

Robert-Bosch-Stiftung

Verleihung des Journalistenpreis Bürgerschaftliches Engagement

am 29. November 2008

Vortrag „**Die Mediengesellschaft und das Gute**“

von Dr. Wieland Backes

Gestatten Sie, dass ich Sie schon so kurz nach dem Frühstück mit einer Grundsatzfrage überfalle: Ist der Mensch gut? Ein moralisches Wesen? Sozial? Solidarisch? Mitmenschlich? Grundsätzlich gut eben?

Als ich mich auf dieses Thema gestürzt habe, fiel mir – fast erwartungsgemäß – als erstes Jonathan Peachum ein, der Bettlerkönig aus der Dreigroschenoper. Das Lied von der Unzulänglichkeit menschlichen Lebens. Fast scheue ich mich diesen Gassenhauer der Gebildeten hier noch einmal zu bemühen. Keine Angst, ich singe nicht. Aber auch gesungen würde es nicht weniger hart klingen: „Der Mensch ist gar nicht gut, drum hau’ ihn auf den Hut.“

Ein Schnellrundblick in der Weltgeschichte und in den aktuellen Zeitläufen würde uns in Minutenschnelle eine schier endlose Zahl an desillusionierenden Belegen für diese Aussage liefern.

Ist dieses viel bemühte, wie Immanuel Kant es nannte, „moralische Gesetz in uns“ am Ende nicht mehr als eine realitätsferne Studierstubegeburt? Und gilt draußen auf der Wildbahn des Lebens schlicht und brutal ganz einfach das Recht des Stärkeren, fressen und gefressen werden? Der Mensch ist gar nicht gut.

Aber so schnell will ich Brechts Peachum die alleinige Deutungsmacht über diese Frage nicht zugestehen. Sonst könnten wir jetzt getrost diese Veranstaltung schließen, den Wettbewerb streichen und mit eingezogenem Genick nach Hause gehen. Obsolet all weiteres Sinnieren über Mitmenschlichkeit, Zivilgesellschaft, bürgerschaftliches Engagement...

Aber: Ist denn die Frage, ob der Mensch gut sei, wirklich final geklärt? So, wie wir hier sitzen – so unterstelle ich mal – wäre ein affirmatives Ergebnis sehr angenehm. Doch so einfach gestaltet sich die Sache nicht. Genauer betrachtet schwanken die Antworten gewaltig in der Geistesgeschichte der Menschheit.

Und auch ein Parforceritt durch die Erkenntnisse von zweieinhalb Jahrtausenden – von Platon, Aristoteles, Thomas Hobbes, Rousseau, Kant, Marx, Nietzsche bis zu Marcuse – liefert eher Mutmaßliches und Widersprüchliches als Verbindliches .

Ob nun „der Mensch dem Menschen ein Wolf ist“ oder ein „sauberer Kern“ in uns steckt, wir wussten es, um es deutlich zu sagen, bis in die jüngste Zeit hinein nicht einmal annähernd verlässlich – bis zum Glück die experimentelle Psychologie und die Hirnforschung unserer Tage zumindest etwas Linderung brachte.

Richard David Precht hat in seinem populärwissenschaftlichen Bestseller „Wer bin ich?“ den Stand der Dinge, wie ich finde, gut zusammengefasst: „Der Mensch ist ein moralbegabtes Tier. Die Fähigkeit zur Moral ist angeboren. Aber, es gibt kein „moralisches Gesetz“ im Menschen, wie Kant meinte. Moralisches Handeln ist entstanden, weil es sich oft für den Einzelnen lohnt.

Wie stark er davon Gebrauch macht, ist sehr weitgehend eine Frage der Selbstachtung und diese wiederum eine Frage der Erziehung.“ Eine Frage der Erziehung...!

Erziehung, Wertevermittlung, Bildung der Moral und des Herzens, da denkt jeder gleich an die Rolle des Elternhauses, an die Aufgaben, Versäumnisse und Fehlleistungen von Schule und Kindergarten. Ich möchte heute morgen mal gezielt einen anderen Bereich ins Auge fassen: uns, die Medien.

