

# Storytelling und andere Mythen – oder warum es gilt, die selbstverschuldete Unmündigkeit nicht weiter zu betreiben

*Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der EntschlieÙung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Sapere aude! Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen! ist also der Wahlspruch der Aufklärung.“ (I. Kant)*

## Warum “Storytelling” zu hinterfragen ist!

Digital zu kommunizieren ist Teil – vielleicht der umfassendste Teil – der menschlichen Kommunikation geworden. Die Plattformen dazu sind die bekannten Datensammelaktionen und Meinungsmanipulationsmaschinen wie Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat und Konsorten.

Hinzu kommt ein Sprachgebrauch, der von Wörtern geprägt wird, welche signalhaft zunächst vermitteln: he, hier ist die Moderne... So ist von „Storytelling“ die Rede und vor allem auch von der Besetzung durch ein „Narrativ“, dem inflationär gebrauchten Begriff auf allen Ebenen.

Selbstverständlich gehören zur Codierung des Gesagten und Geschriebenen Abkürzungen, Emojis und der zwanghafte Ansatz des Alleinstellungsmerkmals. Alles zudem der Schnelligkeit des Datenaustausches, der Schwemme der Posts und den

Beschränkungen der Zeichenanzahl geschuldet. Das verstehende Lesen bleibt dabei auf der Strecke, will sagen, dass die Auseinandersetzung im Diskurs mit Fakten oberflächlich bleibt, es muss ja in den 140-Zeichen Begrenzungen passen. Selbst bei den immer mehr ins Hintertreffen geratenen Printmedien sind Text-Umfänge, die mehr als 90 Zeilen betragen, nicht mehr erwünscht. Wie scheinbar Studien ergeben haben, ist die Fähigkeit, längere Texte aufzunehmen, verloren gegangen und das Lesen dieser Texte wird einfach verweigert.

Begrenzt wird auch die Tiefe der Gedanken. Um in der Flut der täglichen Informationen noch aufzufallen, werden Tipps und Tricks zur Gestaltung dieser Lesefetzen oder Reden formuliert. Hier nachfolgend einige Hinweise:

Wie geht „Storytelling“ und mit welchen Mitteln werden sie gestaltet?

Inhaltlich wird auf **eine** Botschaft zu konzentrieren, empfohlen. Der Kern der Botschaft soll ein Narrativ sein. Ein **Narrativ** ist eine sinnstiftende Erzählung, die Einfluss hat auf die Art, wie die Umwelt und die gewünschte Realität wahrgenommen werden soll. Es transportiert Werte und Emotionen, die einer Gesinnung entlehnt sind, welche aus politischen, geschäftlichen oder lobbyistischen Gründen verbreitet werden soll. Eine Weltsicht soll durchgesetzt werden. Ein bestimmtes Verhalten soll massenhaft erreicht werden. Eine Meinung in die Köpfe eingepflanzt werden. Bei den gegebenen Tipps auf Plattformen wie „tn3“ wird das neoliberale Weltbild als das seligmachende und „live your best Life-Modell“ propagiert! Als Narrativ kann jederzeit jeder andere Gedanke, jede andere Idee austauschbar gesetzt werden. Beispiele wie bei der CSU und ihrer Idee vom Masterplan, oder Trumps-Wahlkampagne und sein Mantra von der „Lügenpresse“ oder Erdogans Lüge von der „Terrorzugehörigkeit“ der politischen Gegner, die verhaftet und entlassen werden müssen, gibt es zuhauf. Vor allem wirken diese die Demokratie zerstörenden

„Storytellings“ in der Tat zuverlässig, wie an Orban in Ungarn oder der PIS in Polen nachvollziehbar wird.

Deshalb wird als weiterer Tipp vermittelt, dass Quergedanken, weiterführende und dialektische Ansätze vermieden werden sollen. Eingepackt wird dies in das Bild eines überladenden Christbaumes, der zusammenbrechen wird. Und wer will das schon: die schöne Stimmung, das Gefühl des weihnachtlichen Wohlbefindens der Gefahr des Zusammenbrechens auszusetzen. Also – alles vermeiden, was Tiefe, Breite und Komplexität ausmacht. Da müsste ja selber nachgedacht, gewertet, geprüft und korrigiert werden.

Stattdessen wird von: *Live your best life, be weird, be excentric, be curious...* geschwafelt. Vor allem wird ersatzweise auf die Masse und Menge gesetzt. Schaffe „Connections“, bringe Leute zusammen, garniert mit dem Hinweis: ... egal auf welchem Panel... und natürlich wird auf die vermeintlich erfolgreichen Startups verwiesen wie „Uber“ als modernes, hippes Fortbewegungsmittel in der städtischen Beweglichkeit oder auf AirBnB als hippes Modell zur Unterkunft für die erfolgreichen Yuppies. Die unkritische Vermittlung dieser way-of-life neoliberaler Egoisten ist die mit den genannten Modellen betroffene städtische Wohnungsnot und die Ausbeutung der „Uberlinge“ durch das „Ubermodell“ völlig schnuppe.

