

Ergebnisse einer Literaturstudie

Narrative als Ansatz zur Förderung von Nachhaltigkeit

Narrative sind grundlegende Denk-, Erklärungs- und Interpretationsmuster. Sie sind erkenntnis- und handlungsleitend und stecken den Rahmen ab, in dem sich politische Optionen bewegen können. Die Bedeutung von Narrativen auch mit Blick auf eine wirksame Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik wird zunehmend erkannt. Was ist der Stand der Forschung und was kann daraus gelernt werden?

Von Antonietta Di Giulio und Rico Defila

1 Einleitung

„Situationen und Prozesse sprechen nicht für sich selbst. Sie müssen erzählt werden“ (Espinosa et al. 2017, 24f.). Narrative sind keine fiktiven Geschichten mit erfundenen Ereignissen und Akteuren, und sie sind auch kein Kommunikations- oder Marketing-Instrument, bei dem die Form einer Erzählung verwendet wird, um eine Botschaft zu vermitteln (Fischer et al. 2021). Narrative sind Darstellungen dessen, wie Dinge, die als gegeben und wichtig erachtet werden (die also als relevante Fakten eingestuft werden), zusammenhängen.

Gesellschaftliche Narrative sind Narrative, die innerhalb einer Gesellschaft zur Verfügung stehen. Aus einer systemischen Perspektive gehören gesellschaftliche Narrative zu den „deep leverage points“ (Meadows 1999), das heißt, sie beeinflussen alle Ebenen eines Systems, von den Zielen und Werten bis hin zu Standards und Grenzwerten. Die Rolle gesellschaftlicher Narrative mit Blick auf eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation wird im Diskurs zum Klimawandel bereits seit einigen Jahren erörtert und erfährt mittlerweile auch vermehrt Aufmerksamkeit seitens staatlicher Akteure (siehe z. B. die vom deutschen Umweltbundesamt (UBA) geförderten Arbeiten zum Thema, siehe Espinosa et al. 2017; Wolff et al. 2019; Grünwald et al. 2021). In diesen Kontext fügt sich auch das vom schweizerischen Bundesamt für Umwelt (BAFU) geförderte Projekt „Arbeiten an und mit Narrativen für eine Nachhaltige Entwicklung“ ein. Ziel dieses Projekts war es, Wissen zur Entstehung und Wirkung gesellschaftlicher Narrative aus verschiedenen Disziplinen zusammenzuführen sowie nachhaltigkeitsrelevante gesellschaftliche Narrative zu identifizieren. Zu diesem Zweck wurde eine interdisziplinäre Literatur-

analyse durchgeführt, in deren Rahmen 121 Publikationen analysiert wurden. Nachstehend werden ausgewählte Ergebnisse der Literaturanalyse zusammenfassend vorgestellt. Die Liste der analysierten Publikationen sowie die Beschreibung des Vorgehens bei der Bestimmung und Analyse des Korpus finden sich in der publizierten Studie zu diesem Projekt (Di Giulio/Defila 2022). Der nachfolgende Text lehnt sich eng an den Text der Studie an. Auf eine Auflistung der analysierten Literatur wird aus Platzgründen verzichtet.

2 Gesellschaftliche Narrative – was sie sind und wie sie wirken

2.1 Was sind Narrative?

In verschiedenen Fachgebieten wird der Begriff Narrativ unterschiedlich definiert. Ein erstes Ergebnis des Projekts ist eine Umschreibung dieses Begriffs, der die verschiedenen Definitionen zusammenführt: Ein Narrativ ist ein Denk-, Erklärungs- und Interpretationsmuster. Ein Narrativ ist ein sprachlicher Akt, durch den Ereignisse, die für Menschen bedeutsam sind, in einen für sie kohärenten Zusammenhang gebracht werden, und zwar indem Ereignisse in eine Handlung („plot“) gebracht werden (d. h. die Ereignisse entwickeln sich, sie stehen in einer Ursache-Wirkungs-Beziehung, sie haben eine begründete oder begründbare zeitliche oder logische Abfolge) und indem Charaktere („characters“) eine handelnde Rolle einnehmen (diese Charaktere können menschliche, aber auch nicht menschliche Akteure sein, es können belebte oder unbelebte Akteure sein).

Ein Narrativ ordnet und erklärt Phänomene und Erfahrungen, und es hat einen Schauplatz („setting“). Darin findet die Geschichte statt, das heißt, die Handlung und die Akteure werden in Zeit und Raum verortet (der Schauplatz kann materiell sein, zum Beispiel der geografische Kontext, er kann aber auch immateriell sein, zum Beispiel der politische, rechtliche oder kulturelle Kontext oder ein bestimmter Wissensbestand).

