

GERMANISTISCHE LINGUISTIK

Herausgegeben vom
Forschungszentrum
Deutscher
Sprachatlas

218-219 | 2012

Hartmut E. H. Lenk
Marjo Vesalainen (Hrsg.)

Persuasionsstile in Europa

Methodologie und Empirie
kontrastiver Untersuchungen
zur Textsorte Kommentar

OLMS



Begründet von Ludwig Erich Schmitt
Friedhelm Debus (Kiel)
Peter O. Müller (Erlangen)
Damaris Nübling (Mainz)
Jürgen Erich Schmidt (Marburg)
Herbert Ernst Wiegand (Heidelberg)

Redaktion: Hanna Fischer

Redaktionsanschrift: 35032 Marburg/Lahn, Hermann-Jacobsohn-Weg 3

E-Mail: gl@deutscher-sprachatlas.de



Georg Olms Verlag
Hildesheim · Zürich · New York
2012

Hartmut E. H. Lenk / Marjo Vesalainen (Hrsg.)

Persuasionsstile in Europa

Methodologie und Empirie
kontrastiver Untersuchungen
zur Textsorte Kommentar



Georg Olms Verlag
Hildesheim · Zürich · New York
2012

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Germanistische Linguistik erscheint 4-6 mal jährlich.
Ab 1985 werden die Hefte unter Berücksichtigung der bisher erschienenen fortlaufend durchnummeriert. Vorschlag für die Zitierweise:
GL Heft-Nummer, Jahr, Seite (z. B. GL 79-80. 1985, ...).

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

 ISO 9706

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier

Umschlagentwurf: Anna Braungart, Tübingen

Herstellung: Strauss Druck GmbH, 69509 Mörlenbach

Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany

© Georg Olms Verlag AG, Hildesheim 2012

www.olms.de

ISBN 978-3-487-14816-8

ISSN 0072-1492

Inhalt

HARTMUT E. H. LENK / MARJO VESALAINEN Der Kommentar als persuasiver Text. Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien.....	7
MICHAEL HOFFMANN Kommunikative Dimensionen persuasiver Stile	33
HEINZ-HELMUT LÜGER Persuasion als medienlinguistisches Phänomen.....	63
ZOFIA BILUT-HOMPLEWICZ Kommentar als ‘PresseGattung’. Zur Spezifik der Presseforschung in Polen	93
HARTMUT E. H. LENK Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg. Methodologische Überlegungen zur Analyse der Handlungsstruktur von Zeitungskommentaren	115
HANS W. GIESSEN „Was nun, Herr Obama?“ Eine quantitative textanalytische und medien- linguistische Untersuchung deutschsprachiger Kommentare über die US-amerikanischen <i>Midterm Elections</i> im November 2010 aus unter- schiedlichen Zeitungskategorien, samt Versuch einer Kategorisierung.....	159
SASCHA DEMARMELS „Meiner Meinung nach kann man das so oder anders sehen.“ Der journalistische Kommentar als Lernziel an einer Wirtschaftshochschule	191
MIKAELA PETKOVA-KESSANLIS Persuasives Handeln in meinungsbetonten Texten deutschsprachiger Zeitungen im Ausland	215

GREGOR VON DER HEIDEN / ANITA MALMQVIST „Der Schuldzuweiser“. Zu Personalisierungen und Selbstbezügen in Pressekommentaren einer schwedischen und einer deutschen Tageszeitung	251
MARIANN SKOG-SÖDERSVED Zu den Bewertungen in deutsch- und schwedischsprachigen Leitartikeln. Eine wortorientierte Analyse am Beispiel von <i>Berliner Zeitung</i> und <i>Hufvudstadsbladet</i>	275
IWONA SZWED Persuasive Kommunikation im polnischen und deutschen Wirtschaftskommentar der Online-Presse.....	293
AGNIESZKA MAC Bewertungsmittel in deutschen und polnischen Kommentarüberschriften aus kontrastiver Sicht	323
HANNELE KOHVAKKA Zur argumentativen Struktur finnisch- und deutschsprachiger Glossen	349
MARTIN LUGINBÜHL Fernsehnachrichten-Kommentare im Textsortennetz	373
Autorenverzeichnis	393

Der Kommentar als persuasiver Text

Vergleichende Untersuchungen zu einer meinungsbetonten Textsorte in europäischen Massenkommunikationsmedien

1. Persuasive Kommunikation im Europa der Gegenwart

Im zusammenrückenden Europa gewinnt Persuasion, d. h. die rhetorische Beeinflussung von Menschen in ihrem Denken, Fühlen und Handeln, eine immer größere Bedeutung in Politik und Wirtschaft. Dabei treffen auch in den Massenmedien unterschiedliche Traditionen und Argumentationsstile aufeinander. Solche interkulturellen Divergenzen können den Erfolg des kommunikativen Handelns beeinträchtigen.

In internationalen Kontaktsituationen ist es wichtig, Unterschiede in den üblichen Strukturen argumentativen und persuasiven Kommunizierens zu kennen, um sich bei der Textrezeption und -bewertung ebenso wie im eigenen Sprechen und Schreiben darauf einstellen zu können. Bisher liegen aber aus textlinguistischer Sicht kaum empirisch hinreichend fundierte Kenntnisse über typische Verfahren rhetorisch beeinflussender Kommunikation in den Massenkommunikationsmedien europäischer Länder vor, wie auch das Symposium ergeben hat, das am 2. und 3. September 2011 in Helsinki stattfand und auf das die meisten Beiträge in diesem Band zurückgehen.

Die vergleichsweise geringe Berücksichtigung einer interkulturellen Perspektive bei der textlinguistischen Beschreibung¹ persuasiver Texte in der

1 In der Sozialpsychologie und der Medienwissenschaft gibt es eine längere Tradition der Forschung zur Wirkung persuasiver Texte, die bis in die 1940er Jahre zurückreicht. Große Beachtung in der späteren Forschung fanden die experimentalpsychologischen Arbeiten der Gruppe um Carl I. Hovland an der Universität Yale. Zu erwähnen sind auch die Wahlkampfstudien von Paul Lazarsfeld an der Columbia Universität in New York. – Als Untersuchung aus jüngerer Zeit und mit Bezug auf die österreichische Presse sei auf LOTHALLER (2008) verwiesen.

Massenkommunikation ist erstaunlich. Denn es existiert, nicht zuletzt in der Germanistik, Anglistik und Romanistik Deutschlands, Österreichs und der Schweiz, aber auch Finnlands und anderer Länder, eine beachtenswerte Tradition (text-)linguistischer Forschung insbesondere zur Zeitungssprache. In Deutschland waren in der Vergangenheit u. a. die Universitäten in Trier (Hans-Joachim Bucher, Ulrich Püschel), Tübingen (Erich Straßner), Koblenz-Landau (Heinz-Helmut Lüger, Bernd Ulrich Biere), Chemnitz (Werner Holly) und Mannheim (Johannes Schwitalla, Eva-Martha Eckkrammer, Johannes Müller-Lancé) Zentren einer textlinguistischen Medienforschung. Speziell im Hinblick auf den Kommentar sind mehrere Aufsätze von Hans Ramge (Universität Gießen) zu erwähnen. In Österreich darf v. a. Salzburg (Gudrun Held, Hartmut Stöckl) den Status eines medienlinguistischen Zentrums für sich in Anspruch nehmen, in der Schweiz gilt dies in erster Linie für die Universität Zürich (Harald Burger, Christa Dürscheid, Martin Luginbühl). In Finnland wird medienlinguistische Forschung seit mehr als drei Jahrzehnten vor allem an den Universitäten Vaasa² und in Helsinki³ betrieben. In Polen entwickelt sich, wie auch drei Aufsätze in diesem Band zeigen, die Universität Rzeszów zu einem solchen Zentrum – neben den Forschungen, die an anderen Universitäten wie z. B. in Posen (Poznan) und Breslau (Wroclaw) betrieben werden.

