weil er für alles offen ist, alles toleriert, sich auch für das Fremde interessiert, sofern es sich vermarkten und verkaufen lässt oder man sich mit dem Fremden besser verkaufen kann. Das Fremde hat einen besonderen Reiz, es belebt, kitzelt, bringt Abwechslung. Das Fremde ist allemal etwas Neues. Je fremder und anstößiger, desto leichter lässt sich das Fremde vermarkten. Der Fremde muss in dem Land, in dem er wohnt, nicht heimisch werden; er kann und soll seinen Turban, seine Kaftan, seinen Nasenring tragen, wenn er damit besser ankommt.

Der Fremde darf nur eines nicht: sich den Gesetzen des Marktes widersetzen. Solange er mitspielt und sich verkauft, ist er o. k. und akzeptiert, und zwar ohne Ansehen seines Aussehens, seiner Herkunft, seiner Identität oder seiner Produkte. Wenn er damit erfolgreich ist, ist er kein Fremder mehr. Fremd ist dem Marketing-Orientierten nur der, der nicht mitmacht, der keine Offenheit und Toleranz und kein Fairplay zeigt, sondern orthodox, prinzipiell, wertkonservativ, nationalistisch ist. Tatsächlich gab es eine beachtliche Reaktion der liberalen und aufgeschlossenen Menschen gegen den Fremdenhass von Rechts, eben weil dieser Fremdenhass gegen die Leitwerte und Tugenden der Marktwirtschaft verstößt.

Dass dem Marketing-Charakter eigentlich nichts



FUNK-Online

fremd ist, solange der Fremde sich verkauft und erfolgreich ist bzw. solange das Fremde sich verkaufen und vermarkten lässt, hat seinen tieferen Grund in seinem mangelnden Identitätserleben. Wo es kein bewusstes Selbst- und Identitätserleben gibt, da gibt es auch kein ausgeprägtes Erleben von Fremdheit. Der Marketing-Charakter ist überall zuhause, wo er ankommt (- ein banaler und zugleich tiefgründiger Satz nach dem Motto: „Ich komme an, also bin ich“).

## (2) Wie geht der Marketing-Orientierte mit dem Fremden um?

Für den Marketing-Charakter gibt es im wesentlichen nur eine Art von Fremden, die er auch *aktiv* meidet: jene Menschen, die ein Leben nach den Prinzipien des Marketings in Frage stellen und sich ihm aktiv verweigern. Befremdet und aggressiv reagiert der Marketing-Charakter etwa gegen den Konsumverweigerer, den Alternativen, den Ökofreak, den pietistischen, rechtskonservativen oder islamischen Fundamentalisten, der sich gegen die „Modernisierung“ und den Ausverkauf der Tradition, der Sitten und Gebräuche, der religiösen, ethnischen oder politischen Identität tatkräftig zur Wehr setzt. Emotional reagiert er manchmal auch gegen die Nichtsnutze, die Sozialhilfeempfänger, die Wirtschaftsflichtlinge, die Schmarotzer, die Arbeitslosen, die „Looser“, die Versager. Diesen wird dann unterstellt, sie wollten nur absahnen, seien faul und hätten keine Lust, etwas zu leisten und sich auf dem Markt zu engagieren.

Meist reagiert der Marketing-Charakter nur dann aktiv emotional gegen den, die oder das Fremde, wenn er sich angegriffen fühlt bzw. sich der Fremde aktiv verweigert. Das Spektrum der emotionalen Reaktionen zeugt hierbei meist von Überheblichkeit und Entwertung: die Kritiker und Feinde eines Lebens nach den Prinzipien des Marketings werden beschämt, verachtet, sozial geächtet, geringgeschätzt, belächelt, nicht ernst genommen, mundtot gemacht, ignoriert, ausgehungert.

Der Marketing-Charakter zeigt beim Umgang mit dem Fremden eine Besonderheit: Vor allem sein nur noch am Erfolg (statt an seinem Eigensein) orientiertes Selbst- und Identitätserleben sowie seine

Bindungsunfähigkeit und seine mit der Entemotionalisierung einhergehende Unfähigkeit, emotional zu reagieren und auf andere gefühlhaft bezogen zu sein, führen bei ihm zu einer Haltung der Unempfindlichkeit („Coolness“) und *Gleichgültigkeit*. Der heute viel beschworene und gescholtene „Egoismus“ des Erfolgsmenschen resultiert in erster Linie aus einer Gleichgültigkeit gegenüber allem, was sich nicht für die eigene Vermarktung nutzen und einspannen lässt. Der Marketing-Charakter will das Fremde nicht unterwerfen, er rivalisiert auch nicht mit ihm, will es auch nicht vernichten; er hat weder Angst vor ihm noch reagiert er gegen das Fremde mit Aggression und Hass. Sein Umgang mit dem Fremden ist durch Gleichgültigkeit ausgezeichnet.

Der Fremde, sofern er sich nicht vermarkten lässt, das heißt der Fremde als Fremder, als Schwacher, als Hilfloser, als Bedürftiger, als Angewiesener, als Notleidender, als Behinderter, als Arbeitsloser, als Invalide, als Rechtloser, als Staatenloser, als Habenichts usw. ist uninteressant. Er ist einem „egal“, und man reagiert mit Gleichgültigkeit. Da es keine Gemeinsamkeit des Bedürfnisses mehr gibt, gibt es auch kein Solidaritätsgefühl mehr. Alles reduziert sich auf die Frage, ob man zu den Erfolgsmenschen gehört und unter ihnen gibt es keine Fremde mehr, oder ob man ein Versager ist und deshalb ein Fremder ist, der mit Gleichgültigkeit behandelt wird. In Wirklichkeit aber ist die indifferente, gleichgültige Haltung gegenüber dem Bedürftigen, Schwachen, Menschlichen eine kalte Feindseligkeit gegenüber dem Fremden, eine Destruktivität ohne Hass und Gefühle.

