



# 2019/10 Homestory

<https://jungle.world/artikel/2019/10/homestory-10>

**Homestory**

## Homestory #10

**<p>Liebe Zeitungsabonnenten beziehungsweise liebe Mitwirkende beim Gemeinwohlmedium <em>Jungle World</em>!</p>**

Liebe Zeitungsabonnenten beziehungsweise liebe Mitwirkende beim Gemeinwohlmedium *Jungle World!*

Wenn Sie diese Zeilen lesen, haben Sie bereits vieles richtig gemacht. Sie haben eine ethisch gute Kaufentscheidung getroffen oder sagen wir besser: ein exzellentes Medienangebot aus freiem Willen und guten Gründen zu einem superfairen Preis erworben. Vielleicht haben bereits ihre Eltern und Großeltern die *Jungle World* gelesen und ihnen zur Nacht aus dem »Letzten linken Studenten« vorgelesen. Oder Sie durften samstags immer eine Folge »Wo warst du als das Sparwasser-Tor fiel?« lesen. So sind wichtige gemeinsame kulturelle Erlebnisse entstanden, die eine kraftvolle Anbindung neuer Generationen an die Kultur und Geschichte unserer Vorfahren schaffen. Leider, leider teilen aber bisher nicht alle Menschen die Werte der *Jungle World*-Familie.

Noch immer gibt es sie, die vielen renitenten Bürger, die sich unseren moralischen Narrativen widersetzen und schnöde bürgerliche Kommerzzeitungen wie Taz, Welt, Spiegel oder Freitag konsumieren. Oftmals werden solche äußerst zweifelhaften Kauf- und Konsumententscheidungen dann noch mit fragwürdigen Pseudoargumenten gerechtfertigt oder werden von abwertenden Äußerungen über die *Jungle World* (»Zeckenheft«, »antideutsches Hetzblatt«, »Wurstblatt«) begleitet. Wann immer Sie sich mit solchen sprachlichen Angriffen und Kampagnen konfrontiert sehen, dürfen Sie eines niemals tun: die Begriffe der Angreifer übernehmen. Sagen Sie also bloß nicht: »Das ist doch gar kein Hetzblatt«, damit erreichen Sie nämlich gar nichts. Formulieren Sie positiv und sagen: »*Jungle World* orientiert sich am Gemeinwohl.« Oder: »*Jungle World* ist ein Gemeinwohlmedium aus Berlin.«

Damit bringen Sie proaktiv neue Ideen, Konzepte und Begriffe in die Debatte ein, so dass sich der Gegner (beispielsweise der Freitag-Leser) in Ihren Frames verfängt. Hier noch ein paar konkrete Beispiele, wie Sie den *Jungle World*-Nichtleser durch geschicktes Framing moralisch unter Druck setzen. Rufen Sie lauter lustige Sätze wie zum Beispiel: »Demokratie statt Umsatz.« »Demokratieschonend – kein Husch-Husch bei Informationen.« »Andere wollen Geldgewinne. Wir wollen Erkenntnisgewinn.«

Damit sollten Sie und wir die Konkurrenz klein kriegen. Aber vergessen Sie vor lauter Framing nie das Wichtigste: Wir sind Ihr!

