

Die pathologische Normalität der Konsumgesellschaft

Erich Fromm hat in seinem Werk *Wege aus einer kranken Gesellschaft* (1955/2003) seine Überlegungen zur "Pathologie der Normalität" entwickelt. Er stellte die Frage, ob es noch andere Phänomene gibt, die mit den Begriffen Gesundheit, Krankheit (Neurose) und Normalität nicht erfasst werden. Offenbar finden sich pathologische Züge nicht nur bei Menschen mit psychischen Störungen, sondern auch bei scheinbar "normalen" Menschen, die ihren sozialen, familiären und beruflichen Verpflichtungen erfolgreich nachkommen. Er bezeichnete diese Menschen als "zerebral orientiert" und attestierte ihnen ein flaches Gefühlsleben und Anzeichen einer leichten chronischen Depression, die durch Freudlosigkeit gekennzeichnet ist, aber nicht unbedingt zu manifestem Leiden führt. Diese Menschen sind in der Lage, ihre sozialen Aufgaben gut und erfolgreich zu erfüllen, und können ohne beeinträchtigende Störungen arbeiten und Geld verdienen. Sie neigen jedoch häufig zu einer "gewissenlosen", "gleichgültigen" oder "konkurrenz- und karriereorientierten" Haltung, die sich heute um „narzisstische“ und „hedonistische“ Tendenzen erweitert hat. Diese äußern sich z.B. in Gleichgültigkeit, Überdruß und Langeweile und deren Kompensationsformen. Um solche Zustände zu mildern, stellt die Gesellschaft ihren Mitgliedern "kulturelle Gegenmittel" zur Verfügung, die z.B. Langeweile durch geschäftige Betriebsamkeit, depressive Zustände durch Konsum und mangelndes Selbstwertgefühl durch materiellen Erfolg kompensieren. Je mehr Menschen in einer Gesellschaft solche Defizite aufweisen, desto weniger fällt das entsprechende Verhalten auf und gilt sogar als "normal". Fromm identifizierte solche sozialen Defekte im Karrierestreben, im Konsumverhalten und in Formen der Liebe und Partnerschaft und kritisierte die weit verbreitete Annahme, dass das, was in einer Gesellschaft als normal gilt, auch als gesund anzusehen sei.

Die Pathologie der kapitalistischen Gesellschaft zeigt sich in der zunehmenden Entfremdung der Menschen voneinander und von sich selbst. Die Logik des Wettbewerbs und der ökonomischen Konkurrenz lässt nur wenig Raum für Solidarität und Gemeinschaft, was zu tiefer Einsamkeit und Isolation führen kann. Auch die zunehmende Prekarisierung und Unsicherheit der Arbeitsverhältnisse trägt zu dieser Entfremdung bei.

Die Tendenz zur Simulation und Konstruktion von Wirklichkeiten sowie die Betonung der Oberflächenästhetik auf Kosten von Inhalten und Werten müssen ebenfalls als pathologische Merkmale angesehen werden. Die postmoderne Kultur verführt dazu, sich in digitalen Scheinwelten und simulierten Wirklichkeiten zu verlieren und die tieferen Fragen des Seins zu vernachlässigen.

Im Folgenden soll die Pathologie der Normalität am Konsum festgemacht werden, der die genannten sozialen Defekte hervorbringt und die Menschen bis in ihre Bedürfnisstruktur hinein manipuliert.

Die Konsumgesellschaft

Die kapitalistische Konsumgesellschaft ist nicht einfach nur eine Ansammlung von Konsumenten, sondern zeichnet sich durch eine spezifische Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung aus. Im Zentrum dieser Ordnung steht die Massenproduktion, die auf expandierende Absatzmärkte angewiesen ist. Um diese Märkte zu schaffen, werden bei den Konsumenten gezielt Bedürfnisse und Wünsche erzeugt. Der Konsum wird zum zentralen Lebensinhalt und die über die Warenwelt vermittelten Aktivitäts-

ten ersetzen soziale Bindungen und Beziehungen.

