

# Der Mensch und die verstärkte gesellschaftliche Verantwortung in der zeitgenössischen Gesellschaft oder Medien und Menschen

SYMPOSIUM DER KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG IN PRAG

**Jorge Louis Borges schreibt:** „Zwei Menschen, die fähig sind, sich zu unterhalten, können sich und andere unermesslich bereichern und entfalten. Das, was aus mir herauskommt, erstaunt mich nicht so sehr, wie das was aus jemand anderen herauskommt.“

Martin Buber sagt in seinem Werk „Ich und Du“, dass die Geschicklichkeit einer vernünftigen Unterhaltung nur jene verwirklichen, die fragen können und die zuhören können.

Der Geist des Dialoges ist nicht im Begriff des ICHs enthalten, sondern in der Vorstellung des ICH und DU. Er ist nicht wie das Blut, welches in Dir fließt sondern wie die Luft, die du einatmest. Der gesellschaftliche Dialog ist im Grunde genommen der spezifische Weg zur vorgestellten Wahrheit. All das müssen wir im Gedächtnis behalten, wenn wir von den Beziehungen der Medien und Menschen, das zentrale Thema der heutigen Versammlung, reden.

Das heißt, mit anderen Worten, die Ethik der universellen Solidarität, die Rückkehr der Würde des Menschen und das soziologische Sinngewand des Lebens entwickeln sich zu den größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. In den Umständen der allgemeinen Globalisierung sind diese Fragen in den menschlichen Bemühungen vordergründig zu bearbeiten. [Diese Fragen sind

unter der Umständen der Globalisierung vordergründig zu bearbeiten.]

Offen ist die Frage, wie die, durch die Globalisierung, neugeschaffene Anordnung der Werte, unsere Lebensweise beeinflussen wird. Das ist eine sehr wichtige politische, wirtschaftliche, soziale und demographische Frage, welche in alle Bereiche des menschlichen Lebens eingreift und auf die der menschliche Verstand eine Antwort geben muss.

Unter Berücksichtigung unseres zentralen Themas „Der Mensch und die verstärkte gesellschaftliche Verantwortung in der zeitgenössischen Gesellschaft“, ist es wichtig, die Rolle der Medien in diesem Prozess der neuen Anordnung der Werte zu betonen.

Die neue Medienstrategie müsste sich eigentlich auf der Grundsätzlichkeit einer informierten, wachen und aktiven Öffentlichkeit gründen. In dieser Strategie spielen Nichtregierungsorganisationen die wichtigste und verantwortungsvollste Rolle. Sie fördern die Menschenrechte und die Menschenwürde, sowie die Freiheit der Medien und der Meinungsäußerung, als ein wichtiger Teil dieser Rechte.

Aber all diese großen Gedanken dürften nicht die Sorge um den Menschen auslösen, der immerhin derjenige ist, um den sich alles dreht. Leider machen wir jeden Tag genau dies und man kann sagen, dass

die Rolle der Medien hier objektiv versagt hat. Wir beschäftigen uns mit den Grundsätzlichkeiten der hohen Politik, den Problemen der Globalisierung und der Internationalisierung. Der Mensch selbst bleibt bei diesen Prozessen allerdings im Hintergrund.

Das gesamte System des zukünftigen Informierens müsste so geändert werden, dass es insbesondere den Bürgern ermöglicht, sich über Ereignisse zu informieren, dass es ihnen genügend Argumente und Tatsachen bietet, um über diese Ereignisse nachzudenken, zu entscheiden und so jede aktuelle Regierung zu beaufsichtigen und am Ende, durch ihre Funktion als Wähler, für die besten Programme zu wählen.

Das heißt, dass das Informationssystem – als wichtiger Teil des Gesamtsystems der Werte einer jeden Gesellschaft und heute auch universell- nicht den Politikern und Parteien zugewandt sein dürfte, sondern der Öffentlichkeit und den Bürgern, die aktive Faktoren in der Schaffung neuer Systeme der gesellschaftlichen Wertigkeit werden müssen.

In Übereinstimmung mit diesen Richtlinien ändert sich auch die Beziehung zu den Medien. Die Formel 5 W + 1 verändert sich in eine neue Form 5P + 1, wobei sich nicht nur die Form ändert, sondern auch der Inhalt.

WER (WHO) Das Problem

WAS (WHAT) Die begleitenden Umstände

WO (WHERE) Die Lösungsrichtung

WANN (WHEN) Die Auswirkungen

WARUM (WHY) Die Vorschläge

+ +

WIE (HOW) Die Strategie

Demnach sind wir alle in die Situation gestellt, ständig den Begriffen, Information, Motivation und, schließlich Erwerb von Menschen für eine bestimmte Argumentation, zu begegnen. Genau das ist die wahre Rolle der Medien.