Eine für den Kontext von Nachhaltigkeit und Umwelt relevante Variante sind Narrative zu gesellschaftspolitischen Phänomenen: Solche Narrative benennen das Problem, berichten, welche Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge das Problem verursachen, und enden damit, dass gesagt wird, welche Ereignisse und Handlungen das Problem lösen. Solche Narrative enden mit einer Moral („moral of the story“), und diese wiederum ist eine politische Lösung oder ein Handlungsappell. Die gebotene Lösung kann auch über das Beheben des Problems im engeren Sinne hinausweisen und eine erwünschte Zukunft (eine Vision)

skizzieren. In solchen Narrativen erhalten die Charaktere spezifische Rollen, die keine moralischen Beurteilungen sind, sondern lediglich Rollen im Narrativ. Diese Rollen sind: Opfer („victims“), Bösewichte („villains“), Held/innen („heroes“).

Das Narrativ äußert sich dazu, was diese Akteure motiviert und in welcher Beziehung zueinander sie stehen. Mit Blick auf die Umsetzung der Lösung können zusätzlich zur Rolle „hero“ die Rollen „helper“ und „opponent“ vorkommen. Die natürliche Umwelt kann ebenfalls „Opfer“ sein (z. B. ein verschmutztes Gewässer), „Bösewicht“ (z. B. ein Schäden anrichtendes Unwetter) oder „Held/in“ (z. B. eine sich an die Bedingungen in einer menschlichen Siedlung anpassende Tierart).

2.2 Was bewirken Narrative?

Durch Narrative konstruieren und rekonstruieren Menschen die Welt. Die Forschung zu Narrativen betrachtet den Menschen als „homo narrans“, das heißt, sie geht davon aus, dass Menschen ihr Selbstbild und ihr Wissen in Narrative fassen und dass sie Narrative verwenden, um über ihre Identität und ihr Wissen zu kommunizieren und ihr Handeln zu begründen (das gilt für Individuen und soziale Gruppen ebenso wie für institutionelle, organisationale und staatliche Akteure):

- Narrative sind erkenntnisleitend und tradieren Wissen: Narrative beeinflussen, welche Themen und Phänomene als relevant wahrgenommen werden, welche Probleme gesehen werden, welches Wissen von Bedeutung ist und welche Fragen gestellt werden. Narrative entscheiden darüber, ob Informationen und Ereignisse zur Kenntnis genommen werden und wie diese interpretiert werden.
- Narrative sind identitätsstiftend: Narrative geben dem, was ein Mensch erlebt, wahrnimmt, denkt, fühlt und tut, Sinn. Narrative erzeugen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Menschen und wirken daher sowohl einschließend wie abgrenzend. Narrative sind nicht nur für Individuen identitätsstiftend, sondern auch für Gruppen und Organisationen innerhalb einer Gesellschaft und für ganze Nationen.
- Narrative sind handlungsleitend und politikleitend: Narrative beeinflussen, welche Prioritäten gesetzt werden und welche Handlungsoptionen überhaupt in Betracht gezogen werden. Sie bestimmen den ‚politischen Denkraum‘, indem sie den Rahmen abstecken, in dem sich politische Optionen bewegen können.
- Narrative sind mobilisierend: Narrative zeigen auf, was Menschen (als Individuen und zusammen mit Gleichgesinnten) bewegen und erreichen können, sie stellen Anreize und Gründe zur Verfügung, aktiv zu werden.

2.3 Wie verhalten sich individuelle Narrative zu gesellschaftlichen Narrativen?

Die Narrative, die ein Individuum verwendet, sind in den größeren Zusammenhang gesellschaftlicher Narrative eingebunden. Menschen sind dabei nicht passiv, das heißt, individuelle Narrative sind nicht durch gesellschaftliche Narrative vorherbestimmt. Menschen übernehmen und konkretisieren

gesellschaftliche Narrative, sie interpretieren diese neu und verändern sie dadurch, sie lehnen manche explizit ab oder grenzen sich bewusst davon ab, und sie entwickeln neue Narrative.

In Narrativen geht es immer um „deep truths“, sie gelten jedoch als nicht wahrheitsfähig. Wenn es darum geht, sich ein Narrativ zu eigen zu machen oder es zu verwerfen, beurteilen Menschen ein Narrativ daraufhin, ob es Sinn macht, ob es ihnen einleuchtet, ob es überzeugend ist. Entscheidend ist dabei nicht die in der Wissenschaft gebräuchliche ‚Währung‘ von ‚wahr/unwahr‘. Den Maßstab liefern vielmehr die eigenen Überzeugungen und Wertsysteme. Deshalb können Menschen an einem Narrativ auch angesichts schlüssiger Evidenz, die gegen das Narrativ spricht, festhalten.