Der französische Philosoph und Soziologe Jean Baudrillard entwickelte im Anschluss an Guy Debords *Die Gesellschaft des Spektakels* (1967/1996) seine Theorie der Mythen und Strukturen der Konsumgesellschaft (Baudrillard 1970/2014). Der Konsument erfährt durch den Kauf eine gesellschaftliche Teilhabe, die mit einer "Liturgie der Dinge" verbunden ist und sich auf die Teilhabe an der Warenwelt beschränkt. Die Akte des Kaufens und Konsumierens werden zum alltäglichen "Gottesdienst" in den "Konsumtempeln", in denen der "Dienst am Nächsten", dem Konsumenten, vollzogen wird. Die "Zeremonien" des Kaufens und Konsumierens von Gütern und Dienstleistungen verbinden sich mit der "Verkündigung des Konsumheils". Die Kaufhandlungen lösen sich vom realen Gebrauchswert ab, bestätigen den Tauschwert der Dinge und schaffen eine kommodifizierte Erfahrung, in der statt produktiver Handlungen bloße Kaufhandlungen mit symbolischem Wert vorherrschen. Die Liturgie in der Konsumgesellschaft feiert Wachstum, Überfluss und Wohlstand. Interessanterweise beschreibt Baudrillard die Konsumgesellschaft als eine *Ökonomie der Knappheit*, da die Mittel zur Bedürfnisbefriedigung unweigerlich hinter den gesteigerten Bedürfnissen und Wünschen zurückbleiben und ein Kreislauf des Begehrens entsteht, der nicht befriedigt werden kann.

Der Konsumkapitalismus

Das Konzept des Konsumkapitalismus beschreibt eine Wirtschaftsordnung, in der der Massenkonsum als Motor für Produktion und Wirtschaftswachstum dient. Massenproduktion braucht große Absatzmärkte, die auf der systematischen Erzeugung und permanenten Stimulierung von Wünschen beruhen. Der Konsument wird ständig dazu gedrängt, Konsumgüter und Dienstleistungen in immer größeren Mengen zu kaufen und zu konsumieren. Dabei geht es nicht um eine sinnvolle Nutzung der Güter, sondern um die Aufrechterhaltung der Massenproduktion durch Verschleiß, Wegwerfen und Vermüllung. Die Produktion dient nicht primär der Bedürfnisbefriedigung, sondern der Aufrechterhaltung des kapitalistischen Systems, indem die menschlichen Bedürfnisse als Transmissionsriemen für die Produktion und den Konsum von immer mehr Gütern benutzt werden. Dabei werden die Menschen systematisch und künstlich zum Konsum animiert und es wird ihnen suggeriert, dass ihnen zu ihrem Glück noch etwas fehlt. Die Funktion des Konsumkapitalismus besteht darin, Menschen durch Werbung zum Kauf von Dingen zu verleiten, die sie gar nicht brauchen. Statt authentische Bedürfnisse zu befriedigen, schaffen Werbung und Marketing künstliche Bedürfnisse, die die Konsumenten von Produkten und Marken abhängig machen.

Diese Entwicklung wird als pathologisch angesehen, da sie den Menschen von seinen natürlichen Bedürfnissen und seiner Autonomie entfremdet, Produktivität und Selbstverwirklichung verhindert und zu einer falschen Vorstellung von Erfüllung und Glück führt. Im Konsumkapitalismus als einer pervertierten Form der Bedürfnisbefriedigung wird das Wachstum der Wirtschaft zum Selbstzweck und der Mensch als Konsument zur bloßen Einnahmequelle. Dies entfremdet den Menschen von sich selbst und seiner Umwelt und mindert seine Lebensqualität. Die permanenten Verlockungen des Konsumismus führen zu sozialen Ungerechtigkeiten und ökologischen Belastungen mit immer höherem Ressourcenverbrauch.

