

Z. B. dazu, dass sie dir zuhören. Dass sie dich akzeptieren. Und dass sie deine Texte lesen.

			
<p>Ungeliebter Moralist: William Ewart Gladstone (1809 bis 1898), erst anglikanischer Priester, dann liberaler Politiker und britischer Premierminister.</p>	<p>Stets charmant: Benjamin Disraeli (1804 bis 1881), Jurist, Buchautor, konservativer Politiker und britischer Premierminister.</p>	<p>Begann sich für Politik zu interessieren: Victoria wurde mit 18 Jahren Königin von Großbritannien und blieb es drei Generationen lang bis 1901. Sie gab dem Viktorianischen Zeitalter den Namen.</p>	<p>Hier werden Geschichten erzählt: Einer von vielen Bastei-Lübbe-Romanen. Ein Massenprodukt, nicht auf höchstem Niveau, aber halt doch spannend.</p>

Bevor du den folgenden Text „Wie verführt man die Menschen“ (nach einem Artikel im Tages-Anzeiger) liest, versuche, die Fremdwörter zu begreifen.

liberal	gefangen	freiheitlich	wohlhabend	unwissend
Moralist	Sittenrichter	Zauberer	Esssüchtiger	Angreifer
Royalismus	Luxusverehrung	Königstreue	Schwäche	Sinnlosigkeit
Briefing	Fechttaktik	Überquerung	Besuch	Information
Monolog	Rede	Diskussion	Einzelgänger	Brennholz
Fakten	Lügen	Vergessenes	Tatsachen	Angriffe
konservativ	bleibend	vergänglich	neu	verschwindend
parlieren	entgegenen	reden	brüllen	schweigen
Statur	Denkmal	Zeitmesser	Größe	Elastizität
Zoll	Inch	Meile	Werst	Schritt
Dimension	Schrumpfung	Ausdehnung	Qualität	Wert
Backfisch	Teenie	Greis	Fledermaus	Gebäck
Kanzel	Rednerpult	Unterstand	Gefängnis	Büro
Soutane	Fahne	Segel	Priestergewand	Tischtuch
Power Point	Computerprogramm	Faust	Schrotflinte	Wegweiser
Präsentation	Verbot	Darbietung	Untertreibung	Gegenangriff
Marketing	Rabattmarken	Verkaufsförderung	Preisabsprache	Diebstahl
Konzept	Auswurf	Einwurf	Entwurf	Anwurf
Exegese	Auslegung	Überlegung	Belegung	Anlegung
routiniert	verfahren	befahren	erfahren	überfahren
Norm	Gesetzmäßigkeit	Göttin	Unstetigkeit	Qual
banal	ergebnisorientiert	zäh	flexibel	einfalllos
Medienindustrie	Journalismus	Politik	Wissenschaft	Kunst

William Gladstone, Führer der Liberalen Partei und Premierminister im viktorianischen England, war ein strenger Moralist. Seine Antrittsvisite bei der Königin nutzte er, um ihr in einer langen Rede seine Royalismus-Prinzipien bekannt zu geben. Dann, bei den wöchentlichen Briefings, hielt er endlose Monologe über wirtschaftliche Fakten und politische Zusammenhänge.

Der Chef der Konservativen und Nachfolger Gladstones, Benjamin Disraeli, dagegen schmeichelte Königin Viktoria von Beginn weg. Er parlierte über ihre Schönheit, erklärte seine Ideen als die ihren und berichtete über Politik und Parlament mit Charakterisierungen wie folgender: «Seiner Statur nach misst mein neuer Minister sechs Fuß und vier Zoll; wie bei St. Peter in Rom ist sich seiner Dimensionen auf den ersten Blick niemand bewusst. Doch er hat nicht nur die Ausmaße, sondern auch den Scharfsinn eines Elefanten.»

Das Resultat war absehbar: Die Queen hasste Gladstone, neben dem sie sich dumm und langweilig fühlte. Vom charmanten Disraeli hingegen schwärmte sie wie ein Backfisch. Und gewann so erneut Interesse an der Politik. Die Folge: **Das britische Weltreich blühte auf.**

Die Moral daraus? Niemand schätzt Intelligenz, Informationen oder Ideen, solange sie ohne Verführung serviert werden. Trotzdem wimmelt es weiterhin von Gladstones: in der Politik, der Wirtschaft, der Universität, sogar in der Medienbranche. **Die Gladstones der Gegenwart versuchen noch immer, den Willen der Leserschaft mit Fakten, Meinungen und Moral zu brechen.** (Zwar kommt die Moral heute kaum mehr mit Kreuz, Kanzel und Soutane daher. Sondern meist im Kleid von Power-Point-Präsentationen. Dort betreibt sie dann Marketingkonzepte, Vollkostenrechnungen und andere Bibelexegesen.) Dabei besteht der Journalistenjob eigentlich darin, Leserinnen und Leser wie Königinnen zu verführen. Und zwar unter Berücksichtigung ein paar simpler Ideen:

1. Menschen hassen es, sich dumm zu fühlen. Ob durch überlegene Faktenkenntnis oder – in den Zeitungen von heute die weit häufigere Variante – durch routinierte Anbiederung. Das Publikum wagt zwar in beiden Fällen nicht zu widersprechen, wird sich aber bei der ersten Gelegenheit rächen. Zumindest durch Desinteresse. Wer aber etwas riskiert, wird geliebt oder zumindest respektiert. Liebe Jouranalisten! Wagen Sie in Ihren Artikeln Farbe, Frechheit, Zweifel und offene Schlüsse!

