

8
Gastkommentar Harmlose Verbalursrutscher?

Zurückbleiben, bitte!

Bad News Mit mitleidiger Stimme verkündet Montagfrüh der Radio-Moderator die ‚schlechte‘ Nachricht: ‚Noch fünf Tage bis Freitag!‘ Das U-Bahn-Medium *Heute* vermeldet: ‚Mit nur fünf Fenstertagen zu fast drei Wochen Urlaub!‘ Der Nachrichtensprecher im Fernsehen schließt seine Sendung mit dem Hinweis: ‚Und jetzt endlich ab in die Freizeit!‘ Arbeitgebern dreht es den Magen um, wenn sie das hören.

Das Wort Freizeit ist recht verräterisch: Denunziert es doch sein natürliches Gegenstück, die Arbeitszeit, als *unfreie* Zeit. Wollen die Arbeitnehmer alle nicht mehr arbeiten? Es wäre unfair, ihnen allein die Schuld zu geben. Es gibt viele Unternehmer und Manager, die vor lauter Kostendruck, Markenidentifikation und Effizienz ganz scharf darauf sind, dass ihre Mitarbeiter im System ‚100%ig funktionieren‘ und nicht zu viel quer- oder nachdenken. Gute Chefs und Betriebsräte wissen jedoch: Nur wer den Sinn seiner Arbeit erfasst, seine Leistung als Teil eines höheren Ganzen erkennen und sich entfalten kann, ist auch motiviert.

Sind es aber nicht auch ganze Branchen und Berufsgruppen, die ihre wahren Motive durch so manches ‚umkehrende‘ Wort verraten? Wieso lautet die Diagnose für einen Aids-Kranken ‚HIV-positiv‘? Für wen soll das positiv sein, außer für die Ärzte und Pharmakonzerne? Wie kann der ORF nach Jahreswechsel einen ‚Minusrekord bei Verkehrstoten‘ melden? Hätte er so gerne reißerische Bad News, dass er durchaus gute Nachrichten mit negativen Headlines übertitelt? Beweist die von unseren Deutschen Nachbarn zum ‚politischen Unwort des Jahres‘ gewählte (und von den Politikern gern als alle Gegenargumente abtötende) Aussage ‚alternativlos‘ nicht, dass sie unfähig sind, in Alternativen zu denken und uns allen nur dieses eine Los (= Schicksal) zubilligen wollen, das sie als bequemstes für sich empfinden? Warum muss ich mich ‚fremdschämen‘? Genügt es nicht, für eigene Fehler einzustehen? Was ist das Geile am Geiz?

Eine verzerrte Kommunikation

So wird uns halt laufend unser Gehirn gewaschen, bis wir zwischen gut und schlecht kaum mehr unterscheiden können. Ich vermute weniger Methode dahinter als verdrängte Angst und ungezähmte Gier, die uns in Verfälschungen und Vertuschungen flüchten lässt. Achtsamkeit und Wertvorstellungen sind gefragt, um diesen gefährlichen Verzerrungen der alltäglichen Kommunikation unbeschadet zu begegnen – schon wieder

eine wichtige Aufgabe, die wir in unserem Bildungssystem, Arbeitsleben und sozialem Umgang neu zu lernen hätten. Nur eine Gesellschaft mit einer starken Mitte wird das schaffen.

‚Zurückbleiben bitte‘, ertönt eine Stimme in der Wiener U-Bahn immer, bevor sich die Türen schließen. Was wie der Kampagnenslogan der Gegner des Bildungsvolksbegehrens klingt, könnte man verharmlosend als patscherte Formulierung durchgehen lassen. Sie zeigt aber so wie viele andere Beispiele eine Fehlentwicklung, der wir nicht durch Rückkehr zu alten Phrasen und überkommenen Traditionen, sondern durch eine diese neue Welt richtig erfassende Einstellung und Sprache antworten sollten.

„Zurückbleiben bitte!
(...) Was wie der
Kampagnenslogan der
Gegner des Bildungs-
volksbegehrens klingt,
könnte man verharm-
losend als patscherte
Formulierung durch-
gehen lassen. (...)“

WOLFGANG LUSAK



Wolfgang Lusak ist Lobbying-coach und Unternehmensberater; office@lusak.at, www.lusak.at

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.