„Make people feel part of something bigger“ – gib den Menschen das Gefühl, Teil von was Großem zu sein, egal ob es nur diffus und ohne konkrete Ausgestaltung Virus mäßig ausgestrahlt wird, es funktioniert, wie Trump bei seinem Schmalspur-Konzept belegte: „We make America great again“...!

Fazit: Was wird vermittelt beim Storytelling und wie wirkt sie als Methode und Mittel tatsächlich?

**Es werden fragwürdige Perspektiven** geboten für die perspektivlos gewordenen Gesellschaften, ohne gründliche Aufklärung, stattdessen mit Emotionen pur versetzt. Mit den

kurzen Geschichten werden ersatzweise und mantrahaft Lügen erzählt, vor allem wie der Erzähler die Welt sieht und will, dass alle Zuhörer/Zuschauer diese genau so sehen sollen. Gesinnung statt Verantwortung, Neoliberalismus statt Solidarität, Machterhalt/Machterwerb statt stellvertretende temporäre Gestaltung und Stärkung der demokratischen Gesellschaft werden vermittelt!

**Es werden durch Storytelling fragwürdige und selbstverschuldete Unmündigkeit stärkende Identifikationen** geboten. Falsche Propheten, Lügner und Diktatoren präsentieren sich, bieten ihre fragwürdigen Charaktere als Identifikationshüllen an. Hitler hatte es vorgemacht. Orban, Erdogan und Trump machen es ebenso- und die Brandstifter der CSU und der AfD versuchen es mit Grenzüberschreitungen nachzumachen. Begleitend dazu wird die Gewaltenteilung beseitigt und diskreditiert. Den Mitläufern wird angeboten, mit ihren Idolen zu fiebern und zu fühlen. Das Prinzip wird implementiert: Gefühle anstelle von Denken setzen! Angstmachen frisst schon immer den Verstand. „Storytelling“ ist die Methode dazu. Facebook und Twitter sind das Medium und die Technik.

**Die propagierte Narrativ-Setzung wird zum Kern der Kommunikation**, ersetzt *“die Fähigkeit, sich seines Verstandes ohne Leitung des anderen zu bedienen”*, wie Kant formulierte. Entscheidungen wie eine Wahl werden rein gefühlsmäßig und pathetisch getroffen. Fakten bleiben außen vor – der Verlust des Vertrauens in die Medien und ehemals „vierte Gewalt“ als Faktenlieferant tut sein Übriges. „Storytelling“ in der Ausprägung, wie oben beschrieben, funktioniert dabei als emotionaler Kit und Verbindungsstrang zwischen den Massen. Was viele machen und mitmachen, erzeugt den Lemminge-Effekt. Man folgt und rennt mit bis ins Verderben. Alles unter dem Mantel des Modernen und Unetablierten.

Die Wirkung ist auf der politischen Ebene so, dass Parteien wie die **Armseligkeit für Deutschland** Zulauf bekommen, die

unter dem Deckmantel der legalen Wahl Demokratie zerstörend agieren. Hier wäre es sinnvoll, würden die Menschen statt den unsäglichen Programmangeboten des Privatfernsehens zu verfallen, mal das Buch von **Max von der Grün** zu lesen „**Wie war das eigentlich? -Kindheit und Jugend im Dritten Reich**“! Die Parallelen zur heutigen Zeit würden gleich augenfällig werden, warum sich Parteien wie die AfD etablieren können. (siehe: S. 26-27)

Die Wirkung des „Storytelling“ auf das neoliberale Wirtschaftsmodells und die Verdrängung der wirtschaftlichen Alternativen wie die der sozialen Marktwirtschaft ist so, dass die Verteilung von Arm und Reich, die Privatisierung der Daseinsfürsorge und die Ausbereitung der Einflussnahme der Wirtschafts- und Finanzlobbyisten auf die Regierung und die Abgeordneten die gesellschaftliche Ordnung und Entwicklung extrem gefährden. Die kurzfristige Sichtweise auf die Privilegiensicherung der Vermögenden und die Gestaltung der Freihandelsverträge zu Lasten des Großteils der Bürgerschaft ebnet die Plattform für die Demokratie gefährdenden Tendenzen. Max von der Grün belegt dies zuhauf in seinem Buch und gäbe damit die Möglichkeit, aufgeklärt anders zu handeln und sich dem Einfluss und dem Mythos des Positiven bei Facebook, Twitter und Co. zu entziehen.