

Unverkäufliche Leseprobe aus:

Jennifer Jacquet

Scham

Die politische Kraft eines unterschätzten Gefühls

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

© S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Inhalt

- 1 Was ist Scham? 9
 - 2 Scham und Schuld 36
 - 3 Das schlechte Gewissen 55
 - 4 Schamloses Verhalten 74
 - 5 Scham und Normen 91
 - 6 Sieben Wege zur effektiven Beschämung 113
 - 7 Der virtuelle Pranger 136
 - 8 Scham in der Aufmerksamkeitsökonomie 154
 - 9 Reaktionen auf die Beschämung 169
 - 10 Das rechte Maß 191
- Anhang – Der Schampfahl 206
- Dank 209
- Anmerkungen 212

1 Was ist Scham?

*Das moralische Gewissen des Menschen ist der Fluch,
den er von den Göttern anzunehmen hatte,
damit er von ihnen das Recht bekam, zu träumen.*

William Faulkner, Interview im Paris Review

Im Jahr 1987 betrat der damals 30 Jahre alte Sam LaBudde das Büro des Earth Island Institute in San Francisco, weil er etwas gegen die Abholzung der Regenwälder unternehmen wollte. Als er wieder herauskam, machte er sich auf den Weg nach Mexiko, um Spion zu werden. Im Vorzimmer des Earth Island Institute hatte er einen Artikel über den Thunfischfang gelesen, dem jährlich Abermillionen Delphine zum Opfer fallen. Thunfische werden mit sogenannten Ringwadennetzen gefangen, die um einen Schwarm herum ausgelegt und dann zugezogen werden; beim Einholen des Netzes ertrinken gleichzeitig viele Delphine oder werden erdrückt. Es war ein aufrüttelnder Artikel, doch er war nicht mit Bildern dokumentiert. Statt den Regenwald zu retten, überredete LaBudde daher die Mitarbeiter des Earth Island Institute, ihm eine Videokamera zu leihen. Dann heuerte er auf einem Fischerboot an, um Aufnahmen von der Delphinschlächterei zu sammeln.

LaBudde wurde erst Matrose, dann Koch an Bord eines Fischerboots, das im mexikanischen Hafen Ensenada stationiert war und unter der Flagge von Panama operierte. Unter

1 Was ist Scham?

großem persönlichen Risiko füllte er mehrere Videokassetten mit Aufnahmen von sterbenden und verendeten Delphinen in Thunfischnetzen. Mit diesem Material startete das Institut in den Vereinigten Staaten eine Fernsehkampagne. Tageszeitungen und Zeitschriften griffen das Thema auf, und Kenneth Brower schrieb eine dreiteilige Artikelserie in der Zeitschrift *Atlantic Monthly*. Die Kampagne sollte die Täter beschämen und in der Öffentlichkeit bloßstellen. Ziel war die Thunfischindustrie, insbesondere die drei größten Unternehmen Star-Kist, Bumble Bee und Chicken of the Sea.

Damals schenkte mir meine Mutter ein Buch mit dem Titel *50 einfache Dinge, die Kinder tun können, um die Erde zu retten*. Wie in dem Buch empfohlen, schrieb ich einen Brief an das Earth Island Institute, und einige Wochen später fand ich in unserem Briefkasten in Ohio Post aus San Francisco. Im Umschlag steckte unter anderem ein erschütterndes Schwarzweißfoto eines toten Delphins, das LaBudde auf einem Fischerboot aufgenommen hatte. Das Material des Earth Island Institute beschämte die Thunfischindustrie, doch in mir weckte es Schuldgefühle. Mein Gewissen sagte mir, dass das, was da mit den Delphinen passierte, falsch sein musste (das Schicksal der Thunfische übersah ich dabei geflissentlich). Schuld ist ein Gefühl, dessen Auslöser und Publikum wir selbst sind, es ist ein Gefühl des Unbehagens, das nach einem Ausgleich strebt. Als ich das Bild sah, spürte ich zum ersten Mal im Leben Mitgefühl mit einem Lebewesen, dem ich nie begegnet war und das ich nur aus Tierbüchern kannte, und zum ersten und nicht zum letzten Mal fühlte ich mich schuldig für etwas, das ich gegessen hatte.