## 6. Die Deutschen und der Umgang mit dem Fremden

Eine differenzierte Antwort auf die Frage, wie die Deutschen mit dem Fremden umgehen, muss die unterschiedlichen gesellschafts-charakterologischen Gegebenheiten berücksichtigen, die sowohl in der oben dargestellten Pilotstudie (*Die Charaktermauer*) wie auch in anderen tiefenpsychologischen Studien erhoben wurde. (Vgl. hierzu insbesondere auch die Untersuchungen von Elmar Brähler und Horst-



Eberhard Richter über *Deutsche Befindlichkeiten im Ost-West-Vergleich* (1995), die mit stärker quantifizierenden Methoden zu ganz ähnlichen Ergebnissen kommt wie die Fromm-Gesellschaft in ihrer Pilotstudie.) Entsprechend der Dominanz der Marketing-Orientierung bei Westdeutschen und der autoritär-paternalistischen Orientierung bei Ostdeutschen lassen sich unter sozialpsychologischer Perspektive eine Reihe von signifikanten Unterschieden skizzieren. Dabei gilt es im Auge zu behalten, dass sozialpsychologische Aussagen immer nur eine Tendenz und Orientierung anzeigen, die für viele Ost- und Westdeutsche typisch ist, die aber nicht dem Einzelfall gerecht wird. Außerdem ist davon auszugehen, dass sich die deutsch-deutschen Unterschiede in der Gesellschafts-Charakterorientierung im Laufe der Jahre einebnen werden. Da die Marketing-Orientierung das Resultat des derzeit dominierenden Wirtschaftssystems ist, wird es also im Laufe der nächsten 10 bis 15 Jahren auch zu einer Dominanz der Marketing-Orientierung in Ostdeutschland kommen.

Die Frage, wie Deutsche heute mit dem Fremden umgehen, bezieht sich zunächst auf den nicht-deutschen Fremden; auf Grund der speziellen deutschen Situation soll hier aber auch gefragt werden, inwieweit sich Ost- und Westdeutsche als Fremde erleben und in welchen Klischees, Vorurteilen, Feindbildern usw. sich die Wahrnehmung des Deutschen „drüben“ niederschlägt.

#### a) Ostdeutsche und ihr Umgang mit dem nicht-deutschen Fremden

Der Umgang mit dem nicht-deutschen Fremden war im autoritär-paternalistischen System der DDR völlig unterschiedlich, je nachdem, ob der nicht-deutsche Fremde zur kommunistischen Internationalen, sprich zum gleichen autoritären System gehörte, oder nicht. Für die Dauer der Existenz der DDR ist die Frage des Umgangs der Ostdeutschen mit den Fremden deckungsgleich mit der Frage, wie der autoritäre Kommunismus mit dem Fremden umgeht. Gehörte der Fremde zur internationalen kommunistischen Solidargemeinschaft, dann war er eigentlich kein Fremder mehr trotz seiner anderen

Rasse, Nationalität, Sprache, Hautfarbe, Kultur und Tradition. Diese Solidarität zeigte sich verstärkt, wenn es um die „Front-Feinde“ des „US-Imperialismus“, also um das kubanische und vietnamesische Volk ging. Kubaner und Vietnamesen waren in der DDR „zuhause“, ja eigentlich Deutsche. (Die Abschiebung der 45000 noch in Deutschland lebenden Vietnamesen nach Vietnam wird deshalb von der Regierung Kohl auch als Besiegelung des Zusammenbruchs des Kommunismus mit besonderem Nachdruck betrieben.) Zu Irritationen in der kommunistischen Welt kam es, als China einen eigenen Weg ging und zum „Fremden“ erklärt werden musste.

So sehr bei der Abgrenzung der kommunistischen von den „imperialistischen“ Staaten der nicht-deutsche Kommunist zum Bruder (und der deutsche oder nicht-deutsche Nicht-Kommunist zum Feind) deklariert wurde, so herrschte doch innerhalb der kommunistischen Völkergemeinschaft eine strenge Bevormundung durch die Sowjetunion und eine gerade bei den Mächtigen der DDR besonders auffällige Unterwürfigkeit unter den großen Bruder im Kreml. Dieser nicht-deutsche Fremde war zwar faktisch Besatzungsmacht, doch durfte er nie so genannt werden und wurde mit ihm auch nie so umgegangen. Alles Heil wurde von der siegreichen Sowjetunion erwartet, und zwar selbst dann noch, als Gorbatschows Perestroika und Glasnost begonnen hatten, das eigene autoritäre System von innen heraus zu verändern. Anders als in Prag (1968) und Warschau (1970) kam es trotz und nach dem Mauerbau (1961) in der DDR zu keinem wirklichen „Aufmucken“ gegen die Vorherrschaft des sowjetischen Systems.

Mit dem Zusammenbruch der DDR und des von der Sowjetunion beherrschten Kommunismus änderte sich die Einstellung der Ostdeutschen zum nicht-deutschen Fremden fast schlagartig. Nicht dass sich die autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung plötzlich aufgelöst hätte, im Gegenteil. Diese richtete sich jetzt zum Teil exzessiv vor allem gegen jene Ausländer, die mit dem Zusammenbruch des Ost-West-Konfliktes und Feindbildmusters nicht mehr als kommunistische Brüder und Schwestern galten.





FUNK-Online

Um diesen Vorgang zu verstehen, muss man sich vor Augen halten, dass jeder Mensch unabhängig das Bedürfnis nach einem Identitätserleben befriedigen muss. Zur Befriedigung dieses psychischen Bedürfnisses hatte das autoritäre System des Kommunismus mit der Vision einer internationalen kommunistischen Menschheit ein faszinierendes Angebot zu machen: Jeder einzelne Kommunist, der an der Autorität des internationalen Kommunismus partizipierte, konnte sich auch mit dessen Größe und Macht identifizieren, erlebte also dessen Größe als seine eigene. Eben diesem Stolz und dieser Selbstwertschätzung wurde plötzlich der Boden entzogen. Wird aber dem durch autoritäre Unterwerfung ermöglichten Selbstwerterleben der Boden entzogen, dann kommt es zu einem Unwerterleben, das, will man nicht vom autoritären Beziehungsmuster schmerzvoll Abschied nehmen, mit einer narzisstischen Selbstaufblähung kompensiert wird. Was liegt also näher, als im Nationalismus sein Heil zu suchen? Unter psychologischem Aspekt ist der Nationalismus ein kollektiver Narzissmus, bei dem in der eigenen ethnischen oder nationalen Identität kompensatorisch die Größenvorstellung wiedererlebt werden kann, die zuvor in der Idee des siegreichen internationalen Kommunismus gesucht und erlebt wurde und die für die Unterworfenen in der politischen Macht der Sowjetunion repräsentiert war.

