

„Fluch der Karibik“: Wie viele Wortspiele (v)erträgt Politik?

Ein Beitrag zur kognitionslinguistischen und kommunikationsstrategischen Funktion von Metaphern in der politischen Kommunikation und Berichterstattung



Illustration: Frankfurter Allgemeine (2017): <http://www.faz.net/aktuell/politik/fraktur/mit-jamaika-ist-deutschland-in-wortspiel-hoelle-angekommen-15286567.html> [letzter Zugriff: 27.11.2017].

von *Mareike-Vic Schreiber*

Handelte es sich bei den nunmehr gescheiterten schwarz-gelb-grünen Sondierungsverhandlungen um einen Kreativwettbewerb der innovativsten Jamaika-Wortspiele, wäre das Siegertreppchen längst besetzt. Allen voran: CSU-Generalsekretär Andreas Scheuer. Statements wie "Es wird immer klarer, Jamaika wird keine Lustreise, (...) und einige Expeditionsteilnehmer haben den Kompass noch nicht richtig eingestellt", "Wir sind massiv in Verzug. Und erst beim Studium der Reisekataloge, nicht beim Buchen von Flugtickets" oder "Das wird nicht geprägt sein von Reggae und Bob Marley und irgendeinem lässigen Style. Sondern es wird ein sehr schweres Stück Arbeit" sind nur ein Auszug aus dem Rhetorik-Experimentierkasten des Politikers.

Der Kampf um mediale Aufmerksamkeit

Es scheint, als versuchten sich die politischen Akteure im Kampf um mediale Präsenz gegenseitig zu überbieten. Wer liefert das originellste Wortspiel? Welche Jamaika-Metapher dominiert die Schlagzeilen der medialen

Berichterstattung? Kaum war der zuletzt immer langsamer werdende „Schulz-Zug“ abgefahren, setzen die Sondierer die Fahrt gen Regierungsbildung bei frischem Wind mit dem Jamaika-Schiff fort. "Die Jamaikaner schippern ohne Kompass auf der See, kreuzen dieses und jenes Thema, aber wissen nicht, wo sie Anker werfen wollen", fasste Andrea Nahles, Vorsitzende der SPD-Fraktion, die Sondierungsverhandlungen kürzlich der *Passauer Neuen Presse* zusammen.

Prägnante Metapher oder sinnloser Wortwitz?

Die rund 8.500 Kilometer Fluglinie von Deutschland entfernte Karibik-Insel bietet maximale Projektionsfläche für prägnante Metaphern – und jede Menge fragwürdiger Wortwitze. Auch in der politischen Berichterstattung lodert noch immer das Feuer der Jamaika-Wortspielhöhle. So titelt die *BILD* auf ihrer Onlinepräsenz: „So reagiert die Welt auf das Jamaika-Beben“. Das liberal-konservative Magazin *Cicero* stellt fest: das favorisierte Urlaubsziel der Sondierer ist in diesem Herbst

eher „Balkonien statt Jamaika“ und die Tageszeitung *taz* diagnostiziert „Turbulenzen im Binnenklima“. „Aber gut, wir halten fest: Offenbar gibt es ein großes Bedürfnis, mit an den Rastas herbeigezerrten Vergleichen etwas griffig zu machen, was längst nicht mehr griffig, sondern so zerfasert ist wie das Jerk pork in einem ausgedienten Ölfass in Kingston.“, kommentiert Oliver Georgi in der Onlineausgabe der *FAZ* und deutet bereits an, welchen kommunikativen Zweck eine Metapher aus Sicht der kognitiven Linguistik erfüllen kann – wenn sie nicht gerade unverhältnismäßig oft für Wortspiele missbraucht wird, die den Rezipienten eher ermüden, als dass sie ihm die Essenz der Regierungsverhandlungen treffend veranschaulichen. (Zumal hier keinerlei erkennbare Ähnlichkeitsbeziehung zwischen der Karibik-Insel und einer möglichen schwarz-gelbgrünen Koalition besteht, die Analogierelation ergo überhaupt erst durch den metaphorischen Sprachgebrauch etabliert wurde.) Denn darin liegt ihr Potenzial, nicht zuletzt in der politischen Kommunikation.