All diese Bemühungen wurden inzwischen zu einem Teil der kontrastiven Medienlinguistik, die sich gegenwärtig international und interdisziplinär (vor allem zwischen Germanistik, Romanistik, Anglistik und Medienforschung) etabliert. Ausdruck dieser – in der Gegenwart wachsende Aufmerksamkeit gewinnenden – Forschungsrichtung sind die internationalen Fachtagungen Helsinki 2004, Landau 2007, Salzburg 2010, Zürich 2012 sowie Publikationen wie HOFFMANN / KEBLER (Hrsg.) (1998), FRENKEL / LÜGER / WOLTERS DORFF (Hrsg.) (2004), HAMMER / LÜGER (Hrsg.) (2005), LENK / CHESTERMAN (Hrsg.) (2005), LÜGER / LENK (Hrsg.) (2008), LUGINBÜHL / HAUSER (Hrsg.) (2010), GRÖSSLINGER / HELD / STÖCKL (Hrsg.) (2011) und das Internetportal www.kontrastive-medienlinguistik.net.

2 Vgl. insbesondere die zahlreichen Arbeiten von Ilpo Tapani Piirainen u. a. zwischen 1980 und 1987 sowie von Mariann Skog-Södersved seit 1982.

3 Zu verweisen ist u. a. auf die Sammelbände MOILANEN / TIITTULA (Hrsg.) (1994), BREUER / KORHONEN (Hrsg.) (2001), HÄRMÄ (Hrsg.) (2003) sowie die Publikationen von Hartmut Lenk und Hannele Kohvakka.

Um das Desideratum im Hinblick auf Kenntnisse zu Strukturen und Stilen persuasiver Texte in den Massenmedien verschiedener europäischer Länder abzubauen, macht es aus strategischen und methodischen Gründen Sinn, die Forschungsanstrengungen zunächst auf eine einzige, und zwar per definitionem persuasive Textsorte zu konzentrieren. Dafür bildet der Kommentar (in Tageszeitungen und elektronischen Medien) ein geeignetes Untersuchungsobjekt. Denn zum einen sind Kommentare, anders als Nachrichten und Agenturmeldungen, i. d. R. speziell für die jeweilige Zeitung bzw. den jeweiligen Rundfunksender verfasst. Ziemlich selten werden Kommentare von anderen Zeitungen in Gänze übernommen.⁴ Zum anderen sind Verfasser⁵ von Kommentaren meist erfahrene Journalisten und dürfen als professionell Schreibende betrachtet werden, die sich mit den in ihrer Kommunikationsgemeinschaft üblichen Persuasionsstilen, -strategien und -methoden bestens auskennen. Daher kann man annehmen, dass sich divergierende Persuasionsstile in verschiedenen Ländern und Medien gerade auch in der Textsorte Kommentar manifestieren. Drittens schließlich gehören Kommentare zu jenen Texten, die in Zeitungen regelmäßig erscheinen (siehe Abschnitt 3) und häufig gelesen werden (siehe Abschnitt 4).

2. Was gilt als ‚Kommentar‘?

Kommentare sind meinungsbetonte, auf die Beeinflussung (d. h. Festigung oder Veränderung) der Einstellungen und Überzeugungen der Leser orientierte, von Journalisten des betreffenden Mediums verfasste Texte, die ein Ereignis oder soziales Problem einordnen und bewerten, eine Prognose geben

4 Eine Ausnahme liegt vor, wenn Zeitungen desselben Verlags eng kooperieren, wie beispielsweise *Der Bund* (Bern) und der *Tages-Anzeiger* (Zürich) bzw. die *Frankfurter Rundschau* und die *Berliner Zeitung*. Dann erscheinen manche meinungsbetonte Texte zeitgleich in beiden Blättern.

5 Wir verwenden die maskuline Form hier und im Folgenden generisch: Es sind immer auch die betreffenden Frauen (also Verfasserinnen, Journalistinnen, Autorinnen, Leserinnen, Expertinnen, Wissenschaftlerinnen, Politikerinnen usw.) gemeint.

und / oder bestimmte Handlungen empfehlen. – Leitartikel können als eine besonders herausgehobene Variante des Kommentars gelten.⁶

Die o. g. Definition bedarf, insbesondere vor dem Hintergrund der Anforderungen für nachvollziehbare Entscheidungen bei der Zusammenstellung eines Textkorpus für empirische Untersuchungen, einer genaueren Erläuterung der in ihr enthaltenen Merkmale – und deren Ergänzung.

Die Beschränkung der Kommentardefinition auf Texte, die von den Journalisten des betreffenden Blattes oder Senders verfasst werden, unterscheidet den so verstandenen Kommentar von Gastkommentaren oder meinungsbetonten Beiträgen von Experten (wie Wissenschaftlern und behördlich Verantwortlichen, Politikern usw.); den Hintergrund für diese Beschränkung bildet die erwähnte Annahme, dass Journalisten als professionell erfahrene Verfasser medialer Texte mit den betreffenden Gestaltungskonventionen und erfolgreichen kommunikativen Strategien besser vertraut sind als die genannten Gastautoren aus anderen gesellschaftlichen Bereichen.

Kommentare sind als meinungsbetonte Texte fast immer auch in formaler Hinsicht von anderen Medientexten abgehoben. In welcher Weise dies erfolgt, variiert von Blatt zu Blatt. Typisch sind entsprechende Rubriküberschriften (wie *Kommentar*, *Kommentiert*, *Standpunkt* u. Ä.), Überschriften in anderer Farbe (die z. B. blau unterlegt oder grau statt schwarz gedruckt sind), Druck der Überschrift bzw. des gesamten Textes in kursivem Schnitt, linksbündige Zeilenposition mit flatterndem rechten Rand statt Blocksatz, größerer Schriftgrad, manchmal auch größere Spaltenbreite usw. – Im (öffentlich-rechtlichen) Rundfunk und Fernsehen der deutschsprachigen Länder werden Kommentare in aller Regel vom Sprecher explizit als solche angekündigt und nach dem Ende des Beitrags nochmals als solche eingeordnet.

Kommentartexte beziehen sich auf aktuelle Ereignisse, aktuelle gesellschaftliche Phänomene oder Prozesse, aktuelle wirtschaftliche und / oder politische Entwicklungen und Probleme. *Aktuell* bedeutet in diesem Zusammenhang zum einen, dass es sich um gegenwärtig ablaufende oder in der allerjüngsten Vergangenheit geschehene Ereignisse bzw. Prozesse handelt. Hinzu kommt, dass sie auch von (wirklichem) Interesse für die Öffentlichkeit sind und eine soziale Relevanz besitzen. Oft geht es dabei um (innen- und

6 Die kontrovers geführte Diskussion zum Verhältnis von Leitartikel und Kommentar hat sowohl in der Publizistikforschung als auch in der medienlinguistischen Textsortenforschung eine längere Tradition, vgl. LENK (1998 und i. Dr., 2012).

außen-, wirtschafts-, finanz-, kultur-, familien-, sozial-, sport-, wissenschafts-, lokal-)politische Fragen. – Dieser Aspekt unterscheidet Kommentare von Kolumnen, die auch von Journalisten des betreffenden Mediums verfasst sein können, meist ebenfalls formal abgehoben sind und manchmal auch mit persuasiver Absicht geschrieben werden, in denen aber oft allgemeinmenschliche Verhaltensweisen oder Fragestellungen allgemeineren Zuschnitts sowie Nebensächlichkeiten des Alltags oder des menschlichen Verhaltens im Mittelpunkt stehen. Dies stößt, vor dem Hintergrund des Unterhaltungsbedürfnisses von Zeitungslesern, zwar ebenfalls häufig auf das (Lese-)Interesse der Rezipienten. Es handelt sich aber um eine andere Textsorte, die den Verfassern im Hinblick auf Textstruktur und sprachliche Gestaltung noch mehr Freiräume bietet als der Kommentar.