Ich musste etwas unternehmen. Mit meinen damals neun Jahren lernte ich etwas kennen, das in den achtziger Jahren zum neuen Initiationsritual werden sollte: Ich wollte meine

Schuld als Verbraucher sühnen. Ich forderte meine Mutter auf, keinen Thunfisch mehr zu kaufen, und damit war ich nicht die Einzige. Die Bilder der verendeten Delphine hatten Menschen in aller Welt schockiert und empört; sie provozierten einen großen Thunfischboykott und zwangen die Thunfischunternehmen, ihr Fangprotokoll zu ändern. Anthony O'Reilly, Vorstandsvorsitzender der Heinz Company, zu der auch StarKist gehört, sagte: »Ich wäre ein schlechter Chef, wenn ich unseren Kunden nicht zuhören würde.« Aufgrund der großen Sympathie, die Kinder damals für Flipper hegten, und aufgrund der schrecklichen Szenen in dem LaBudde-Film begann ein gut organisiertes Trommelfeuer der Kritik, die das zunehmende Gefühl der Schulkinder vermittelte, dass die bisherigen Fischereimethoden nicht mehr hinnehmbar waren.

Diese Kinder und ihre Eltern waren erleichtert, als das Umweltsiegel »delphinfrei« eingeführt wurde. Wir fühlten uns besser und aßen wieder Thunfisch. Ein Jahrzehnt lang dachte ich nicht mehr an das Thunfischproblem oder das Umweltsiegel. Aber als ich mich wieder damit beschäftigte, musste ich feststellen, dass wir hereingelegt worden waren.

Das Etikett »delphinfrei«, das im Jahr 1990 vorgestellt wurde, war nur eines von vielen neuen Marktinstrumenten zur Rettung der Welt. Im gleichen Jahr verabschiedete die amerikanische Regierung Gesetze zur Zertifizierung von biologischer Ernährung (obwohl das erste Biosiegel bereits 1973 im kalifornischen Santa Cruz aufgelegt worden war). Im Jahr 1993 wurde nach jahrelangen Diskussionen um die Zertifizierung der nachhaltigen Forstwirtschaft der internationale Forest Stewardship Council (FSC) gegründet. Der Marine Stewardship Council begann 1997 mit der Zertifizierung nachhaltiger Fischereipraktiken, und im selben Jahr wurde Fairtrade International gegründet. Weitere Umweltsiegel folgten.

1 Was ist Scham?

Vor dieser Zertifizierungswelle war es den Enthüllungskampagnen und Boykotten immer darum gegangen, Unternehmen oder ganze Branchen zu umfassenden Änderungen zu zwingen. Aktivisten wie César Chávez, der den Landarbeiterstreik und den Traubenboykott der sechziger Jahre organisierte, hätten sich nicht damit zufriedengegeben, wenn die Hersteller ein Etikett mit der Aufschrift »Gepflückt von Landarbeitern, die einen Mindestlohn verdienen« auf ihre Weintrauben geklebt hätten. Ihnen ging es nicht darum, das Gewissen einiger besorgter Verbraucher zu beschwichtigen, sondern um die Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns und eines einklagbaren Arbeitsschutzes für sämtliche Landarbeiter. Auch bei der Aufdeckung der Hygieneskandale in der Fleischindustrie Anfang des 20. Jahrhunderts ging es nicht um die Entwicklung eines Gütesiegels, das verunsicherten Verbrauchern den Kauf von unbedenklichen Fleischprodukten zusichern sollte, sondern um die Verbesserung der Hygienestandards im ganzen Land.

Aber spätestens seit den achtziger Jahren zielten Initiativen immer weniger auf eine Veränderung der Produktionsbedingungen und immer mehr auf eine Veränderung des Konsumverhaltens. Auf den ersten Blick wirkt diese Strategie durchaus sinnvoll, vor allem in einer Marktwirtschaft: Wenn sich die Nachfrage verändert, dann muss das Angebot darauf reagieren. Während der sechs Jahre, in denen ich Wirtschaftswissenschaften studierte, wurde ich immer wieder daran erinnert, dass sich die beiden Größen in der Bilanz die Waage halten. In der Amtszeit von Präsident Ronald Reagan, in der sich das politische Klima immer entschiedener gegen staatliche Regulierung wandte, sahen selbst Umweltschützer den Geldbeutel der Verbraucher als den besten Hebel, um Unternehmen zu einer Änderung ihres Verhaltens zu zwingen. Da-

mit behielten die Verbraucher ihre »Entscheidungsfreiheit« (der Schlachtruf des neoliberalen Wirtschaftswissenschaftlers und kapitalistischen Vordenkers Milton Friedman) und konnten gegebenenfalls ihr Gewissen durch eine Änderung ihres Konsumverhaltens beruhigen.

