

Warum wir auf Werte nicht verzichten wollen

Warum sowohl Medienmacher wie Mediennutzer Inspirationsquellen brauchen

Skizzen/Zitate zum Impuls-Vortrag beim Medienlehrgang im Figlhaus / März 2019, Otto Neubauer

I. Warum überhaupt die Frage nach Werten, nach Inspirationen?

Persönliche Begegnungen mit Persönlichkeiten aus der Medienwelt; ihre Klage über das Fehlen an Inspirationen & Botschaften hat bewegt...

- JAN MOJTO, internationaler Filmproduzent
„Uns fehlt der Content“, „Ich suche Substanz“, „Ich frage mich, wo geht Europa hin, ohne tragfähige Botschaften?“
- MARKUS SCHÄCHTER, Ex-ZDF-Chef
„Wir brauchen mehr Tiefenschärfe...“
- MICHAEL HANEKE, Filmregisseur
Er beneide gewisse Menschen, die *„tief in einem tröstlichen Glauben verankert sind“*, sagte Haneke. *„Wir haben alle eine Sehnsucht nach dem Licht.“* Er selbst kann nur an die Kunst glauben, an jene kathartische Wirkung (Katharsis/griechisch „Reinigung“), wie man sie sich von der griechischen Tragödie erhoffte. Wenn man das Gegebene präzise analysiere, das Schreckliche radikal zu Ende formuliere, *„kann aus den Einsichten, die der Zuseher gewinnt, eine Form von Hoffnung, von Kampfwillen entstehen.“*
- BARBARA STÖCKL, TV-Moderatorin
„Ich will Sinn stiften! Sie ist verärgert/traurig über die ausschließliche Suche nach „Lachen und Weinen“ ohne Anspruch auf weitere sinnvolle Botschaften; Verflachung des Kommunikations-Niveaus, Hauptsache der Unterhaltungswert stimmt
- MATTHIAS MATUSSEK, ehem. Spiegel-Kultur-Journalist
„Wir haben uns an den Schwachsinn gewöhnt, an eine Situation, in der es völlig irrelevant geworden ist, was wir sagen und ob es die Wahrheit ist oder nicht, geschweige denn, dass wir sie erkennen...“
„Eine Gesellschaft, in der die Lüge zur allgemein akzeptierten Verkehrsform gehört, marschiert in den Schwachsinn.“
Die Analyse vom Kirchenvater Augustinus bis Immanuel Kant: Die Lüge - Nicht Wahres/Vorgegaukeltes - zerstört letztlich jede Kommunikation.

II. Konsequenzen/Thesen: warum es sich lohnt, mitten in der Medienwelt nach Werten, nach sinnvollen Botschaften zu fragen, zu suchen, zu positionieren:

1. Wir wollen VERANTWORTUNG übernehmen:

Gerade Medienmacher wie Verantwortungsträger auf den verschiedensten Ebenen können sich schlicht nicht der gesellschaftlichen Verantwortung entziehen. Die Medien machen Politik, prägen gesellschaftlichen Dynamiken. Sie können **Gutes und Böses wecken**. Beispiel: der Völkermord in Rwanda 1994 ist Jahre zuvor medial geschürt/inszeniert worden. Aber „die Suche nach der Wahrheit ist nicht kaputt zu kriegen“ (Muhammad Ali)

2. Wir brauchen WAHRHAFTIGKEIT:

Aristotelisch: **Wahrhaftig ist nur der, der sich darstellt, wie er ist**. Derjenige, der nur an PR und Selbstvergrößerung interessiert ist, lügt nach Aristoteles besonders hässlich. Auch

derjenige lügt, der sich verkleinert: der Ironiker. Gesucht wird der Mann der Mann/die Frau der Mitte. „Wahrhaftigkeit & Freundlichkeit“ bestimmen nach Aristoteles eine gute Kommunikation. Ich traue dem anderen das Gute zu, das ich selbst „eigentlich“ will. Muhammad Ali: **„Ich sage die Wahrheit, einfach weil sie spannender ist.“** - Anfrage an „Bad news are good news“ – Neue Wege des ‚konstruktiven Journalismus‘.

3. **Wir suchen das, was SINN macht:**

Authentisch sein allein muss nicht genügen ... War Hitler nicht auch authentisch? Die **unbedingte Suche nach dem, was den Menschen und die Welt im Grunde ausmacht:** SINN – Frage nach Schein & Sein & Sinn. Frage des Menschenbildes. Michael Prüller: “Es geht nicht nur darum, wie der Journalist tickt, sondern dass er auch ein Mensch (!) ist, der „etwas will, das Gute will ...“ oder schlichtweg Sehnsüchte nach Glück, Zufriedenheit, Sinn ...

4. **Ohne Inspirations-QUELLEN gibt es keine Kultur:**

Deswegen brauchen wir Austausch, um sich selbst und andere zu inspirieren. Eine Studentin des Medienkompetenz-Lehrgangs: „Ich habe noch keine Visionen...“ Ich muss also nach ihnen graben, in der Weite suchen oder beim nächsten Menschen. Gespräche mit Filmregisseur Götz Spielmann (u. a. Oskar-nominierten Film „Revanche“): **„Wir müssen wirklich zuhören und aufnehmen können, um Inspirationsquellen erschließen zu können... Vorbilder erkennen können, die Leben prägen. Keine Angst vor Sinnquellen in den Religionen!** Philippe Pozzo di Borgo (Film: Ziemlich beste Freunde): Erst als ich lernte, zu zuhören – entdeckte ich den Reichtum, der in jedem Menschen steckt!“

5. **Mit MUT sich dem anderen aussetzen:**

Die Angst vor dem ablegen, was im Menschen ist, was es an Wahrheit gibt, zu erkennen; Mut zu haben, auf andere zu zugehen. Philippe Pozzo di Borgo: **„Man kann einen Menschen nur dann wirklich begegnen, wenn man die ‚Waffen streckt‘ und ihm entblößt gegenübertritt...“**

III. **Deswegen immer wieder DIALOG – weil wir füreinander „Hebammen“ sein können!**

Papst Franziskus: „Wenn es ein Wort gibt, dass wir bis zur Erschöpfung wiederholen müssen, dass ist es: DIALOG!“ Nach Platon sollte es im Dialog nicht um einen selbstverliebten Kampf um Meinungen gehen, sondern um **ein gegenseitiges Entdecken von Wahrem – und das „in Sympathie“**. **Genauso wie Platon den Dialog verstand, dass nämlich durch „häufig familiäre Unterredung“ und wachsende Sympathie „... plötzlich jene Idee in der Seele entspringt wie aus einem Feuerfunken das angezündete Licht, um sich dann selber weiter Bahn zu brechen“**

Die Mäeutik (μαευτική) oder „Hebammenkunst“ ist eine auf den Philosophen Sokrates zurückgeführtes Vorgehen im Dialog. Sokrates, dessen Mutter eine maia (Hebamme) war, soll seine Gesprächstechnik mit der Geburtshilfe verglichen haben. Die Einsicht wird mit Hilfe der Hebamme – des Lernhelfers – geboren, der Lernende ist der Gebärende.

Beispiel der Akademie im Wiener Figlhaus - Wahrheitssuche mit Dialogen/Talks: öffentliche Talks nicht als oberflächliches Geplänkel oder anbiedernder Seelenstriptease sondern als spirituelle Ereignisse und Orte echter Wahrheitssuche zu erfahren. Um nichts Geringeres als um die Wahrheit, um Gott und die Welt mit ihren existentiellsten Fragestellungen sollte miteinander gerungen werden. Echte Wahrheitssuche soll so geweckt und belebt werden.