Nach LÜGER (1995, 126–136) weisen Kommentartexte meist eine argumentative Textstruktur auf. Sie beginnen oft mit einer Orientierung über den zugrundeliegenden Sachverhalt und enthalten einen argumentativen Kern sowie (fakultativ) die Präsentation (und Widerlegung) einer Gegenposition. – Bei Argumentationen kann man nach den Gegenständen der Texte drei Argumentationstypen unterscheiden. „Argumente beziehen sich auf drei Wissens- bzw. Seinsbereiche: (i) das Seiende, (ii) das Sein-Sollende; (iii) das Gute und das Schöne“ (EGGS 2000, 398). EGGS (2000, 399) unterscheidet entsprechend zwischen dem epistemischen Argument, das einen bestimmten Sachverhalt belegt oder bestreitet, dem deontischen Argument, welches bestimmte Handlungen empfiehlt oder von diesen abrät, und dem ethischen bzw. ästhetischen Argument, das sich auf Werturteile wie gut vs. schlecht, schön vs. hässlich usw. bezieht. – NOWAG / SCHALKOWSKI (1998, 46 ff.) differenzieren als Großtypen zwischen dem erklärenden und dem wertenden Kommentar. Beide Kommentartypen sind gedacht als Endpunkte einer virtuellen Skala der Überprüfbarkeit der enthaltenen Urteile. Auf diese Grundtypen hebt auch STEDE ab:

Alle [...] Argumentationen haben gemeinsam, dass die Autorin die Einstellung der Leser beeinflussen möchte; im schwierigsten Fall soll ein Leser nach der Lektüre etwas glauben, was er zuvor nicht geglaubt hat oder von dessen Gegenteil er gar überzeugt war. Dies unterscheidet das Argumentieren vom *Erklären*, bei dem der Leser etwas verstehen soll, was er bislang nicht verstanden hat (Warum ist X der Fall? Zu welchem Zweck handelt X in dieser Weise?) – wobei dieses X aber eben nicht ‚strittig‘ ist, d. h. es geht nicht um „für oder

gegen X“, sondern allein um „warum / wozu X“. (STEDE (2007, 39) – Kursivierung im Original)

Man könnte aus dieser Differenzierung und ihrer Erklärung schließen, dass nur argumentative bzw. bewertende Kommentare persuasiven Charakter trügen. Tatsächlich beruht der Unterschied zwischen Fakten oder Behauptungen, die den Rezipienten etwas erklären, und Argumenten für oder gegen eine strittige *Quaestio* im Wesentlichen auf den Annahmen der Textproduzenten über das Vorwissen der Leser. Auch ein Erklären muss so erfolgen, dass es den Adressaten möglichst glaubwürdig erscheint. Kommentare sind, wie Medientexte generell, an ein disperses und heterogenes Publikum gerichtet. Kommentatoren können sich nicht in der gleichen Weise auf Autoritätsprämissen und Wissensvorteile verlassen wie Lehrende in institutionell verankerten pädagogischen Situationen (in Schule und Hochschule). Erst recht im Internetzeitalter sind erklärend gemeinte Informationen (respektive Argumente) einer permanenten Überprüfung durch die Lesenden ausgesetzt.

Kommentare sind darüber hinaus Teile eines Textsortennetzwerkes.⁷ Einerseits beziehen sie sich auf Informationen, die in anderen Texten (und Textsorten) wie Nachrichten, Berichten usw. vermittelt werden. BURGER (2005, 215) spricht gar davon, der Kommentar sei „eine ‚unselbständige‘ Textsorte, komplementär zum Bericht, setzt die dort gegebene Information über Fakten bereits weitgehend voraus“. Zum anderen stehen Kommentare auch in einer Relation zu weiteren meinungsbetonten Texten wie Interviews, Porträts, Karikaturen, Gastkommentaren usw., die nicht selten dem gleichen Gegenstand gewidmet sind. Eine dritte Dimension ergibt sich durch Intertextualitätsbeziehungen im Diskurszusammenhang. Es geht also um die Berücksichtigung vorangegangener Texte innerhalb desselben Mediums wie auch in anderen Medien. Der einzelne Kommentar steht und positioniert sich in einer Diskursgeschichte und zieht häufig auch andere Texte (wie Leserbriefe oder Online-Leserkommentare auf der Website des Mediums oder in speziellen Blogs) nach sich. – Vor allem im Hinblick auf die persuasive Wirkungsabsicht des Einzeltextes sind diese diskursanalytischen Zusammenhänge zu berücksichtigen.

7 Zum Begriff ‚Textsortennetz‘ vgl. beispielsweise ADAMZIK (2007 und 2011), JANICH (2008), LUGINBÜHL (2010), HAUSER (2011) und weitere jüngere Arbeiten zur Textlinguistik.

Kommentare sind in den meisten Zeitungen des deutschsprachigen Raumes mit dem Namen des Verfassers bzw. der Verfasserin versehen. Es gibt davon jedoch einige Ausnahmen. Manche bundesdeutschen Blätter verwenden Namenskürzel, die mitunter aus dem Impressum herleitbar sind. In anderen Ländern, etwa in Schweden und Finnland, sind Leitartikel i. d. R. nicht namentlich gekennzeichnet. Sie werden mithin von der Gesamtdredaktion (und presserechtlich von den Herausgebern bzw. vom Chefredakteur) verantwortet. – Doch auch dann, wenn ein Kommentartext oder Leitartikel mit dem Verfasseramen gekennzeichnet ist, gilt er primär als Meinungsäußerung des betreffenden Mediums. Dies zeigt sich deutlich in den täglichen Presseschauen der Zeitungen und des Hörfunks.⁸ Zitiert werden üblicherweise Auszüge aus Kommentaren und Leitartikeln. Als Quelle genannt werden in aller Regel nur die Blätter, aus denen die Texte stammen, nicht jedoch die Namen der Verfasser, obwohl sie zumeist bekannt sein dürften. – Auch in der medienwissenschaftlichen Forschung zum Kommentar wird, wie schon der Titel des Sammelbands von EILDERS / NEIDHARDT / PFETSCH (2004) zeigt, davon ausgegangen, dass Kommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle namentlich der Medien (und nicht der einzelnen Kommentatoren) gelten.⁹

3. Vorkommen von Kommentaren

Leitartikel und Kommentare haben eine beachtliche Tradition. Die (mehr oder weniger regelmäßige) Veröffentlichung von Texten, die Meinungen der Zeitungsredakteure zum politischen und sozialen Zeitgeschehen enthalten, geht in Deutschland historisch einher mit der Abschaffung der Pressezensur im Ergebnis der bürgerlich-demokratischen Revolution des Jahres 1848.¹⁰ In der Folge entsteht in der Mitte des 19. Jahrhunderts die Meinungs- bzw. Partei-