2. Menschen wollen keine Parade von Fakten, sie wollen Geschichten. Der Norm der Polit- und Wirtschaftsberichterstattung mangelt es jedoch an den Vorzügen, die sogar der banalste Bastei-Lübbe-Roman beherrscht: die fesselnde Schilderung von Schauplätzen, Verwicklungen und Handelnden aus Fleisch und Blut, inklusive ihrer früheren Abenteuer. Viel zu oft haben Storys aus den Zentren der Macht die Ausstrahlung von Aktenordnern.

3. Menschen verabscheuen neue Ideen. Außer die eigenen. Persönlich wie schriftlich ist es entsprechend das Wirksamste, die eigenen Einfälle (oder Interessen) dem Gegenüber, also dem Chef, Kollegen oder Leser, zuzuschreiben. Und gute Ideen nie neu und ungeschützt in eine Sitzung bringen, sondern sie vorher herumerzählen, dass man sie kennt.

4. Das wirksamste Mittel der Verführung ist das Zuhören. Eine englische Prinzessin bemerkte einmal: «Nach dem Essen, das ich an der Seite von Mr. Gladstone verbrachte, dachte ich, er sei der klügste Mann Englands. Doch nachdem ich neben Mr. Disraeli gesessen habe, denke ich, ich bin die klügste Frau von England.» In der Tat verlieben wir uns praktisch nie in brillante Menschen, wir bewundern sie nur. Aber verlieben tun wir uns in Menschen, in deren Gegenwart wir brillant sind. Oder uns wenigstens so fühlen. Wenn wir es schaffen, Leuten ernsthaft zuzuhören, werden sie uns mögen: verführt durch den Klang der eigenen Stimme.

Und nebenbei gesagt: Das Maß für die Brillanz eines Chefs – gerade in der Medienindustrie – ist nicht dessen persönliche Eindrücklichkeit, sondern die Brillanz seiner Untergebenen.

**Die Multiple-Choice-Fragen beziehen sich auf den Text „Wie verführt man Menschen?“
Es gibt jeweils drei Möglichkeiten. Nur eine ist richtig. Kreuze diese an.**

Im Text wird eine Power-Point-Präsentation verglichen mit

- einer Parlamentsdebatte.
- einer Predigt in der Kirche.
- der Verführung einer Prinzessin.

Wer mit einer neuen Idee Erfolg haben will, muss darauf achten, dass

- sie ihm nicht geklaut wird.
- er seine Ideen nicht als absolut neu verkauft.
- er sie mit Paukenschlag bekanntmacht.

Wer Erfolg haben will,

- muss halt ein wenig schleimen.
- darf kein Blatt vor den Mund nehmen.
- muss hohe moralische Ansprüche fordern und erfüllen.

Zeitungsleser und Zuhörer

- wünschen vor allem beweisbare Tatsachen zu erfahren.
- lieben spannende und gefühlsvolle Storys.
- verabscheuen Fragen, die nicht gleich beantwortet werden.

Ein Redner oder ein Journalist sollte

- uns nicht zuviel Zahlen, Daten und Fakten zumuten.
- beweisen können, dass er absolut kompetent ist.
- stets sachlich und neutral bleiben.

Brillianten und hochintelligente Menschen

- werden von allen geliebt.
- bewundern wir.
- lehnen wir instinktiv ab.

Es empfiehlt sich, seinem Gesprächspartner

- gut zuzuhören.
- die eigene Meinung deutlich klarzumachen.
- mit Misstrauen entgegenzutreten.

Ein guter Politiker

- geht auf andere Leute ein.
- hält lange Monologe.
- lässt die andern dumm erscheinen.

Der Autor des Textes findet, Zeitungsberichte über Politik und Wirtschaft seien

- meist spannend und interessant zu lesen.
- viel zu oft todlangweilig.
- zu wenig objektiv und selten ernsthaft.

Den Chef kann man

- an seinen Untergebenen messen.
- nur als Untergebener richtig beurteilen.
- nach seiner persönlichen Ausstrahlung beurteilen.

Routinierte Anbiederung der Zeitungen an den Leser

- funktioniert nicht auf die Dauer.
- bringt Nachhaltigkeit.
- findet heutzutage kaum mehr statt.

Die Menschen

- wollen verführt werden.
- wittern Schleimerei und Verführung sofort.
- sind für Komplimente eher wenig empfänglich.