Mit dieser Erklärung lässt sich zum einen der heute allenthalben blühende Nationalismus verstehen. Dabei beschränkt sich diese Wiederkehr des Nationalismus nicht auf die Länder Mittelost- und Osteuropas, sondern ist in allen Staaten zu beobachten, die in den Ost-West-Konflikt involviert und mit der Größe ihrer Repräsentanten Sowjetunion bzw. USA identifiziert waren. Sie sind plötzlich wert- und bedeutungslos geworden und suchen deshalb den nationalistischen Ausweg. Freilich bietet sich diese Fluchtreaktion besonders dort an, wo die Unterwerfung unter und die Identifizierung mit der Größenvorstellung (Ideologie) besonders intensiv war und/oder wo die wirtschaftlichen und kulturellen Eigenleistungen der betreffenden Länder vergleichsweise zu unbedeutend sind, um für den einzelnen (selbst-)wertbegründend sein zu können.

Mit der vorstehenden Erklärung lässt sich darüber hinaus auch verstehen, warum es potenziert in Ostdeutschland zu nationalistisch motivierten fremdenfeindlichen Exzessen (Hoyerswerda, Rostock usw.) kam. Basis hierfür ist der autoritäre Gesellschafts-Charakter, der als Erbe des autoritären kommunistischen Systems auch unter geänderten politischen und wirtschaftlichen Verhältnissen persistiert. Ein autoritär begründeter Nationalismus greift bevorzugt auf die Symbole und Traditionen des Nationalsozialismus zurück und äußert sich in sado-masochistischer Gewaltanwendung. Er zeigt sich in der Lust zu foltern, zu quälen, unter Angstdruck zu setzen, die Existenzberechtigung streitig zu machen, und zwar gerade bei den Schwachen, Rechtlosen, Heimatlosen, Hilflosen.

Die bisherigen Überlegungen bezogen sich auf die Frage, wie Ostdeutsche, sofern sich bei ihnen eine dominante autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung durchhält, mit dem nicht-deutschen Fremden umgehen. Dabei wurde zunächst jener nicht-deutsche Fremde in Betracht gezogen, der bisher die kommunistische Vision teilte und deshalb als „Bruder“ galt. Wenigstens kurz soll auch der Umgang mit jenem nicht-deutschen Fremden gestreift werden, der nicht zur kommunistischen Internationalen gehört(e). Der Umgang mit ihm wurde von der Frage bestimmt, ob der eigene autoritäre Herrschaftsanspruch durch den Herrschaftsanspruch des Fremden infrage gestellt ist. Das Wetttrüben der Supermächte und der Wettstreit um die Vorherrschaft im Weltraum, ja überhaupt der Kalte Krieg zwischen Ost und West lebte davon, dass im Fremden der autoritäre Rivale erkannt wurde, den es zu besiegen und in die zweite Reihe zu verweisen galt.

Die wirtschaftliche Entwicklung in den hochindustrialisierten Ländern des Westens wie des Ostens führte zur Ausbildung einer neuen Gesellschafts-Charakterorientierung. Das autoritäre Rivalisieren zwischen den USA und der Sowjetunion mit dem Anspruch auf Herrschaft und Unterwerfung machte immer mehr der Marketing-Orientierung Platz. Statt zu herrschen und sich zu beherrschen, zu unterwerfen und unterwürfig zu sein, gilt es jetzt, Leidenschaften zu entwickeln, bei denen die Menschen - den neuen ökonomischen und sozialen Erfordernis-



FUNK-Online

sen entsprechend - mit Lust darauf aus sind, die Größten und Besten zu sein, nicht nur ihre Produkte, sondern auch sich selbst zu Waren zu machen und sich zu verkaufen, Umsatz und Geschäfte zu machen, erfolgreich zu sein und anzukommen. Auf Grund der neuen wirtschaftlichen, organisations- und sozialen Gegebenheiten und auf Grund der sich neu formierenden Gesellschafts-Charakterorientierung zeichnete sich nicht nur das Ende der kommunistischen Planwirtschaft ab, sondern auch das Ende des Ost-West-Konflikts.

Doch mit dessen Ende und mit dem Zusammenbruch der sowjetischen Macht haben sich neue Problemfelder gegenüber jenen Ländern ergeben, in denen die Marketing-Orientierung noch nicht dominiert und es deshalb zu einem Rivalisieren mit dem autoritären System kommt. Zu nennen sind hier vor allem jene Länder, in denen der islamische Fundamentalismus Einfluss gewinnen konnte. Auf ihn reagieren gerade die konkurrierenden autoritären Kräfte in Ost und West besonders heftig. Beispiele hierfür sind der Umgang der Altkommunisten Russlands mit den Tschetschenen, der Umgang der nationalistisch-autoritären türkischen Regierung mit den Kurden, der Umgang des autoritären Militärs in Algerien mit den dortigen Fundamentalisten oder der Umgang der orthodoxen israelischen Kräfte mit den Palästinensern. - dass sich die Fremdenfeindlichkeit in Ost- und Westdeutschland besonders gegen die Türken richtet, mag auch damit zu tun haben, dass die Türken mit ihrer - gegenüber anderen Ausländern - geringeren Integrations- und Assimilierungsbereitschaft für viele Deutsche diese islamische Welt repräsentieren.

## b) Westdeutsche und ihr Umgang mit dem nicht-deutschen Fremden

Der Übergang von einer Dominanz des autoritären Gesellschafts-Charakters zu einem marketing-orientierten lässt sich in Westdeutschland politisch ziemlich genau mit dem Ende der Adenauer-Regierung und der Entwicklung zur sogenannten 68er Generation datieren und ökonomisch mit dem Wirtschaftswunder und Millionen von sog. „Gast-

arbeitern“. Die Tatsache, dass sich die meisten Arbeitskräfte aus Italien, Spanien, Jugoslawien, Griechenland und Portugal gut integrierten und mit ihren Familien heimisch wurden, ist ohne die Änderung des Gesellschafts-Charakters bei den Deutschen und bei den Gastarbeitern selbst nicht denkbar: Insofern die Gastarbeiter ebenfalls marketing-orientiert arbeiteten und lebten, waren sie Quasi-Deutsche. Dies galt und gilt um so mehr, je häufiger sie sich selbständig machten (vor allem als Handwerker und im Dienstleistungs- und Gaststättensektor) und sich den Gesetzen des Marktes und der Marketing-Orientierung verschreiben mussten. Sie verloren ihren Status als Fremde in dem Maße, als sie angepasst, flexibel, offen, mobil, selbstbewusst, fair, ohne Bindung an Tradition und Herkunft erfolgreich wurden.