Es stellt sich die gerechtfertigte Frage: Und was ist mit uns? Wo ist da der Mensch? Das ist eine Frage, die erst eine Antwort erwartet! Warum? Die Boulevardpresse, die „Gelbe Presse“ in Zeitungen und Zeitschriften, die hervorgehobene Aufsehenserregung, die Entblößung von Personen und Ereignissen, die Störung ethischer Normen und Standards sind immer mehr anwesend. Manche betonen, dass die Zeitungen heutzutage ihre Marktposition insbesondere auf diesen Elementen gründen und sich vorwiegend auf die drei 'S' – Sex, Sport, Skandal beruhen. Dies hat sicherlich Einfluss auf die Zeitungsverlage, insbesondere die Boulevardpresse trägt aber nicht zur Entwicklung eines Qualitätsjournalismus bei, sowie zur Stärkung von ethischen Grundsätzen und zur Schaffung von einer notwendigen Glaubwürdigkeit der Zeitungen und Journalisten. Diese sind gesellschaftliche Arbeiter, die die öffentliche Meinung gestalten oder auf ebendiese wesentlichen Einfluss haben.

Von der anderen Seite muss man erwähnen, dass in der Praxis die Medien zuallererst die Botschafter des Friedens (oder des Krieges) zwischen den Völkern sind. Ihre Rolle als Förderer kultureller und humanistischer Werte ist völlig klar und sogar sehr präzise bestimmt.

Wo entsteht dann die Zwiespältigkeit zwischen der Praxis und der Theorie? In jedem Fall sind nicht nur die Änderungen anwesend, sondern die gesamte Perzeption der Rolle und der Stellung der Medien in der zeitgenössischen Gesellschaft, ändert sich.

„Die Medien spielen für die Funktionalität der zeitgenössischen demokratischen Gesellschaft eine zentrale Rolle. Ohne einen freien Informationsfluss sind diese Gesellschaften nicht fähig zu funktionieren. Zu den audio-visuellen Medien gehört auch eine fundamentale Rolle in der Entwicklung und Vermittlung der sozialen Werte.

[Die audio-visuellen Medien haben auch eine fundamentale Rolle in der Entwicklung und Vermittlung von sozialen Werten.]

Das ist nicht nur deswegen so, weil sie entscheiden, welche Tatsachen der Welt und

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

TSCHECHIEN

ANTE GAVRANOVIĆ

Oktober 2005

[www.kas.de/tschechien](http://www.kas.de/tschechien)

[www.kas.de](http://www.kas.de)

welche Bilder aus der Welt veröffentlicht werden, sondern auch wegen der Tatsache, dass sie – politisch, soziologisch, ethnisch, geographisch und anders- einfach Vorstellungen und Kategorien wiederherstellen, die wir benötigen, um diese Tatsachen und Bilder für eine breite Masse von Verbrauchern annehmbar zu machen. Sie entscheiden also nicht nur WAS wir sehen werden, sondern auch WIE wir es sehen werden“, hebt Dr. Vivien Rieding hervor, Kommissarin für Kultur und Information in der Europäischen Kommission.

Die Medien, die sich immer mehr der Kommerzialisierung zuwenden und die den größten Teil ihrer Einkünfte aus andauerndem Annoncieren erzielen, müssen sich Gedanken darüber machen, dass ihnen der Profit nicht die Erzeugnisse zerstört. In welchem Maße in diesem Hinblick die Besitzverhältnisse entscheiden, und inwieweit die Journalisten darauf Einfluss nehmen können, bleibt eine offene Frage, auf die es keine universelle Antwort gibt.

Kurz, die Medien sind heute unzweifelhaft an einem Wendepunkt angelangt. Neue Leser suchen nach anderen Zeitungen, nach anderen Inhalten der Medien. Die Zeit wird zeigen, ob die Medienkampagnen einen Antwortschlüssel für diese Herausforderungen gefunden haben und wie sie mit ihnen zurecht kommen. Medien sind mächtig, Medien verfolgen Medien, von der anderen Seite werden die Medien [aber auch] von Überwachungsagenturen verfolgt. In den Medien herrscht eine Logik des Profites – die Information ist zur Ware geworden. Die Inhalte sind immer mehr unter dem Druck der Kommerzialisierung, was zum großen Teil das Resultat neuer Besitzverhältnisse, Interessen und Einflüsse der Bekanntmachungsindustrie ist. Die Medien haben die Macht der Schaffung eines Weltbildes, aber die Thematik, mit der sich die Medien überwiegend beschäftigen, unterscheidet sich von den Themen, die die breite Öffentlichkeit für wichtig, vernünftig und entscheidend hält. Hier denkt man als erstes an soziale Themen und an den 'kleinen Mann', der allmählich einfach aus den Medien verschwindet.

