

Der Mensch, ein rationales, selbstbestimmtes Wesen?

*Zur Anthropologie der „Soziologie des Unbewussten“!
Der Mensch, das soziale, symbolisch gesteuerte Tier!*

von Gerhard A. Schwartz

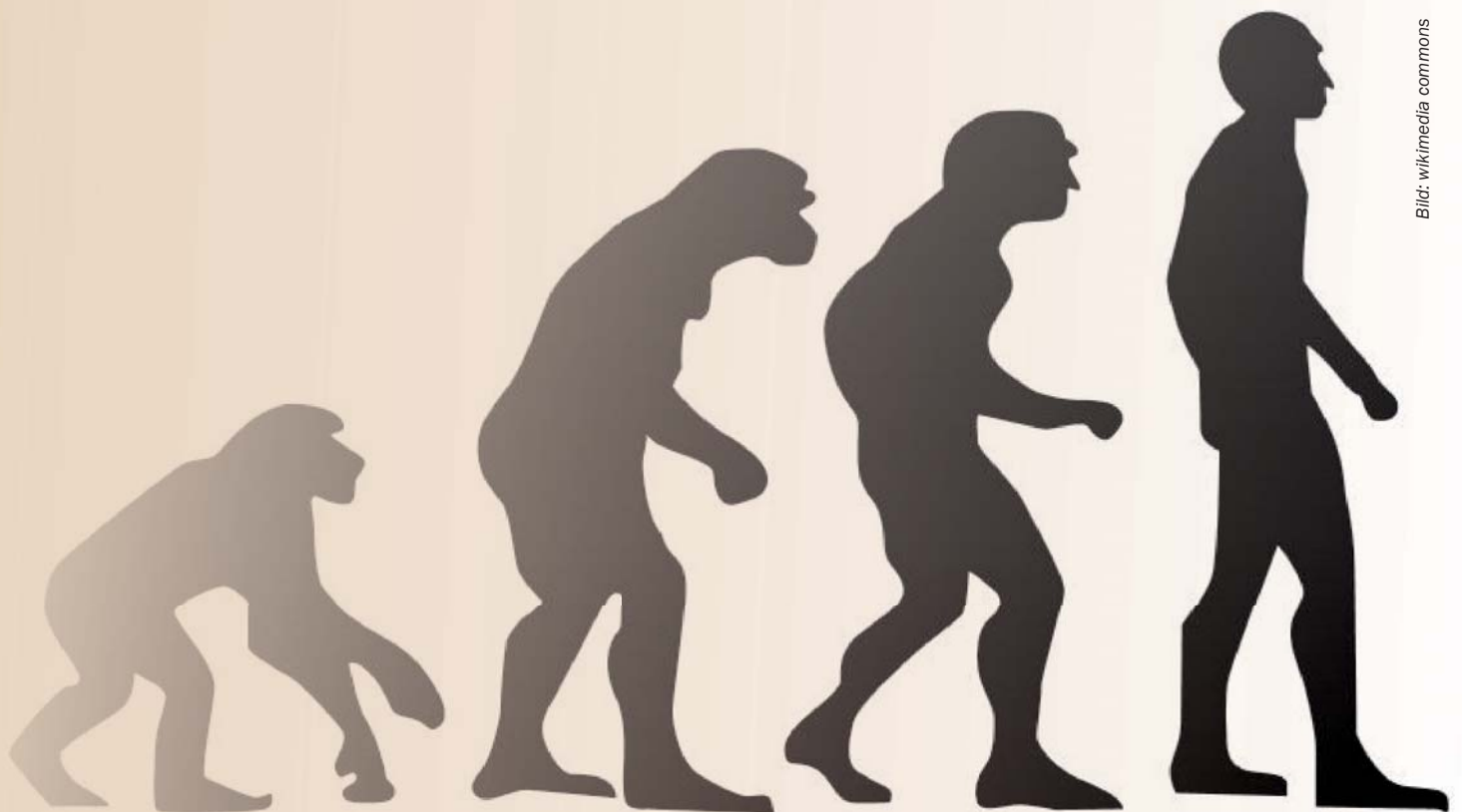


Bild: wikipedia commons

Die „Soziologie des Unbewussten“ integriert den Zugang zum menschlichen Verhalten (Masse/Mehrheit), das von individuellen Instinkten, sozialen Interaktionen und kulturell-symbolischen Strukturen geprägt wird, an Hand der Kategorie des Unbewussten!