8 Für eine Analyse der Presseschau in den beiden Medien vgl. LENK (2008).

9 Siehe dazu auch EILDERS (2008); für weitere Ausführungen zur Problematik vgl. LENK (i. Dr., 2012).

10 Vgl. dazu z. B. Koszyk (1999, 905 f.), PÜRER / RAABE (1996, 53), MEYN (2004, 31) und WILKE (204, 466 f. u. 472–477).

presse,¹¹ in der auch die ersten Texte erscheinen, die den heutigen Leitartikeln und Kommentaren entfernt vergleichbar sind.¹²

Die von vielen der sogenannten seriösen Zeitungen auch heute noch praktizierte Unterscheidung von Information und von Meinungskundgabe als einer politisch gewollten Trennungsnorm, die sich auch in der Unterscheidung entsprechender Textsorten äußert, geht in Deutschland auf die Zeit der Besatzung nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges zurück. Damals erfolgte der

Versuch, angloamerikanische Grundsätze des Journalismus in Deutschland zu verankern, vor allem die Norm der Trennung von Nachricht und Meinung sowie das Prinzip objektiver Berichterstattung. Dies widersprach deutschen Traditionen, die sich als ziemlich resistent erweisen sollten,

meint WILKE (1999, 17). In der Schweiz fand die Textsortenbezeichnung *Kommentar* erst später Eingang in die Presse. Die *Neue Zürcher Zeitung* verzichtet bis heute auf diese Rubrizierung, im *Zürcher Tages-Anzeiger*, der auflagenstärksten Schweizer Abonnementzeitung, wurde sie am 23. Juli 1969 eingeführt (siehe Fußnote 13).

Heute gehören Kommentare zum festen Inventar journalistischer Textsorten in fast allen Abonnementzeitungen der deutschsprachigen Länder. Bei der Korpuserhebung für eine Untersuchung in anderem Zusammenhang wurden alle Kommentare erfasst, die am 25.8.2009 in einer Auswahl von 23 Tageszeitungen aus der Bundesrepublik Deutschland erschienen. Am kommentarfreudigsten erwies sich in dieser Auswahl die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, deren Online-Archiv für diesen Tag 17 Kommentare in fünf verschiedenen Ressorts ausweist. Es folgt mit sieben Kommentaren der *Kölner Stadt-Anzeiger* (in der Printausgabe). Jeweils sechs Kommentare veröffentlichten an diesem Tag *Die Welt*, das *Neue Deutschland* und *Der Tagesspiegel* (alle Berlin) sowie die *Frankfurter Rundschau*, die *Thüringer Allgemeine* (Erfurt) und die *Stuttgarter Zeitung*, je fünf Kommentare die *Leipziger Volkszeitung*, die *Rheinische Post* (Düsseldorf) und die *Westfälische Rundschau* (Dortmund). Je vier Kommentaren brachten in der betreffenden Ausgabe die *Lübecker Nachrichten*, die *Norddeutschen Neuesten Nachrichten* (Rostock) und die *Westfalenpost* (Hagen). Drei Kommentare erschienen am 25.8.2009 in fünf weiteren

11 Vgl. u. a. KOSZYK (1999, 906 f.) sowie STRÄBNER (1999, 843).

12 Vgl. dazu PÜSCHEL (1991 und 1999, 869) sowie NOWAG / SCHALKOWSKI (1998, 12).

Zeitungen, ein bis zwei Kommentare in drei Blättern. Das ergibt einen Durchschnitt von fast 4,7 Kommentaren je Ausgabe in der konventionellen bundesdeutschen Tagespresse. – Es handelt sich bei den genannten Abonnementzeitungen sowohl um überregionale als auch um regionale und lokale Blätter. Die überregionalen Gazetten mit ihrem meist größeren Umfang gehören zu der Gruppe jener Tageszeitungen, die die meisten Kommentare publizieren.

In den Straßenverkaufszeitungen erscheinen Kommentare etwas weniger häufig: Das Korpus in LENK (2004, 244) weist für 60 Ausgaben der fünf dort untersuchten bundesdeutschen Boulevardblätter 125 Kommentare aus. Pro Ausgabe erschienen also nur gut zwei Kommentare. Ähnliche Werte ergaben sich für die zwei österreichischen Straßenverkaufszeitungen *Kurier* und *Kronen Zeitung* und das Schweizer Boulevardblatt *Blick*.

Für die österreichische Abonnementpresse liegen keine exakten Erhebungen zur Kommentarhäufigkeit vor. Ein Blick in Tageszeitungen wie die *Salzburger Nachrichten*, in die *Tiroler Tageszeitung* oder in die *Vorarlberger Nachrichten* zeigt jedoch, dass üblicherweise drei bis fünf Kommentare bzw. Leitartikel pro Ausgabe erscheinen.

In der Schweizer Tagespresse ist die Textsorte Kommentar etwas weniger frequent. Im zweiwöchigen Untersuchungszeitraum vom 20.2. bis 3.3.2012 belief sich deren durchschnittliche Anzahl in den untersuchten acht Zeitungen mit überregionaler, regionaler und lokaler Verbreitung auf Werte zwischen 0,75 und 3,2.¹³

Zum Vorkommen von Kommentaren im Hörfunk gibt es u. W. kaum systematische Erhebungen. Dabei senden einige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten durchaus regelmäßig Kommentare. Zu diesen Sendern gehören beispielsweise *Deutschlandradio Kultur*¹⁴ und *Deutschlandfunk*.¹⁵ Ebenfalls

13 Die Angaben sind einem Vortrag auf dem 9. Nordisch-baltischen Germanistentreffen im Juni 2012 in Bergen/Norwegen entnommen. Das Handout ist abrufbar unter www.helsinki.fi/~lenk/Lenk_Handout_9NBGT_Bergen-2012.pdf.

14 Nachlesen kann man eine große Zahl (auch älterer) Kommentare des Senders unter www.dradio.de/dkultur/sendungen/kommentar/; Audiodateien zum Nachhören finden sich unter www.dradio.de/aod/html/?station=3&broadcast=348707& (letzter Aufruf am 16.7.2012).

15 Eine sehr weit zurück reichende Liste aller Kommentare (als Audio- und Textdatei) findet sich unter www.dradio.de/aod/html/?station=1&broadcast=58133&.

regelmäßig werden montags bis sonnabends in den Morgensendungen von *Radio 1* (einem Hörfunkprogramm des Rundfunks Berlin-Brandenburg RBB) Kommentare ausgestrahlt.¹⁶ Im privaten Hörfunk ist dieses Sendeformat jedoch heute augenscheinlich ziemlich selten, auch wenn beispielsweise FLUCK (2002, 2080) Kommentare zu jenen „aus der Zeitung und dem kulturellen Bereich übernommene[n] Textsorten“ des Hörfunks zählt, die „in allen Sparten grundlegende und häufig verwendete Texttypen darstellen“. Ähnlich formuliert HÄUSERMANN (1998, 68):

Viele journalistische (und künstlerische) Formen des Radios sind [...] oft in Anlehnung zu denjenigen bisheriger Medien übernommen und mehr oder weniger stark angepasst worden. So gab und gibt es auch im Hörfunk den Bericht, den Kommentar, die Glosse, das Interview und so weiter.

Welche Sender der deutschsprachigen und anderer europäischer Länder in welchen Sendungen wie viele Kommentare ausstrahlen – darüber gibt es u. W. keine fundierten Informationen.

