



Haben oder Sein: über den «Marketingcharakter» hinaus?

Vortragsreihe «Philosophie der Praxis»

«Haben oder Sein» ist der Titel des 1976 veröffentlichten, berühmten Werks des Soziologen und Psychoanalytikers Erich Fromm (1900 -1980). Fromm beschreibt damit unterschiedliche Existenzweisen: «Haben» steht für das Streben nach immer mehr Besitz, «Sein» für ein schöpferisches Tun. Diese Existenzweisen sind wichtiger Bestandteil des «Sozialcharakter»-Konzepts von Fromm, das zwischen Psyche und Sozialstruktur vermittelt. Darin bündeln sich gesellschaftliche Erwartungen, wie wir denken und handeln sollen. Denn wir produzieren eifrig mit an dem, was sich gegen uns richtet und verkommen so, entfremdet, selbst zu Waren.

Einer in unserer heutigen Gesellschaft zentraler «Sozialcharakter» ist der «Marketingcharakter», der sich stets an Konformität und permanenter Flexibilität orientiert. Die gesellschaftliche Grundlage hierfür bildet für Fromm eine von der Wirtschaft getriebene Politik, die weitere Lebensbereiche ökonomisiert. Orientiert an kurzfristiger Nützlichkeit und Rendite, werden die Menschen dazu angehalten, ihren (Arbeits-)Marktwert zu steigern. In den 1970er Jahren haben dadurch Fromm zu Folge ökologische und nukleare Gefahren zugenommen.

Für Ueli Mäder ist Fromms Analyse angesichts von Klimakrise und Digitalisierung als vierter industrieller Revolution weiterhin aktuell. Neben der Auseinandersetzung mit Fromms «Haben oder Sein» wird gefragt, wie sich der «Marketingcharakter» weiterentwickelt hat und überwinden lässt.

Termin

Mittwoch, 22. November 2023, 16.30 – 18.00 Uhr

Ort

Olten (Raum OVR A142),
Digital via Zoom: <https://fhnw.zoom.us/j/63944051234>

Referent

Prof. Dr. em. Ueli Mäder ist Soziologe der Universität Basel. Seine Arbeitsschwerpunkte sind soziale Ungleichheiten, Biographie- und Konfliktforschung.

Kontakt

Prof. Dr. Thomas Geisen, Hochschule für Soziale Arbeit FHNW, thomas.geisen@fhnw.ch

Weitere Informationen

www.psychosoziales-management.ch