In der im Konsumkapitalismus entstandenen Gesellschaftsform wird der Konsum zum Lebensinhalt. Der Mensch wird zum passiven Objekt von Werbung und Konsumindustrie und ist tendenziell desinteressiert am Erhalt seiner natürlichen Lebensgrundlagen. Die kapitalistische Produktionsweise ignoriert die Schäden, die durch die Ausbeutung natürlicher Ressourcen und den anthropogenen Klimawandel verursacht werden. Die Folgen sind Artensterben, Zerstörung von Naturräumen und Land-

schaften sowie Verarmung und Hunger der Menschen in den armen Ländern. Diese Schäden an Menschen, Tieren und Pflanzen und der Umwelt werden vor allem durch den Massenkonsum verursacht. Da der kapitalistischen Produktionsweise der *Exterminismus* (die Zerstörung der Welt) funktional eingeschrieben ist, bedarf es eines grundlegenden Wandels, um das Leben auf dem Planeten mit dem Überleben der Menschheit zu sichern. Die Ablösung der kapitalistischen Produktionsweise ist also notwendig, um das Leben zu erhalten. Es stellt sich daher die Frage, wie die Pathologien des Konsumkapitalismus überwunden werden können und welche alternativen Wirtschafts- und Gesellschaftsmodelle Anregungen für eine alternative Produktionsweise geben können.

Die Rede vom Konsumkapitalismus darf nicht dahingehend missverstanden werden, dass der Massenkonsum das eigentliche Übel sei. Die treibenden Kräfte des Kapitalismus sind die Kapitalakkumulation und die Landnahme. Die Betonung des Konsums als Hauptfaktor führt nur dazu, sich auf Phänomene des Überbaus wie die Konsumordnung mit ihren symbolischen Funktionen zu beschränken. Als System der Warenproduktion erfordert der Kapitalismus ständige Wachstumsraten, um den Profit zu erhalten. Der Konsum ist dabei nur eine Art Ventil, um den Absatz der produzierten Waren zu sichern. Da der Konsum im Prozess der Kapitalakkumulation nur eine nachgeordnete Rolle spielt, greift der Begriff des Konsumkapitalismus letztlich zu kurz.

Die Bedürfnisse

Da der Kapitalismus die menschliche Bedürfnisstruktur deformiert hat, erweist sich die Unterscheidung zwischen "wahren" und "falschen" Bedürfnissen im Kontext der alltäglichen Bedürfnisbefriedigung als schwierig. Wie Herbert Marcuse (1964/1967) dargelegt hat, kann eine Entscheidung zwischen wahren und falschen Bedürfnissen nur dann getroffen werden, wenn man seine Bedürfnisse in Freiheit hinterfragen und entwickeln kann. In einer unfreien Gesellschaft mit vielen kompensatorischen Bedürfnisbefriedigungen werden die meisten Menschen daran gehindert, ihre Bedürfnisse außerhalb der herrschenden Bedürfnisstruktur zu artikulieren. Stattdessen werden die empirisch vorfindbaren Bedürfnisse als selbstverständlich und normal angesehen und mit den "wahren" Bedürfnissen verwechselt. In der psychischen Organisation zeigt sich ein Mangel an Vernunft und begreifender Erkenntnis. Ideologiekritisch kann diese Verkehrung im Alltag nicht aufgelöst werden. Wenn jemand z.B. das Bedürfnis hat, *Fast Fashion* zu kaufen oder eine Billigreise zu buchen, kann ihm dieses Bedürfnis nicht abgesprochen werden, solange er es subjektiv als sein eigenes empfindet. Die notwendige Freiheit, wahre Bedürfnisse zu artikulieren, ist in der heutigen Gesellschaft nicht ausreichend gegeben.

