

Fluide formuliert.

Vom aktuellen Schreiben, Lesen und Denken

Michael Kröger

„Was man in sich hat, weiß man nie. Man erfährt es durch Schreiben.“

(Martin Walser)

http://www.zeit.de/1999/40/199940.sprache_.xml/komplettansicht

Amerika first – Der Kopf ist rund, damit das Denken seine Richtung ändern kann – Jeder Mensch ist ein Künstler – Freiheit oder Sozialismus – Kunst ist schön macht aber viel Arbeit – Witz entsteht durch die Leichtigkeit, mit der eine Formulierung gelingt – Eine Pointe ist der Beginn einer neuen Erkenntnis.

Warum denkt es sich leichter oder auch umgekehrt, warum ärgert man sich, wenn man Sätze wie diese liest? Wem heute im richtigen Moment passende Merk-Sätze, Denksplitter und Ideenfragmente wie diese sehr kurz, smart und originell formulierten Einsichten, Ideen oder Zumutungen einfallen, der hat Vorteile. Man fällt auf, unterscheidet sich von anderen und motiviert sich selbst und andere bewusster und kreativer mit Sprache umzugehen. Sätze smart zu formulieren heißt, seine Gegenwart subtiler, anders als bisher zu gestalten. Doch das öffentliche Verbreiten von prägnanten, klugen wie boshaft nichtklugen Sätzen kann heute vieles bewirken – (Nicht-)Klugheit demonstrieren, Verunsicherung produzieren oder unsere Vorstellungen von Wahrheit beziehungsweise Vertrauen in Sprache zersetzen.

Seit Donald Trumps pausenlos getwitterter Tagespolitik wissen wir: Sätze, die komplexe Sachverhalte auf den Punkt bringen, können ebenso smart wie auch böse, schlecht erlogen oder gut erfunden sein. Es beschleicht einen das un-gute Gefühl, dass eine bewusst reduzierte und auf Weniges und Entscheidendes fokussierte Sprache heute sehr viel machtvoller funktioniert als früher und so das Wissen, wie Sprache in das kollektive Bewusstsein eingreift, immer komplexer wird. Lügen – zum Beispiel die hemmungslosen Lügen Donald Trumps und anderer Konservativer - sind heute Sätze, die „fluide temporäre Behauptungen“ verbreiten, die den Lügner „nicht bindet und ihn zu nichts verpflichtet“ (Caroline Emcke, *Lärm*, SZ v. 18. Februar 2017, S. 5). Ein Satz ist offenbar immer nur so klug, wie er die Möglichkeit der Manipulation seiner Leser nicht verschweigt.

Gerade bewusst verknäppte, sich permanent selbst widersprechende Statements von Politikern, Künstlern und anderen Textautoren sind ein Thema, das heute unter beschleunigten Kommunikations-verhältnissen immer relevanter wird. Sätze inszenieren ihre eigene Form von Klugheit, wenn sie ihr Äusseres mit subtilen Pointen durchsetzen, die den Leser zum Entdecker neuer Welten machen. „*Was man sich selbst erfinden muß, lässt im Verstand die Bahn zurück, die auch bei einer anderen Gelegenheit gebracht werden kann.*“ (Georg Christoph Lichtenberg, *Aphorismen*, Hg. v. Friedrich Sengele, Ditzingen 2012, S. 50.))

Lichtenberg kannte zu seiner Zeit sicher nicht den heutigen Begriff der Instrumentalisierung durch die Macht von Sprache – formulierte aber genau den Kontext, um den es hier geht: die Geburt der Geistesgegenwart im Moment seiner Formulierung: Wenn einem Autor einzelne Sätze gut gelingen, erinnern sie ihre Leser vielleicht an die historischen Umstände, unter denen sie

entstanden und möglicherweise auch daran, wie sie ihre Gegenwart verändern werden. *Amerika first*. Einzelne ausgesuchte Sätze besitzen immer ein eigenes Erinnerungsvermögen; je schneller die Gegenwart – wie gegenwärtig – vergeht, desto kürzer werden die Sätze, mit denen wir Erfahrungen festzuhalten versuchen – oder das kollektive Bewußtsein fast unmerklich manipuliert wird.

Der Umgang mit Sprache reflektiert immer auch ein Ausmaß von innerer Macht, einen Grad von Fremdbestimmung, dem jede/r Autor/in aber auch jeder Leser unterliegt. Gerade notiert Wolfgang Ullrich in einem seiner neusten Beiträge zur Kritik der Warenwelt in der NZZ Folio: *„Wer im Marketing auf Witz und Ironie setzt, darf keine Probleme mit Leistungsdruck haben. Denn da selbst die Pointen der besten Witze nerven, wenn sie oft wiederholt werden, braucht es umso mehr Einfälle. Am besten werden die Kunden fast jedes Mal mit einem neuen Gag überrascht.“* <http://folio.nzz.ch/2017/februar/aufforderung-zum-oralverzehr>

Ist die erfolgreiche Werbesprache, wie Ullrich am Beispiel der Anzeigenkampagne des Volkswagenkonzerns in den 60er Jahren schreibt, *„abwechslungsreich, intelligent, ebenso unterhaltsam wie informativ“*, so gilt das heute allgemein für die Verwendung von Sprache im Netz. Hier herrschen die Imperative der Überraschung, der Steigerung und der Paradoxierung von Sachverhalten. Je schneller dabei Ideen und Einfälle (sprachlich) variiert werden und dabei unerwartet ihre Perspektiven wechseln, desto jünger wirkt das Produkt, das Sätze in die Gegenwärtigkeit von neuen Erkenntnissen umwandelt. Sprache wird so nicht nur permanent für neue Zwecke instrumentalisiert, sondern ist ihrerseits auch Verkörperung einer smarten, intelligenten Selbstanwendung. Lügen wirken auf einmal kreative Sprachspiele; die schnelle Produktion von Aufmerksamkeit ersetzt Ideen von zeitloser

Wahrheit; Manipulation wird zu einer Angelegenheit des Kontextes, indem Behauptungen Relevanz erzeugen. Wem es dann trotzdem noch gelingt, zeitlose Einsichten mit der Aktualität ihrer Jetztzeit sprachlich zu koppeln, der trifft nicht nur den Zeitgeist, sondern stellt unter Beweis, wie Geist und Gegenwart zu einer dritten Größe raffiniert werden können.