

Gefrässige Heuschrecke, scheues Reh

Kai Niebert erforscht, wie Metaphern, Sprachbilder, unsere Gedanken formen. Für ihn ist klar: Wenn wir eine nachhaltigere Wirtschaft wollen, brauchen wir auch neue Bilder. Dazu ist kreatives Denken gefragt. Von Thomas Gull

Wir alle reden in Metaphern, überall und immer – wir landen in der Sackgasse, brechen jemandem das Herz, suchen eine Nadel im Heuhaufen, Trefen den Nagel auf den Kopf oder sehen die Welt durch eine rosarote Brille. Doch weshalb tun wir das? Das Reden in Bildern hat den Vorteil, gut fassbar und zugänglich zu sein. Vor allem aber hilft es uns, Neues zu begreifen, erklärt der Kognitionsforscher Kai Niebert: «Um etwas Neues, allenfalls Abstraktes zu verstehen, greifen wir auf unsere Erfahrungen zurück. Die Metaphern bilden die Brücke zwischen dem Neuen und unseren Erfahrungen.» Niebert ist Professor für Didaktik der Naturwissenschaften und der Nachhaltigkeit an der UZH und erforscht, wie Schüler und Studierende in den Naturwissenschaften lernen und wie die komplexen und abstrakten Themen zugänglich vermittelt werden.

Bei den Erfahrungen, die uns helfen, Unbekanntes zu begreifen, handelt es sich oft um sehr basale Dinge. Niebert erzählt von seinem kleinen Sohn, der mit viel Spass einen Becher mit Murmeln füllt und diese dann wieder ausleert. «Wir sprechen da von einem Behälterschema», sagt Niebert, «es dient als Erfahrung für das Verstehen komplexerer Dinge.» So denken wir uns die Atmosphäre als Behälter, der über die Erde gestülpt ist. Das trifft in der Realität zwar nicht zu – die Atmosphäre besteht aus Gasen und der Übergang ins Weltall ist fliessend und nicht klar definiert. «Doch wir können nicht anders, wir müssen irgendwie auf Metaphern zurückgreifen, um zu verstehen», sagt Niebert.

Helmut Kohls «blühende Landschaften»

Gerade in der Politik hat der Einsatz von Metaphern Tradition, erzählt Niebert, der auch Politiker berät: «In den USA haben die Republikaner

seit Jahrzehnten Propagandaabteilungen, die sich um die Sprache kümmern. Auf Seiten der Demokraten war Barack Obama der erste Präsidentschaftskandidat, der einen kognitiven Linguisten im Team hatte. Das dürfte zu seinem Wahlerfolg beigetragen haben.»

Helmut Kohl hat den Deutschen einst «blühende Landschaften» in Ostdeutschland versprochen, um ihnen die Wiedervereinigung schmackhaft zu machen. Da konnten die Deutschen nicht

MÄCHTIGE METAPHERN

Neue Bilder finden

Metaphern prägen unser Bild der Welt. Mit zum Teil katastrophalen Folgen. Neues Denken braucht deshalb auch neue Sprachbilder – Kooperation statt Konkurrenz, mehr Zeit statt mehr Geld, eine erwachsene Wirtschaft statt ständig mehr Wachstum.

anders, als in den etwas sauren, vor allem aber sehr teuren Apfel zu beissen (Achtung: Metapher!). Metaphern machen Politik, sie werden sehr bewusst kreiert und eingesetzt, um Handlungszwänge zu schaffen. «Es ist ein grosser Unterschied, ob wir das Kapital als Heuschrecke verstehen, die alles leer frisst, oder als scheues Reh, das man pflegen muss», sagt Niebert.

Oder wie steht es um die «Steuerflüchtlinge», sind das bedauernswerte Menschen, die vor dem habgierigen Staat geschützt werden müssen, oder einfache Verbrecher, die den Staat um die Steuern prellen, die benötigt werden, um die öffentliche Infrastruktur zu finanzieren? «Solche Zusammenhänge müssen wir aufklären, um die Meta-

phorik aufzubrechen, die unser Denken gefangen hält», erklärt Niebert. Denn Metaphern sind eigentliche «Denkfallen», weil sie bestimmen, wie wir über ein bestimmtes Thema denken. Es ist sehr schwierig, aus solchen Denkmustern auszubrechen, wenn sie einmal etabliert sind.

Metaphern sind ein wirksames Instrument, um uns zu manipulieren. Die Wissenschaft nennt das «Priming». Dabei geht es darum, bereits vorhandene Gedächtnisinhalte mit einem Thema in Verbindung zu bringen. Auf diese Weise wird gesteuert, wie wir eine neue Information interpretieren. Niebert macht ein Beispiel: «Wenn wir Menschen dazu bringen, an Krankheiten zu denken und ihnen dann einen Text geben, der die Nation metaphorisch als Person beschreibt, dann sprechen sie sich anschließend deutlich vehementer gegen Zuwanderung aus, als nach dem Lesen eines Textes ohne derartige Sprachbilder.»

Schädliche Bilder

Metaphern spielen in unserem Denken eine zentrale Rolle: Sie prägen unser Bild der Welt. Umgekehrt gilt: Wenn wir unser Denken und damit die Welt verändern wollen, müssen wir neue Bilder finden. Das ist ein anspruchsvoller und sehr kreativer Prozess, bei dem es darum geht, unsere Vorstellungen neu zu besetzen. Das ist eines von Kai Nieberts grossen Themen: Wenn wir den Klimawandel stoppen und eine nachhaltigere, ökologischere, umweltverträglichere Wirtschaft wollen, müssen wir neue, positiv besetzte Bilder schaffen, die die alten ablösen, die so viel Schaden anrichten. Die Wissenschaft spricht dabei von «Reframing», was man als «Umdeutung» übersetzen könnte.