Philosophisch kann man den Menschen als Wesen, das denkt und Kultur schafft, konzipieren und damit die Möglichkeit (Ausnahme) rationalen Verhaltens ins Visier nehmen.

Diese Abstraktionsebene ist für eine soziologische Fassung des Menschen unangemessen, weil es um das wahrscheinliche Verhalten der Masse/Mehrheit (Regel) geht. Der statistisch-normale Mensch schafft keine Kultur, er wird von ihr geprägt. Auf dieser Ebene, die soziologisch-wissenschaftlich ausschließlich relevante, ist das wirkliche Verhalten der Menschen, jenseits emotional-ideologischer Konstruktivismen, offensichtlich strukturell nur als a-rational gesteuert (instinktiv-kulturell) zu begreifen.

Das Abstraktionsvermögen und/oder die intuitive Möglichkeit, komplexe Zusammenhänge realistisch zu erfassen, sind in der Bevölkerung normalverteilt wie die Länge der Füße. Bei den meisten Menschen reicht es, intuitiv und/oder intellektuell, bis zur „Grenze ihres Dorfes“, für wenige reicht es nur bis zum Vorgarten und für sehr wenige reicht es bis zu Welt/Gesellschaft/Strukturen. Das gilt auch für Intellektuelle.

Arnold Gehlen bezeichnet den Menschen in seiner „Theorie der Institutionen“ als ein „Mängelwesen“, Nietzsche bezeichnet ihn in seiner Philosophie als ein „nicht festgestelltes Tier“! Für Luhmann gehört der Mensch als konkretes Individuum zur Umwelt der Gesellschaft, lediglich das „psychische System“ ist für ihn soziologisch innerhalb der Gesellschaft interessant. Diese Abstraktionsebene entspricht der Komplexität des Themas „Mensch in der Gesellschaft“. Eine Anthropologie im üblichen Sinn braucht Luhmann, theoretisch konsequent, tatsächlich nicht.

Die Soziologie des Unbewussten löst das Problem der Komplexität an dieser Stelle dadurch, dass sie den Menschen Wahrscheinlichkeitstheoretisch begreift (methodologischer

Strukturalismus) und konzipiert damit eine soziologische Anthropologie, die empirisch-wissenschaftlich handhabbar wird.

Das Unbewusste und die a-rationale Strukturierung menschlichen Verhaltens spielen für Luhmann's interaktionistisch angelegte Systemtheorie keine Rolle. Diese Ignoranz ist für den Systemtheoretiker Peter Fuchs eine entscheidende Schwachstelle der soziologischen Systemtheorie.

Die Systemtheorie bleibt als Metatheorie heuristisch wertvoll und ihre Schlüsselbegriffe könnten problemlos in eine strukturtheoretische und methodologisch akzeptable empirisch-wissenschaftliche SOZIOLOGISCHE Theorie wie die „Soziologie des Unbewussten“ transformiert werden.

Max Weber hat keine Erfahrungen mit dem Nationalsozialismus und seinen dramatischen massenpsychologischen Erfolgen, die sich auf Le Bon bezogen (Goebbels explizit), machen können und auch die gesellschaftlichen Erfolge der Psychoanalyse und des Behaviourismus nicht miterlebt.

Auf der Basis seines „methodologischen Individualismus“ hat zwar die Rational-choice-Theorie einen wissenschaftlich-empirischen Anspruch formuliert, aber sie ist nicht in der Lage, ihren eigenen Ansprüchen gerecht zu werden, wenn es um die Erklärung sozialer Strukturen und ihrer Wirkung geht.

Esser zum Beispiel präferiert das RREEMM-Modell, das den Menschen als „resourceful, restricted, evaluating, expecting and maximizing“ begreift und verpasst damit die eigentliche soziologische Fragestellung. (Esser 1999: 238/239) Das Unbewusste und A-rationale spielt keine Rolle.

