

Das Ende des Bildungsbürgertums

Warum die Medienentwicklung oft falsch eingeschätzt wird

Als in Deutschland das Dritte Reich zusammenbrach, konnte man Volkes Meinung verzweifelt seufzen hören: „Aber es war doch nicht alles schlecht bei Adolf!“ (Es folgt stets das Argument, schließlich seinen Autobahnen gebaut worden.) Als die DDR sich abgeschafft hatte, kamen ähnliche Trotzreaktionen: „Es gab auch Gutes in der DDR“ (Kinderkrippen, und angeblich hielten alle im Volk zusammen, außer Stasi und Bonzen). Und nun, da Gedrucktes von allerlei Digitalem und Elektronischem bedroht sei, wieder das Wehklagen: „Print hat doch so viele Vorteile. Es wird, es muss bleiben!“. Das Grundbedürfnis der Menschen nach Zeitungslesen auf dem Abort scheint als stinkendes Argument unausrottbar. Angeblich muss „gute Literatur“, „seriöse Zeitungen“ eingeschlossen, zum intellektuellen Begreifen immer mit den Händen begriffen werden. Bildschirme seien viel zu unpersönlich. Warum diese Wehmut?

- ▶ **In allen Fällen das gleiche Dilemma: anezogene und aus tiefer Überzeugung als felsenfest angesehene Ideale und Ideologien brechen abrupt zusammen. Die Wertewelt wird auf den Kopf gestellt. Was früher üblich war, als ehern galt, soll nun schlagartig durch anderes ersetzt werden. Was den Eindruck erweckt, als sei das Bisherige ‚schlecht‘, ‚falsch‘ gewesen. Es folgen Trotzreaktionen. Verteidigt wird vieles, ohne es wirklich zu überdenken. Der kleinste Nachteil des Neuen wird zum Problem aufgebauscht.**

Gilt das auch für Print?

Hat denn Print, Gedrucktes, überhaupt eine Ideologie? Oh ja.

Im Laufe der funktionalen Produktentwicklung hat sich die Drucksache von einem ursprünglich reinen Dokumentarium zu einer Bühne der Welt entwickelt, auf der das Geschehen der Realität vor- und nachgespielt wurde.

Was heute das TV und/oder Internet ist (was dort nicht vorkommt, wird nicht zur Kenntnis genommen), das wurden im Laufe der Jahrhunderte die Almanache und Bücher, später die Journale, Zeitungen, Zeitschriften; seit gut 100 Jahren, also seit es Werbung im heutigen Sinne gibt, die Prospekte und Flyer, die Plakate und Mailings, die uns täglich ins Haus flattern.

Sie schufen sich, so, als seien sie ein dogmatischer Staat, ihre eigenen Bürger. Ja, Literatur ist so diktatorisch wie „schlimme“ Regime. Denn zum Überleben brauchen die Regime wie auch die Literatur Angepasste. Willige. Wasserträger.

Das Volk der Bildungsbürger. Das sind die Sklaven des Gedruckten. Wer nicht gebildet ist, hat keine Lust am Lesen. Wer wenig liest, wird nie „gebildet“. So fundamental benötigen beide einander.

- ▶ **Der Bildungsbürger macht eine ähnliche Gehirnwäsche durch wie Opfer einer mentalen Diktatur.**

Im Falle der Leser, von denen die Rede ist, heißt die Ideologie ganz einfach **humanistisches Bildungsideal**. Und dies schließt basis-religiöse Grundverpflichtungen ein, die – selbstredend – in Form des Zwangs daherkommen: du **darfst**, oder **sollst** nicht, du **musst**, oder **hast** zu unterlas-

sen ... – **Gebote formuliert man in deutsch immer noch am liebsten in Form von Verboten.**

Ein Bildungsbürger ist einer, der sich selbst nie in den Mittelpunkt zu stellen wagt. Der in irgendeiner Art und zu einem sehr individuellen Grad obrigkeitstreu ist. Die Obrigkeit ist in den seltensten Fällen staatlich-gesellschaftliches Führungskader („die Regierung“), nein, es sind die Schriftsteller, die Literaten – und, man hat sich aneinander gewöhnt. – letztendlich auch die Journalisten. Der Bildungsbürger achtet, verehrt das Gedruckte. Und da vieles gedruckt wurde, was ihn kuscheln ließ, entwickelte er sich allmählich zum Gutmenschen.

Gut zu anderen, gut zu steuern, gut zu Wissen (für alle, die noch Grammatik und Orthografie zu deuten wissen: ja, der vorige Satz springt, erkennbar an der Groß- und Kleinschreibung sowie dem Sinnkontrast, in drei Bedeutungs-Ebenen. *grins*, wie man heute sagt).