Die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme in der Bundesrepublik Deutschland, aber auch in der Schweiz¹⁷ bringen in unregelmäßigen Abständen Kommentare v. a. in den Nachrichtenmagazinsendungen des Spätabendprogramms: In der ARD sind dies die *Tagesthemen*, im ZDF das *Heute-Journal*. Die Geschichte der TV-Kommentare in der ARD, die es seit 1962 gibt, stellt KURZ (1996, 29–38) dar. Typische Eigenschaften des TV-Kommentars beschreibt RAMGE (2000).

In finnischen Abonnementzeitungen findet man bei Texten kaum die Rubrizierung *kommentari* ('Kommentar'). Dies bedeutet aber nicht, dass Texte dieser Sorte in den finnischen Zeitungen selten vorkämen. Die wichtigste überregionale, in der Hauptstadt erscheinende Zeitung in Finnland, *Helsingin*

Unter www.dradio.de/rss/podcast/sendungen/kommentar/ sind die Kommentare als Podcast abrufbar (letzter Aufruf am 16.7.2012).

16 Im Online-Archiv sind nur die Kommentare der vorherigen sieben Tage als Audiodatei und die Texte von deren Anmoderation verfügbar: www.radioeins.de/programm/sendungen/der_schoene_morgen/kommentar/index.html (letzter Aufruf 16.7.2012). Grund für die Beschränkung sind medienrechtliche Bestimmungen.

17 Wenn auch nur am Rande, so wird doch auch der Kommentar als Textsorte in Fernsehnachrichten in den – vornehmlich methodologischen – Betrachtungen bei LUGINBÜHL / PERRIN (2011) erwähnt. Vgl. auch LUGINBÜHL (in diesem Band).

gin Sanomat, enthält mehrere Leitartikel und Kommentare in jeder Ausgabe. Hier wie auch in der Regionalzeitung *Länsi-Savo* (Mikkeli) findet man – als Entlehnungsvariante – den Rubrikitel *kommentti* ('Kommentar'), aber auch weitere Textsortenkennzeichnungen. In kleineren finnischen Zeitungen erscheinen Kommentare generell etwas seltener. Es fehlen aber systematische Erhebungen zu deren Vorkommen in der finnischen Presse.¹⁸ Schon ein erster Blick auf die meinungsbetonten Texte einiger finnischer Zeitungen zeigt, dass die Grenze der Textsorte Kommentar zu anderen Texten dieser Klasse alles andere als klar ist. Es sind also Untersuchungen nötig, die zeigen, was als Kommentar in finnischen Zeitungen gelten kann und wie oft es Kommentare in deren Ressorts wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport usw. gibt. – Das gilt ebenso für die Situation des Kommentars in der Presse und im Rundfunk anderer europäischer Länder (vgl. Abschnitt 6).

4. Zur Rezeption von Kommentaren

Befragt nach ihrer Meinung, wie viel Prozent aller Leser ihrer Zeitung die Kommentare rezipieren, nannten die Kommentatoren nach den Angaben bei PFETSCH / EILDERS / NEIDHARDT (2004, 64 f.) Werte zwischen 24,5 % (*Die Welt*) bis 45 % (*taz*). Außer bei der *Welt* gab es jedoch eine große Varianz unter den Antworten der Befragten.¹⁹ Immerhin beläuft sich der Gesamtdurchschnitt der Antworten von Kommentatoren aller fünf von PFETSCH / EILDERS / NEIDHARDT untersuchten Zeitungen auf 36,2 %. Die Textverfasser meinen also, dass über ein Drittel aller Zeitungsleser auch die Kommentare liest. Sie scheinen damit nicht völlig falsch zu liegen.

Im Rahmen einer noch unveröffentlichten Untersuchung zum Textverständnis²⁰ wurden die Versuchspersonen auch nach ihren Rezeptionsgewohn-

18 Vgl. dazu PIETILÄ (2008, 26); zu Kommentaren in Boulevardzeitungen siehe KIVIOJA (2008).

19 Ähnliche, wenngleich noch vagere Angaben finden sich bei LINDEN / BLEHER (2000, 10): „Pessimisten unter den Zeitungsforschern behaupten, dass nur fünf Prozent der Leser die Leitartikel und Kommentare im Mantelteil lesen. Doch auch Optimisten kommen in keiner Untersuchung auf Werte über 50 Prozent.“

20 Für eine Vorabpublikation eines Teils der Ergebnisse vgl. LENK (2003).

heiten in Bezug auf Tageszeitungen und auf Zeitungskommentare befragt. An der ersten Befragung, die 1999 in Helsinki, Berlin, Landau und Kassel durchgeführt wurde, nahmen 121 Studierende der Germanistik und Romanistik im Alter von 19 bis 55 Jahren teil. Der Altersdurchschnitt betrug 24,2 Jahre. Die zweite Erhebung fand 2008 in Helsinki, Vaasa, Berlin, Landau, Münster, Trier, Wien und Zürich statt und schloss 253 Germanistik- (in Landau: Romanistik-)Studierende im Alter von 18–57 Jahren ein, wobei sich das Mittel auf 24,6 Jahre belief. Der Anteil der Frauen lag 2008 mit rund 85 % um 10 Prozentpunkte höher als 1999. 2008 machten die Muttersprachler 6 Prozentpunkte mehr aus als in der Erhebung von 1999.

In Bezug auf die Rezeption von Tageszeitungen ergab sich für die beiden bzw. für die vier Länder folgendes Bild:

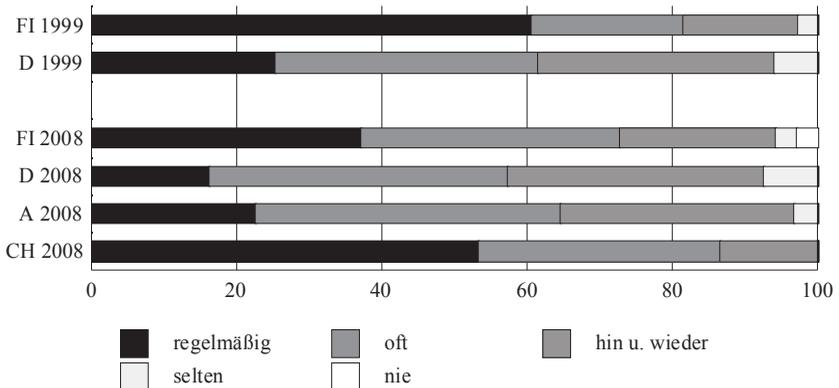


Abb. 1: Rezeption von Tageszeitungen – Angaben der Befragten länderweise für 1999 (oben) und 2008 (unten)

Die Zahl der Studierenden, die regelmäßig oder oft eine **Tageszeitung** lesen, scheint in Deutschland und Finnland etwas zurückgegangen zu sein. Sie ist aber in Finnland noch etwas höher als in Deutschland. Auch die in Wien Befragten gaben an, etwas öfter Zeitungen zu lesen als ihre deutschen Kommilitonen. Die höchsten Werte ergeben sich für Zürich, wo allerdings nur 15 Versuchspersonen teilnahmen.

Den Versuchspersonen wurde außerdem die Frage gestellt, wie oft sie **Kommentare** in Tageszeitungen (einschließlich Online-Ausgaben) lesen.