Die Kritische Theorie, letztlich eine Variante der konstruktivistischen Postmoderne, ist nie über eine Kritik am Kapitalismus hinausgekommen. Sie begreift den Menschen

als vernunftbegabtes Wesen, das, durch Aufklärung rationalisiert, die Gesellschaft humanisieren könne. Sie ist z.B. wegen ihrer emotional-ideologischen Grundstruktur nicht in der Lage, den „Markt“ als genialles Verteilungs- und Entdeckungsinstrument (v. Hayek) von der menschenverachtenden Ideologie des imperialistischen Kapitalismus zu unterscheiden, übrigens ähnlich wie die liberalistische Ideologie, nur mit umgekehrtem Vorzeichen.

Am Ende der Weimarer Republik standen sich drei unterschiedliche Dimensionen menschlichen Verhaltens in der wissenschaftlichen Diskussion gegenüber, die darauf warteten und noch warten, in einer soziologischen Theorie plausibel integriert zu werden:

1. die naturwissenschaftliche Perspektive
 2. die sozialwissenschaftliche Perspektive
 3. die kulturwissenschaftliche Perspektive
- (Van Dyk/Schauver 2015: 25)

Durch den Nationalsozialismus und die radikale Umsetzung seiner Volksgemeinschaftsideologie wurde die Entwicklung der Soziologie als Wissenschaft unterbrochen, traumatisiert und hat sich bis heute nicht von dem Schock erholt. Sie ist, von Luhmann abgesehen, in emotional-ideologischen, hilflosen Einseitigkeiten und Halbwahrheiten stecken geblieben.

Das Unbewusste bildet eine hervorragende Basis zur Integration naturwissenschaftlicher, sozialwissenschaftlicher und kulturwissenschaftlicher Aspekte des menschlichen, statistisch-normalen Verhaltens.

Methodologisch und theoretisch löst die Soziologie des Unbewussten die end- und fruchtlose Mikro-Makro-Diskussion auf und konzipiert das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft in einem Wahrscheinlichkeitstheoretischen Modell, in dem Strukturen auf allen Sozialitätsebe-

nen das wahrscheinliche Verhalten (Regel) der beteiligten Elemente (Verhaltensverteilung) prägen und mögliche individuelle Ausnahmehandlungen, wenn sie strukturell relevant werden, die Strukturen verändern. Die Selbstorganisation im Sinne der Sozialphysik bildet einen komplementären Sonderfall aus einer interaktionistisch-instinktiven Perspektive.

Das Tier im Menschen

Neben den Kognitionswissenschaften („Wozu brauchen wir das Bewusstsein?“) spielen Sozialphysik und Soziobiologie eine entscheidende Rolle, wenn es um die biologisch-instinktiven Grundlagen und Folgen des menschlichen Verhaltens geht:

Die Sozialphysik (Beispiel Buchanan) geht wie die „Soziologie des Unbewussten“ auch von sozialen Naturgesetzen aus, die der naturwissenschaftlichen Methodologie entsprechend menschliches Verhalten, unabhängig von den individuellen Motivationen und Rationalisierungen, erklären können. Buchanan konzipiert auf der Basis der naturwissenschaftlichen Methodologie das soziale Atom, das adaptiv, imitierend und kooperativ im Rahmen von Selbstorganisation Muster (Strukturen) schafft. Er hält den Sozial-Konstruktivismus der Soziologie für eine vorübergehende, postmoderne Verirrung, die Texte produziert, statt wissenschaftlich zu erklären. Dass sein Ansatz zwar wesentlich für das Gesamtverständnis, aber ergänzungsbedürftig ist, zeigt die schlichte Tatsache, dass das Stichwort „Macht“ in seinem Register fehlt, was z.B. auf die Unterbelichtung absichtlich gestalteter Strukturen hinweist.

Die Soziobiologie

Die ethologisch-biologischen Grundstrukturen menschlichen Verhaltens werden im Verhältnis zum kulturellen Aspekt von Voland selbstkritisch wie folgt beschrieben: „(Soziobiologie ist notwendig (G.A.S), weil) „heranwachsende Menschen sich nicht wahllos

auf alles Denkbare kulturell prägen lassen. Der biologische Imperativ mit seinem evolvierten genetischen Eigeninteresse, ... übt hier Zensur aus und verhindert eine willkürliche kulturelle Indoktrinierbarkeit.“ (Voland 2000:26) Besser kann der Bezug zur „Soziologie des Unbewussten“ nicht formuliert werden. Dass sie nur ein fundamentaler Baustein einer wissenschaftlichen Soziologie ist, ergibt sich z.B. aus der Tatsache, dass „Macht“ im Sachregister nicht vorkommt.

