

Dimensionen sozialer Entfremdung im Kontext der Wirtschaft

Wolfgang G. WEBER

*Institut für Psychologie, Leopold Franzens Universität Innsbruck
Bruno-Sander-Haus, Innrain 52a, A-6020 Innsbruck*

Kurzfassung: In diesem Beitrag wird ein organisations- und wirtschaftspsychologisches Konzept der sozialen Entfremdung vorgestellt, das wirtschaftsethische Beiträge aus der Kritischen Theorie (Frankfurter Schule) für die empirische Analyse von psychologischen Hindernissen des ökologisch-sozialen Wandels in Unternehmen und im Konsumalltag nutzbar macht. Das multidimensionale Konzept der sozialen Entfremdung beinhaltet ökonomistische und „entmenschlichende“ Denkweisen und Interaktionspraktiken, die aus Sozialisationsprozessen in Unternehmen oder im Konsumalltag resultieren können, falls dort neoklassische Prinzipien des Wirtschaftens radikal, ohne Rücksicht auf soziale Kriterien, umgesetzt werden. Fünf Facetten der Entfremdung wurden abgeleitet und quantitative Fragebogenmodule daraus entwickelt.

Schlüsselwörter: Einstellungsmessung, soziale Motivation, Entfremdung, Organisationsdiagnose, Wirtschaftsethik

1. Theoretischer Hintergrund

Die weiter vorangetriebene Globalisierung und Digitalisierung der Arbeitswelt in der Konkurrenzwirtschaft ist mit einer Vielzahl von Problemen verbunden, die keineswegs mit komplexen technischen Mitteln alleine zu lösen sind. Auch einseitig ökonomistische Denkweisen, Motivationen und Handlungsbereitschaften von unterschiedlichen Funktionsträgern (von Kapitaleignern, Topmanagement bis zu den operativ Beschäftigten und Konsumenten) tragen zu diesen Problemen bei. Bestimmte Denkweisen können den notwendigen ökologisch-sozialen Wandel (Stichworte: Globale Klimakrise, Fair Trade, Sustainability Management, Decent Work) von Wirtschaftsinstitutionen und Unternehmen, erschweren. Solche Denkweisen, die in der folgenden theoretischen Konzeptualisierung dem Konzept Soziale Entfremdung zugeordnet werden, wirken beispielsweise hemmend auf eine ethisch akzeptable Gestaltung der Arbeitsbedingungen in internationalen Zulieferketten oder die Integration von leistungsgewandelten Arbeitenden oder ethnisch diversen Belegschaften. Sie können zur Entwicklung eines unethischen Organisationsklimas und von destruktiver Führung beitragen sowie korruptes und kontraproduktives Verhalten in Unternehmen fördern. Arbeitswissenschaft inklusive die Arbeits- und Organisationspsychologie benötigt sowohl Modelle als auch Instrumente für die empirische Analyse solcher Denkweisen der sozialen Entfremdung und für die Entwicklung von Lösungsansätzen auf organisationaler Ebene.

Das hier vorgestellte organisations- und wirtschaftspsychologische Rahmenkonzept der sozialen Entfremdung versucht, konzeptuelle wirtschaftsethische Betrachtungen aus der Kritischen Theorie (Horkheimer 2007; Horkheimer & Adorno 1989; Fromm 1989a, b, c, d; Habermas 1978) und ihrem Umfeld (Funk 2004; Israel 1972; Polanyi, 1977, Ulrich 1998) für die empirische Analyse von individuellen Überzeugungen und Handlungsorientierungen zu nutzen, die einem humanorientierten und nachhaltigen

ökologisch-sozialen Wandel in Unternehmen und im Konsumalltag zuwiderlaufen. *Soziale Entfremdung* meint dabei bestimmte Denkweisen und Interaktionspraktiken, die aus beruflichen bzw. konsumbezogenen Sozialisationsprozessen in solchen Unternehmen und anderen wirtschaftlichen Institutionen resultieren können, in denen neoklassische Prinzipien der Marktwirtschaft radikal, d.h. ohne substanzielle Rücksicht auf Kriterien sozialer Verantwortung des Wirtschaftens (siehe Ulrich 1998), umgesetzt werden. Beispiele bilden die Radikalisierung des Konkurrenzprinzips, Sachzwangsglaube, Evaluationismus und Vermessung des „Humankapitals“, Ansporn von egoistischem Individualismus oder Zwang zur Selbstvermarktung.