Die Änderung in der Dominanz des Gesellschafts-Charakters ging Ende der sechziger und Anfang der siebziger Jahre trotz des großen materiellen Wohlstands der Deutschen und eines relativ gut gesicherten sozialen Friedens nicht kampfflos vor sich: sie spiegelt sich ebenso in den Studentenunruhen wider wie im Erstarken der NPD als reaktionärer Partei wie im Terrorismus der RAF als Zufluchtsort enttäuschter Revolutionäre. Dennoch kam es in Deutschland zu keiner ausagierten Fremdenfeindlichkeit in diesen Jahren, weil die Fremden im Land, die Gastarbeiter, zum wirtschaftlichen Wachstum und zum gesellschaftlichen Wohlstand beitrugen. Die Deutschen begegneten diesen Fremden mit der für die Marketing-Orientierung typischen Gleichgültigkeit gegenüber dem Fremden.

Dies änderte sich erst mit der Zunahme von Asylsuchenden und der durch das Verschwinden des „Eisernen Vorhangs“ einsetzenden Migrationsbewegung in einer Zeit, in der das deutsche Wirtschaftswunder bereits Geschichte war und die Zahl der arbeitslosen Deutschen ständig stieg. Unter gesellschafts-charakterologischen Aspekten war es vor allem eine völlig verfehlte Asylpolitik, die die Fremdenfeindlichkeit erheblich steigerte. Dadurch, dass den Asylanten die Möglichkeit zu arbeiten verweigert wurde und sie in ghettohaften Sonderunterkünften untergebracht wurden, versagte man ihnen die Möglichkeit, ihre mitgebrachten Gesellschafts-



FUNK-Online

Charakterorientierungen an die hier vorherrschenden zu assimilieren. Sie sollten Fremde bleiben und konnten so zur Projektionsfläche werden für alles, was die erfolgsgewohnten Deutschen bei sich selbst nicht wahrnehmen mochten und möchten: sie werden als Wirtschaftsflüchtlinge und Schmarotzer gebrandmarkt, während gleichzeitig Milliarden von DM nach Luxemburg und in die Schweiz verschoben werden, um den Reichtum nicht teilen zu müssen; sie sind die größten Tagdiebe, während die deutschen Arbeitnehmer mit Abstand den meisten Urlaub beanspruchen können; sie werden gleich an der Grenze oder auf dem Flughafen wieder abgeschoben, während die deutsche Wirtschaft sich am Export saniert und die Deutschen inzwischen Weltmeister bei Auslandsreisen sind; die Asylanten sind eben die „looser“, weil zu viele Deutsche inzwischen eine Projektionsfläche brauchen für ihre eigene, nicht wahrgenommene Versagensseite. (Auf die narzisstischen Kompensationen, die nötig werden, um den mit der Marketing-Orientierung einhergehenden Selbstverlust nicht wahrnehmen zu müssen, kann hier nicht eingegangen werden. Vgl. R. Funk, 1995.)

Von der Politik zu Außenseitern, Schwachen, Rechtlosen, Habenichtsen, Verlierern gemacht, dienen diese nicht-deutschen Fremden den dominant marketing-orientierten Deutschen zur Projektionsfläche für die eigenen ungeliebten und verdrängten Seiten und deshalb als Feindbild. Vergleichbares widerfährt den in Deutschland wohnenden und am Wirtschaftsleben partizipierenden Italienern, Spaniern, Griechen, Südslawen nicht, da bei ihnen die gleiche Gesellschafts-Charakterorientierung dominiert. Bezüglich der türkischen Mitbewohner lässt sich dieser unterschiedliche Umgang der Westdeutschen mit den Fremden besonders eindrücklich zeigen: Sofern diese zum Marktgeschehen beitragen und es verstehen, Geschäfte zu machen und erfolgreich zu sein, sind sie anerkannte Mitbürger. Sofern sie jedoch nur in Deutschland ihre eigene fremdartige Kultur leben wollen oder gar, wie die Kurden, den deutsche Boden (und der wertvollste Boden sind für die Deutschen die Autobahn) für ihre politischen Anliegen missbrauchen wollen, trifft sie der ganze Fremdenhass mit Abschiebepolitik.

Die bisherigen Überlegungen zum Umgang der Westdeutschen mit den ethnisch Fremden nahmen vor allem auf die Marketing-Orientierung Bezug. Nun stimmt es zwar, dass die Marketing-Orientierung bei den Westdeutschen seit etwa 20 Jahren dominiert, doch ist sie nicht die einzige Gesellschafts-Charakterorientierung, die das soziale Leben und den Umgang mit dem Fremden bestimmt. Bei näherem Hinsehen lassen sich bei den auffälligen fremdenfeindlichen Exzessen vor allem jüngerer Menschen in Westdeutschland auch ausgeprägte narzisstische und nekrophile Gesellschafts-Charakterorientierungen feststellen. Während der Marketing-Orientierte mit seiner Offenheit und Fairneß den Fremden immerhin so lange gelten lässt, solange er ihm bei seinem Erfolgsstreben nicht hinderlich ist, neigen Menschen mit einer narzisstischen und nekrophilen Orientierung mehr zu offenem Hass und zu Gewalttätigkeit, die bevorzugt den Fremden trifft. (Vgl. zum Folgenden R. Funk, 1992, 1994 und 1994a.)

Da dem Narzissten alles fremd ist, was nicht er selbst ist und seinen Größenvorstellungen dienlich ist, wird das Fremde als Bedrohung erlebt, dem statt mit Angst mit Gewalttätigkeit begegnet wird. (Angst wäre ja ein Zeichen von Schwäche; eine solche Blöße darf sich der Narzisst aber nicht geben, weshalb er sich stark zeigt und wütig powert.) Richtet sich die Gewalttätigkeit beim Narzissten bevorzugt gegen den Fremden, so hat der gewalttätige Nekrophile nicht notwendig und in erster Linie den Fremden im Visier.