Der Bildungsbürger ist stets für Integration, denn er ist auch für Freiheit und Gleichheit. Zugleich jedoch auch für Belohnung des Fleißes und Vorrang des Geistes. Er kennt Goethe und Grass, hat neben Simmel und zwei Metern Pseudolederbände aus einem Buchclub-Abo, viel zu schade zum wegwerfen, mindestens dreißig großformatige, sündhaft teure Bildbände, in die er ein- bis niemals geschaut hat, die aber nun die Schrank- oder Bücherwand wuchtig dekorieren und ärgert sich, dass die Taschenbücher, obwohl von fluddeleger Papierqualität, inzwischen auch unverschämte 19,90 Euro oder sogar mehr kosten. Im Abo des BB, Bildungsbürgers, ist die FAZ oder zumindest Kreisheimatzeitung, man liest die TAZ zwischen durch und heimlich, als wären es Pornos, auch „Frau, Herd, Hof und Hund“ beim Zahnarzt. Ach ja, die Quelle-Kataloge hat man alle aufbewahrt, seit damals, als man den ersten Kühlschrank kaufte. Der Bildungsbürger hat eben Prinzipien.

Feste und verlässliche, weshalb sie gedruckt werden können, damit sie die Zeit überdauern.

Und nun das: der böse Enkel

Er trägt wirr zerzaustes, gegeltes Haar, das wird akzeptiert. Er skatert oder surft, die Jeans hängen ihn an den Pobatzen runter, um den Hals eine Kette, als wäre der 14jährige ein 5jähriges Mädchen. Aber das alles nimmt man, zum bildungsbürgerlichen Liebsein gehört auch das verzeihende Oma- und Opa-Verwöhnpaket für Pubertierende, das alles nimmt man in Kauf. Nur eins, das ist schrecklich. Furchtbar. Da weiß man nicht, wie das mal enden soll, ob die Welt das überleben kann.

Der Junge guckt sich nur die obersten drei Google-Einträge an und speichert sich noch nicht mal die Ergebnisse ab, geschweige, dass er seine Mails ausdruckt. Der Junge (selbsredend gilt das 1:1 für die Zickengöre, das gar nicht mehr so brave Mädel) ist irgendwie zwar clever, aber auch dumm. Nervös und fahrig, obwohl er genau erklären kann, warum bei Oma und Opa das Handy klingelt, wenn die Kaffeemaschine ein neues Windows bekommt. Das kann er. Aber wirklich wissen, was wichtig ist – neeee! „Junge, Du musst auch mal an später denken!“ Was so viel heißt wie „Wenn du so weitermachst mit Deinem Computer-Daddeln wirst Du nie ein schlauer Menschen.“

Und nun kommt der Schock, so wie die Kapitulation Reichs-Deutschlands zum 8. Mai '45 (Tausend Jahre und missbrauchter Nationalstolz nach 12 Jahren zu Ende) oder das Überrennen des DDR-Schlagbaumes an der Bornholmer Straße in der Nacht des 9. November 1989 nach der vorherigen verbalen Unsicherheit eines Herrn Günter Schabowski. So, wie damals Ideologien in einer Explosion ohne Blitz und Knall, aber um so endgültiger zusammenbrachen, so radebrecht auch der Enkel: „**Eyh, äh, ma' ganz cool – samma, wozu? Check ich nich.**“ *Übersetzt: Das Blag will gar nicht Bil-*

dungsbürger werden. Das Blag will Fun haben. Das Blag hat zwei Haken-daumen und damit SMSt es wie nix. Hastenichtgesehen.

Der Junge, das Mädchen wollen gar nicht gut sein.

Die sind auf dem Schulhof oft genug verprügelt worden und eine Lehrstelle finden sie auch nicht. Die „Kinder“ sind – „eyh, bin ich Lexikon?“ – zufrieden mit dem, was sie vorfinden, egal wo und wie. Und wenn es nicht da ist, dann ist eben nicht da, und dann ist es auch gut. Sie wissen doch gar nicht, bildungsbürger-untrainiert, was sie erwarten sollten, dürften, könnten, müssten.

