


Herder Verlag Rezensionen, wirtschaftl. Bericht- erstattung + Verlag Jose		
03.01.2010, Ausg. 2010/01 Wochenzeitung erscheint: wöchentlich	Auflage verbreitet: 62.033 Auflage verkauft: 59.977 Anzeigenäquivalent:	
		Region regional Nielsen 1
		Verlag Axel Springer Verlag AG Axel-Springer-Platz 1 20355 Hamburg Tel.: 040/34700 Fax: 040/34724912
		Interne Pub-Nr.: 303700

Scham ist eine Tugend und kein Makel

DER MANAGER, DER sein Unternehmen in die roten Zahlen treibt und dennoch Prämien in Millionenhöhe kassiert, das Filmsternchen, das ebenso ungeniert wie skandalträchtig den Paparazzi die wäsche- freie Kehrseite präsentiert, das Ehepaar, das es dem World Wide Web gestattet, an seinem Privatleben teilzuhaben – sie alle eint das Attribut „schamlos“. Was noch vor wenigen Jahren vielen Menschen die Röte ins Gesicht getrieben hätte, wird heute hemmungslos öffentlich zelebriert: Im Geschäftsleben, zu Hause und auf der Bühne.

Warum ist das so, und wie konnte das geschehen, dass die Schamgrenze langsam sank und unterdessen ins Bodenlose stürzte? Der Hamburger Psychologie-Professor Wolfgang Hantel-Quitmann hat es untersucht. In dem Buch „Schamlos! Was wir verlieren, wenn alles erlaubt ist“ beschreibt er das Zeitphänomen.

Geldgier und Egoismus in der Finanzwelt, Machterhalt in der Poli-

itik, Selbstdarstellung in den Medien, Sex und Kommerz im Alltag haben eines gemeinsam, sie sind schamlos. Das aber führe dazu, dass Menschen zunehmend öffentlich belogen und benutzt, gedemütigt und getäuscht werden. Auf der Strecke blieben Mitmenschlichkeit, Mitgefühl und soziale Verantwortung. Hantel-Quitmann beschreibt die Facetten der Schamlosigkeit.

Wenn ein Wirtschaftsmanager Hartz-IV-Empfänger als Wohlstandsmüll bezeichnet, ein geschasster Vorstandschef auf Lohnfortzahlung besteht, obwohl er den Zusammenbruch des Unternehmens verantwortet, wenn Frauen für die gleiche Arbeit schlechter bezahlt werden als Männer, wenn Unternehmen mit hohen Bilanzgewinnen prahlen und gleichzeitig Kündigungen aussprechen, wenn in der Werbung kaum ein Produkt ohne nackte Haut präsentiert wird oder wenn ein Film wie „Schindler’s Liste“ durch Schokoladen-Werbung unterbrochen wird – all das ist nach des Autors Beurteilung schamlos.

Dabei gilt Scham als soziales und menschliches Gefühl, das mit grundsätzlichen kulturellen Werten zu tun hat. Schon Nietzsche sagte: „Wen nennst du schlecht? Den, der immer beschämen will. Was ist

dir das Menschlichste? Jemandem Scham ersparen.“

Scham entsteht, so Hantel-Quitmann, wenn etwas aufgedeckt wird, was man verbergen möchte. Und das gehe weit über die sexuelle Bedeutung des Wortes hinaus. Schamlosigkeit entwickelt sich, wenn die Mitmenschen nicht mehr gesehen werden, wenn nur noch die eigenen Interessen zählen und rücksichtslos durchgesetzt werden. Schamlosigkeit sei nicht nur der Verlust der Scham, sondern eine komplexe Machtdemonstration inklusive unsozialer Eigenarten wie Provokation, Respektlosigkeit, Rücksichtslosigkeit oder Trotz.

Der Ausweg aus der der Schamlosigkeit, so der Autor, sei die emotionale Bildung, die nichts mit Fachwissen und Pisa-Werten zu tun hat. Herzensbildung lautet der altmodische Begriff.

Wolfgang Hantel-Quitmann, Schamlos! Was wir verlieren, wenn alles erlaubt ist, Herder, 14, 95 Euro