Wenn man alles mitzählt, hat der Durchschnittsdeutsche täglich acht Stunden und sechsunddreißig Minuten mit Medien zu tun. Das Fernsehen allein füllt bei den Erwachsenen mehr als dreieinhalb Tagesstunden. Das Radio zusätzlich gute drei und das Internet ist im Durchschnitt auch schon bei einer Stunde angekommen. Jugendliche verbringen bereits zwei Stunden durchschnittlich mit dem Internet, mehr als mit dem Sofafernsehen. Tendenz beschleunigt steigend.

Das Bild, das wir vom Leben und der Welt entwickeln, wurde noch nie so stark indirekt vermittelt, noch nie so umfänglich durch die Medien geprägt wie heute.

Über Bildung und Erziehung wird in diesem Land in letzter Zeit erfreulicherweise wieder lebhaft nachgedacht und diskutiert. Elternhaus, Kindergarten, Schule, Hochschule – alles steht auf dem Prüfstand. Nur ein wichtiger Bereich bleibt auffälligerweise verschont: die Medien. Ihre Rolle als Miterzieher der Nation spielt in dieser Debatte kaum eine Rolle. Medien und Moral, Medien und Wertevermittlung – das scheinen keine Themen zu sein, die hierzulande bewegen. Und das ist eigentlich – ein Skandal.

„Ist der Mensch gut?“ hatte ich eingangs gefragt. Jetzt möchte ich eine zweite grundsätzliche Frage anschließen: Sind die Medien gut? Oder genauer: Befördern die Medien das Gute?

Wäre ich Defätist, würde ich sagen: Die Medien haben uns in diesem Zusammenhang zuallererst einen wenig begeisternden Begriff geschenkt: den „Gutmenschen“ – eine Bezeichnung, die nun nicht im engeren Sinne freundlich oder ermunternd gemeint ist. Eher ziemlich abwertend. Ein Killerwort, das viele zu naiven Weltverbesserern und Nervensägen abgestempelt hat, die es vielleicht gar nicht waren.

In den Feuilletons war der Gutmensch zeitweise so etwas wie der „last critical kick“. Moral war prinzipiell hochverdächtig und war auch schon beim leisesten tugendvollen Appell wohlfeil als „Moralisieren“ enttarnt. Eine ähnlich steile Karriere im journalistischen Wortschatz blieb dem „schlechten Menschen“ erspart. Der Begriff „Schlechtmensch“ jedenfalls findet sich in keinem Wörterbuch.

Doch zurzeit erleben wir ja Wundersames: Da wird doch tatsächlich ein Zusammenhang zwischen Finanzkrise und moralisch-ethischen Defiziten ausgemacht. In der Misere hat die Moral – auch medial – wieder Konjunktur, zumindest für ein paar Wochen.

Doch wir sollten die Physiognomie der Mediengesellschaft erst einmal etwas genauer betrachten. Und da gibt es durchaus, sehr unterschiedliche Entwicklungen und Ambivalenzen in deren Bewertung.

Die publizistischen Medien haben längst alle Lebensbereiche durchdrungen. Die Geschwindigkeit der Vermittlung und das Ausmaß der Verbreitung nehmen stetig weiter zu. Keine Organisation, kaum ein gesellschaftlicher Bereich kann sich der Medienaufmerksamkeit entziehen.

Die umfängliche Nutzung durch die Konsumenten gibt dem Medien-geschehen eine große, ja übergroße Bedeutung und Reputation: „Ich bin in den Medien – also bin ich!“

Für den Kommunikationswissenschaftler Otfried Jarren verschmilzt die politische und soziale Wirklichkeit mehr und mehr mit der Medien-wirklichkeit. Mit der Konsequenz: Die Akteure der Gesellschaft, insbesondere die Politiker, richten ihr Handeln verstärkt und oft vorrangig nach den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems aus.

Dieses beherrschende Selektionsprinzip hat für die Entscheidungsstrukturen der Politik weitreichende Folgen. Der Stellenwert der medialen Kommunikation gewinnt gegenüber der inhaltlichen Substanz oft die Oberhand. Welcher Gedanke, welches politische Konzept, so muss man fragen, hat heute noch die Chance sich in stillen Studierstuben zu entwickeln, unter Ausschluss der Medien und der Öffentlichkeit erst einmal zu reifen und habhaft Gestalt anzunehmen?