Für solche „Typen“ ist Gedrucktes so passend wie Schmierseife über die Pommies. Das geht nun gaaaaar nicht. Die Typologie des heutigen Jugendlichen hat eine ungeheuer pragmatische Ausrichtung:

► **Nimm, was da ist. Mach Dir keinen Stress, mehr zu wollen.**

- Mit anderen Worten: Das Ideal ist genau jener Zustand, der zufällig eingetreten ist. Immer. Wir begnügen uns mit einem Überfluss an Isoliertem.
- Jeder lebt in einer, SEINER Welt. Die unterscheidet sich von anderen einerseits nicht, weil alle irgendwelchen Trends, Moden, Gang-Riten folgen. Das Phänomen Massenhysterie im Sinne von kollektiver Begeisterung wächst rapide.
- Andererseits: Ein jeder einzelne liest, hört, sieht andere Informationen, andere „Wahrheiten“. Weshalb jeder (jüngere, „modernere“) Mensch inzwischen jederzeit ein anderes Ideal hat als der jeweils andere.
- Der Bildungsbürger strebt nach gemeinsamen, prototypischen, „mehrheitsfähigen“ Idealen. Sein Selbstverständnis kreist um Einordnung, Anpassung, Harmonie und Konsens.
- **Es ist das Aufeinanderprallen von Zufall und Ziel.** Von *Lethargie* und *Streben*. Von *Anarchie* und *Struktur*. Von *Konsumieren* und *Fleiß*. Von *gut drauf sein* und *Gutsein*.
- **Weshalb sich beide, die gesättigte „Generation Bildungsbürger“ und die zappelig-zappende „Generation Nervmichnich“ immer mehr entfremden. Auch und gerade in der Nutzung von Medien und Kommunikationswerkzeugen.**

Anekdotisch, um es zu verstehen

Zwei Almen, eine gehört dem alten, eine dem jungen Bauern. Durch beide fließt ein Wildbach. Woran erkennt man, wer welche besitzt? Der Alte hat einen Teich angelegt. Falls mal eine Trockenheit kommt. Daraus schöpft er täglich mehrere Eimer Wasser und schleppt sie in den Stall. Der Junge optimiert das Trinkverhalten seiner Kühe durch individuelle Dosiergeräte, die direkt aus dem Bergbach über ein Röhrensystem gespeist werden, mit frischen, klaren Wasser. Für Trockenzeiten hat er einen Wasseranteils-Vertrag mit dem Alten geschlossen, der ihm dann Teile seines Vorrats aus dem Teich abtreten muss ...

Ja klar, der Bach ist der „Informations-Strom“. Der Teich sind die Bibliotheken der Bildungsbürgerkultur. Und die Standpunkte, wie man mit dem Schwall an Infos + Dokus umzugehen hätte: unvereinbar, kompromisslos zwischen den Generationen.

Das Gegenteil als Beweis seines eigentlichen Charakteristikums ...

Und andererseits haben wir erreicht, was in der Atomphysik die Heisenbergsche Unschärfe-Relation genannt wird. *Man kann von einem Elementarteilchen immer nur seinen Ort oder seinen energetischen Impuls wissen. Nie beides zusammen:*

- Wir erkennen, dass jeweils viele Menschen einem bestimmten Trend, einer Mode, etwas folgen, was „angesagt ist“. *Ein jeweiliger solcher „Fan-Club“ ist*

meist kaum nach klassischen Differenzierungsmerkmalen auszumachen, also nicht mehr nach soziodemografischen, staats-kulturellen, sprachlichen Formalien oder solchen einer politisch-staatlichen Zugehörigkeit. Trends und Hypes sind heute eher global, geschlechter-unspezifisch, umfassen sprichwörtlich „arm und reich“, „alt und jung“.

- ▶ Jeder Mensch folgt mehreren, verschiedenen solchen Mega-Strömungen oder Usancen, Gewohnheiten, „tut man jetzt so“-Benimmregeln.
- ▶ Welche von den Menschen einer Verhaltensgruppe auch gleichzeitig und identisch das jeweils andere Trendverhalten mitmacht, ist nicht vorhersehbar und folgt keinen definierbaren Regeln. Wenn es symbolisch jeweils 100 globale Hypes (aktuell-einflussnehmende Rituale, Moden, Trends, Impulse, Kräfte) gibt und jeder Mensch im Durchschnitt 5 solchen Clustern („Klumpen“) angehört, dann gibt es rein mathematisch so viele Kombinationen, dass man sie nicht mehr ordnen kann. Es ist wie beim Lotto: 6 aus 49 Zahlen richtig zu erraten ist eine Chance von 1:ca.13 Millionen.
- ▶ Weshalb die Quadratur des Kreises erreicht ist: in einer globalisierten, „vereinheitlichten“ Welt gibt es nur noch „communities of Ones“, sozusagen unendlich viele Individualisten, die sich alle extrem ähnlich sind, aber dennoch substantziell unterscheiden (können).