Die Denkform des Ökonomismus (Polanyi 1977; Ulrich 1998) bildet dabei den gemeinsamen theoretischen Nährboden der empirisch untersuchbaren kognitiven, emotionalen und motivationalen individuellen Phänomene sozialer Entfremdung. Unter Ökonomismus versteht man „die Verselbständigung, Absolutierung und normative Überhöhung ökonomischer Gesichtspunkte“ (Ulrich 1998, S.15). Im Ökonomismus wird dabei aufgrund des Glaubens an sakrosankte Sachzwänge und an die implizite Gemeinwohlwirkung des kapitalistischen Marktes jegliche Notwendigkeit einer ethischen Begründung der neoklassischen Wirtschaftsdoktrin und ihrer praktischen sozialisatorischen Folgen für Arbeitende und Konsumenten bestritten. Weiterhin wird ein perspektivenverengtes Kosten/Nutzen-Denken als normatives und angeblich universell gültiges Prinzip des Wirtschaftens auf außerökonomische Zwecke bis hin zur Analyse intimer oder religiöser Beziehungen übertragen. Auch die Entwicklung zwischenmenschlicher Beziehungen wird reduktionistisch als „Marktlogik“ nachgezeichnet, wie es etwa in einflussreichen sozial- und organisationspsychologischen Theorien des sozialen Austauschs geschah (Überblick: Weber, 1998). Von den oben genannten Vertretern der Kritischen Theorie werden somit negative Wirkungen sozialer Entfremdung für individuelles Befinden und psychische Gesundheit, für soziomoralische Kompetenzen, für die betriebliche und die gesellschaftliche Kohäsion und sogar für die internationale Zusammenarbeit und Stabilität postuliert. Die Befunde eines aktuellen Forschungsüberblicks von Beatti (2019) zu psychosozialen und gesellschaftlichen Effekten neoliberaler Organisations- und Managementpraktiken deuten auf eine empirische Relevanz solcher weitreichender Postulate hin. Empirische organisations- oder wirtschaftspsychologische Untersuchungen liegen hierzu jedoch bislang kaum vor (siehe Bal & Dóci 2018).

2. Die fünf Facetten sozialer Entfremdung im Wirtschaftskontext

Das im Folgenden beschriebene laufende Projekt einer Fragebogenentwicklung zur Analyse sozialer Entfremdung im Wirtschaftskontext repräsentiert einen ersten konzeptuellen und methodologischen Schritt, die sozialphilosophisch geprägten kritisch-theoretischen Postulate so zu operationalisieren, dass sie ausschnittsweise auch im Rahmen herkömmlicher Organizational-Behaviour-Forschung und wirtschaftspsychologischer Forschung überprüft und ggf. einstellungs- und organisationsdiagnostisch genutzt werden können. Aus der ausführlichen Rezeption der oben genannten (sowie weiteren) kritisch-theoretischen Arbeiten konnten fünf Facetten der sozialen Entfremdung abgeleitet werden, auf deren Basis fünf quantitative Fragebogenmodule entworfen wurden.