Erinnern Sie sich z.B. noch an den „Professor aus Heidelberg“, der sich eine an sich ganz pfiffige Steuerreform ausgedacht hatte?

Die Politik im Medienzeitalter machte ihn schneller zum Opfer, als es sich seine akademische Weisheit träumen ließ.

Über das Thema Steuersenkungen gibt es jetzt wieder wilde, kurzlebige Mediengefechte, eine substantielle Steuerreform lässt weiter auf sich warten.

Der Göttinger Politologe Franz Walter kommt in einem Essay über die Mediengesellschaft zu dem Schluss: „Die Allgegenwart der elektronischen Medien im Alltag gilt als Signum der Moderne. Doch mit der Ausbreitung moderner Medien ist das politische Urteilsvermögen der Menschen paradoxerweise wieder zurückgefallen.“

Und wie steht es um dieses moderne Mediensystem?

Wir stellen in unserer Gesellschaft eine rasante und stetig weiter fortschreitende Kommerzialisierung vieler Lebensbereiche fest. Die Medien stehen in dieser Entwicklung ganz an der Spitze. Das gilt ganz besonders für das Fernsehen:

Fast drei Jahrzehnte kommerzielles Fernsehen z.B., davon bin ich überzeugt, haben tiefere Spuren im Bewusstsein der deutschen Gesellschaft hinterlassen als viele der politischen und sozialen Bewegungen unserer Zeit. Natürlich ist Ihnen, liebe Zuhörer, längst bewusst, dass hier ein überzeugter, um nicht zu sagen leidenschaftlicher „Öffentlich-Rechtlicher“ zu Ihnen spricht.

Und wenn die ARD trotz der notorisch verquerten Wettbewerbslage, trotz des aufgezwungenen Spagats zwischen Qualität und Quote künftig ihren „public value“ betonen möchte, verstärkt das meine öffentlich-rechtlichen Heimatgefühle erheblich.

Es geht mir hier nicht darum, „pro domo“ zu sprechen, aber: Wenn die Anstrengung dieses Journalistenpreises darauf gerichtet ist, die Zivilgesellschaft voranzubringen, so müssen wir betrübt feststellen, dass ein nicht zu vernachlässigender Teil der Medien, insbesondere der elektronischen, bei diesem Versuch nicht mit von der Partie ist, weil die Grundfragen unserer Gesellschaft, weil die Vermittlung von Werten keine maßgeblichen Kategorien ihres Denkens und Handelns sind.

Oder soll man am Ende doch Autoren wie Steven Johnson folgen? Der amerikanische Wissenschaftsautor hielt bei seiner Medienwirkungsanalyse eine wohlgefällige Gegenthese parat: „Everything bad is good for you“. Plattes und Perfides als Humus des Guten?

Der Erregungswert des Unsäglichen hat ja kürzlich selbst einen prominenten Kopf erreicht, der sonst eigentlich nur fernsieht, wenn er selbst zu sehen ist. Leider ließ die nachfolgende Qualitätsdebatte selbst an Qualität zu wünschen übrig.

Bad? Good? Noch haben wir die Medienrechnung ohne das Neue gemacht, das seit einigen Jahren täglich mehr und mehr an Gewicht gewinnt und die Welt rasant verändert: das Internet. Die Kommunikation im Netz hat uns ein Gefühl der allgegenwärtigen Runduminformation beschert und die aktive publizistische Teilhabe von vielen – oder zumindest die Illusion davon. Sicher:

Das Internet hat vielen früher Sprachlosen eine Stimme gegeben und gesellschaftlichen Bewegungen ein neues hocheffizientes Kommunikations- und Mobilisierungsinstrument. Für den erfolgreichen Aufstieg von „Attac“ z.B. war das Netz geradezu konstitutionell. Obamas Wahlkampf, eine Demonstration der Macht des Internets – Risiken und Nebenwirkungen inklusive.