Wir stehen nicht (nur)
am Beginn einer *neuen Medien-Epoche*.

Wir beginnen gerade ein anderes *Denk-Zeitalter*.

Das alte war (unter anderem) geprägt durch die Überzeugung: „Nur wer weiß, wo er herkommt, kann ahnen, wo es hingeht“. Also: *ohne Bewusstsein für die Vergangenheit keine klare Vorstellung von einer Zukunft*. Kurioserweise war dabei die Gegenwart kaum etwas anderes als eine Durchgangsstation zwischen den beiden irrealen Welten „hinter uns“ und „vor uns“, Historie und Vision. Das Jetzt schien durch beides determiniert, bestimmt, untergeordnet, fast sogar eingezwängt. Die Gegenwart war kaum durch sich selbst definiert und schon gar nicht eigenständig.

DIE NICHTLINEARE ZUKUNFT

Dies hat sich im Bewusstsein der „Heutigen“ gewaltig, fundamental geändert. Es ist zum Gegenteil des Bisherigen geworden. *Was für die derzeitige „jüngere Generation“ (wie immer man die Altergrenze ziehen möchte) wirklich zählt, – und zwar NUR ! –, ist die Gegenwart*. Das Hier, Jetzt, Sofort und vor allem das Ich.

Es ist falsch beschrieben, wenn wir von der „Ellenbogen-Gesellschaft“ sprechen. Es ist eine „Ich-Gesellschaft“, es ist das Paradoxon „**the community of one**“, das Universum jedes Einzelnen. Selbst Egoismus und Egozentrik meinen etwas anderes – nämlich Ichbezogenheit im Bewusstsein, dass man das aus moralischen Gründen eigentlich nicht darf. *Die Heutigen haben keine Skrupel, Ich zu sein*. Für sie ist es normal. Es gibt dazu erst gar keine Alternative.

Selbst wer gesellschaftlich „gut“ sein und anderen dienen will, tut dies nicht aus humanistischen Gründen, aus Mit-Leid. Sich dem Nächsten zuwenden entspringt kaum noch dem kant'schen moralischen Imperativ, so zu handeln, dass es jederzeit auch Basis eines allgemeinen Gesetzes und damit verbindlich für alle sein könnte. Also eine moralisch akzeptierte, von gemeinsamen Werten geprägte Sozialnorm. Wer anderen dient, dient seiner Lust am „Gutsein“. Sozialarbeitern geht es nicht um die Gesellschaft und ihre „Opfer“ (das sagen die nur in ritualisierten Phrasen, wegen der

political correctness). Es geht ihnen darum, ein guter Sozialarbeiter und damit ein Held in eigenen Augen zu sein. Das Beispiel lässt sich auf Hunderte von Berufe und Millionen Situationen übertragen. „A hero of myself, for me only“. Die sich selbst genügenden Helden.

Die sich selbst genügende Kommunikation –

es ist die völlig logische Entsprechung. Beim Telefonieren ist Jüngeren nicht das Zuhören wichtig. Sondern das Sprechen. Kommunikation wird nicht gepflegt und genutzt der mentalen Verständigung willen. Es wird kommuniziert, um zu kommunizieren. Kommunikation hilft nicht gegen Wissenslücken. **Kommunikation hilft gegen seelisch empfundene Isolation, Einsamkeit!** Wie l'art pour l'art, Kunst um ihrer selbst willen.

Was noch nicht einmal von den Bildungsbürgern als verwerflich eingestuft werden kann und darf. Denn die gingen und gehen auch tanzen um des Vergnügens willen. Mach(t)en Bildungsreisen, des Beweises wegen, ein Bildungsreisender zu sein (und nicht wegen der ollen Mumien und verschrotteter Tempel). Lesen und lesen Bestseller, um mitreden zu können. Worüber, spielt keine Rolle, der Inhalt des Buches ist Nebensache, solange man etwas über den Autor sagen kann. Und nun: Kommunizieren und telefonieren, weil das Handy eben auch in der Badewanne unter Wasser funktioniert. Sinn, Zweck, Nutzen? Am wenigsten interessieren solch theoretische Fragen die ordentlich Geld dafür zahlenden Nutzer.

„Alte Medien“ bedienen(t)en die *Erwartungen & Normen*.

„Neue Medien“ stimulieren *die Lust am undefinierten*.