Mit Blick auf die Verbreitung von Narrativen in einer demokratischen, freiheitlichen Gesellschaft sind drei Grundsätze wichtig:

- Diversität: Nicht alle in einer Gesellschaft verwenden die identischen Narrative (die Palette reicht von pluralistischem Nebeneinander bis hin zu einem Streit der Narrative).
- Wirkmacht: Nicht alle in einer Gesellschaft zur Verfügung stehenden Narrative sind gleich dominant.
- Dynamik: Gesellschaftliche Narrative sind in verschiedener Hinsicht nicht statisch, neue Narrative können entstehen, bestehende Narrative können sich verändern, Narrative können an Bedeutung gewinnen, sie können an Wirkmacht verlieren oder sie können sogar ganz verschwinden.

2.4 Wie entstehen gesellschaftliche Narrative und was beeinflusst ihren Erfolg?

Die Aktivierung von Narrativen (d. h. das ‚In-Gang-Setzen‘ und Wirksammachen der entsprechenden Denk-, Erklärungs- und Interpretationsmuster) erfolgt schnell und durch wenige Worte (oder Bilder). Demgegenüber dauern der Aufbau und die Verbreitung neuer Narrative in einer Gesellschaft oft Jahre oder Jahrzehnte. Gesellschaftliche Narrative entstehen in einer demokratisch organisierten Gesellschaft im Rahmen sozialer Prozesse, das heißt, gesellschaftliche Narrative sind ein interaktiv generiertes gesellschaftliches Produkt, das gleichzeitig die Gesellschaft prägt, die dieses Produkt erzeugt – Narrative werden, in anderen Worten, gesellschaftlich produziert und reproduziert. Narrative entstehen nicht in einem machtfreien Raum, vielmehr spielen dabei Machtfragen und Diskurskoalitionen eine wichtige Rolle. Schließlich wirken sich plötzliche Ereignisse („landscape shocks“, z. B. COVID-19-Pandemie oder Ukraine-Krieg) ebenso auf Narrative aus wie langsame Veränderungen („landscape stresses“).

Die Wirkungen von „landscape shocks“ sollten dabei nicht überbewertet werden, da diese nur tiefgreifend und langfristig sind, wenn es in einer Gesellschaft bereits ein zur Veränderung passendes Narrativ gibt. „Landscape stresses“ demgegenüber führen zu langsamen und langfristigen Anpassungen von Narrativen. Ein „landscape shock“, der relativ schnell vorbeigeht und der keinen Raum findet im Repertoire der vorhan-

denen gesellschaftlichen Narrative, wird sich demzufolge nicht ernsthaft in gesellschaftlichen Narrativen niederschlagen und wenig Effekte auf der Ebene des Handelns haben.

Ob ein Narrativ in einer Gesellschaft Resonanz findet und bei wem alles, entscheidet darüber, ob das Narrativ wirkmächtig werden kann oder nicht. Gesellschaftlich erfolgreich ist ein Narrativ dann, wenn es im gesellschaftlichen Diskurs aufgenommen wird, das heißt, wenn es breit verbreitet und akzeptiert ist beziehungsweise wenn gesellschaftliche Akteure in ihrer Kommunikation auch dann Bezug darauf nehmen müssen, wenn sie das Narrativ ablehnen. Einzelne Autor/innen gehen einen Schritt weiter und bemessen den gesellschaftlichen Erfolg eines Narrativs daran, ob es durch institutionelle und politische Aktivitäten unterstützt wird und sich in der Folge in Entscheidungen und Interventionen der entsprechenden Akteure niederschlägt.

Verschiedene Faktoren beeinflussen den gesellschaftlichen Erfolg eines Narrativs. Als besonders gewichtig haben sich folgende erwiesen:

- Das soziale Gewicht der „Botschafter/innen“, das heißt der Personen, die sich für ein Narrativ stark machen.
- Die Anschlussfähigkeit der Inhalte eines Narrativs an dominante Narrative und aktuelle Themen.
- Die Anpassungsfähigkeit eines Narrativs, das heißt, wie leicht es Menschen fällt, das Narrativ für sich passend zu interpretieren und zu konkretisieren und neue Ereignisse konsistent in das Narrativ zu integrieren.
- Der Erlebnisgehalt eines Narrativs, das heißt, wie stark das Narrativ zu dem, was Menschen selbst erleben und erlebt haben, in Beziehung gesetzt werden kann, wie leicht es fällt, individuelle und bedeutsame Erlebnisse mit dem Narrativ zu verflechten.
- Die Verständlichkeit eines Narrativs sowie dessen Konsistenz und Kohärenz, das heißt, ob das Narrativ als plausibel und als in sich stimmig wahrgenommen wird.