Dem Nekrophilen geht es um die Lust an der Gewalttätigkeit. Hauptsache, es gibt jede Menge action, geht brutal zu, ist was los, es tut sich was, es passiert was... Auch wenn der Nekrophile das Gewalttätige aus Lust an der Gewalttätigkeit sucht, so agiert er es dennoch bevorzugt dort aus, wo Randalen angesagt ist und ihm Gewalt öffentlich zugänglich gemacht wird, etwa bei den Bundesligaspielen oder bei politischen Demonstrationen oder bei den Automentreffen, wo sich dann die „Ordnungshüter“ in Reih' und Glied aufstellen und in der Abwehr der Gewalt für die Nekrophilen zugleich ein Angebot zur Gewaltausübung machen. dass ethnisch Fremde für Nekrophile eine besondere Anziehungskraft ha-



ben, ist auch das Ergebnis der deutschen Sozialpolitik und vor allem der Asylpolitik der letzten Jahre. Sie haben viel dazu beigetragen, dass die Asylanten zum Feindbild wurden, so dass die Nekrophilen ein Alibi haben für ihr Ausagieren der Gewalt.

Die fremdenfeindlichen Exzesse in Westdeutschland werden von Sozialwissenschaftlern meist als Ausdruck eines neuen Autoritarismus gedeutet. Man vergleicht die heutige Situation mit der in der Weimarer Republik und warnt vor einer Wiederkehr des Faschismus und des Nationalsozialismus. Zweifellos hat das Ende des Ost-West-Konflikts die Möglichkeit noch weiter eingeschränkt, sich mit den Supermächten zu identifizieren, so dass jene Gruppierungen in der westdeutschen Gesellschaft, bei denen noch immer eine autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung vorherrscht, vorübergehend bei einem Nationalismus autoritärer Prägung Zuflucht suchten und es deshalb zum Phänomen der Partei der „Republikaner“ kam. Dennoch lassen sich bei den westdeutschen fremdenfeindlichen Exzessen nur begrenzt autoritäre Motivationen bei den Gewalttätern ausmachen, sehr viel deutlicher aber nekrophile und narzisstische.

Aus gesellschafts-charakterologischer Perspektive lässt sich deshalb die Fremdenfeindlichkeit gerade der Westdeutschen nicht durch einen neu aufblühenden Autoritarismus erklären. Im Gegenteil, solche Erklärungsversuche müssen eher als Blindheit für die nekrophilen und narzisstischen Charakterorientierungen begriffen werden. Denn für den marketing-orientierten Westdeutschen ist typisch, dass er nur die „Segnungen“ von High-Tech und Marktwirtschaft sehen kann, nicht aber deren Schattenseiten und psychische Folgeerscheinungen in Form von nekrophil-destruktiven Tendenzen und narzisstischer Selbstüberschätzung. Eben diese Verdrängung und Verleugnung führt aber dazu, diese negativen Selbst-Aspekte auf den Fremden zu projizieren und ihn sich vom Leib zu halten oder ihm gewalttätig zu Leib zu rücken.

## 7. Ost- und Westdeutsche: Vereinte Fremde

War bisher vom je anderen Umgang der Ost- und Westdeutschen mit dem nicht-deutschen Fremden die Rede, so soll abschließend der Umgang der Ost- und Westdeutschen miteinander unter gesellschafts-charakterologischen Aspekten betrachtet werden. Die Ergebnisse sozialpsychologischer Untersuchungen zeigen deutlich, dass sich Ost- und Westdeutsche im Laufe der 45 Jahre ihrer wirtschaftlichen und politisch-kulturellen Trennung fremd geworden sind. Diese Fremdheit, mit der Rede von der Charakter-„Mauer“ begrifflich gefasst, wird vor allem durch die unterschiedlichen Dominanzen in der Gesellschafts-Charakterorientierung begründet: hier der autoritär-paternalistische, dort die am Marketing interessierte Orientierung. Die Charakterunterschiede zeigen sich in der Art des familiären und gesellschaftlichen Umgangs miteinander, im Selbst- und Fremdbild, in der Selbstwerteinschätzung, in den faktische gelebten Werten und in den vorgegebenen Idealen und Normsetzungen, in der Einstellung zur Arbeit, zur Freizeit, zum Geld usw. Eben weil sich die unterschiedliche Charakterorientierung in unterschiedlichen Charakterzügen und in je anderen Verhaltensweisen niederschlägt, wird der andere Deutsche wie ein ethnisch Fremder erlebt, obwohl er die gleiche Sprache spricht, in der Schule die gleichen deutschen Klassiker der Literatur gelesen hat, in der Kirche wie eh und je „Ein feste Burg ist unser Gott“ singt, die gleiche Werbung im Fernsehen sieht und eventuell den gleichen Arbeitgeber hat.

Um die These, dass sich die Deutschen in Ost und West wie ethnisch Fremde erleben, zu illustrieren, mag ein Blick auf die Alltagssprache genügen. Sie spiegelt die Fremdheit des anderen Deutschen auf vielfältige Weise. Noch nach so vielen Jahren sprechen Ost- wie Westdeutsche davon, dass sie „nach drüben“ fahren oder Besuch „von drüben“ bekommen. Die Sprachschöpfung „Ossi“ und „Wessi“ ist ein unmittelbarer Ausdruck dafür, dass man nicht einfach von einem Deutschen reden kann, sondern von einem bestimmten Typ von Deutschen. Redewendungen wie „das ist eben ein Ossi“ oder „ein typischer Wessi“ dienen als ethnische Ab-



FUNK-Online

grenzungen und werden wie etwa die Bezeichnung „typisch französisch“ gebraucht. Das „fremdelnde“ Moment zeigt sich auch in der abschätzigen Konnotation: Vom „Ossi“ oder „Wessi“ wird mit dem gleichen entwertenden Unterton gesprochen wie vom „Polaken“ oder vom „Itaker“. dass ein Westberliner, der in Ostberlin wohnt, ein „Wossi“ ist und deshalb eine eigene (ethnische) Identität hat, ist nur nachvollziehbar, wenn die beiden Stadthälften sich immer noch wie Ausland begreifen.

Auch andere, für die Aus- und Abgrenzung dessen, der als ethnisch fremd erlebt wird, typische Bewältigungsmechanismen spiegeln sich in der Alltagsrede. Spricht jemand von einem bestimmten Ost- oder Westdeutschen, dann kann man oft in ein und demselben Satz beobachten, wie nicht mehr von diesem bestimmten Menschen, sondern von einem Ossi oder Wessi gesprochen wird. Mit Generalisierungen, Pauschalisierungen und Stereotypisierungen, die die individuellen Unterschiede der Betroffenen verleugnen und/oder bestimmte Eigenschaften kontrastierend überzeichnen, versucht man, zum anderen als einem Fremden auf Distanz zu gehen.