2.1 Marketingorientierter Sozialcharakter

In neopsychoanalytischer Tradition wird von Fromm (1947, 1989a,b) und Funk (2004) hierunter die Bereitschaft verstanden, dass sich jemand aufgrund neoliberal zugerichteter Arbeitsanforderungen sowohl in der Erwerbsarbeit als auch in Bereichen des Freizeitverhaltens bis hin zu intimen Beziehungen in stark übertriebenem Ausmaß flexibel, mobil, konformistisch, opportunistisch, nachfrageorientiert und am Social Impression Management orientiert verhält. Dieser Sozialcharakter drückt das Bestreben aus, sich selbst zu vermarkten und sich selbst wie Ware zu präsentieren, um damit auf dem Arbeitsmarkt, im Unternehmen oder im Beziehungsleben Erfolg zu erzielen, obwohl das gezeigte Verhalten vom Akteur selbst häufig nicht als authentisch empfunden wird (siehe Bailey et al. 2017 sowie Hochschild = 2011). Der Betreffende macht dabei sein Selbstwertgefühl von einer quasi betriebswirtschaftlichen Evaluierung seiner erbrachten Verhaltensweisen und Leistungen abhängig. Die hier genannten Autoren prognostizieren, dass marketingorientierte Verhaltensweisen in Verbindung stehen mit Schwierigkeiten der Betroffenen, tiefere Bindungen mit anderen Menschen einzugehen oder in sozial erforderlichem Ausmaß Mitleid und Mitverantwortung für andere zu empfinden - was vom marketingorientierten Subjekt als „Freiheit“ erlebt wird.

2.2 Warenfetischismus

Soziale Entfremdungsphänomene, die man dieser als „Warenfetischismus“ benannten Kategorie zuordnen kann, haben es gemeinsam, dass davon in starkem Ausmaß Betroffene übermäßig auf Konsumgüter und Kaufakte fixiert sind, was bis hin zur Bessessenheit, z.B. Kaufsucht reichen kann (siehe Studien zum Konsumismus von Dittmar = z.B. 2007). Warenfetischismus kann sich in unterschiedlichen Erscheinungsformen ausdrücken, beispielsweise in der „Anbetung“ der Ästhetik von kommerziellen Objekten und Shopping Malls oder in der - nur kurzfristig wirksamen - Befriedigung von Wohlfühlbedürfnissen und Konsumgelüsten im Kaufrausch (Horkheimer & Adorno 1989). Warenfetischismus äußert sich auch, indem Betroffene eine symbolische Selbstergänzung durch gekaufte Objekte anstreben, die ihnen dann als Ersatz für ihre als defizitär erlebten, menschlichen Fähigkeiten und Attraktivität dienen (Fromm 1989b; Funk = 2018).

Werbeexperten nutzen diesen „Fetischcharakter der Ware“, indem sie menschliche Eigenschaften auf Konsumgüter, unbelebte Dinge, die aus menschlicher Arbeitstätigkeit resultieren, projizieren. Gemäß der Konzeptualisierung der hier genannten psychoanalytischen Sozialpsychologen folgen viele Kunden dieser *Projektion*. Waren erscheinen dabei als Verkörperung menschlicher Kräfte und Eigenschaften, die einerseits mit dem Kauf auf die Käufer überzugehen scheinen (z.B. in Cybergames). Andererseits kann diese „Macht“ scheinbar aber auch den Intentionen und Zielen der (produzierenden, distribuierenden oder konsumierenden) Marktteilnehmenden mitunter zuwiderzulaufen, z.B. direkt im Falle von Kauf- oder Spielsucht bzw. indirekt im Falle, dass Produkte zwar kurzfristig spezifische Bedürfnisse der Konsumenten befriedigen, langfristig jedoch akkumuliert zur Zerstörung ihrer natürlichen Lebensgrundlagen beitragen, z.B. indem global aggregierte Kaufhandlungen und Verbraucherverhalten den Klimawandel verstärken.