3 Narrative und Nachhaltigkeit

Erfolgreiche gesellschaftliche Narrative drehen sich kaum je um Themen von Umwelt und Nachhaltigkeit. Um diese Themen in der Gesellschaft zu stärken, ist es sinnvoll zu fragen, weshalb sie nicht die Wirkung erfolgreicher gesellschaftlicher Narrative entfalten und was aus der Narrativ-Forschung gelernt werden kann mit Blick auf das Framing und die Kommunikation solcher Themen. Dieser Frage ist ein beträchtlicher Teil der Literatur, die sich mit dem Zusammenhang von gesellschaftlichen Narrativen und Themen von Umwelt und Nachhaltigkeit befasst, gewidmet.

In der hier zusammenfassend dargestellten Literaturanalyse wurden erstens die Befunde zu dieser Frage zusammengetragen, und zweitens wurde der Frage nachgegangen, welches gesellschaftliche Narrative sind, die mit Blick auf eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation besonders bedeutsam sind.

3.1 Weshalb entfaltet die Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen nicht die Wirkung, die erfolgreiche gesellschaftliche Narrative haben?

In der Literatur werden verschiedene Faktoren identifiziert, die zur Folge haben, dass Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen nur bedingt Eingang finden in erfolgreiche gesellschaftliche Narrative oder selbst zu erfolgreichen gesellschaftlichen Narrativen wurden. Zusammengefasst gelten folgende Faktoren als besonders gewichtig:

Zu starker Fokus auf Wissenschafts-Narrative: Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen werden in der Kommunikation zu oft in Wissenschafts-Narrative gekleidet, in denen in distanzierter Sprache wissenschaftlich gewonnene Fakten aneinandergereiht werden („laundry lists“). Sie werden zu selten in Narrative gekleidet, die Fakten in einen erzählerischen Ablauf bringen und die solche Themen in enge Verbindung bringen zur Lebens- und Alltagsrealität von Menschen, deren Identitäten, Überzeugungen und Erfahrungen. Fehlt es einem Narrativ aber an Erlebnisgehalt, hat es geringere Chancen, gesellschaftlich breit aufgenommen zu werden. Dasselbe gilt, wenn es sprachlich distanziert gefasst ist (fehlende „Verständlichkeit“).

Nur ein Erzählerstandort, nur ein Typ Wissen: Die Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen ist oft durch einen einzigen Typ Wissen geprägt, und zwar durch wissenschaftliches Wissen, während erfolgreiche gesellschaftliche Narrative verschiedene Typen und Quellen von Wissen integrieren. Die Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen in Form von Wissenschafts-Narrativen geht in der Regel damit einher, dass ein einziger Erzählerstandort vorgesehen ist, das heißt, es gibt eine einzige ‚richtige‘ Erzählung, während wirkmächtige gesellschaftliche Narrative Mehrstimmigkeit zulassen, das heißt verschiedene Erzähler/innen, die jeweils ihren Teil der Geschichte erzählen. Fehlt es einem Narrativ an „Mehrstimmigkeit“, hat es geringere Chancen, gesellschaftlich breit aufgenommen zu werden (fehlende „Anschlussfähigkeit“).

Zu großes Gewicht auf pathogenetischen Ansatz: Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen werden in der Kommunikation zu oft in negativ gefärbte Narrative gekleidet, in düstere Erzählungen, die keine Visionen transportieren und wenig Potenzial haben, eine positive emotionale Reaktion auszulösen, das heißt, bei der Begründung von Handlungsbedarfen wird auf (drohende) Schädigungen oder sogar auf eine bevorstehende Katastrophe rekurriert (pathogenetischer Ansatz) und nicht auf eine erreichbare Vision für die Zukunft (salutogenetischer Ansatz). Empirische Befunde weisen darauf hin, dass positive Narrative das größere Potenzial haben als negative dafür, für viele identitätsstiftend und mobilisierend zu wirken.

Einladung zur Demontage: Die Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen transportiert für Menschen zu oft die Botschaft, dass alles, was sie bisher getan haben und was ihnen vertraut ist, falsch ist. Nehmen Menschen ein Narrativ aber als eine Demontage ihrer Identität wahr und als eine Einladung, ihr bisheriges Handeln insgesamt nicht als stim-

miges Ganzes zu verstehen, sondern als falsch, führt dies eher dazu, dass sie ihm ablehnend gegenüberstehen.