So sehr sich Ost- und Westdeutsche gegenseitig noch immer wie ethnisch Fremde erleben, so zeigen sich bei der Frage, worin das Fremde wahrgenommen wird, zwischen Ost- und Westdeutschen Unterschiede, die mit der verschiedenen Dominanz der Gesellschafts-Charakterorientierungen zu tun haben. Für den Aufweis dieser Unterschiede werden hier Klischees, Vorurteile, Feindbilder usw. in Alltagsausagen analysiert, die der Dokumentation des Bandes „Spiegelbilder. Was Ost- und Westdeutsche übereinander erzählen“, herausgegeben vom Tübinger Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaften (1995), entnommen sind. (Sie werden im Folgenden mit LUI und Seitenzahl angegeben zitiert).

#### a) Was Ostdeutschen an Westdeutschen fremd ist

Menschen, die in einem autoritär-paternalistischen System leben, zeigen das Symbiotische ihrer Orientierung in starken emotionalen Bindungen zur eigenen Gruppe und in einer deutlichen Tendenz, jene,

die nicht zum eigenen System gehören, als „unsympathisch“ und fremd zu erleben. So bekam eine Westberliner Studentin, die sich in einer Gruppe von Ostdeutschen befand, als sie sich als Westberlinerin bekannte, die Rückmeldung: „Wie? Du bist'n Wessi? Du warst mir so sympathisch.“ (LUI 317) Ein anderer Westberliner, der mit seiner Freundin im Zug durch Mecklenburg fuhr und sich mit Ostdeutschen angeregt und herzlich unterhielt, spürte einen völligen Umschwung der Stimmung, als sich herausstellte, dass er ein Wessi ist: „Ab dem Moment waren die sehr reserviert, weil die erst da mitgekriegt haben, dass wir aus dem Westteil Berlins kamen... Und dann wurden die auf einen Schlag still, nachdem vorher so eine lockere Atmosphäre war. Eine fing sogar an, mich mit 'Sie' anzureden...“ (LUI 301)

Kritik am anderen zu äußern, ist bei einer autoritären Grundorientierung immer mit Schuldgefühlen verbunden und muss deshalb, wo sie geäußert wird, gleichzeitig entschuldigt werden, etwa indem sie in ein „man“ gekleidet wird oder indem mit dem Hinzufügen von „leider“ statt einer handfesten Kritik ein Bedauern vorgegeben wird. So äußert sich ein Ostdeutscher, der von einer westdeutschen Firma übers Ohr gehauen wurde: „Manche Westdeutsche denken eben, wir sind ja blöd, mit uns können sie ihre krummen Geschäfte machen - das muss ich jetzt leider einmal sagen.“ (LUI 251). Über einen „Westdeutschen übelster Sorte“ wird von einer Ostberlinerin gesagt: „Der hat ganz einfach nur eine große Fresse und mehr nicht. So muss man es sagen.“ (LUI 273) Eine ganze Reihe von entschuldigenden Floskeln äußert eine ostdeutsche Krankenschwester zum Thema „Männergewalt“: „Das sind solche Sachen, das muss ich dir ehrlich sagen, ich habe bei mir gedacht, ach, daher pfeift der Wind...“ (LUI 279)

Das selbstbewusste Auftreten der westdeutschen Marketing-Orientierten, die Eindruck machen wollen, sich gut zu verkaufen trachten und sich deshalb mit den Statussymbolen des Erfolgs (weißes Hemd, Krawatte, BMW oder Mercedes, Autotelefon usw.) anbieten, wird von autoritär-orientierten Ostdeutschen meist gar nicht als Erfolgs- und Verkaufsstrategie begriffen. Entsprechend ihrer von



FUNK-Online

Vertrauen, Verbindlichkeit, Disziplin, Selbstbeherrschung, Sachautorität, Pflichtgefühl, Bescheidenheit bestimmten autoritären Werteordnung empfinden sie die Verpackung und das Auftreten der Westdeutschen als ihnen fremd, als autoritär, bevormundend, verderbt, ausbeuterisch, arrogant und asozial.

Über westdeutsche Vertreterbesuche klagt eine ostdeutsche Chemikerin: „Wir kommen uns hier vor wie im Affenkäfig!“, weil die Tür flog auf, mit bundesdeutscher Siegerpose kam irgend jemand schnieke mit Schlips und Kragen und Jackett, guckte herein, sah, hier saßen Menschen mit Nasen im Labor, die Tür flog wieder zu, und weg war er!“ (LUI 240) Eine Museumsangestellte bemerkte: „Was uns aufgefallen ist, als die ersten Wessis rüberkamen, die Beschlippten - bei uns gab es keine Leute, die im Anzug und im Schlips rumgerannt sind...“ (LUI 276)

Dass Westler nur Geld („Kohle“) machen wollen, stößt einem Maschinenschlosser auf, der über einen „totalen Kohletypen“ sagt: „der macht eben Stadtpläne und so. Der hat sich nach der Wende total breit gemacht damit, fährt ein 100 000-Mark-Auto (und behauptete:) ‘Ja, ihr habt überhaupt keine Ahnung, und mit der Technik heutzutage kriegen wir alles wieder hin. Ozonloch, so ein Scheiß, schweißen wir wieder zu, ist alles nur eine Frage des Geldes, die Technik gibt es dafür.’“ (LUI 267)

Der Hausmeister einer Universität versteht die Welt nicht mehr, als sich ein Professor, ohne sich ausweisen zu wollen, den Schlüssel zum Vorlesungsraum bei ihm abholt. „Da sagt der Herr: ‘Ich bin ein Professor aus Hamburg, bei uns stehen in der ganzen Bundesrepublik die Türen zu den Vorlesungsräumen offen.’ ‘Und wenn sie der Kaiser von China wären’, sage ich, ‘auch dann müssen Sie, Herr Professor, ihren Ausweis hinterlassen.’“ Der Eindruck bleibt: „Manche Wessis halten die Nase so weit oben, dass sie über ihre eigenen Schuhe stolpern. Arrogant sind die, dabei sind sie doch kein bisschen besser.“ (LUI 249)