Endlich erlauben wir uns, was eigentlich schon immer aller Verklemmten Ideal und heimlicher Wunschtraum war: wir selbst zu sein, ungebunden, frei, unseren Gefühlen hingegeben, emotionsgesteuert, „ganz wir selbst“. Und nur weil Bildungsbürger mit einer gedruckten Zeitung besser klar kommen als mit einem durch kryptische Programmierung zu bedienenden avatargesteuerten Smartphone, soll das Ganze plötzlich supekt, zweifelhaft bis „verkehrt“ sein?! Das kann und darf doch wohl nicht wahr sein!

Gerade die auf ihre scheinbar felsenfeste Logik vertrauende (ältere) Manager haben

- ▶ **erstens** gewaltig **Angst** vor allem, was mit Emotion verknüpft ist;
 - ▶ **zweitens** eine scheinbar angeborene Unfähigkeit, komplexe technische Geräte der Unterhaltungs- und Kommunikations-Elektronik zu **bedienen**;
 - ▶ **drittens** eine vollkommen falsche Auffassung von der „Funktionalität“ des Menschen; sei glauben noch, ein und dieselbe Person sei in „Consumer“ und „B2B“ (Berufsperson, „geschäftlich“) zu **unterteilen**: zwischen 8 am Morgen und 5 am Nachmittag gehirngesteuert, dazwischen dann unlogisch lustbetont sprunghaft;
 - ▶ **viertens** schon deshalb keine Sympathie für neue Kommunikationskanäle und -Formen, weil sie sich selbst davon meistens **ausschließen**;
 - ▶ **fünftens** eine völlig überzogene Vorstellung und einen idealtypische Verherrlichungswahn der eigenen Leistung, Produkte, Positionen und Bedeutung. *Sie sind mindestens so egomanisch, wie sie genau das der Gesellschaft (also allen anderen) zum Vorwurf machen.*
- ▶ **Weshalb konservative Betrachter der Wirtschafts- und Medienwelt mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit die extrem positiven Innovationen crossmedialer Kommunikationstechnologie und damit verbundener Informations-, Dokumentations- und Präsentationsmöglichkeiten verpassen. Unwiderruflich. Was ihren geschäftlich-beruflichen Tod bedeuten kann.**

In viel zu vielen Unternehmens-Vorständen und Köpfen von Unternehmern und Entscheidern herrscht die gleiche Blindheit, die immer schon zu Glaubenskriegen führte.

Als einst die Europäer fremde Länder entdeckten, glaubten sie, missionieren zu müssen, weil sie sich partout nicht vorstellen konnten und wollten, dass andere Kulturen mit anderem Glauben glücklich sein könnten. Heute haben wir einen nicht ungefährlichen Konflikt zwischen zwei religiösen Grundfundamenten durchzustehen – fundamentaler Islam gegen diffus zersplittertes Christentum. „Westen“ gegen „Naher & Mittlerer Osten“.

► **Solche Glaubenskriege werden offen und lustvoll in den Welten von Medien und Marketing, Unternehmenskommunikation und Werbung, Lehre und Wissenschaft, Bildungsbürgern und Smartphone- oder iPad-Usern ausgefochten.**

Die Menge und Konzentration an sachlich abwegigen und vor Unkenntnis strotzenden Kommentaren und Standpunkten ist beängstigend groß. Kluge Analysen sind eher selten. Und wenn sie auftauchen, gibt es immer ein schwach(sinnig)es Argument, mit dem die Verängstigten und Aufgeseuchten sich selbst Mut zureden, ohne viel Ahnung von dem zu haben, um was es geht.

Exemplarisch kann man das Gezerre und Gezeter über Zeitungen und Bücher zitieren:

- **„Die gedruckte Zeitung bleibt.“** Die Zeitung lebt substanziiell vom Anzeigengeschäft. Fällt dies weg, fehlt das Geld, um zu drucken. Die These muss lauten: „Zeitungen bleiben, solange Werbekunden in Print investieren.“ Oder Abonnennten/Käufer immer mehr pro Exemplar zu zahlen bereit sind – was allenfalls vielleicht und möglicherweise noch in Zentraleuropa der Fall sein könnte, aber keineswegs der ganzen Welt.
- **„Die gedruckte Zeitung weckt Vertrauen.“** Na toll, wenn man gerade auf Süd-Honolulu Urlaub macht und die Kreisheimatzeitung der Provinz, in der man sein Eigenheim hat, lesen möchte! Da ist ein E-Reader sehr, SEHR willkommen, zumindest für die Urlaubszeit!
- **„In Büchern schmökern ist sinnlich.“** Auch Pferdegeruch ist sinnlich und Reisen in der Postkutsche lassen einem die Zeit, um in Muße die Landschaft zu studieren, durch die man rumpelte. Doch wer möchte heute von Wien nach Zürich 8 Reisetage brauchen und am Ziel angekommen den Chiropraktiker aufsuchen, weil das gesamte Skelett durch permanente Hüpfbewegungen multiple Schleudertraumata aufweist?
Daher die Aufforderung an Bildungsbürger: Lesen Sie weiter den Roman in Buchform, warum nicht? Aber bitte haben Sie auch die Großzügigkeit, dafür „ordentlich Geld“ zu zahlen. Und für den Urlaub in Süd-Honolulu müssen sie sich auf drei gebundene Prachtausgaben beschränken, Ihr E-Reader-Mitflieger hat 30 und mehr Bücher im elektronischen Gepäck, plus Fachzeitschriften, die er jetzt mit Muße und in guter Laune lesen kann. Gesamtgewicht zusammen knapp 500 Gramm. Er kann eine ganze Bibliothek studieren und ist via Internet mit allen Infos dieser Welt verbunden. Er kommt gebildet aus dem Urlaub. Sie dagegen haben sich mit einem einzigen oder wenigen skurilen Schriftstellern begnügen müssen, die vielleicht auch noch gerade Schreibblockade hatten.

Weil: Klug ist, das eine tun und das andere nicht zu lassen. Blütentee trinken und morgendliche Atemübungen am offenen Fenster sind sinnvoll. Aber bei akutem Nierenversagen würde man besser zum Notarzt gehen statt zu meditieren oder Kräuterstempel aufzulegen. Das eine ersetzt eben nicht das andere.

Es ist, umgangssprachlich ausgedrückt, „bullshit“, gedanklich die Neuen zu den Alten Medien in eine „alles oder nichts“-Konfrontation zu bringen. Denn wie immer im echten Leben geht es um die Effizienz, das Bessere in einer konkreten Situation. Um die Verhältnismäßigkeit der Mittel.

Und diese Zweigleisigkeit ist nicht nur für Leser/Nutzer gut:

- ▶ Sie als Business-Person wollen gerade „Reklame machen“, „Kundschaft informieren“, „eine Message loswerden“. Eine der wichtigen Zielpersonen ist gerade im Süd-Honolulu-Urlaub. Und weitere 50 Personen auf Dienstreise. 4 im Krankenhaus und 100 können sich das Abo der Zeitung nicht mehr erlauben. Und nun? **Wie werden sie glücklich nur mit Gedruckten?**

Eben, das eine tun, das andere nicht lassen: **Drucksachen erstellen UND/PLUS/ADDITIV E-Medien „füttern“**; egal, ob via Apps oder RSS-Feeds, via Internet oder SMS/MMS, per Kommunikations-Funk (Telefonie) oder Social-Media-Plattformen. **Alles zusammen zählt, nicht das einzelne!**

Irgendwann entdeckt man den Trend. Dann ist es zu spät.

Irgendwann haben Dorfwirte entdeckt, dass nicht nur „Einheimische“ zu Gast sind, sondern immer mehr „Fremde“. Wenn sie dann anfangen, ihr Lokal für den „Fremdenverkehr“ zu öffnen, war es meist zu spät, weil andere Herbergen und „Gute Küchen“ schon längst als Bastionen für Durchreisende und Erholungsuchende etabliert waren.

Und übrigens: für am authentischsten werden typische Gasthöfe „auf dem Land“ gehalten, wenn die „Fremden“ auch jede Menge „Einheimische“ darin entdecken. Nach dem Motto: denen kann man nichts vormachen, also muss das Preis-Leistungs-Verhältnis ein gutes sein.

Übertragen auf Medien bedeutet dies ganz einfach, je akzeptierter die Print-Produkte einer Marke, eines Verlages sind, desto mehr „vorausseilende Glaubwürdigkeit“ haben auch die anderen, elektronischen Medien. Und umgekehrt. „Das Buch zur Sendung“ als Synonym für „Elektronik fördert Print“ ist längst Standard. Fürs Große Kino reichen sich Print und Leinwand sozusagen die Hand: der Besteseller triggert den Kino-Kassenschlager, ein angesagter Film generiert hohe Druckauflagen.

Diejenigen, die abwarten, ob denn nun das eine oder andere sich durchsetzt oder aus der Mode kommt, stehen perfekt im Abseits. Sie verpassen den Trend, der genau das Gegenteil ihrer Vorsichtigkeit ist: Bewusst mit experimenteller Lust am Neuen die Kombination der bislang getrennten Medienwelten statische Informationen (Print) und dynamische Informationen (Kommunikationstechnologien, inkl. Netzen) forcieren.

