



Bild 10

che demnach klar ersichtlich, wobei auch **Bild 2** selbstredend noch einer Nachjustierung unterworfen werden müsste.

Recht putzig auch zu beobachten, wenn beispielhaft entweder der Begriff Präsident oder Machthaber medial hinausposaunt wird. Wohl gemerkt, bei ein und derselben Person, womit das wichtigste Werkzeug der Branche auch hier seine huldvolle Erwähnung findet. Das „framing“. Anderes Thema, anderer Artikel, *wenn's mi freut*.

Vielleicht irre ich mich und die Inspiration eines Artikels kommt dieser Tage auch schon einmal von den Papierstreifen in den japanischen Glückskekse. „...achte auf Deine Gedanken, denn sie werden zu Worten...“ usw. Die Moralwächter jeglicher Coleur werden ja nicht müde, die inhärenten Worte einer Sprache permanent einer sittlichen Überprüfung zu unterziehen. Wobei die Metamorphose vom Problem zur Herausforderung, Zaun zu einer „technischen Einrichtung“, Nachrichtensprecher zum „Anchorman“ beispielgebend den Weg festigte und mit den zur „Männergruppe“ mutierten Gewalttätern den euphemistischen Schotter erfolgreich verdichtete.

Da kann man als Autor mit Haltung nicht zurück stehen und so bringe ich mich anstandslos mit einer jugendlichen Männergruppe in die brodelnde Thematik ein, um den allgegenwärtigen, bösen Kräften nicht das Feld kampflos zu überlassen. **Siehe Bild 11.**

Ich seh' schon, mit Dir ist es ein Kreuz. Trotz des medial strapazierten Generalverdacht kommt es Dir nicht mal in den Sinn, die abgebildete Männergruppe zumindest von diesem frei zu sprechen. Wenn Du der Meinung bist, dass man sämtliche Männergruppen sowieso nie unter Generalverdacht stellen dürfe, dann gebe ich Dir recht. Nur weil sich Journalisten Sorgen um das Weltbild der Leser machen, dürfen nicht alle Männergruppen per se stigmatisiert werden.

Dann wäre es doch begrüßenswert, den Begriff Männergruppe nicht zu missbrauchen, sodass auch biedere Kegelklubs, Veteranentreffen, Wanderer oder Fußballer nach dem Feierabendbier nicht in Sip-

penhaft genommen werden. #mengroup oder so was in der Art.

Der Begriff „Männergruppe“ ist mittlerweile weitgehend durch die Medien verbrannt, und kann zudem unter Kollateralschaden verbucht werden. Obendrein ist der fahrlässige Umgang mit solch medial verbreiteten Wortschöpfungen irreversibel. Oder hast Du schon mal gehört, dass Kreuzzüge positiv konnotiert wären? Armlänge? Banlieus?

Naja, als Konklusio werden wir bei sensiblen Themen überdies an den passenden Sprachgebrauch verantwortungsvoll herangeführt, während die Hälfte der Menschheit immer noch mit einem geschlechtsspezifischen Generalverdacht a la Täterprofilen, Gefährderansprachen, #metoo, Frauenabteilen in Zügen, Schwarzfahrer, Hütchenspieler, Verkehrssünder, Henker, Zigeunerschnitzel, Vergewaltiger, Rapidfan, Waffenhändler, Raucherlungen, Geisterfahrer sowie Ali Baba und die 40 Räuber im Alltag klar kommen muss. Erwartungsgemäß wiewohl ohne Lichterkette, Je suis, Hashtag und vor allem ohne Lobby. Du siehst auch hier, bestimmte Worte erzeugen dementsprechende Assoziationen im Kopf, deren traumatische Auswirkungen erst recht die schwelende Gewalt und Diskriminierung in der Sprache sichtbar machen und zugleich legitimieren. Nicht gut.

Angekurbelt durch die einhergehende Verrohung der Sprache drängt sich da unwillkürlich die Frage auf, woher die Arschlöcher das nur haben.

Ja logo versuchen die sich auch im Netz. Jedes Printmedium hat da so einen Ableger drin. Wieviel Platz es da eigentlich im

Internet gibt? Keine Ahnung. Und ja, dort werden Journalisten in der Regel nach Klickzahlen bezahlt. Man nennt sowas auch Click-Bait-Müll. Google bitte selber, bin zu faul. Astroturner werden diesen Trend natürlich unterstützen und eine stetige Einnahmequelle pflegen. Wenn Du regelmäßiger Leser meiner Artikel bist, solltest Du jetzt nicht mehr nach Astroturner googeln müssen. Der Vorteil im Netz liegt auf der Hand. Die Reichweite erfolgt hauptsächlich durch Teilen. Da kann die Printpresse auch einpacken. Wie in meinem letzten Artikel schon beschrieben, sind Facebook und Google die Ziele der Werbekunden. Die Budgets wandern demnach auch immer mehr dorthin und weg von den Printmedien.

Über kurz oder lang werden die Printmedien in Arztpraxen oder Altersheimen als kostenlose Ausgabe ihre Daseinsberechtigung haben. Normalerweise sagt man ja, wenn etwas gratis ist, dann ist der User (Leser) das Produkt. Aber mit der stetig dürftiger werdenden Werbung wird das immer schwerer. Oder man baut auf staatliche Hilfe.

Seitdem plagt mich der unreine Gedanke, wo die Sterbeanzeigen in Zukunft ihren Platz finden werden. Im Wartezimmer des Hausarztes die kostenlosen Printausgaben zu legen halte ich natürlich für falsch. Wenn schon, dann in den Gepäckskorb der asiatischen Leihräder, womit sich der Kreis dieses Artikels unabänderlich zu schließen beginnt. Da will ich nicht im Weg stehen und wünsche allgemein noch eine schöne Zeit.

Man liest sich
Gruß Günter



Bild 11