Eine ostdeutscher Rentner resümiert: „Die Westler, die hierherkommen, die sind so hochnäsiger, die sind so laut! Also da sind welche dagewesen, eigentlich ist hier ja um 22 Uhr Nachtruhe, aber man kann den jungen Leuten ja nicht den Mund verbie-

ten. Die springen hier nachts noch rum, am Ende sogar noch nackt in den See.“ (LUI 246)

Viele Äußerungen von Ostdeutschen zeigen, dass nicht nur die „selbstbewusste“ Marketing-Pose als fremd empfunden wird und auf Ablehnung stößt, sondern auch die oft damit einhergehende narzisstische Überheblichkeit der Westdeutschen und deren Entwertung von allem Ostdeutschen. Ein Ingenieur für Maschinenbau, dem von seinem potentiellen neuen westdeutschen Arbeitgeber bescheinigt wurde, dass er alles, was er bisher gemacht habe, „vergessen“ könne und dass er „eigentlich ganz dumm“ sei, charakterisiert das Gespräch so: „Und das ist mit einer Arroganz und Überheblichkeit passiert, dass ich sage: ‘So etwas brauchen wir nicht. Was wir brauchen, ist Hilfe, aber nicht solche Hilfe. Solche Besserwisser oder Besserwessis, die können uns gestohlen bleiben!’“ (LUI 237)

Ein junger Schlosser mit abgeschlossener Ausbildung aus Leipzig bewarb sich bei der von Westdeutschen geführten „Ziel GmbH“ (!). „Dort wurde mir dann eben bescheinigt, dass ich gerade noch so gut bin, einen Hilfsarbeiter abzugeben. Und dann gab es noch eine andere Firma, wo hinten raus kam: ‘Nun unterschreiben Sie mal, dass Sie auch im Kernkraftwerk eingesetzt werden können.’“ (LUI 238). Noch schlimmer erging es einem 25jährigen Handwerker aus Dresden, der im Württembergischen Arbeit zu finden versuchte. Dessen Chef bescheinigte ihm: „‘Du Ossi kannst ja sowieso nichts und hast keine Ahnung, weil ihr aus dem Osten kommt.’ Na ja, da haben wir uns ein bisschen in den Haaren gehabt, und da bin ich wieder hergekommen.“ LUI 275)

### **b) Was Westdeutschen an Ostdeutschen fremd ist**

Menschen, die ein marketing-orientierten Sinnen und Trachten zeigen, müssen flexibel, mobil, modern, aktiv, attraktiv, selbstbewusst, eindrucksvoll, erfolgs- und leistungsorientiert, ungebunden, clever, offen, fair, tolerant, lebenslustig, zielstrebig, unemotional, berechnend und cool sein und erleben autoritär-gebundene Menschen als hinderlich, störend, ungepflegt, blamabel und fremd, weil diese gehorsam, beherrscht, schicksalsergeben, pflichtbewusst,



loyal, emotional, am Alten hängend sind. Sie werden dann als kleinkariert, altmodisch, unterentwickelt, unqualifiziert, passiv und dumm angesehen und zu „loosern“ gemacht, mit denen man nichts anfangen kann und zu denen man auf Distanz geht.

Mit den genannten Eigenschaftszuordnungen versuchen die Westdeutschen sich die Ostdeutschen (wieder) vom Hals zu schaffen und wird die Mauer aufrecht erhalten. Die Westdeutschen grenzen sich von den Ostdeutschen in einer Weise ab, als wären diese ethnisch Fremde. Die Vorurteile und Klischees finden sich denn auch in Vorstellungen und Bildern, die sich westdeutsche Studenten von Ostdeutschen machen:

„(Der Ostdeutsche) erzieht seine Kinder in preußisch-militärischem Ton zu Ordnung und Gehorsam. Er ist kleinkariert und engstirnig, dumm und spießig. Er empfindet sich als rechtschaffenen Menschen, der sich nichts zuschulden kommen lässt, der tut, was die anderen auch tun, der ordentlich arbeitet und ansonsten bescheiden ist.“ (LUI 63) Eine andere sieht im Ostdeutschen „immer den in den 70er-Jahre-Kleidung und in abgetragener Kunstlederjacke altmodisch wirkenden ‘Ossi’“. (LUI 57) „Entsprechend zu der äußeren Haltung verbinde ich mit den Osis eine geduldige Abgestumpftheit, die Eigeninitiative eher unterbindet und bis zu Unselbstständigkeit reicht. Ich stelle mir diese Menschen sehr gehorsam und diszipliniert vor, asketisch.“ (LUI 58)

Die Vorstellungen und Bilder, die Westdeutsche von Ostdeutschen haben, finden sich auch in den Alltagsäußerungen Westdeutscher wieder, wenn diese sich über die „Osis“ auslassen. Als besonders unterentwickelt, dumm, und rückständig werden sie geschildert: Ein westdeutscher Bankangestellter über seine Erfahrungen beim „Einsatz“ im Osten: „Eines Tages kommt ein Typ in die Bank und will sein Konto auflösen. Ich sage ihm, das könne er gerne tun, aber vorher müsse er seinen Kredit zurückzahlen. Da war er ganz erstaunt: Er hätte gedacht, wenn man sein Konto auflöst, seien die Schulden damit erledigt.“ (LUI 305) - Ein westdeutscher Gymnasiast: „Ich war auf Usedom überrascht, wie dumm die Osis sind. Aber am dümmsten waren die Usedommer, die Usedommer, ja.“ (LUI 354) - Das Rückständige der Ostdeutschen zeigt sich für

viele Westdeutsche, wenn Ostdeutsche - wie zum Beispiel im Urlaub - erstmals mit bisher Unbekanntem in Berührung kommen: „An solchen kleinen Sachen erkennst du das irgendwo, dass sie wider Willen unheimlich zurück sind, vieles nicht wissen, vieles nicht kennen und vor einem Berg voller Neuigkeiten, voller Probleme stehen, die für uns selbstverständlich sind. Im Prinzip sind sie fast wie kleine Kinder irgendwo.“ (LUI 295)

Der erfolgs- und leistungsorientierte Westdeutsche kann das Arbeiten der Ostdeutschen nach Vorschrift und Routine nur entwerten: Einem 25jährigen Berufsschüler fiel in Dresden auf, „dass die gar nicht richtig arbeiten. Das geht alles so langsam. Die müssen noch viel lernen.“ (LUI 331) Auch ein Westdeutscher, der an einem Bahnschalter das Bemühen der Angestellten um den geschätzten Kunden nicht spüren kann, lässt sich so über die Ostdeutschen aus: „Die hatte einfach noch nicht gelernt, sich von dem alten ‘Ist mir doch alles egal’ umzustellen und sich mehr zu bemühen. Die müssen einfach noch lernen, sich um die Touristen zu bemühen.“ (LUI 320)