2.3 *Ökonomistische Denkform und Verdinglichung von Menschen,*

In Unternehmen, in denen neoliberale Managementprinzipien (siehe Bal & Doci 2018; Hornung & Höge 2019) in radikaler Form umgesetzt werden, besteht die Gefahr, dass Akteure in einem solchen Klima der permanenten Konkurrenz, der Instrumentalisierung von „Humanressourcen“ und des Individualismus andere Menschen nur sehr selektiv wahrnehmen und deren vielfältige Eigenschaften auf den jeweiligen „Tauschwert“ für die eigenen egoistischen Bedürfnisse reduzieren. Interaktionspartner werden nicht in ihrer realen Vielfalt, Widersprüchlichkeit und menschlichen Eigenberechtigung wahrgenommen, sondern analog zu einer Ware, deren Nutzen man aufgrund der ihr zugeschriebenen oder tatsächlichen Eigenschaften begehrt (siehe dazu ausführlich Israel = 1972). „Eigenschaften von Menschen“ werden „in einer abstrakten Form ausgedrückt, so als ob es sich um eine Kapitalanlage handle, mit der man an der Börse spekuliert“ (Fromm 1989c, S.86). Die Unterstützung solcher Menschen, die zwar bedürftig, aber nicht dem Eigeninteresse „nützlich“ (z.B. nicht nachfragekräftig) sind, erscheint aus solcher Perspektive als, verglichen mit Denjenigen, die profitabel verwertbare „Arbeitskraft“ bzw. „Humankapital“ oder „Kaufkraft“ besitzen, „unrentabel“. Eine solche ökonomistische Verdinglichung von Menschen kann in aggregierter Form gravierende Auswirkungen auf das gesellschaftliche System der sozialen Versorgung haben, wie am Beispiel der USA leicht ersichtlich wird.

2.4 *Verdinglichung (Naturalisierung) von gesellschaftlichen Verhältnissen*

Joachim Israel (1972) hat den Begriff der *Verdinglichung* mit Bezug auf G. Lukács weiterentwickelt. Seine zentrale These ist: Eine Tatsache verschwindet aus dem Bewusstsein von vielen, die an der Produktion von Waren beteiligt sind, die mit Waren handeln bzw. von vielen Konsumenten oder Bedürftigen, nämlich, dass die Institutionen und Prinzipien des kapitalistischen Marktes gesellschaftlich, d.h. durch Interaktionen von Menschen im historischen Verlauf erzeugt wurden und demzufolge durch koordinierte menschliche Handlungen langfristig veränderbar sind. Stattdessen erscheinen Waren sowie der Güter-, Finanz- und Immobilienmarkt vielen Wirtschaftsakteuren mit einem Eigenleben ausgestattet zu sein, dessen jeweiligen Vorgaben man zu folgen hat, wenn man wirtschaftlich überleben will. Die „Gesetze“ des Marktes und den ihn aufrecht erhaltenden Institutionen, denen unter Anwendung von ökonomistisch und egoistisch verengter, *instrumenteller Vernunft* (Horkheimer 2007) Folge zu leisten sein soll, scheinen den Akteuren, die dieser Verdinglichung unterliegen, als alternativloser „Sachzwang“, obwohl Menschen diese Prinzipien und Institutionen alltäglich durch ihre konformen Handlungen erst zur Geltung bringen (Israel, 1972).

Empirisch zu untersuchen sein wird, ob sich die - unter der Vorherrschaft globalisierter, neoliberal deregulierter Märkte und deregulierter, flexibilisierter Arbeitsbedingungen geschilderte - verdinglichte Sicht auf die Marktwirtschaft bei abhängig Beschäftigten bzw. bei selbstständigen Arbeitskraftunternehmern über ein halbes Jahrhundert nach den Konzeptualisierungen der Kritischen Theorie überhaupt noch in relevantem Ausmaß findet. Einer damals kaum geahnten Autonomie von abhängig Beschäftigten und neuen Selbstständigen hinsichtlich individueller Entscheidungen über operative oder taktische Aspekte ihrer Arbeit steht jedoch immer noch deren geringe kollektive Autonomie in Bezug auf unternehmensstrategische oder wirtschaftsstrukturelle Entscheidungen gegenüber. Viele von ihnen haben kaum Kontrolle über die Leistungs- und weitere Rahmenbedingungen ihrer - häufig projektförmigen - Arbeit, die ihnen, direkt, oder z.B. über „Plattformökonomie“ vermittelt, auferlegt wird.