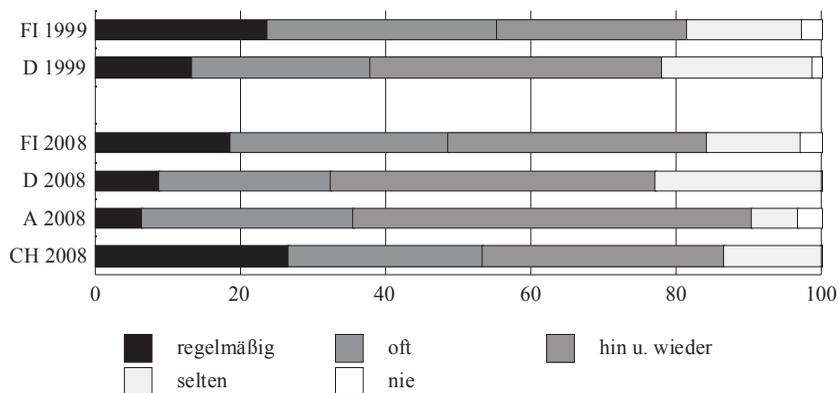


Abb. 2: Rezeption von Kommentaren – Angaben der Befragten
länderweise für 1999 (oben) und 2008 (unten)

Im Vergleich zu 1999 gaben 2008 sowohl in Deutschland als auch in Finnland etwas weniger Versuchspersonen an, auch Kommentare regelmäßig oder oft zu lesen. Aber es tun dies unter den befragten deutschen und österreichischen Studierenden der Germanistik bzw. Romanistik immer noch gut ein Drittel, in Finnland fast die Hälfte, in der kleinen Gruppe aus Zürich sogar etwas mehr als die Hälfte. Kommentare selten oder nie lesen – nach ihren eigenen Antworten – in Deutschland 22,8 %, in Österreich 9,7 %, in der Schweiz 13,3 % und in Finnland 15,8 % der 2008 befragten Studierenden. Es handelt sich dabei folglich um eine jeweils klare Minderheit.

Generell findet also die oben gemachte Aussage eine Bestätigung, dass Kommentare zu den häufig rezipierten Textsorten in Zeitungen gehören.

5. Kommentar und Leitartikel als Gegenstand linguistischer Forschung

Leitartikel und Kommentare gehören, neben Todes- und Kontaktanzeigen, zu den in der Linguistik am meisten untersuchten Zeitungstextsorten. Dabei standen und stehen unterschiedliche Analysemethoden im Vordergrund: Frühe Arbeiten zum Zeitungskommentar fokussierten v. a. auf inhaltsanalytische Fra-

gestellungen (vgl. etwa BRÖDER 1976, VOLMERT 1979). Solche Aspekte finden sich, neben der Betonung politischer und sozialer Aspekte journalistischen Handelns, auch in neueren Arbeiten der Linguistik (etwa bei VIRTANEN 2005) und in der publizistikwissenschaftlichen Literatur zum Kommentar (vgl. etwa NOWAG / SCHALKOWSKI 1998 und EILDERS / NEIDHARDT / PFETSCH 2004). Eine ebenfalls längere Tradition haben Untersuchungen mit lexikologischem und syntaktischem Zuschnitt, wie sie beispielsweise von PFEIL (1977), PIIRAINEN / SKOG-SÖDERSVED (1982), SKOG-SÖDERSVED (1993), FEHR-BUCHTER (1994) oder FLEISCHER (2001) vorgelegt wurden. KURZ (1996) wendet beide Methoden erstmals in einer umfangreicheren Analyse auf TV-Kommentare an. LÜGER (1983) ist die erste systematische Darstellung zu journalistischen Darstellungsformen (u. a. auch des Kommentars) in der deutschen Presse aus textlinguistischer Sicht, wobei die Dissertation des Verfassers (LÜGER 1977) bereits Darstellungsformen in französischen Zeitungen zum Gegenstand hatte. In der 2., bearbeiteten Ausgabe der *Pressesprache* (LÜGER 1995) wird der handlungstheoretische Zugriff deutlich expliziert. In den letzten Jahren wurde die handlungsorientierte Analyse von Zeitungskommentaren auch in kontrastiver Perspektive durchgeführt, und zwar zum Sprachenpaar Deutsch – Chinesisch von WEN (2001) und in Bezug auf Deutsch und Japanisch von DILLMANN (2009). Einen Vergleich der Argumentationsstrukturen deutscher und ungarischer Leitartikel nimmt SÁFÁR (1998) vor, zum argumentationsanalytischen Vergleich deutscher, ungarischer und polnischer Zeitungskommentare ist auf die Arbeiten von DREWNOWSKA-VARGÁNÉ (2004 und 2005) zu verweisen. Zum deutsch-finnischen Vergleich liegen lediglich kleinere Studien vor (LENK / TIITTULA 1990 und 1991, TIITTULA 1994). Für andere Sprachenpaare fehlen sie weitestgehend.

Bemerkenswerterweise ist die Analyse der rhetorischen Strukturen von Kommentaren auch zum Gegenstand der Computerlinguistik geworden (vgl. STEDE 2004 und STEDE / SAUERMAN 2008). Die methodische Grundlage bildet die *Rhetorical Structure Theory*, die „zur Beschreibung der *funktionalen* Struktur von Texten“ entwickelt wurde und „rhetorische Relationen [...] zwischen benachbarten Textelementen“ abbildet (RÖSNER / STEDE 1993, 15 – Kursivierung im Original). Die Annotation für die automatische Analyse erfolgt auf mehreren Ebenen: einer referenziellen, einer thematischen, einer temporalen, einer Illokutions-, einer Argumentations- und einer rhetorischen Strukturebene (vgl. STEDE 2007). Angewandt wird die Methodik auf das „Potsdamer Kommentarkorpus“, das einerseits 170 Kommentare der *Märki-*

schen Allgemeinen (Potsdam) enthält (STEDE 2004, 1), andererseits „u. a. kurze Artikel aus der Rubrik ‚Pro & Contra‘ des Berliner *Tagesspiegel am Sonntag*“ (STEDE 2007, 39). Das Gesamtkorpus des noch laufenden Vorhabens umfasst laut Projekt-Homepage²¹ 220 Kommentare.

6. Desiderata der Forschung – Skizze eines Programms

Typisch für die bisherige Forschung ist die Analyse begrenzter Textkorpora, die sich jeweils auf bestimmte Zeitungs- / Medientypen in nur einer Kommunikationsgemeinschaft beziehen und zusätzlich häufig thematisch eingeschränkt waren. Für die künftige Forschung wäre es wünschenswert, Strukturen persuasiver Kommunikation im Kommentar

- a) auf einer **breiten empirischen Basis** und
- b) in einer **kontrastiven Perspektive** zu untersuchen, wobei
 - b₁) sowohl verschiedene Medien und **Medientypen** als auch
 - b₂) die Ausprägung der Textsorte in **verschiedenen Kommunikations- bzw. Diskursgemeinschaften Europas** Berücksichtigung finden sollten.

Einem entsprechenden Vorhaben läge die Hypothese zu Grunde, dass sich in der typischen Gestaltung der Textsorte Kommentar in den Medien der einbezogenen europäischen Länder und in den verschiedenen Medientypen deutliche Unterschiede zeigen.

Ein solches Forschungsprogramm zielt darauf ab, neue Erkenntnisse über Gemeinsamkeiten und Unterschiede persuasiver Kommunikation in verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften in Europa zutage zu fördern.

Kommunikationsgemeinschaften können auf der Ebene einzelner Medien und ihrer Rezipienten, auf regionaler, auf sprachlicher oder nationaler Ebene bestehen. In welcher Art von Kommunikationsgemeinschaft bestimmte rhetorische Traditionen und journalistische Kulturen zur Ausprägung von jeweils typischen Makrostrukturen persuasiver Texte führen, ist im Ergebnis entsprechender vergleichender Studien erst noch herauszufinden.