Oft ist die Wahrnehmung der ostdeutschen Wirklichkeit bei Westdeutschen so stark verzerrt, dass in ihr die Projektion der abgespaltenen eigenen Defizite erkennbar ist. Die Vorstellungen vom unterentwickelten und verschmutzten Ostdeutschen sagen dann mehr über das verleugnete eigene menschliche und moralische Versagen aus, als dass sie eine tatsächliche Beobachtung sind. So fragt ein Westdeutscher, der auf Mallorca Ostdeutsche kennengelernt hat und mit ihnen die Adressen austauscht: „Sagt mal, habt ihr überhaupt Briefkästen?“ (LUI 263). Die gleichen Westdeutschen können es nicht glauben, dass diese Ostdeutschen schon einmal einen Sternenhimmel gesehen haben: „Ich denke, bei Euch gibt es das nicht! ... Na, bei Euch ist doch die Umwelt so verdreckt, da sieht man doch das gar nicht mehr. Ist doch alles oben zu, voll Ruß, das könnt Ihr doch gar nicht sehen!“ (LUI 264)

Wie fremd sich Deutsche in Ost und West doch sind: Als sich an der Bar des Tübinger Kinos „Arsenal“ (!) zwei unterhalten, ob die Russen oder die Sachsen das blödeste Volk seien, sagt Marta zu Freundin Christine: „Na ja, ich hätte mich auch lie-



FUNK-Online

ber mit den Franzosen vereinigt." Christine: „Du müßtest Du aber erst mal Französisch lernen." Marta: „Besser als Sächsisch lernen!" (LUI 367)

### Deutschland (k)ein einig Volk?

Der Unterschied zwischen dem Westdeutschen, der konformistisch sich den jeweiligen Gegenbenheiten anpassen möchte, und dem Ostdeutschen, dem Unterwerfung und Unterwürfigkeit noch völlig vertraut sind, kann kaum anschaulicher dokumentiert werden als mit der Äußerung eines vierzigjährigen ostdeutschen Kulturwissenschaftlers: „In dr Dädäerr is noch mähr Deutschland wie in dr Bäerrdä. Mir hab doch vom Russn nischt iebernomm'. Abr die hamm doch vom Ammi alles iebernomm', kucke nur dieses ganze Essen auf dr Hand und drglai-chen." (LUI 241)

### Literaturnachweise

Brähler, E., und Richter, H.-E., 1995: „Deutsche Befindlichkeiten im Ost-West-Vergleich," in: *Psychozozi- al*, Gießen (Psychosozial-Verlag Dr. Hans-Jürgen Wirth) Nr. 59 (1/1995), S. 7-20.

Fromm, E.: *Gesamtausgabe* (GA), herausgegeben von Rainer Funk, Stuttgart 1980/81 (Deutsche Verlags-Anstalt); München 1989 (Deutscher Taschenbuch Verlag):

- 1941a: *Die Furcht vor der Freiheit (Escape from Freedom)*, GA I, S. 215-392.
- 1947a: *Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie (Man for Himself)*, GA II, S. 1-157.
- 1964a: *Die Seele des Menschen. Ihre Fähigkeit zum Guten und zum Bösen (The Heart of Man. Its Genius for Good and Evil)*, GA II, S. 159-268.
- 1968a: *Die Revolution der Hoffnung. Für eine Humanisierung der Technik (The Revolution of Hope. Toward a Humanized Technology)*, GA IV, S. 255-377.
- 1970b (zusammen mit Michael Maccoby): *Psychoanalytische Charakterologie in Theorie und Praxis. Der Gesellschaft-Charakter eines mexikanischen Dorfes (Social Character in a Mexican Village. A Sociopsychanalytic Study)*, GA III, S. 231-540.

- 1973a: *Anatomie der menschlichen Destruktivität (The Anatomy of Human Destructiveness)*, GA VII.
- 1976a: *Haben oder Sein. Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft (To Have Or to Be?)*, GA II, S. 269-414.
- 1989a: *Vom Haben zum Sein. Wege und Irrwege der Selbsterfahrung* (Schriften aus dem Nachlass, herausgegeben von Rainer Funk, Band 1), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1989.
- 1991b: *Die Pathologie der Normalität. Zur Wissenschaft vom Menschen* (Schriften aus dem Nachlass, herausgegeben von Rainer Funk, Band 6), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1991.
- 1992e: „Die Determiniertheit der psychischen Struktur durch die Gesellschaft. Zur Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie" [1937], in: E. Fromm: *Gesellschaft und Seele. Beiträge zur Sozialpsychologie und zur psychoanalytischen Praxis* (Schriften aus dem Nachlass, herausgegeben von Rainer Funk, Band 7), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1992, S. 23-97.

Funk, R., 1992: „Gleichgültigkeit gegenüber dem Leben ist Feindseligkeit gegen das Leben," in: E. Nuissl et al., *Verunsicherungen in der Politischen Bildung*, Bad Heilbrunn (Verlag Julius Klinkhardt) 1992, S. 93-114.

- 1994: „Narzissmus und Gewalttätigkeit gegen Fremdes," in: *Vom Umgang mit dem Fremden (Dealing with the Alien)*. Jahrbuch der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft, Münster, Vol. 5 (LIT Verlag) 1994, S. 45-60

- 1994a: „Schule, Gewalt und Narzissmus," in: *Ich. Die Psychozeitung*, Berlin 1994 (Heft 2), S. 12-18.

- 1995: „Selbstverlustängste," in: *Gesellschaft und Charakter (Society and Character)*. Jahrbuch der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft, Münster, Vol. 6 (LIT Verlag) 1995, S. 135-157.

Internationale Erich-Fromm-Gesellschaft (Hrsg.), 1995: *Die Charaktermauer. Zur Psychoanalyse des Gesellschafts-Charakters in Ost- und Westdeutschland. Eine Pilotstudie bei PrimarschullehrerInnen*, Göttingen (Sammlung Vandenhoeck und Ruprecht) 1995.

Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaften (Hrsg.), 1995: *Spiegelbilder. Was Ost- und Westdeutsche übereinander erzählen*, Tübingen 1995 (oben zit. mit LUI).