Ausklammern von Lebensqualität und Gerechtigkeit: Handlungsbedarfe werden in der Kommunikation zu oft primär durch den Schutz der Umwelt begründet und nicht durch menschliches Wohlergehen, und Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen werden zu oft allein in Umwelt-Kategorien kommuniziert. Empirische Befunde zeigen, dass Menschen sowohl als Konsument/innen wie als Bürger/innen primär in Kategorien der Alltagsorganisation sowie in Kategorien von Lebensqualität und Gerechtigkeit denken (und dabei die natürliche Umwelt durchaus einschließen). Umwelt-Kategorien sind für Menschen vor allem dann bedeutsam, wenn sie sie übersetzen können in Dinge, die sie erleben, wahrnehmen, denken, fühlen und tun, das heißt wenn sie sie an ihre Alltagserfahrungen anschließen können. Ereignisse rund um Lebensqualität und Gerechtigkeit sind für Menschen bedeutsamer als Umweltereignisse und Umweltschutz und werden daher eher zum Inhalt breit getragener gesellschaftlicher Narrative. Ein Narrativ aber, in dem Aspekte wie (Un-)Gerechtigkeit und Lebensqualität ausgeklammert sind, hat geringere Chancen, für viele identitätsstiftend und mobilisierend zu wirken.

3.2 Welches sind gesellschaftliche Narrative, die mit Blick auf eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation besonders bedeutsam erscheinen?

Die aus der Literatur gewonnenen gesellschaftlichen Narrative, die mit Blick auf eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation besonders bedeutsam scheinen, wurden in fünf Gruppen eingeteilt:

- Gruppe 1: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit thematisieren, das heißt Narrative, in denen es darum geht, wie dieser Wandel erreicht wird
- Gruppe 2: Narrative, die eine Identität zur Verfügung stellen, die im Einklang steht mit Zielen einer nachhaltigen Entwicklung
- Gruppe 3: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit behindern, weil sie deren Fundament infrage stellen
- Gruppe 4: Narrative, in denen es um Themen geht, die relevante Dimensionen von Nachhaltigkeit bzw. von Nachhaltigkeitspolitiken bilden (themenspezifische Narrative)
- Gruppe 5: Narrative, die die nationale Identität prägen.

Nachstehend wird jede dieser Gruppen kurz vorgestellt. Zudem werden exemplarisch die für die Gruppen 1–3 identifizierten Narrative genannt (die vollständige Liste der Narrative sowie eine Beschreibung der einzelnen Narrative finden sich in Di Giulio/Defila 2022).

Gruppe 1: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit thematisieren

Diese Gruppe umfasst Narrative, in denen es darum geht, wie der Wandel in Richtung Nachhaltigkeit erreicht wird („narratives of change“). Allen diesen Narrativen gemeinsam ist, dass sie auf das Problem antworten, wonach der Druck auf

die natürliche Umwelt, der durch menschliches Handeln erzeugt wird, zu hoch ist beziehungsweise dass es einer Reaktion bedarf auf die durch menschliches Handeln verursachten Umweltveränderungen in Gegenwart oder Zukunft. Aspekte von Gerechtigkeit und Lebensqualität spielen jeweils eine mehr oder weniger ausgeprägte Rolle. Gemeinsam ist den Narrativen auch das übergeordnete Ziel des Wandels, nämlich eine umwelt- und sozialverträgliche Gesellschaft. In der Literatur wurden zehn solche Narrative identifiziert:

-
- 1-1 „Kleine Schritte“
 - 1-2 „Gut leben statt viel haben“
 - 1-3 „Grüne Wirtschaft“
 - 1-4 „Ökologische Modernisierung“
 - 1-5 „Klimaneutrale Gesellschaft“
 - 1-6 „Ökologische Zivilgesellschaft“
 - 1-7 „Fridays for Future“
 - 1-8 „Zusammen die Alternative realisieren“
 - 1-9 „Postwachstum“
 - 1-10 „Sicherer und gerechter Handlungsraum“
-

Tabelle 1: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit thematisieren (Beschreibung siehe Di Giulio/Defila 2022, Ziffer 3.1)

Gruppe 2: Narrative, die eine Identität zur Verfügung stellen, die im Einklang steht mit Zielen einer nachhaltigen Entwicklung

Noch wenig Forschung gibt es zur Frage, welche gesellschaftlichen Narrative zwar nicht den Wandel zum Thema haben, aber eine Identität zur Verfügung stellen, die im Einklang steht mit Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. Erforscht wurden Narrative von Menschen, die sich entscheiden, im Alltag nichts (oder wenig) zu kaufen und zu besitzen, die sich aber nicht als Aktivist/innen oder Ähnliches verstehen. Dabei wurden drei Narrative identifiziert:

-
- 2-1 „Konsumieren beansprucht zu viel Zeit und geistige Energie“
 - 2-2 „Beim Konsumieren wird man leicht manipuliert“
 - 2-3 „Konsumieren lenkt ab von dem, was wirklich Genuss und Freiheit verschafft“
-

Tabelle 2: Narrative, die eine Identität zur Verfügung stellen, die im Einklang steht mit Zielen einer nachhaltigen Entwicklung (Beschreibung siehe Di Giulio/Defila 2022, Ziffer 3.2)

Gruppe 3: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit behindern, weil sie deren Fundament infrage stellen

Gesellschaftliche Narrative, die zentrale Ziele einer nachhaltigen Entwicklung infrage stellen oder Überzeugungen und Argumente bestreiten, die in der Begründung von Nachhaltigkeits-Politiken eine fundamentale Rolle spielen, sind Narrative, die eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit behindern. Diesen Narrativen gemeinsam ist das Ziel, dass es nicht zu Maßnahmen und zur Umsetzung von Politikinstrumenten kommt, die auf eine Veränderung menschlichen Handelns abzielen. In der Literatur wurden drei solche Narrative identifiziert:

- 3-1 „Ursachen des Klimawandels (und anderer Umweltveränderungen) sind unsicher“
- 3-2 „Propagierung von Umweltschutz-Maßnahmen ist eine Verschwörung der Eliten“
- 3-3 „Einschränkung der Marktfreiheit bedroht Lebensqualität“

Tabelle 3: Narrative, die den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit behindern, weil sie deren Fundament infrage stellen
(Beschreibung siehe Di Giulio/Defila 2022, Ziffer 3.3)

In dieser Kategorie nicht erfasst sind Narrative, die letztlich den Entwicklungen zugrunde liegen, auf die die Idee der Nachhaltigkeit mit einem Gegenentwurf antwortet. Zu diesen gehören zum Beispiel Umwelt-Narrative, wonach besondere Schutzmaßnahmen für die Umwelt nicht nötig seien, weil die Natur ausreichend resilient sei, um sich selbst zu regenerieren, oder Verantwortungs-Narrative, wonach jeder Mensch, jedes Land und jede Generation nur für sich selbst verantwortlich seien, oder Konsum-Narrative, wonach Konsumgüter dann gut seien, wenn sie billig oder sogar gratis sind (inkl. das Narrativ „Geiz ist geil“).

Gruppe 4: Narrative, in denen es um Themen geht, die relevante Dimensionen von Nachhaltigkeit beziehungsweise von Nachhaltigkeitspolitiken bilden (themenspezifische Narrative)

Eine eigene Kategorie bilden Narrative, in denen relevante Dimensionen von Nachhaltigkeit bzw. von Nachhaltigkeitspolitiken thematisiert werden, sogenannte „themenspezifische Narrative“. Themenspezifische Narrative können generellen Narrativen entsprechen (z. B. dem Narrativ „Kleine Schritte“) oder keinen Bezug zu solchen Narrativen aufweisen, sie können einen erkennbaren Bezug haben zu Umwelt und Nachhaltigkeit, sie können aber auch keinen solchen Bezug haben und dennoch nachhaltigkeitsrelevant sein. In der Literaturanalyse wurde beispielhaft nach nachhaltigkeitsrelevanten themenspezifischen Narrativen zu Ernährung gesucht. Dabei wurden neun Narrative identifiziert (siehe Di Giulio/Defila 2022, Ziffer 3.4).

Aus der Literatur wurde zudem deutlich, dass im Kontext themenspezifischer Narrative auch „identitätsstiftende themenspezifische narrative Elemente“ bedeutsam sind. Das sind keine vollständigen Narrative, das heißt, sie umfassen lediglich einen Teil der Elemente, die für Narrative konstitutiv sind. Für Ernährung wurden fünf solche nachhaltigkeitsrelevante narrative Elemente identifiziert (siehe ebd., Ziffer 3.4).

Gruppe 5: Narrative, die die nationale Identität prägen

Verschiedene Befunde weisen darauf hin, dass Entscheidungen und Entwicklungen in der Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik auch beeinflusst werden von Narrativen rund um die nationale Identität, das heißt von Narrativen, die keinen direkten Zusammenhang haben mit Nachhaltigkeit und Umwelt. In der Literatur wurden sieben gesellschaftliche Narrative identifiziert, die die nationale Identität der Schweiz prägen (siehe Di Giulio/Defila 2022, Ziffer 3.5).