Das Soziale

In der experimentellen Sozialpsychologie sind fundamentale Einsichten in die Struktur menschlichen Verhaltens auf der Interaktions-Ebene, jenseits emotional-ideologischer Gesinnungsphantasterei, unübersehbar, die in der „Soziologie des Unbewussten“ eine entscheidende Rolle spielen. Hierbei geht es um unbewusste Machtprozesse. Die drei wichtigsten:



Das Milgram-Experiment - ein erstmals 1961 in New Haven durchgeführtes psychologisches Experiment testete die Bereitschaft von Personen, autoritären Anweisungen Folge zu leisten - auch wenn sie in Widerspruch zum Gewissen stehen. (Bild: Archiv)

1) Milgram hat in seinem berühmten „Milgram-Experiment“ experimentell nachgewiesen, was die jüdische Philosophin Hannah Arendt nach dem Eichmann-Prozess als „Banalität des Bösen“ beschrieben hat. Es wird bis heute emotional-ideologisch verdrängt, weil seine Ergebnisse das liberalistisch-rationale Menschenbild als unrealistisch entlarven und dem Zeitgeist fundamental widersprechen. Ca. 70 Prozent seiner Probanden gingen in ihren Handlungen so weit, dass sie Menschen „töteten“, weil sie sich den Forderungen der Autorität anpassten.



Konformitäts-Experiment - 1951 von Solomon Asch veröffentlicht. (Bild: Archiv)

2) Asch hat in seinem berühmten „Konformitäts-Experiment“ experimentell nachgewiesen, dass Menschen sich dem Gruppendruck in der Mehrzahl fügen, und „Wahrheit“, auch wenn sie noch so absurd und offensichtlich falsch ist, beliebig zum Mehrheits-Konsens manipuliert werden kann. Sie sind zum Schluss überzeugt von ihrer Antwort, und dabei geht es nicht um eine bewusste Anpassung aus Angst vor der Mehrheit. 3) Zimbardo hat in seinem berühmten „Stanford-Prison-Experiment“ bewiesen, dass Menschen innerhalb bestimmter Strukturen von eben diesen in ihrem Verhalten gesteuert werden und später teilweise entsetzt sind über das, was sie, unbewusst gesteuert, anderen Menschen angetan haben.



Das Stanford-Prison-Experiment wurde 1971 vom US-amerikanischen Psychologen Philip Zimbardo durchgeführt und vorzeitig abgebrochen. Untersucht wurde menschliches Verhalten im Gefängnis unter Feldbedingungen. (Bild: Archiv)

Die Steuerung durch Symbole/Bilder

Die vermeintlich aufgeklärte und säkularisierte Gesellschaft entpuppt sich bei näherem Hinsehen als genau so mythisch gesteuert und von Bildern manipuliert wie archaische

Gesellschaften, nur die Form hat sich verändert. Das sehen sogar intellektualistisch orientierte Theoretiker des „Pictorial-Turn“ wie Mitchell:

„Der alte Aberglaube gegenüber Bildern - dass sie >ein Eigenleben< annehmen, dass sie Menschen dazu verleiten, unvernünftige Dinge zu tun, dass sie potenziell zerstörerische Kräfte darstellen, die uns verführen, irreleiten - ist in unserer Zeit quantitativ nicht weniger mächtig, obgleich er sich in einem qualitativen Sinne sicherlich anders darstellt.“ (Mitchell 2008: 35)

In der Werbung wird nicht intellektualistisch-bodenlos herumphantasiert, ob Bilder Macht haben und das Verhalten der Menschen (Masse/Mehrheit/Zielgruppen) beeinflussen, sondern gnadenlos mit der Macht der Bilder Profit erwirtschaftet.

„Die Werbeausgaben für >Online< steigen laut Nielsen Research Media z.B. 2010 in DEUTSCHLAND (Hervorh. GAS) um 35 Prozent auf 2.400.000.000 Euro. Der gesamte Werbeumsatz, also Radio, Fernsehen, Kino, Plakat, Zeitungen, Zeitschriften und Online eingerechnet, erreichte mit 25.000.000.000 Euro einen Höchststand.“ (Neukirchen 2011: 86)

„Symbole transportieren implizite, kulturell gelernte Bedeutungen besonders effizient. Symbole können unmittelbar Verhaltensprogramme im Autopiloten aktivieren.“ (Schreier/Held 2008: 75) Nicht die individuell-bewusste Motivation steuert das Verhalten, wie es die liberalistische Ideologie nahelegt.