Mit dieser Verschiebung von den Produktionsbedingungen zum Verbraucherverhalten ging es bei der Lösung von Gesellschafts- und Umweltproblemen immer weniger darum, das Fehlverhalten von Unternehmen zu enthüllen und diese an den Pranger zu stellen, und immer mehr darum, die Schuldgefühle der Verbraucher zu wecken. Umweltsiegel wurden immer beliebter, und dahinter verbarg sich die unausgesprochene Behauptung, dass die Verantwortung in erster Linie bei jedem einzelnen Verbraucher selbst liegt und nicht bei der Politik und der Gesellschaft. Das Zertifikat wusch außerdem von jeder Scham rein und zielte auf das Schuldgefühl als wichtigsten Motor für Veränderung. Über das Schuldgefühl ließen sich Einzelpersonen motivieren, und nur diese, denn Unternehmen oder Branchen wie die Thunfischindustrie haben kein Gewissen und können sich nicht schuldig fühlen. Es ging also nicht mehr um die Reform ganzer Branchen, sondern um das gute Gewissen eines bestimmten Kundensegments.

Bedauerlicherweise lassen sich jedoch Probleme wie der Einsatz von Insektenvernichtungsmitteln, die Ausbeutung von Arbeitnehmern und die Verwendung von Schleppnetzen nicht durch die Konsumententscheidungen einzelner Verbraucher lösen. Wenn mein Obst nicht mit Insektiziden behandelt wurde, das der anderen aber schon, dann gelangen diese Gifte trotzdem ins Grundwasser. Wenn ich delphinfreien Thunfisch verzehre und die anderen nicht, dann müssen nach wie vor Delphine verenden. Wenn ich nicht mehr ins Flug-

1 Was ist Scham?

zeug steige und alle anderen weiterfliegen, dann nimmt der Ausstoß von Kohlendioxid trotzdem weiter zu.

Probleme, die kollektives Handeln erfordern, lassen sich nicht lösen, indem man auf die Psyche und damit das Verhalten von Einzelnen einwirkt. Die Lösung dieser Probleme erfordert große und oftmals strukturelle Veränderungen. Im Falle des Ozonlochs hätte es nicht ausgereicht, wenn einzelne Verbraucher die Auswirkungen von FCKW verstanden, sich schuldig gefühlt und deshalb keine FCKW-haltigen Produkte mehr gekauft hätten, denn sie wären eine kleine Minderheit geblieben. Um das Ozonloch zu bekämpfen, musste die Produktion von FCKW vollständig eingestellt werden.

Heute wird bei vielen aktuellen gesellschaftlichen Problemen, vor allem auf den Gebieten Arbeit und Umweltschutz, an unser Schuldgefühl appelliert. Wir werden aufgefordert, als Verbraucher zu handeln (und nicht als Bürger oder Aktivist) – dies aber nicht einmal als organisierte Verbrauchergruppen, die großflächige Boykotte organisieren, sondern als einzelne Konsumenten, die allein mit ihrem Gewissen vor dem Supermarktregal ihre Entscheidungen treffen. Die Macht des Schuldgefühls ist nicht nur stark begrenzt, Unternehmen schlachten es obendrein auch noch aus und machen Gewinne, indem sie Nischenprodukte und -dienstleistungen anbieten, die unser Gewissen beruhigen sollen. Aber Probleme von gesellschaftlicher Tragweite lassen sich nicht auf der Ebene der individuellen Entscheidung lösen. In der Vergangenheit reichte es zum Beispiel auch nicht aus, dass Gegner der Sklaverei selbst keine Sklaven besaßen – sie mussten gemeinsam dafür sorgen, dass niemand mehr Sklaven besitzen konnte.

Naiv wie ich und viele andere damals waren, ließen wir uns von unseren Schuldgefühlen überwältigen. Wir Kinder woll-

ten nicht nur unser Gewissen beruhigen – wir wollten die Delphine retten. Das Delphinfrei-Logo allein konnte den Schutz der Delphine nicht gewährleisten (wenn dieses Siegel tatsächlich etwas bewirkt haben sollte, dann vor allem weil es den Anstoß für Gesetze gab, nicht weil es das Verbraucherverhalten beeinflusst oder gar Wunder bewirkt hätte), und wir hätten uns nicht damit zufriedengeben sollen, dass sich nur die Produkte in unserem Einkaufswagen an die neuen Regeln hielten. Es hätte uns stören sollen, dass der größte Teil der Branche die Hände in den Schoß legte. Wenn wir uns nicht von Logos, Siegeln und umweltbewussten Supermärkten hätten beschwichtigen lassen, dann hätte sich unser Zorn vielleicht nicht gelegt. Bei der Abschachtung der Delphine und bei so vielen anderen Problemen hätten wir die Auseinandersetzung mit den tatsächlich Verantwortlichen suchen müssen, und zwar nicht nur als schuldbewusste Verbraucher, sondern so wie Sam LaBudde: indem wir sie selbst weiter beschämten.