4 Das Arbeiten mit und an gesellschaftlichen Narrativen

Narrative sind Grundlage und Produkt der gesellschaftlichen Dynamik und sind nur bedingt steuerbar. Aufgrund der Bedeutung, die Narrativen zukommt sowohl mit Blick auf Identität und Welterklärung als auch mit Blick auf das individuelle und kollektive Handeln, wird jedoch auch gezielt mit und an Narrativen gearbeitet. Damit stellt sich die Frage, wie dies geschieht und was sich daraus lernen lässt mit Blick auf die Stärkung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen in der Gesellschaft.

4.1 Wie wird gezielt mit und an Narrativen gearbeitet?

Akteure können ein Narrativ bewusst aktivieren, ein Narrativ gezielt fördern oder ein neues Narrativ gezielt entwickeln und bewerben. Sie können jedoch nicht steuern, ob ein Narrativ Resonanz findet und aufgenommen wird, ob es Verbreitung findet und wirkmächtig wird (bzw. wie wirkmächtig es wird). Ebenso wenig ist steuerbar, wie sich der Inhalt eines Narrativs im gesellschaftlichen Prozess der Aneignung und Weitererzählung entwickelt. Und selbstverständlich findet das Arbeiten mit gesellschaftlichen Narrativen in einem realpolitischen Machtkontext statt, in dem auch vielfältige andere Faktoren, und nicht nur gesellschaftliche Narrative, die Agenda mitbestimmen.

Die Narrativ-Forschung zeigt, dass verschiedene Akteure in gleicher Art und Weise mit und an Narrativen arbeiten. Formen, die in der Forschung empirisch unterschieden werden, sind:

- Aktivieren von Narrativen durch Slogans, Bilder, Lieder und Ähnliches
- Darauf hinwirken, dass Sichtbarkeit und Präsenz eines Narrativs in der gesellschaftlichen Diskussion zunehmen
- Erschaffen eines neuen Narrativs durch soziale Gruppen innerhalb einer Gesellschaft, um eine für sie stimmige Identität annehmen zu können
- Narrative gezielt als politisches Instrument einsetzen, um gegen gesellschaftlich unerwünschte Narrative anzugehen
- Absichtlich und geplant neue Narrative entwickeln und in Umlauf setzen (sogenannte strategische Narrative).

An und mit Narrativen zu arbeiten, ist ein legitimes Mitwirken am gesellschaftlichen Diskurs. Das gilt ebenso für staatliche Akteure: Diese prägen den gesellschaftlichen Diskurs mit. Sie sind damit selbst auch an der Produktion und Reproduktion von gesellschaftlichen Narrativen beteiligt, und zwar ganz unabhängig davon, ob sie dies möchten und wie bewusst sie dies tun. Demgegenüber gilt jedoch: Narrative manipulativ einzusetzen beziehungsweise manipulativ zu beeinflussen (z. B. durch Desinformation, Zensur oder Unterdrücken von Fakten), ist keine legitime Mitwirkung an einem gesellschaftlichen Diskurs, sondern ist ethisch verwerflich. Auch das gilt ebenso für staatliche Akteure.

4.2 Was bedeutet das mit Blick auf Nachhaltigkeit?

Damit stellt sich die Frage, und diese wurde im Projekt ebenfalls erörtert, ob und wie mit Blick auf Nachhaltigkeit mit und an Narrativen gearbeitet werden sollte und worin ein solches Arbeiten bestehen könnte.

Grundsätzlich gilt, dass mit Blick auf eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation das Ziel dann erreicht wäre, wenn ...

- ... gesamtgesellschaftlich gesehen diejenigen Narrative erfolgreich wären, die einer nachhaltigen Entwicklung und entsprechenden Politiken, Handlungen und Entscheidungen zuträglich sind,
- ... Themen von Umwelt und Nachhaltigkeit Eingang fänden in gesellschaftlich erfolgreiche Narrative oder selbst zu solchen geworden sind, und
- ... die Narrative in den Hintergrund rücken würden, die eine Transformation Richtung Nachhaltigkeit behindern.