Dabei müsse man aber behutsam vorgehen, betont Niebert: «Wir können nicht ohne Metaphern, müssen aber verantwortlich mit ihnen umgehen, denn sie bestimmen nicht nur unser Denken, sondern auch unser Handeln.» Deshalb ist für den Kognitionsforscher klar: «Ich möchte die Welt nicht mit Metaphern fluten, die dann ein

anderes Denken nach sich ziehen. Mein Anspruch ist eher aufklärerisch.» So sollten wir uns bewusst sein, dass es einen grossen Unterschied macht, ob wir von Erdöl oder Kohle als fossilen «Energieträgern» oder «Rohstoffen» sprechen, Bezeichnungen, die bereits die Verwendung durch den Menschen beinhalten, oder einfach von fossilen «Kohlenstoffen». Umgekehrt: Sind es nun «alternative», oder «erneuerbare» – und somit «alternativlose» Energien?

Das Umdenken müsste allerdings noch ganz grundsätzlicherer Natur sein, findet Niebert. Das fängt damit an, dass in unserer Werteskala «mehr» in der Regel auch «besser» bedeutet: mehr Lohn, mehr Umsatz, mehr Wirtschaftswachstum. Unser wirtschaftliches Denken ist auf Wachstum fixiert. Niebert führt auch dies auf unsere Erfahrung zurück: «Wir werden schon frühkindlich auf Wachstum geprägt: Kinder wollen erwachsen werden, damit sie autonom sein und ihre eigenen Entscheidungen fällen können.» Hinzu kommt dann noch das antrainierte Konkurrenzdenken etwa im Sport. Dabei ist Niebert überzeugt, dass der Mensch von Natur aus auf Kooperation und nicht auf Konkurrenz geeicht ist: «Was streben wir etwa im Privaten an? Eine Beziehung wird dann als positiv empfunden, wenn sie auf Kooperation beruht.»

Erwachsene Wirtschaft

Das kulturell antrainierte Konkurrenzdenken und das Streben nach immer mehr sind geradezu das Lebenselixier der globalen Wirtschaftselite und ihre Daseinsberechtigung. Die Auswirkungen auf unsere Umwelt und unsere Gesellschaft sind katastrophal, weil sie eben auch zu mehr Ungleichheit, Hunger, Umweltverschmutzung, mehr Erderwärmung, mehr Krankheiten, die durch verschmutzte Luft, Böden, Gewässer, Lebensmittel verursacht werden, führen. Die Fixierung auf das ständige Wachstum unserer Wirtschaft sei der klassische Fall einer «Fehlvorstellung», betont Niebert, «denn in der physischen Welt mit ihren endlichen Ressourcen gibt es kein unendliches Wachstum».

Als Menschen sind wir irgendwann erwachsen. Weshalb sollte nicht auch die Wirtschaft erwachsen werden, fragt sich Niebert. Das würde bedeuten, dass nicht immer mehr produziert werden müsste, um – zumindest in unseren west-

lichen Wohlstandsgesellschaften – den Überfluss noch überflüssiger zu machen, sondern nur noch so viel, wie es braucht, um das bereits Vorhandene zu ersetzen.

Die Suche nach neuen Metaphern hat ihre Tücken. Einer der Fallstricke (Achtung: Metapher!), besteht darin, gängige Metaphern zu verneinen, denn wer eine Idee verneint, verstärkt diese, weil das dahinterstehende Konzept aktiviert wird, erklärt Niebert. Deshalb funktionieren Begriffe wie «Post-Wachstums-Ökonomie» oder «Wachstumsrücknahme» nicht. Diese Begriffe lösen bei uns nur Abwehrreflexe aus, weil in unseren Vorstellungen Wachstum so positiv besetzt ist. «Wer will denn schon, dass ihm etwas weggenommen wird?» Wichtig sei, so Niebert, aus der Verzichtsrhetorik herauszukommen. «Solange Nachhaltigkeit als Verzicht betrachtet wird, haben wir ein Problem.»

Deshalb machte es keinen Sinn, bestehende, oft sehr mächtige Metaphern einfach zu verneinen, sondern es müssen neue gesucht werden, wie Erwachsensein statt ständig weiterwachsen, Kooperation statt Konkurrenz, fossile Kohlenstoffe statt fossile Energieträger, erneuerbare Energien statt alternative Energien, Klimaleugner statt -skeptiker.

Wir müssen unseren Frame of Mind, unseren Denkraum wechseln, wenn wir eine nachhaltigere Welt wollen. Damit lassen sich viele positive Bilder verbinden: mehr Zeit (statt immer mehr Lohn), sauberere Umwelt, mehr Gesundheit, weniger Stress, besseres Arbeitsklima und so weiter.

Blühende Landschaften fürwahr, und gar nicht so unreal, wie man auf Anhieb vielleicht denkt. Wir müssen es nur wollen, ist Niebert überzeugt. Der Hebel hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft könnte einfach umgelegt werden. «Deutschland könnte den ganzen Atomstrom einsparen, wenn nur noch effiziente Geräte eingesetzt würden. Und wir hätten eine nachhaltiges Europa, wenn die Externalisierung der Kosten verboten würde, das heisst, wenn Umwelt-, Gesundheits- und Sozialkosten von den Unternehmen nicht mehr auf die Gesellschaft überwältzt werden könnten. Dann müssten die Unternehmen ganz anders produzieren und ihre Mitarbeitenden pflegen.»

Kontakt: Prof. Kai Niebert, kai.niebert@uzh.ch