Dieses Buch untersucht die Ursprünge und die Zukunft der Scham. Es geht der Frage nach, wie sich die öffentliche Bloßstellung und Beschämung eines Übeltäters – ein Instrument, gegen das vermutlich viele von uns Vorbehalte haben – wiederbeleben und auf neue Weise einsetzen lässt. Wir untersuchen Scham und Schuld als gesellschaftliche Instrumente der Bestrafung und sehen uns ihre Funktionsweise an. Wir gehen der Frage nach, warum die Schuld heute Aufgaben übernehmen soll, denen sie gar nicht gewachsen ist, und warum sie zum Beispiel kollektive Probleme wie die Überfischung und den Klimawandel lösen soll, die eigentlich die Angelegenheit von Unternehmen und Regierungen sind. Dabei werden wir feststellen, dass Scham in engem Zusammenhang mit Normen steht und dass sich diese Normen ständig verändern.

1 Was ist Scham?

Wir werden uns konkrete Fälle ansehen, in denen Scham ein deutlich wirkungsvolleres Instrument ist als Schuld und in denen der Wert und Zweck der Scham erkennbar wird. Und schließlich gehen wir der Frage nach, wie sich die Scham in einer immer stärker vernetzten und abgelenkten Welt effektiv einsetzen und zu einem wertvollen politischen Instrument machen lässt.

Was bedeutet Scham?

Das Wesen der Beschämung liegt in der Enthüllung und Bloßstellung. Das Gefühl, schutzlos den Blicken anderer ausgeliefert zu sein, ist eines der entscheidenden Elemente der Scham und stellt eine enge Beziehung zwischen Scham und Ansehen her.¹ Um Scham zu empfinden, ist ein Publikum nötig, auch wenn dieses Publikum lediglich im eigenen Kopf existiert. Scham ist zwar auch ein persönliches Gefühl, das jeder Einzelne erleben kann, doch in diesem Buch geht es nicht um das Gefühlschaos, in das Sie gestürzt werden, wenn Ihr Vater ein aufblasbares Sofa mit nach Hause bringt (ich spreche aus leidvoller Erfahrung), sondern um das Gefühl, das Sie empfinden, wenn eine Freundin dieses Sofa sieht. In diesem Buch geht es also um die Scham, die mit der Zurkenntnisnahme eines Regelverstoßes durch eine Öffentlichkeit einhergeht. Das heißt, es geht eher um den öffentlichen Akt der Beschämung als um das private Gefühl der Scham.

Scham kann als leidvoll empfunden werden, zu großem Stress führen und die Betroffenen zum Rückzug aus der Gesellschaft veranlassen. Scham kann sogar so wehtun, dass sie einem Menschen körperlich das Herz bricht.² Aber Scham kann sich auch positiv auf das Verhalten auswirken. Bei einer

Befragung unter 915 erwachsenen US-Bürgern konnte sich etwa die Hälfte daran erinnern, sich während eines Arztbesuchs geschämt zu haben, zum Beispiel weil sie rauchten oder Übergewicht hatten. Von denjenigen, die zugaben, Scham empfunden zu haben, mied die Hälfte künftige Arztbesuche oder belog die Mediziner, um einen neuerlichen Moment der Scham zu vermeiden, doch die andere Hälfte erklärte, den Ärzten dankbar zu sein, und ein Drittel der Befragten gab sogar an, ihr Verhalten deshalb verändert zu haben.³

Es gibt natürlich auch Menschen, die sich nicht einmal für die schrecklichsten Verbrechen schämen. (Als Reginald Brooks 2011 in Ohio auf dem elektrischen Stuhl saß, weil er 29 Jahre zuvor seine drei Söhne im Schlaf ermordet hatte, zeigte er seiner Exfrau und der Mutter dieser Kinder, die der Hinrichtung, durch eine Glasscheibe von ihr abgetrennt, beiwohnte, mit beiden gefesselten Händen den Mittelfinger.) Andere Menschen werden selbst bei Kleinigkeiten von einem lähmenden Schamgefühl erfasst. (Der Schriftsteller Jonathan Franzen erklärte eine zehn Jahre lang anhaltende Schreibblockade mit seiner Scham über seine erste Ehe, seiner mangelnden sexuellen Erfahrung und seiner generellen Naivität; schon bei annähernd autobiographischen Sätzen habe er »das Bedürfnis verspürt, mich zu duschen«.)⁴ Im Idealfall bewirkt das Schamgefühl eine Korrektur des Verhaltens und verringert das Risiko einer härteren Bestrafung: Man hält sich an ein erwartetes Verhalten, oder man muss die Konsequenzen tragen. Oft wird das Schamgefühl schon durch die Furcht vor der Bloßstellung ausgelöst.