Vor dem Hintergrund der Befunde dazu, weshalb die Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen nicht die Wirkung entfaltet, die erfolgreiche gesellschaftliche Narrative haben (siehe Ziffer 3.1), stehen folgende Dimensionen im Vordergrund, wenn es darum geht, für eine gesellschaftliche Nachhaltigkeitstransformation mit und an Narrativen zu arbeiten:

- Anschlussfähigkeit herstellen an Narrative als Form des Denkens und Kommunizierens: Die Kommunikation über Themen von Umwelt und Nachhaltigkeit sollte ‚narrativkonformer‘ erfolgen, das heißt, sie sollte vermehrt die Bedeutung von gesellschaftlichen Narrativen und die Merkmale erfolgreicher gesellschaftlicher Narrative beachten.
- Reflexion darüber, welche Narrative das eigene Handeln prägen und welche Narrative durch das eigene kommunikative Handeln ‚gefüttert‘ werden: Alle Akteure sollten sich damit befassen, welche Narrative sie selbst aktivieren beziehungsweise vernachlässigen. Eine solche Reflexion ist weder eine einmalige Angelegenheit, noch ist sie auf Aktivitäten und Produkte der externen Kommunikation beschränkt. Vielmehr sollte sie auch die Grundlagen dieser Aktivitäten und Produkte umfassen, das heißt Dinge wie die Beauftragung von Forschung, das Beschaffen von Wissen und Daten oder die Interpretation von Daten.
- Diversität von Narrativen stärken, die mit Nachhaltigkeitszielen im Einklang stehen: Nachhaltigkeitsförderliche Narrative sollten aktiv gestützt werden. Es wäre aber nicht sinnvoll, darauf zu setzen, dass es nur ein einziges zielführendes Narrativ gibt. Gesellschaftliche Narrative sollten als komplementär wahrgenommen werden hinsichtlich der damit angesprochenen Gruppen und auch hinsichtlich der damit propagierten beziehungsweise verdeckten Art von Politikoptionen. Deshalb sollten diverse Narrative gepflegt werden, und auf lange Sicht sollte grundsätzlich keines vernachlässigt werden.
- Mit Narrativen umgehen, die nachhaltigkeithinderlich sind: Nachhaltigkeithinderliche Narrative sollten nicht ausgeblendet werden. Vielmehr sollte ihnen etwas entge-

gengesetzt werden. Dabei stehen „alternative Narrative“ im Vordergrund. „Alternative Narrative“ sind erwünschte Narrative, die Alternativen darstellen zu unerwünschten Narrativen. Weniger vielversprechend ist es, mit „Gegennarrativen“ zu arbeiten. „Gegennarrative“ sind Narrative, die unerwünschte Narrative direkt dekonstruieren, demystifizieren und diskreditieren.

- „Strategische Narrative“ entwickeln: Der Umgang mit Narrativen sollte als politische Frage begriffen und in die Politikgestaltung aufgenommen werden. Dazu gehört es, nicht nur mit und an bestehenden gesellschaftlichen Narrativen zu arbeiten, sondern aktiv neue Narrative zu konstruieren versuchen beziehungsweise andere aktiv dabei unterstützen, neue Narrative zu entwickeln, die einer nachhaltigen Entwicklung förderlich sind.

Literatur

- Di Giulio, A./Defila, R. (2022): Die Bedeutung von Narrativen für Umwelt und Nachhaltigkeit. Basel, Universität Basel. doi: 10.5451/unibas-ep88066
- Espinosa, C. et al. (2017): Narrative und Diskurse in der Umweltpolitik: Möglichkeiten und Grenzen ihrer strategischen Nutzung. Zwischenbericht. Dessau, Umweltbundesamt.
- Fischer, D. et al. (Hrsg.) (2021): Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren? München, oekom.
- Grünwald, C. et al. (2021): Narrative einer erfolgreichen Transformation zu einem ressourcenschonenden und treibhausgasneutralen Deutschland. Erster Zwischenbericht. Dessau, Umweltbundesamt.
- Meadows, D. (1999): Leverage points: Places to intervene in a system. Lynedoch, The Sustainability Institute.
- Wolff, F. et al. (2019): Perspektiven für Umweltpolitik: Ansätze zum Umgang mit neuartigen Herausforderungen. Abschlussbericht. Dessau, Umweltbundesamt.

AUTOR/INNEN + KONTAKT

Dr. Antonietta Di Giulio und **Rico Defila** leiten die Forschungsgruppe Inter-/Transdisziplinarität (FG Id/Td) und sind Senior Researcher an der Universität Basel, im Programm Mensch Gesellschaft Umwelt (MGU), Departement Umweltwissenschaften (DUW), und in der Social Transitions Research Group (STR), Departement Gesellschaftswissenschaften (DGW). Sie forschen und lehren zu Fragen der Inter- und Transdisziplinarität und zu Fragen der Nachhaltigkeit im Konsum.

Universität Basel, MGU, FG Id/Td, Vesalgasse 1, 4051 Basel, Schweiz. Tel.: +41 61 20704-12, E-Mail: antonietta.digiulio@unibas.ch, rico.defila@unibas.ch, Internet: mgu.unibas.ch/de/idth