Politik zum Anfassen

In der politischen Berichterstattung und Kommunikation sind Metaphorisierungen auch jenseits von Jamaika-Wortspielen längst eine gängige Strategie und dienen laut Skirl/Schwarz-Friesel (2007: 73f.) in erster Linie dazu, „Aussagen über politische Handlungen und politisch relevante Vorgänge so zu treffen, dass sie trotz der äußerst komplexen Bedingungen von Politik im In- und Ausland und vor dem Hintergrund der globalisierten Welt wesentliche Aspekte erfassen und auf anschauliche Weise verständlich machen.“ Demnach finde man in der Tags- und Wochenpresse nicht selten metaphorische Überschriften und Schlagzeilen, die Aufmerksamkeit erregen sollen und die Makroproposition, d.h. den semantischen Kern des Artikels prägnant zusammenfassen. Nicht immer sind die politischen Berichtersteller dabei

so originell wie die Wortspiele eines Andreas Scheuer. „Für das Reden über alltägliche, bekannt erscheinende Vorgänge in der Politik steht den journalistischen Berichterstellern bereits ein Reservoir von konventionellen, lexikalisierten Metaphern zur Verfügung, die auf kulturell verankerte Konzeptualisierungen verweisen.“ (ebd.: 74f.) Politik werde in den Titelzeilen der aktuellen Berichterstattung über die Sondierungsverhandlungen demnach wahlweise als (GLÜCKS-)SPIEL, als THEATER, als SPORTWETTKAMPF oder als KIREG konzeptualisiert. So erklärt die *BILD*, „Warum im Jamaika-Finale Verlängerung droht“ und „Merkel vor ihrer härtesten Schlacht“ steht. *Cicero* resümiert „Verpuzzelt“, die *taz* analysiert „Die Jamaika-Verhandlungen in drei Akten“ und *Der Tagesspiegel* titelt „Trittin: ‚Für die Grünen steht es 0:10‘“.

Die Metapher als persuasive Strategie

Letztes Beispiel zeigt, dass die gängigen Metaphorisierungen auch von den politischen Akteuren selbst verwendet werden. Nach Skirl/Schwarz-Friesel (2007: 76) ist das darauf zurückzuführen, „dass Politiker durch einfallsreichen metaphorischen Sprachgebrauch erheblich ihre Chancen erhöhen können, im massenmedialen Diskurs wahrgenommen und von verschiedenen Medien zitiert zu werden [...]“. Metaphern spielen demnach nicht zuletzt auch in der Auseinandersetzung zwischen politischen Parteien und Gegnern insofern eine Rolle, als dass ihr Wettbewerb um potenzielle Wählerstimmen vornehmlich in den Massenmedien stattfindet und über sie vermittelt wird. Folglich sind sie als ein nicht unwesentliches kognitives Instrumentarium im politischen Kampf um die Sprache zu betrachten und zwar vor allem dort, wo logische Argumentationen fehlen. Dabei dienen Metaphern entgegen ihrer traditionellen Auffassung als rhetorische Figuren keineswegs

nur als schmückendes Beiwerk in den sonst eher farblosen Politikerreden. Vielmehr erfüllen sie wichtige kommunikative Funktionen im Sinne einer persuasiven Rezipientenbeeinflussung. „Die Sprachproduzenten benutzen Metaphern, um durch sie bestimmte Wirkungen bei den Rezipienten hervorzurufen, etwa die der Erkenntnisförderung, die des wertenden Beurteilens und der emotionalen Reaktion oder die Wirkung des Überzeugens oder auch des Akzeptierens von impliziten Handlungsempfehlungen, um nur einige zu nennen [...]“ (ebd.: 60f.) Ihr hohes Implikationspotenzial unterliegt vor diesem Hintergrund jedoch immer auch der Gefahr einer kommunikationsstrategischen Ausbeutung. Der Sprecher vermittelt durch seinen metaphorischen Sprachgebrauch nicht nur indirekt seinen eigenen Standpunkt, sondern gibt zugleich den Rezipienten seiner nicht-wörtlich gemeinten Äußerung implizit eine bestimmte Handlungsanweisung vor. Ergo lassen Metaphern Rückschlüsse auf die Argumentationsstruktur des jeweiligen Sprechers zu. Geht man vor diesem Hintergrund davon aus, dass Metaphern bestimmte Aspekte ihres jeweiligen Referenzgegenstandes hervorheben, während andere vergleichsweise unbeachtet bleiben, entpuppt sich ihre viel beschworene Anschauungskraft als nur scheinbar.