Mit ‚Medien‘ sind in diesem Zusammenhang einzelne Zeitungen bzw. Rundfunksender bzw. deren Online-Versionen gemeint. Sie können verschiede-

21 www.ling.uni-potsdam.de/index.php/de/fachgebiete-forschung/computerlinguistik/interne-und-kooperations-projekte.html (letzter Aufruf am 16.7.2012).

denen Medientypen zugeordnet werden. Zu unterscheiden sind u. a. Print-, Hörfunk-, TV- und Online-Medien. Sofern es um Kommentare geht, stehen bei den Printmedien Tageszeitungen im Fokus. In Wochen- oder Monatszeitungen sowie Zeitschriften und anderen Pressetypen kommen gelegentlich auch Kommentare einschließlich Leitartikel vor; daneben erscheinen häufig auch Editorials (als eine mit dem Kommentar verwandte Textsorte).

Ein entsprechendes, größer angelegtes Forschungsprojekt zur Textsorte Kommentar sollte Antworten auf folgende Fragen ermöglichen:

1. Wie (d. h. wie häufig und wo) kommen Kommentare in verschiedenen Medien vor? In welcher Relation stehen sie zu anderen Textsorten / Sendeformaten / Kommunikationsformen?
2. Welche Textgestaltungsmuster von Zeitungskomentaren gibt es in verschiedenen Pressetypen und deren Ressorts (Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Lokales usw.) innerhalb Europas?
3. Welche Textgestaltungsmuster sind für Kommentare im Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) in den ausgewählten europäischen Kommunikationskulturen charakteristisch?
4. Welche Gemeinsamkeiten, welche Unterschiede lassen sich in Bezug auf die Textgestaltungsmuster und makrostrukturellen Typika von Kommentaren relativ zu den untersuchten Kommunikationsgemeinschaften ermitteln?
5. Wie sind solche Unterschiede im Hinblick auf journalistische Kulturen und rhetorische Muster zu erklären?
6. Welche Auswirkungen können solche Unterschiede für die Textrezeption in interkulturellen Kontaktsituationen haben? Welche Missverständnisse und Konflikte können sich aufgrund der ermittelten Musterdifferenzen ergeben, und wie sind sie vermeidbar?

Es bleibt zu hoffen, dass sich für ein derart ehrgeiziges Programm die notwendigen Finanzierungsquellen finden lassen.

7. Zu den Beiträgen dieses Bandes

Das vorliegende Buch vereint Texte germanistischer Linguistinnen und Linguisten aus sechs europäischen Ländern. Ein großer Teil von ihnen befasst sich bereits seit längerem mit der kommunikationslinguistischen Analyse von

Texten in den Massenmedien. Einige Forscherinnen und Forscher waren bisher auf anderen Gebieten aktiv und haben ihr Interesse für diesen Bereich neu entdeckt. Die Texte zweier Autoren, die zur zuerst genannten Gruppe gehören, bilden einen gerade auch theoretisch anspruchsvollen Einstieg in den Band.

Michael Hoffmann (Potsdam) widmet sich in seinem Beitrag dem zentralen Begriff im Titel dieses Bandes und diskutiert verschiedene Dimensionen von persuasiven Stilen. Den Ausgangspunkt bildet ein semiotisches Kommunikationsmodell, das fünf Relationen zwischen dem Text als Kommunikat einerseits und den Zeichenrezipienten, den Zeichenproduzenten, den Kommunikationsgegenständen, der Kommunikationssituation und den Codes andererseits begründet. Nach dieser semiotischen Dimension wendet sich der Verfasser einer argumentationstheoretischen Dimension zu. Eine besondere Aufmerksamkeit erfahren dabei die Struktureinheiten des Vertextungsmusters Argumentation sowie das topische und das metaphorische Argumentieren. Einen dritten Schwerpunkt bildet die kultursemiotische Dimension, bei der v. a. Text-Bild- und Bild-Ton-Relationen an verschiedenen Beispielen erläutert werden.

Eine grundsätzliche Klärung des Begriffs der Persuasion steht auch am Anfang des Beitrags von **Heinz-Helmut Lüger** (Landau). Im Kommentar als Medientextsorte realisiert sich die Persuasion im Wesentlichen über argumentative Textstrukturen. An Hand mehrerer Beispiele aus deutschen und französischen Zeitungen zeigt der Verfasser, wie sich der argumentative Charakter in der Textstruktur äußert und welche weiteren Textbildungsebenen an der Stützung der Persuasion beteiligt sind. Im abschließenden Teil richtet sich der Fokus auf die Frage nach der Kulturspezifität bei der Gestaltung persuasiver Texte.

Im Beitrag von **Zofia Bilut-Homplewicz** (Rzeszów) steht die „interlinguistische“ Kontrastivität am Beispiel der linguistisch orientierten Zeitungsforschung im Mittelpunkt. Die Autorin vergleicht die Presseforschung in Polen und in Deutschland miteinander und macht dabei auf Unterschiede zwischen der germanistischen und polonistischen Textlinguistik / Textologie aufmerksam. Der Vergleich konzentriert sich auf das polonistische Standardwerk *Gatunki prasowe* ('Presstextsorten') von Maria Wojtak und die in Deutschland erschienene *Pressesprache* von Heinz-Helmut Lüger. Der Behandlung des Kommentars in den beiden Arbeiten kommt in der Analyse eine besondere Bedeutung zu.

Hartmut E. H. Lenk (Helsinki) stellt eingangs wissenschaftshistorische Hintergründe der Entwicklung der Illokutionsstrukturanalyse dar und wendet das Verfahren in der Analyse eines Online-Kommentars der *FAZ* und eines Leitartikels aus der finnischen Tageszeitung *Helsingin Sanomat* an. Für einen Vergleich der Handlungsstrukturen von Texten dieser Art muss die hochgradige Komplexität der Illokutionsstruktur durch Zusammenfassung von Einzelillokutionen zu Handlungsschritten reduziert werden. Die Abfolge der Handlungsschritte konstituiert den Handlungsweg des Textes. Auf diesem Abstraktionsniveau lassen sich Handlungsstrukturen verschiedener Texte vergleichen und typische Handlungswege extrahieren. Solche typischen Handlungswege können als Muster der Textsorte Kommentar oder einer ihrer Textsortenvarianten bestimmt werden.

Varianten des Zeitungskommentars, und zwar erklärende Kommentare im Kontrast zu Bewertungskommentaren, und deren Vorkommen in verschiedenen Typen von Tageszeitungen machen einen wesentlichen Aspekt der Analyse aus, die **Hans W. Giessen** (Saarbrücken) vornimmt. Gegenstand der untersuchten Texte sind die US-amerikanischen *Midterm Elections* im November 2010. Im Korpus sind Kommentare aus überregionalen und aus regionalen deutschen Tageszeitungen vertreten. Einbezogen wurden sowohl Abonnementzeitungen aus ländlichen und aus urbanen Gebieten als auch die überregionale Straßenverkaufszeitung *Bild*. Die aus bisherigen Auffassungen zum Charakter der Zeitungen abgeleiteten Hypothesen werden nur zum Teil bestätigt. Interessante Resultate zeitigt auch ein vergleichender Blick auf Kommentare zum gleichen Thema in den Zeitungen des Nachbarlands Luxemburg. Der Beitrag mündet in einen Vorschlag für eine neue Typologisierung deutscher Zeitungen, der die aktuellen Entwicklungen der Presse berücksichtigt.