Schließlich, stellt man mit vollstem Recht die entscheidende Frage: erfüllen die Medien ihre Mission?

Von der anderen Seite wird die Vorstellung der geschlossenen gesellschaftlichen Verantwortung und des verantwortungsbewussten Benehmens der ständige Begleiter aller wirtschaftlichen und anderen Ereignisse und Aktivitäten. Sie wird, genau gesagt, zu einem der ausschlaggebenden Elemente der Lebens- und Arbeitsqualität, ohne welches unser morgiges Leben schwer vorstellbar wäre. Auch hier ist die Rolle der Medien besonders entscheidend. „Der Medienbereich kann zur dominanten Industrie des 21. Jahrhunderts werden“, wird im Bericht vom Weltgipfeltreffen der anhaltenden Entwicklung, der 2002 in Johannesburg stattgefunden hat, hervorgehoben. „Das heißt, keine andere Industrie wird die Überlegungen der Menschen und Politiker über die gesellschaftliche Verantwortung und die nachhaltige Entwicklung so stark beeinflussen. Die Medien gehören, im Grunde genommen, zu den einflussreichsten Institutionen der Welt. Diese Macht müssten sie im größeren Maße für die andauernde Werbung (Förderung) dieser Ideen nutzen“.

Der Bericht, dessen Sponsor UNEP war, endet mit 10 Empfehlungen für die Medienindustrie. Diese beziehen sich auf die Leitung, auf die Verantwortung, auf die Transparenz und auf das Vertrauen, was vier wichtige Stützpunkte in der Unterstützung und Zustimmung der Vorstellung einer nachhaltigen Entwicklung darstellt.

Der Tenor all dieser Empfehlungen ist, dass gerade die Medien gegenüber Regierungen und Wirtschaftssubjekten, öffentliche 'Wachhunde' sein müssten, damit sich die Vorstellung der nachhaltigen Entwicklung und der geschlossenen gesellschaftlichen Verantwortung in mächtige Waffen zum Nutzen des Wohlstands und zur Umverteilung der wirtschaftlichen und finanziellen Macht umwandeln.

Die Medien, als Hauptpromotor der wirtschaftlichen, aber auch kulturellen und damit auch der gesamten menschlichen Werte, müssen sich dauerhaft in die Prozesse

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

TSCHECHIEN

ANTE GAVRANOVIĆ

Oktober 2005

[www.kas.de/tschechien](http://www.kas.de/tschechien)

[www.kas.de](http://www.kas.de)

der großmütigen Zusammenarbeit an dieser Aufgabe eingliedern.

Die Mitarbeit an diesem Programm gibt dem Journalisten eine zusätzliche Legitimation eines aktiven Verfechters und Kämpfers um den Erhalt der Demokratie und der menschlichen Würde, aber auch um den Erhalt der Promotion wirklicher nationaler und internationaler Werte.

Die Frage ist nur, inwieweit der zeitgenössische Journalismus, der vor allem der Kommerzialisierung des gesamten Lebens, dem Sensationalismus und der Schaffung falscher Maßstäbe für gesellschaftliche Werte zugewandt ist, eine solche Rolle anerkennt oder nicht.

Building a better future mit Hilfe von Technologien, Innovationen und nachhaltiger Entwicklung ist unsere Zukunft. Das ist auch der Slogan des Weltgeschäftsrates für nachhaltige Entwicklung und es sollte auch ein allgemeines geflügeltes Wort im Kampf für eine bessere Zukunft und Wohlstand in der Welt werden.

Das kann man, inzwischen, nur mit der Nutzung einer neuen Formel erreichen.

3 E = economy (Ökonomie) + ecology (Ökologie) + ethics (Ethik).

Die Formel beinhaltet in sich die Komponente des geschäftlichen Erfolges und des Entwicklungserfolges, eine starke Betonung auf ökologischer Wirksamkeit und, was besonders wichtig ist, sie hebt die ethische Komponente hervor, d.h. den Aspekt der gesamten gesellschaftlichen Verantwortung. Und eine gesellschaftliche Verantwortung existiert sicherlich nicht ohne eine Interessenssymbiose der Medien und der Menschen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!