Im Internet steckt in der Tat ein neues großes Potenzial, auch für soziale Netzwerke, die Selbstorganisation der Bürger. Ob man allerdings in diesem Zusammenhang von der Entwicklung zu einer „Demokratisierung der Medien“ sprechen kann, bezweifle ich. Profunden, analytischen, unabhängigen Journalismus obsolet machen wird die Jedermann-Publizistik im Internet nicht. Im Gegenteil: Die Rolle der Journalisten im schier endlosen Meer der Informationen erscheint mir wichtiger denn je. Dafür in unserem Mediensystem die geeigneten Bedingungen zu schaffen und zu ermutigen, ist elementar für die politische Meinungsbildung sowie für den Bestand und die Weiterentwicklung unserer Demokratie.

Die Idee der Bürgergesellschaft setzt auf den Menschen als aktiven Mitgestalter. Der Staat als ein Unternehmen, an dem sich möglichst viele unmittelbar beteiligen. Dies setzt voraus, gesellschaftspolitische Prozesse wenigstens einigermaßen zu verstehen. Und wenn sich viele engagieren sollen, muss sich auch herumsprechen, dass Sichbeteiligen Sinn ins Leben bringen kann und Freude, ja ganz legitimerweise auch ganz ich-bezogene Freude.

Die „Aktion Mensch“ hat erst vor ein paar Wochen auf Großplakaten eine erfrischend ungewöhnliche Frage aufgeworfen: „In was für einer Gesellschaft wollen wir leben?“ Schlechte Zeiten sind gute Zeiten für solche Fragen.

In den zumindest angeblich „guten Zeiten“ der letzten Jahre ist vor allem eines passiert: Die Entsolidarisierung unserer Gesellschaft hat in vielen Feldern krasse Formen angenommen. „Unvorstellbar reich“ und „bedrückend arm“ existieren auch in diesem Land inzwischen direkt nebeneinander, oft ohne einander überhaupt noch wahrzunehmen.

Die Kluft zwischen Reichen und Geringverdienern wächst in Deutschland stärker als in jedem anderen westlichen Land. Jedes 7. Kind bei uns lebt unterhalb der Armutsgrenze. Wir sollten diese desillusionierenden Befunde einer divergierenden Gesellschaft nicht einfach hinnehmen. Es gibt also genug zu tun in diesem Land.

Diese Gesellschaft braucht für ihre Weiterentwicklung mehr denn je die Kraft von Bürgersinn und Zivilcourage. Vom anonymen Staat, von der offiziellen Politik allein können wir die Lösung unserer Nöte kaum erwarten. Aber: Nicht Bürger als „Ausfallbürger des Staates“ sind gefragt, sondern aktive Mitgestalter. Bürgerschaftliches Engagement als vielfältige Bürgerbewegung, wie wäre es damit?

Das könnte vielleicht der Anfang einer praktischen Antwort auf die Frage sein, in welcher Gesellschaft wir künftig leben wollen.

Die Dimension des ehrenamtlichen Bürgerengagements in Deutschlands hört sich heute schon beachtlich an: Rund ein Drittel aller Deutschen über 14 sind ehrenamtlich in Vereinen, Verbänden, Initiativen oder Kirchen aktiv.

Soweit man das überhaupt einigermaßen erfassen kann, ergibt sich daraus eine Wertschöpfung von geschätzten 75 Mrd. Euro. Gleichzeitig ist ein interessanter Wandel festzustellen: von den klassischen Aktivitäten in Vereinen und mildtätigen Organisationen hin zu individuellen Initiativen, soziokulturellen Projekten und Selbsthilfegruppen. Mediale Beachtung und Begleitung sind für diese Art von Aktivitäten ein wahres Lebenselixier.

Und in diesem Kontext sind gute Journalisten gefragt. Und Medienverantwortliche, die solchen Themen Raum geben.

Es gibt inzwischen unzählige Beispiele, wie Konzepte bürgerschaftlichen Engagements erst durch die kommunikative Kraft der Medien jenen Rückenwind erhielten, der für ihren Erfolg unersetzlich war. Zündende Ideen verbreiten sich durch Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet oft wie ein Lauffeuer, finden Gleichgesinnte und Nachahmer. Aber auch das Gute braucht den kritischen, analytischen Blick.