2.5 Beeinträchtigung einer gemeinwesenorientierten, universellen Perspektivenübernahme

Eine gemeinwesenorientierte, universelle Perspektivenübernahme bezeichnet die Bereitschaft von Wirtschaftsakteuren, in ihrem Planen, Entscheiden und Verhalten auch die legitimen Belange von Menschen weit außerhalb ihres eigenen sozialen Umfelds zu berücksichtigen, die von möglichen Folgen des Handelns dieser Akteure betroffen wären. Gemeint ist z.B. die Versorgung Bedürftiger mit sozialen Dienstleistungen, die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen in Fabriken innerhalb globaler Zulieferungsketten (siehe hierzu Baur 2018; Kuntner & Weber 2018) oder die Vermeidung bzw. Verringerung globaler, produktions- und konsumtionsbedingter, gesundheitlicher und ökologischer Risiken (siehe z.B. White et al. 2009). Die Menschen, die durch Akteure, welche eine universelle Perspektive einnehmen, begünstigt werden, sind an der aktuellen Handlungssituation der ersteren Akteure oft nicht beteiligt, sie können sich weit von ihnen entfernt befinden und sind ihnen häufig gar nicht persönlich bekannt. Von den Folgen der Handlungen der Ersteren sind sie möglicherweise sogar erst in der weiter entfernten Zukunft tangiert (z.B. ökologisch nachhaltiges Handeln im Alltag). Akteure, deren universelle Perspektivenübernahme *beeinträchtigt* ist, ignorieren oder missdeuten hingegen weitreichende negative soziale oder ökologische Wirkungen ihres Handelns im Kontext von Arbeit oder Konsum. Sie praktizieren dabei verschiedene Formen des moralischen Disengagements, wie sie von Vertretern der sozialen Lerntheorie erforscht wurden (z.B. White et al. 2009).

Die dargestellten fünf Facetten wurden in Form des Fragebogens *Soziale Entfremdung im Wirtschaftskontext (Version 1.0)*, der insgesamt 93 Aussagen umfasst, operationalisiert. 19 Aussagen davon bilden, der sozialen Entfremdung entgegengesetzt, formulierte Komplementäritems. Die Befragten können mithilfe von fünfstufigen Likert-Skalen den Grad ihrer Zustimmung oder Ablehnung äußern. In der gegenwärtig laufenden ersten Validierungsstudie, die mehrere Hundert Beschäftigte aus österreichischen und deutschen privatwirtschaftlichen und öffentlichen Unternehmen einbezieht, werden die Reliabilität und die Dimensionalität der Entfremdungsfacetten statistisch überprüft. Im Rahmen der Konstruktvalidität wird geprüft, ob sich ein negativer Zusammenhang zwischen bestimmten Facetten der sozialen Entfremdung und ihnen entgegengesetzten Wertorientierungen wie der Global Citizenship (Reysen & Katzarska-Miller 2013) zeigt. Weiterhin wird untersucht, ob bestimmte Facetten bzw. Muster von Facetten sich innerhalb von spezifischen beruflichen Tätigkeiten häufen (Antezedensanalyse). Es wird hypostasiert, dass bestimmte Tätigkeiten in der Finanzdienstleistung, in technischen Berufen und in der sozialen Dienstleistung, mit beeinflusst durch humanistisch versus neoliberal orientierte Managementkonzepte, sich hierin signifikant unterscheiden.

3. Literatur

- Bailey C, Madden A, Alfes K, Shantz A, Soane E (2017) The mismanaged soul: Existential labor and the erosion of meaningful work. *Human Resource Management Review* 27:416-430.
- Bal P M, Dóci E (2018) Neoliberal ideology in work and organizational psychology. *European Journal of Work and Organizational Psychology* 27:536-548.
- Baur C (2018) Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette: Das Problem des eingeschränkten moralischen Bewusstseins. In: Schmitt C, Bamberg E. (Hrsg) *Psychologie und Nachhaltigkeit*. Wiesbaden: Springer, 149–164.
- Beattie P. (2019) The road to psychopathy: Neoliberalism and the human mind. *Journal of Social Issues* 75:89-112.