Die Mediengattungen behalten ihre *Eigenschaften*.

Die *Ansprüche* der Menschen ändern sich.

Jeder Versuch, heute „das Wissen der Welt“ zu sammeln, zu kategorisieren, es für einzelne Personen nutzbar zu machen, muss wegen

- ▶ der schieren Menge
 - ▶ der Geschwindigkeit der Ergänzungen und Korrekturen
 - ▶ der immer komplexeren Zusammenhänge
- scheitern und im Chaos enden. Es ist unmöglich geworden, „Bildung“ im Sinne von „umfassenden Wissen“ zu erlangen. Man kann immer nur einen extrem winzigen „Ausschnitt der Welt und Wahrheit“ bewältigen.

Damit sind alle, ALLE !!!!, Maßstäbe und Anforderungen, Wünsche und Gewohnheiten, die die Menschen der zentraleuropäischen „Kultur- und Industrieländer“ einst hatten, „Schnee von gestern“ – überholt, obsolet (also überflüssig), unrealistisch (weil nicht mehr zu verwirklichen).

- ▶ Die heutige „Generation mobil“ verhält sich extrem klug und logisch, sie ist voll auf dem Pfad des „survival of the fittest“, dem Überleben der am besten Angepassten: Man konzentriert sich auf den Augenblick und vertraut dem Zufall. Dem Zufall des gerade mit den vorhandenen Möglichkeiten und Mitteln erreichbaren Wissens, der just verfügbaren Informationen, der aktuellen personell-apparativen Kommunikation, dem Lauf der Dinge ...

Und der „Bildungsbürger“, wo bleibt der? Muss das alte Ideal kapitulieren wie am Ende eines verlorenen Krieges, wie bei der Auflösung eines bis dato existenten Staates. Sind statische Medien ein Auslauf-Modell, nur noch von gestern? Einst gut, jetzt bedeutungslos?

Solange die, die beide Welten kennen, nur über einen Zerfall der Glaubens- und Werte-Ordnung reden, jammern und wehklagen, ihrem Bedauern Ausdruck, aber ihrer Intelligenz und mentalen Potenz keine Chance geben, das alte mit dem Neuen, das eine mit dem anderen zu verbinden oder das Jeweilige zweckangepasst zu nutzen, solange die „alte Generation“ der jungen nicht zeigt und vorlebt, dass Konsens möglich ist, wird die Synthese nicht stattfinden.

- ▶ Wir – jetzt, hier, jeder auf seine Art und Weise – haben die historische Chance, im so genannten Wettlauf der Medien die Weichen auf „Kolaboration“ oder „Konfrontation“ zu stellen, auf Eskalation oder Gemeinschaftlichkeit. Es ist die geborene und natürliche Pflicht der Wissenden, die Vorteile des Bisherigen gegenüber dem Neuen unmissverständlich deutlich zu machen. Und dem Neuen, das oft noch ohne tieferen Sinn auftaucht, einen Nutzen zu geben. Das zu tun, was schon immer getan wurde: Konservativ zu sein, indem man das Feuer und die Flamme weitergibt. Aber innovativ und progressiv, indem man die Fackeln, Lampen und anderen Brennstellen wechselt, austauscht, erneuert, verbessert, mit neuem Konzept erfindet.

Wann, wenn nicht jetzt? Wer, wenn nicht ich?

Diese Aufgabe ist keine Pflicht der älteren. Es ist auch eine Verantwortung der jüngeren, an dieser Synthese mitzuwirken. Die jüngeren verschenken Vorteile, wenn sie zu arrogant sind, zu lernen. Und die älteren kommen ihrer gesellschaftlichen Aufgabe nicht nach, wenn sie das Treiben ohne Kommentar und Einflussnahme gewähren lassen. Dieses Zeitfenster, das Gute des Bewährten zu „retten“ und mit dem Universellen des Hocheffizienten zu verbinden, besteht nicht beliebig lange. Es droht altes Wissen verloren zu gehen, das zu den Innovationen gut passt, Frust und Enttäuschung, Um- und Irrwege erspart.

Man muss ja eben nicht „mit wehenden Fahnen überlaufen“. Der in seinen Gewohnheiten und lieb gewonnenen Idealen kuschelig sich geborgen führende Bildungsbürger muss nicht Computer-Nerd werden, muss nicht Goethe gegen Games tauschen. Dazu gibt es überhaupt keinen sachlichen Grund. Aber „mauern“, das Neue per se abzulehnen und seine Nützlichkeit generell zu negieren, ist noch dumm-dämlicher und wäre eine Selbstdemontage der in Anspruch genommenen intellektuellen Souveränität.

