

Denken „an sich“ (31.08.2012)

Philosophie ist „in“. Jedes Unternehmen hat seine Philosophie, jede Behörde hat die ihre. Es gehört ganz einfach zum guten Ton und zum rechten Image, eine Philosophie zu haben. Niemand weiß so recht, was das Wort in solchem Zusammenhang bedeutet, aber bedeutsam ist es.

Das war lange Zeit anders. Bis zu Jostein Gaarders Weltbestseller „Sophies Welt“, worin eine 14jährige Göre die Neugiergeschichte des menschlichen Denkens über die ganz großen Fragen erlebt, galt Philosophie in real existierenden Gesellschaftskreisen als verstiegen und schwierig. Denken „an sich“ war brotlose Kunst. Philosophen waren verschrobene Existenzen, die sich nachtaktive mit der Frage beschäftigten, warum das Sein „ist“ und nicht „nicht ist“. Einsame und tapfere Gegenbeispiele in den Radio- und Fernsehprogrammen wurden mit dem unaufhaltsamen Aufstieg der Einschaltquote erst verhöhnt, dann verelendet und schließlich abgeschafft.

Aber – so war es schon immer – Philosophie kann warten. Sie hat Zeit. Und nun ist sie wieder da. Es gibt einen Hunger nach Sinn und größeren Zusammenhängen. Die Welt kann man im Dialog zwischen Null und Eins verpixeln, aber nicht erklären. – Leute wie du und ich treffen sich in „Philosophischen Cafés“. Der neue „Sloterdijk“ oder „Dworkin“ werden wirklich gelesen und diskutiert. Und auch Rundfunk und Fernsehen sind wieder da. Kürzlich hieß die ZDF-Reihe noch etwas betulich „Philosophisches Quartett“. Ihr Nachfolger heißt nur noch „Precht“, und jeder weiß Bescheid.

Das Phänomen ist modern, aber nicht modisch. Unsere Welt hat einen Grad von Komplexität erreicht, der dem biblischen Tohuwabohu („Irrsal und Wirrsal“) gleicht. Wir sind der Fragmentierung vieler Abläufe nicht mehr gewachsen. Der ethische Schwund in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft macht uns Kummer. Der weltweite Umbruch ins 21. Jahrhundert stellt bohrende Fragen. Der Bedarf an Durch- und Überblick ist kaum zu stillen. Alles ist unterwegs. Man will endlich einmal wissen, wohin. Und „Werte“ sind vielleicht mehr als „shareholder values“.

Aber Vorsicht! – Unbewältigte Komplexität ist das Treibhausgas für Ideologen und Demagogen. Sie suchen das Heil im Negieren, nicht im Erkennen der Zusammenhänge. Sie vereinfachen auf schreckliche Weise, anstatt Spreu und Weizen zu unterscheiden.

Auch Werbung der AAA-Klasse hat erkannt, dass sie den Leuten nur dann Produkte verkaufen kann, wenn sie ihnen beim Leben hilft. Der teuerste Rohstoff ist Vertrauen. Er wurde in den letzten Jahren rücksichtslos vergeudet. Politik wurde ungewöhnlich argumentationsarm. Es lohnt sich nicht nur, es ist auch gut und richtig, wenn Betriebe, Parteien und Gruppen aller Art sich zuweilen fragen, warum sie „sind“ und nicht „nicht sind“. Es lohnt sich gerade auch für die Wirtschaft, Sprach- und Argumentationsfähigkeit zu üben; für ihre Sache einzustehen. Politiker glauben, dass von ihnen vertretene Wirtschaftsprojekte zu oft Wähler verschreckt haben. Zu viele surfen lieber auf den Emotionswellen, statt ihnen Richtung zu geben.