Die aktuelle universitäre Soziologie bestreitet dagegen „theoretisch fundiert“, von der Systemtheorie bis zum „methodologischen Individualismus“, dass Werbung überhaupt eine systematische, kausale Wirkung hat und ermöglicht dadurch implizit den Ausbau der „ideologiefreien“ Profite in Werbung und Politik.

In der Psychotherapie rätselt man noch immer über die systematische Erklärung der Veränderung des Patienten. Aber flächendeckend, von der Psychoanalyse bis hin zur naturwissenschaftlich fundierten Verhaltenstherapie, ist man sich mittlerweile darüber einig, dass die therapeutische Beziehung das entscheidend Verändernde ist. Wenn Mitchell in seinem „iconic turn“ vom Bild spricht, das „als Lebewesen“ auftritt, zu dem Menschen in Beziehung treten, kann man erahnen, welchen verhaltenssteuernden Einfluss die Bilderflut der Moderne auf die Masse/Mehrheit hat.

Von hierher ist es nicht mehr weit zu der Konzeption meiner „Soziologie des Unbewussten“, die von dieser Bilderflut ausgehend eine Massenhypnose behauptet, die über archetypische Bilder und Symbole die instinktiv angelegten Strukturen und damit das Unbewusste inhaltlich prägt.

Ausgehend von der Psychoanalyse Freuds („Es“/„Überich“/Verdrängung), der den instinktiv-biologischen Bereichs betont, beleuchten A. Adler (Individualpsychologie) den sozialen („Macht und Gemeinschaft“) und C.G. Jung (analytische Psychologie) den kulturell-symbolischen („Archetypen“).

Soziologisch ist das Verhalten der Masse/Mehrheit wissenschaftlich erklärbar, wenn man den Menschen als soziales, symbolisch gesteuertes Tier begreift.

Quellenangaben:

Adler, A. 2008: Menschenkenntnis. Anaconda: Köln
Brooks, D. 2012: Das soziale Tier. Ein neues Menschenbild zeigt, wie Beziehungen, Gefühle und Intuitionen unser Leben formen. München: DVA
Buchanan, M. 2008: Warum die Reichen reicher werden und Ihr Nachbar so aussieht wie Sie. Neue Erkenntnisse aus der Sozialphysik. Frankfurt/M./New York: Campus
Esser, H. 1999: Soziologie. Allgemeine Grundlagen. Frankfurt/M./New York: Campus
Freud, S. 2016: Das Unbewusste. Ditzingen: Reclam

Frey, S. 1999: Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Bern/Göttingen/Toronto/Seattle: Huber
Jung, C.G. 1979: Über die Psychologie des Unbewussten. Frankfurt/M. Fischer
Le Bon, G. 1973: Psychologie der Massen. Stuttgart: Kröner
Mitchell, W.J.T. 2008: Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur. München: Beck
Neukirchen, H. 2011: Wer hat's erfunden. Die Geheimnisse von Jung v. Matt-Europas einflussreichster Werbeagentur. München: Redline
Rehberg, K.-S. 2014: Symbolische Ordnungen. Beiträge zu einer Theorie der Institutionen. Baden-Baden: Nomos
Schreier, Ch./Held, D. 2008: Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse des Neuromarketing. Freiburg/Berlin München: Haufe
Van Dyck/Schauer, S. und A. 2015: >>...daß die offizielle Soziologie versagt hat<<. Zur Soziologie im Nationalsozialismus, der Geschichte ihrer Aufarbeitung und der Rolle der DGS. Wiesbaden: Springer
Voland, E. 2000: Grundriss der Soziobiologie. Heidelberg/Berlin: Spektrum Akademischer Verlag



Gerhard A. Schwartz
Dipl. Soziologe, Gestalttherapeut (DVG),
Kapitän (AG)

Kontakt: g.schwartz@gmx.de
<http://www.gestaltungmeer.de>
<https://soziologiedesunbewussten.blogspot.be>