Allmählich kommen die „Digital Natives“ in führende Positionen und bestimmen, was „Norm“ ist.

- ▶ Menschen, die außer Unterhaltungs- und Kommunikations-Elektronik kaum Berührung mit den alten Medien hatten.

- ▶ Die weder die Zeitung vermissen noch ein Buch oder einen geschriebenen Brief, weil sie ihr Leben lang bewiesen haben, dass es mit den computer- und netzbasierten Werkzeugen, den Funkverbindungen und leistungsstarken Datenspeichern doch hervorragend klappt, in einer komplexen globalen Welt kommunikativ, informativ, repräsentativ zurecht zu kommen.
 - ▶ Der Wunsch nach Ruhe und Beschaulichkeit, nach Einsicht und Einkehr, nach Vernunft um der Ideale wegen verschwindet rapide. So dass man sich fragen muss: war er ohnehin jemals gerechtfertigt oder nur eine zwangsläufige Folge fehlender anderer Möglichkeiten, hyper-aktiv zu sein?
 - ▶ Sind die „Alten“ nur deshalb so medienkonservativ, weil sie anderes in ihrer prägenden Jugendzeit nicht zur Verfügung hatten?
- ▶ **Urteilen sie deshalb ohne Kompetenz, Sachverstand und Einschätzungsvermögen? Stellen die Medien-Skeptiker etwa nur deshalb das Neue generell in Zweifel, um ihre eigene Unfähigkeit, sich anzupassen, zu kaschieren?**
- Merken sie, dass Sie mit der Situation, der Komplexheit und zweifelsohne existenten Kompliziertheit teils hemmungslos überfordert sind. Und deshalb mit ziemlich dünnen und dummlichen permanenten Einwänden den Jüngeren allmählich auf die Nerven gehen.**
- Denn die Digital Natives sind online durchaus fröhlich und zufrieden. Was will man denn noch mehr erreichen?**

Perspektive

Was ist denn so gut an bedrucktem Papier? (Weshalb es nützlich bleiben wird.)

Es ist das einzige Medium, das man im Tempo des eigenen Denkens konsumieren kann. Kein Takt wird vorgegeben. Man erschließt sich Gedrucktes ausschließlich durch die Interaktionen im eigenen Gehirn.

E- und D-Medien (elektronisch, digital) sind „fremdgetaktet“ oder verführen suggestiv zu einem überschnellen Konsum, der dann mehr Unverstandenes zurücklässt als „Verdautes“. Was zu Frust und Unsicherheit führt. Film, Musik, Radio: man kann den Lauf der Bilder und Töne nicht wirklich anhalten. Bildschirme und allem voran das Internet oder neuerdings E-Reader und Tablet-Computer: natürlich sind wesentliche Teil der Bildschirm-Inhalte statisch. Doch die tatsächlichen Nutzergewohnheiten führen zu einer emotional drängenden Hektik, zum „schnellen Klick“. Das müsste prinzipiell nicht unbedingt so sein, ist aber so. Menschen sind nicht statisch immer „sie selbst“: Der an sonsten Geduldige wird in Freibeuter-Kluft auf der Landstraße zum rasenden Moto-Biker; in einem schwarzen Audi schafft es kaum einer auf der Autobahn, nicht zu drängeln. Beim Fußballmatch flippen selbst Sanftmütige aus. E- und D-Medien sind zweifellos hilfreich, werden aber so gut wie immer „aufgeregt“ konsumiert.

„Ein Bild sagt mehr aus tausend Worte“. Das ist manchmal richtig. Doch wenn es zu konkret wird, tötet es die Phantasie! Nur Buchstaben, Worte, Sätze, Texte sind assoziativ „szenarisch“, bieten sich „dem inneren Auge“ dar. Lesen ist vor allem auch Träumen!

Das hat, rein evolutionsbiologisch betrachtet, ganz einfach damit zu tun, dass die Menschen als Spezies schon viele Hunderttausend Jahre sprechen. Aber sich erst seit ein paar wenigen Jahrtausenden visuell ausdrücken können – in Bildern oder Skulpturen. Die Gene in uns (unser archaisches, ererbtes, angeborenes Können) sind für die Empfindungen der Sprache sehr erfahren und geübt, bei Bildern noch ein wenig ungeübt. Deshalb „sprechen wir uns selbst vor“, wenn wir lesen. Wir „sehen“ nämlich die Texte gar nicht, wir „hören“ sie. Und vom Hörensagen kennt man doch, wie schnell aus einem banalen Fakt kreative Phantasie wird ... !