Von Flüchtlingen und Naturgewalten

Deutlich wurde der enge Zusammenhang zwischen metaphorischem Sprachgebrauch und Argumentation zuletzt durch die wohl prominenteste Metapher von Flüchtlingen als Wassermassen. Das persuasive wie kommunikationsstrategische Potenzial dieser für den Rezipienten durchaus anschaulichen Metapher lässt sich laut Niehr (2014: 147) mit Hilfe einer wenn-dann-Relation ausdrücken: „Wenn Zuwanderung wie eine WELLE (FLUT, STROM, SCHWEMME...) unser Land

ÜBERSCHWEMMT, dann müssen wir uns vor diesem Naturereignis schützen. Wir sollten DÄMME BAUEN, um uns ABZUSCHOTTEN.“

Die Metapher von Flüchtlingen als Wassermassen enthält dementsprechend nicht nur Informationen über die Art der vermeintlichen Bedrohung, sondern auch implizite Handlungsanweisungen zur Lösung des Problems. Aspekte der gemeinschaftlichen Aufnahme und Integration von Geflüchteten bleiben dagegen unberücksichtigt.

Frames als kognitive Deutungsrahmen

Das Beispiel zeigt, dass es im politischen Kampf um die Sprache auch darum geht, Begriffe zu besetzen, d.h., den eigenen Sprachgebrauch durchzusetzen und durch die Aktivierung sogenannter *kognitiver Deutungsrahmen*, auch *Frames* genannt, eine neue Wirklichkeit in den Köpfen der Rezipienten zu schaffen. Denn wer das Framing bestimmt, bestimmt zwangsläufig auch Richtung und Inhalt der Debatte. Dennoch, Rezipient und Produzent müssen in ihrer Akzeptanz der evaluierenden und emotionalen Komponente einer Metapher nicht zwingend übereinstimmen. Eine metaphorische Äußerung kann nach Skirl/Schwarz-Friesel (2007: 62) nur dann im beschriebenen Sinne ihre persuasive, d.h. intentional rezipientenbeeinflussende Wirkung entfalten, „wenn die Rezipienten die über die spezifische Konzeptverbindung etablierte Beschreibung eines Sachverhalts als zutreffend und akzeptabel einschätzen“. Vor allem im Umgang mit Themen und Begriffen, über die einzelne politische Akteure und Parteien Deutungsmacht erlangt haben und die zum Teil im alltäglichen politischen Sprachgebrauch fest etabliert sind, gilt es, kritisch zu reflektieren. „Frames und Begriffe sollen nicht übernommen, sondern selbst neu geschaffen werden.“ (Hillje 2017: 155) Das sogenannte *Re-Framing* ist dabei eine kognitive Strategie, etablierte Metaphern konzeptuell wie emotional umzudeuten und so

für den politischen Gegner unbrauchbar zu machen.

Die Schulz ' sche „Schwampel“

Auch SPD-Chef Martin Schulz hat längst erkannt, dass ein *Re-Framing* der schwarz-gelb-grünen Koalition der wohl einzige und letzte Ausweg aus der Jamaika-Wortspielhöhle ist: „Ich weigere mich, diese Regierung Jamaika zu

nennen. Jamaika ist ein wunderbares Land, und die Jamaikaner sind vor allem für ihre Schnelligkeit bekannt. Die karibischen Urlaubsgefühle werden also eingetauscht gegen – nun ja, welche Assoziationen Schulz' Gegenvorschlag „Schwampel“ beim Rezipienten auslösen soll, bleibt fraglich. •