Um unsere wahren Bedürfnisse zu entdecken, müssen sich auch die Orientierungen des Sozialcharakters ändern, die die Menschen an die sozioökonomischen Notwendigkeiten und Anforderungen der Konsumgesellschaft binden. Der Sozialcharakter übersetzt die Notwendigkeiten und Erfordernisse aus der ökonomischen Sphäre, aber auch aus den Sphären der Kultur, des Rechts, der Technik in Charakterorientierungen, die es den Menschen ermöglichen, mit einem Gefühl der Freiheit genau das zu tun, was von ihnen erwartet wird, um die bestehenden Strukturen zu bestätigen. Die weitergehende Frage ist, woher die Veränderungsimpulse für die Transformation der Gesellschaft und des Charakters kommen, die dieses fremdbestimmte System aufbrechen. Nach Fromms Theorie liegt die Antwort im Möglichkeitspotenzial der menschlichen Natur. Die "Natur" des Menschen eröffnet Gestaltungsmöglichkeiten, die über die Grenzen des herrschenden Sozialcharakters hinausgehen. Fromm betont, dass der Mensch prinzipiell in der Lage ist, sich produktiv mit seiner Umwelt auseinanderzusetzen und seine Potenziale zu entfalten, auch wenn die gesellschaftlichen Verhältnisse und die Formierung des Sozialcharakters diese Auseinandersetzung behindern. Zwischen der Natur des Men-

schen und den sozioökonomischen Bedingungen besteht jedoch häufig ein Konflikt. Die Gesellschaft nutzt die Kräfte des Menschen für ihre Zwecke und richtet sie auf das aus, was sie im Sinne ihrer Steigerungs- und Effizienzlogik ökonomisch und kulturell braucht, um sich strukturell zu reproduzieren. Aus der Sicht der kapitalistischen Produktionsweise hat die sozialcharakterliche Formierung des westlichen Menschen eine problematische Situation geschaffen, die die Gefahr des Exterminismus in sich birgt.

Die sozialcharakterliche Struktur und die kompensatorischen Aktivitäten der Menschen sind ein Garant dafür, dass sie im Sinne der gesellschaftlichen Erwartungen "normal" bleiben und damit als unauffällig oder "gesund" gelten. Die Teilnahme am Massenkonsum der heutigen Konsumgesellschaft ist ein Indikator für diese Normalität und ermöglicht die Reproduktion der gesellschaftsstützenden Strukturen. Indem sich die Menschen der Warenwelt hingeben und die kurzfristigen Effekte der Teilhabe am Güterwohlstand erleben, wird der Konsumkapitalismus immer wieder bestätigt und fortgeschrieben. Damit der Massenkonsum nicht zusammenbricht und die kapitalistische Produktionsweise aufrechterhalten werden kann, muss die durch den Konsum erreichte Identitätsbalance ständig erneuert werden, ohne dass eine dauerhafte Befriedigung erreicht werden kann. Der Konsumkapitalismus reproduziert sich durch die Sozialcharakterstruktur und die Befriedigung der immer gleichen Wünsche in sich steigernder Form.

Literatur

- Baudrillard, Jean, 2014. Die Konsumgesellschaft. Ihre Mythen, ihre Strukturen. Originalausgabe: La société de consommation 1970. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00541-2>
- Bierhoff, Burkhard, 2016. Konsumismus. Kritik einer Lebensform. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12223-2>
- Bierhoff, Burkhard, 2016a. Die Konsumgesellschaft und der postmoderne Konsument, HiBiFo, 3-2016, S. 3-18. <https://doi.org/10.3224/hibifo.v5i3.2>
- Debord, Guy, 1996: Die Gesellschaft des Spektakels. Originalausgabe: La société du Spectacle 1967. Berlin: Edition Tiamat.
- Fromm, Erich, 2003: Wege aus einer kranken Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Untersuchung. Originalausgabe: The Sane Society 1955. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Marcuse, Herbert, 1967. Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft. Originalausgabe: One-Dimensional Man 1964. Neuwied: Luchterhand.