In meiner Sendung saßen sie schon in großer Zahl, die Helden und Heldinnen der Bürgergesellschaft. Und sie waren durchaus nicht alle aus dem gleichen Holz geschnitzt. Und ich gebe zu, nicht alle haben mich begeistert.

Zuweilen schien mir der Kick der medialen Öffentlichkeit sich allzu sehr verselbstständigt zu haben. Andere waren in Sachen „Charity“ auf eine Weise unterwegs, die den Eindruck hinterließ, dass sie mehr an der Selbstvermarktung als an den Empfängern ihrer Wohltaten interessiert waren. Nach über 22 Jahren Nachtcafé ist mir nichts Menschliches mehr fremd.

Aber verbrieft Gutes blieb auch in meiner ganz persönlichen journalistischen Erfahrungswelt, zum Glück, genügend übrig. Schier unglaubliche Beispiele von hingebungsvollem Engagement und wachem Bürgersinn.

In der Jury des Medienpreises „Bürgerschaftliches Engagement“ sitzt u.a. Sabine Werth, Vorsitzende der Berliner Tafel e.V., der ersten ihrer Art in Deutschland, von ihr 1993 gegründet. Die Tafeln verteilen überschüssige Lebensmittel z.B. aus Supermärkten und Restaurants an Bedürftige. Was sie und ihre Mitstreiter in Gang gesetzt haben, wäre eine eigene Laudatio wert.

Aber, ich will mal kurz erzählen, wie ich journalistisch mit „den Tafeln“ in Kontakt kam: Von dieser Tafel-Gründung in Berlin hat wenig später eine Hamburger Bürgerswitwe erfahren – durch die Berichterstattung in den Medien – und sie beschließt spontan, selbst aktiv zu werden.

Ein Jahr danach ist diese Frau, Annemarie Dose, mein Gast im Nachtcafé und wir erfahren, dass ihr Engagement auch für sie ganz persönlich die Rettung war. Nach 42 Jahren Ehe hatte sie nach dem Tod ihres Mannes jeden Halt im Leben verloren. In der Sendung sagt sie: „Ich spürte, entweder du stirbst oder du machst jetzt etwas.“

Sie hat etwas gemacht. Die Hamburger Tafel, die zweite nach Berlin, entwickelte sich beeindruckend. Und die Vorbilder fanden weitere Nachahmer, viele Nachahmer: Über 780 Tafeln mit rund 32 000 ehrenamtlichen Helfern versorgen mittlerweile etwa 700 000 Menschen im Durchschnitt einmal die Woche mit Nahrungsmitteln.

Annemarie Dose hat durch ihr Engagement auch für sich etwas getan: Sie schaffte die Wende zu einer neuen, überaus beglückenden Lebensphase. Sie ist heute 80 Jahre alt und noch immer hoch aktiv.

Die journalistische Berichterstattung über die Tafeln füllt mittlerweile viele Bände. Gute Ideen brauchen Öffentlichkeit. Und sie brauchen kluge, kundige, analysefähige Transporteure. Nicht nur Augen für das Grelle, nicht nur Ohren für die Lauten: Entdecken, genau hinsehen und auch den fast unbemerkten, eher stillen bürgerschaftlich Engagierten Publizität zu geben, das ist Journalismus im Sinne der Zivilgesellschaft, Vitalisierung für unsere Demokratie.

Auch wenn unser Mediensystem nur bedingt die Voraussetzungen dafür liefert. Geschichte, auch Mediengeschichte wird letztlich von Menschen gemacht. Wer die demokratische Kultur des Journalismus stärkt, macht sich um die Zukunft unserer Gesellschaft hochverdient.

Hat das Gute also eine Chance in unserer medien-geprägten Welt? Der Mensch sei, so sagt die Wissenschaft, prinzipiell zum Guten fähig, er sei ein „moralbegabtes Tier“. Und guter Journalismus im beschriebenen Sinn ist für mich beste Begabtenförderung.