- Dittmar H (2007) The costs of consumer culture and the "cage within": The impact of the material "good life" and "body perfect" ideals on individuals' identity and well-being. *Psychological Inquiry* 18:23-31.
- Fromm E (1989a, Orig. 1947) Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie. In: Fromm E Gesamtausgabe, Band II. München: dtv, 1-153.
- Fromm E (1989b, Orig. 1976) Haben oder Sein - Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft. In: Fromm E Gesamtausgabe, Band II. München: dtv, 269-414.
- Fromm, E (1989c, Orig. 1955) Wege aus einer kranken Gesellschaft. In: Fromm E Gesamtausgabe, Band IV. München: dtv, 1-254.
- Fromm E (1989d, Orig. 1968) Die Revolution der Hoffnung - Für eine humanisierte Technik. In: Fromm E Gesamtausgabe, Band IV. München: dtv, 255-377.
- Funk R (2004) Leitwerte marktwirtschaftlicher Praxis und ihre psychischen Folgen. In: Weber WG, Pasqualoni P-P, Burtscher C. (Hrsg) *Wirtschaft, Demokratie und Soziale Verantwortung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 71-102.
- Funk R (2018) Das mediale Ich - Zur psychischen Neukonstruktion des Menschen. *Fromm Forum* 22:67-87.
- Habermas J (1978, Orig. 1968) Technik und Wissenschaft als ‚Ideologie‘. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hochschild A (2011) Emotional life on the market frontier. *Annual Review of Sociology*: 37:21-33.
- Horkheimer M (2007, Orig. 1967) Zur Kritik der instrumentellen Vernunft. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuch.
- Horkheimer M, Adorno, TW (1989, Orig. 1947) Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Leipzig: Philipp Reclam jun.
- Hornung S, Höge T (2019) Humanization, rationalization or subjectification of work? Employee-oriented flexibility between i-deals and ideology in the neoliberal era. *Business & Management Studies: An International Journal* 7:3090-3119.
- Israel J (1972) Der Begriff Entfremdung. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch.
- Kuntner W, Weber WG (2018) Tensions within Sustainability Management: A socio-psychological framework. *Journal of Global Responsibility* 9:193-206.
- Polanyi K (1977) The economic fallacy. *Review* 1:9-18.
- Reysen S, Katzarska-Miller I (2013) A model of global citizenship: antecedents and outcomes. *International Journal of Psychology* 48:858-870.
- Ulrich P (1998) *Integrative Wirtschaftsethik* (2. Aufl.). Bern: Haupt.
- Weber WG (1998) Kooperation in Organisationen unter arbeits- und sozialpsychologischen Gesichtspunkten - vom individual-utilitaristischen zum prosozialem Handeln? In: Spieß E, Nerdinger FW (Hrsg) *Kooperation in Unternehmen*. München: Hampp, 33-60.
- White J, Bandura A, Bero LA (2009) Moral disengagement in the corporate world. *Accountability in Research* 16: 41-74.



Gesellschaft für
Arbeitswissenschaft e.V.

Arbeit HUMAINE gestalten

67. Kongress der
Gesellschaft für Arbeitswissenschaft

Lehrstuhl Wirtschaftspsychologie (WiPs)
Ruhr-Universität Bochum

Institut für Arbeitswissenschaft (IAW)
Ruhr-Universität Bochum

3. - 5. März 2021

GfA-Press

Bericht zum 67. Arbeitswissenschaftlichen Kongress vom 3. - 5. März 2021

**Lehrstuhl Wirtschaftspsychologie, Ruhr-Universität Bochum
Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum**

Herausgegeben von der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.
Dortmund: GfA-Press, 2021
ISBN 978-3-936804-29-4

NE: Gesellschaft für Arbeitswissenschaft: Jahresdokumentation

Als Manuskript zusammengestellt. Diese Jahresdokumentation ist nur in der Geschäftsstelle erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten.

© **GfA-Press, Dortmund**

Schriftleitung: Matthias Jäger

im Auftrag der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Ohne ausdrückliche Genehmigung der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V. ist es nicht gestattet:

- den Kongressband oder Teile daraus in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) zu vervielfältigen,
- den Kongressband oder Teile daraus in Print- und/oder Nonprint-Medien (Webseiten, Blog, Social Media) zu verbreiten.

Die Verantwortung für die Inhalte der Beiträge tragen alleine die jeweiligen Verfasser; die GfA haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Screen design und Umsetzung

© 2021 fröse multimedia, Frank Fröse

office@internetkundenservice.de · www.internetkundenservice.de