

Dieser Artikel gehört zur Themenseite "Federlesen"

Federlesen: Propaganda

Von Friederike Grabitz



Dienstag, 14. August 2012



Syrische Indigene, war kürzlich in der taz zu lesen, hätten zurzeit Angst vor ethnischen Säuberungen. Das stand in der Überschrift und im Text auch ein paarmal und war gar nicht apostrophiert. Wenn eine Zeitung im Verdacht steht, politisch korrekt zu sein, ist es wahrscheinlich die taz und dann eine solche Wortwahl. Was ist denn da so dreckig an den Indigenen, das gesäubert werden muss?

Ist die Rede von einer Happy-Clean-Putzkolonne, oder geht es vielleicht in Wirklichkeit um einen ziemlich grausamen Vorgang, mit willkürlichen Vertreibungen und blutrünstigen Massenmorden an unschuldigen Minderheiten?

In der Zeitung stehen täglich massenweise Ungeheuerlichkeiten, die schön unschuldig daherkommen. Auf schlau heißen solche Wörter Euphemismen, ich nenne sie Amöbenwörter. Amöben sind die niedrigsten der Einzeller, sie sehen ungefähr aus wie diese Plastikgelatine-Dinger, die Kinder an die Wand werfen und die dann gen Boden schwabbeln. Sie sind auf eigenartige Weise ästhetisch und wecken ein wenig die Schutzinstinkte von uns Mehrzellern. Aber wenn sie uns in die Fänge kriegen, vermehren sie sich schnell und unausrottbar und richten dabei Verheerungen im Verdauungssystem an. Heimtücke im niedlichen Gewand.

Besonders viele solcher Amöbenwörter bringt der Wirtschaftsteil hervor, zum Beispiel das Wort "Marktberreinigung" dafür, dass ein Großunternehmen sämtliche Konkurrenz auslöscht, "Freisetzung" für Kündigungen oder "Negativguthaben" für Schulden. Auch ein "Friedenseinsatz" einer Armee ist meistens sein Gegenteil, nämlich eine ziemlich kriegerische Handlung.

Ein Reservoir für Amöbenwörter, das sich aus dem jahresaktuellen politischen Spektrum bedient, ist das "Unwort des Jahres". Die ethnischen Säuberungen waren auch schon mal Unwort des Jahres, angesichts der Jugoslawien-Kriege 1992. Nur weiß davon kaum jemand mehr etwas, es hat nicht viel geändert am Wortgebrauch.

Die meisten Amöbenwörter sind Produkte großer PR-Maschinen, deren Existenzberechtigung darin besteht, schöne Wörter für unschöne Tatsachen zu erfinden. Erstaunlich daran ist, dass so viele durchaus nicht unintelligente Medienarbeiter das dann bereitwillig abschreiben. Dabei muss man ja nicht Poststrukturalismus studiert haben, um hier den Moder unterm Lack zu riechen.

Dummheit wird es nicht sein, die sie das PR-Sprech so unreflektiert verbreiten lässt - eher Routine. Sie sind selber ja auch Leser, und der geneigte Leser hat schon so oft und unversehens ein Wort wie "ethnische Säuberungen" überflogen, dass er sich, mit Verlaub, doch nicht jedes Mal fragen kann, was das mit einem macht. Die meisten Amöbenwörter sind verschärft abstrakt – wer war schließlich bei so einer Ethno-Putzaktion schon mal dabei? Wer kam je in den Genuss einer „Freisetzung“ oder wurde von einem Konkurrenten "bereinigt"?

Egal ist es nicht, bei welchem Namen man die Dinge nennt. Es bleibt nämlich was hängen. Zum Beispiel der Eindruck: Alles schön sauber. Das PR-Sprech nimmt sich die klassischen Werte allesamt vor und entleert sie, indem es sie für seine Zwecke benutzt.

Am dreitesten tut es das in seinem heimischen Gefilde, der Werbung. Auf diese Weise ist McDonalds zum Inbegriff der Liebe geworden. Treu ist, wer mit Rabatt-Kundenkarte einkauft, Margarine verheißt Glück, und ein kreativ erfülltes Leben funktioniert viel besser, wenn man dabei raucht.

In diesem Kaninchenbau ist auch die Redefreiheit kein hohes Gut mehr, für das Künstler ins Exil gehen und Maghreb-Rebellen ihr Leben lassen. Als ich zum letzten Mal die Bundestags-Kuppel besucht habe, sah man von dort aus im ganzen Stadtteil die Lichter angehen. Sehr idyllisch. Genau gegenüber war ein Hochhaus in ein Christo-mäßiges Monsterplakat gehüllt, auf dem hell erleuchtet und weithin sichtbar stand: "Freedom of speech". Das Plakat war eine Werbung für die neue Handy-Flatrate von E-Plus.

Foto: 1. Mai-Demos in Buenos Aires, (c) Friederike Grabitz

KOMMENTARE VON LESERN

[Neuer Kommentar](#)


Federlesen: Propaganda	Petra Bornhöft, 15.08.2012 19:21
Fredafeder hat eine freche und aufrichtige Schreibe. So etwas hat jede anspruchsvolle Zeitung nötig. Wir wünschen uns, mehr von Fredas Feder in eurem Blatt zu lesen. Danke, Freda!	
Antworten	

Ihr Kommentar

Name:

E-Mail:
(E-Mail wird nicht veröffentlicht)
 Ich möchte bei Antworten benachrichtigt werden: **Nein**

Titel:



Bitte den Anti-Spam-Code aus dem Bild eingeben.

Fenster schließen

Dieser Text ist mir etwas wert: oder 