Der interessanten Frage, inwiefern Studierende einer Schweizer Wirtschaftshochschule in der Lage sind, angemessene Kommentartexte zu formulieren, geht **Sascha Demarmels** (Luzern) nach. Ihre Materialbasis ist aus der eigenen Unterrichtstätigkeit erwachsen. Die Schwierigkeiten, die viele Studierende bei der Umsetzung des Textmusters des Kommentars im eigenen Schreibprozess haben, werfen ein erhellendes Licht auf das (keineswegs stark ausgeprägte) Wissen um das Textsortenmuster. Die Autorin leitet daraus auch Konsequenzen für die didaktische Gestaltung des Unterrichts ab.

Aus deutschen Auslandszeitungen, die in der medienlinguistischen Forschung bisher kaum die gebührende Aufmerksamkeit gefunden haben, stammen die Texte, die **Mikaela Petkova-Kessanlis** (Sofia) betrachtet. Gegen-

stand des Beitrags ist das persuasive Handeln in Kommentaren der einmal wöchentlich erscheinenden *Griechenland Zeitung* und in Editorials der Monatszeitung *Bulgarisches Wirtschaftsblatt und Südosteuropäischer Report*. In den Textanalysen stehen die Illokutionsstrukturen, die präferierten Handlungstypen und weitere Aspekte der rhetorisch-persuasiven Gestaltung sprachlichen Handelns im Mittelpunkt.

Gregor von der Heiden (Greifswald) und **Anita Malmqvist** (Umeå) befassen sich in ihrem Beitrag mit Personalisierungen und Selbstbezügen in Pressekommentaren, und zwar in einer schwedischen und in einer deutschen Tageszeitung. Sie gehen der Frage nach, auf welche Weise diese persuasiven Mittel in den beiden Zeitungen eingesetzt werden und welche Unterschiede dabei festgestellt werden können. Sie betrachten die Formen wie auch die sprachliche Gestaltung der Personalisierungen und diskutieren darüber hinaus Folgen der Verwendung von Personalisierungen sowie mögliche Gründe für ihren Einsatz.

Die kontrastive Perspektive konzentriert sich in dem Beitrag von **Mariann Skog-Södersved** (Vaasa) auf die Betrachtung von Bewertungen in deutsch- und schwedischsprachigen Leitartikeln. Die Autorin widmet sich der Frage, wie Bewertungen in diesen Texten versprachlicht werden, und richtet die Analyse auf die Wortebene. Sie will herausfinden, welche Rolle die verschiedenen Wortklassen bei den Bewertungshandlungen spielen und betrachtet dabei auch Bewertungen durch Phraseologismen.

Iwona Szwed (Rzeszów) beschäftigt sich in ihrem Beitrag mit der persuasiven Kommunikation in polnischen und deutschen Online-Wirtschaftskommentaren. Zunächst diskutiert sie den Begriff ‚persuasive Kommunikation‘ als überredende oder überzeugende Kommunikation, betrachtet dann den Wirtschaftskommentar in der Online-Presse, thematisiert dabei die Frage seines Hypertext-Charakters und geht danach auf die Analyse von Argumentations- und Illokutionsstrukturen in polnischen und deutschen Online-Wirtschaftskommentaren ein.

Bewertungsmittel in polnischen und deutschen Kommentarüberschriften bilden den Gegenstand des Beitrags von **Agnieszka Mac** (Rzeszów). Die untersuchten Kommentare behandeln zwei Ereignisse in Europa, die in der Presse reichlich thematisiert worden sind, und zwar die Attentate in Norwegen am 22.7.2011 und die Finanzkrise in Griechenland. Bei der Analyse konzentriert sie sich zum einen auf die Analyse der Illokutionstypen in den Überschriften, zum anderen auf die Analyse verschiedener sprachlicher Ausdrucks-

möglichkeiten des Bewertens (Lexeme, Phraseolexeme, Sprichwörter und Syntax).

Im Beitrag von **Hannele Kohvakka** (Joensuu) geht es um finnisch- und deutschsprachige Glossen und um deren argumentative Strukturen. Die Autorin macht darauf aufmerksam, dass die Glosse heute nicht mehr überall als Presstextsorte oder überhaupt als Begriff bekannt sei. Für den deutschen und den finnischen Kulturraum sei sie aber noch typisch und biete deswegen für eine kontrastive Untersuchung der deutschen Glosse und der finnischen *pakina* einen vielversprechenden Ausgangspunkt. Es werden zunächst die Begriffe ‚Glosse‘ und ‚*pakina*‘ diskutiert; danach stehen die Rolle und Struktur der Argumentation in deutschen Glossen und finnischen *pakinas* im Fokus der Betrachtung.

Ging es in allen bisherigen Beiträgen um meinungsbetonte Texte in Zeitungen, so erweitert der Beitrag von **Martin Luginbühl** (Zürich) den medialen Rahmen um den TV-Kommentar. Kontrastiert werden zwei exemplarische Textanalysen, und zwar je eines Fernsehkommentars aus der *Tagesschau* des Schweizer öffentlich-rechtlichen Fernsehens und aus der amerikanischen Nachrichtensendung *CBS Evening News* aus dem Jahre 1982. Das Hauptanliegen des Verfassers besteht darin, zu zeigen, dass für eine adäquate Analyse der – im Fernsehen eher randständigen – Textsorte Kommentar die Berücksichtigung des Textsortenprofils der jeweiligen Gesamtsendung, also die Vernetzung im Textsortenrepertoire des jeweiligen TV-Senders, notwendig ist.

An dieser Stelle gilt es Dank zu sagen. Als Herausgeber des Bandes richten wir ihn in erster Linie an die Autorinnen und Autoren – sowohl für die geleistete Forschungsarbeit als auch für die hervorragende Zusammenarbeit. Des Weiteren danken wir der Emil-Öhmann-Stiftung, dem Dachverband der wissenschaftlichen Gesellschaften Finnlands *TSV* und der Universität Helsinki für die finanzielle Unterstützung, die uns für die Organisation des Symposiums im September 2011 gewährt wurde. Erst durch diese Tagung konnte das vorliegende Buch entstehen. Den Herausgebern der *Germanistischen Linguistik* danken wir für die Aufnahme des Bandes in die Reihe, der GL-Redaktion in Marburg für die Unterstützung beim Korrekturlesen. Einen besonderen Dank für die angenehme Zusammenarbeit richten wir an Danielle von der Brelie vom Verlag Georg Olms in Hildesheim.

Helsinki und Berlin, im Juli 2012

Marjo Vesalainen und Hartmut E. H. Lenk

Literatur

- ADAMZIK, KIRSTEN (2007): Die Zukunft der Text(sorten)linguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund. In: FIX, ULLA / HABSCHIED, STEPHAN / KLEIN, JOSEF (Hrsg.): Zur Kulturspezifik von Textsorten. Tübingen, 15–30.
- ADAMZIK, KIRSTEN (2011): Textsortennetze. In: HABSCHIED, STEPHAN (Hrsg.), 367–385.
- BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.) (2001): *Mediensprache und Medienkritik*. Frankfurt a. M. u. a.
- BRÖDER, FRIEDRICH J. (1976): *Presse und Politik. Demokratie und Gesellschaft im Spiegel politischer Kommentare der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, der „Welt“ und der „Süddeutschen Zeitung“*. Erlangen.
- BURGER, HARALD (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. 3., völlig neu bearb. Aufl. Berlin / New York.
- DILLMANN, GERHARD (2009): *Sprechintentionen in deutschen und japanischen Zeitungskomentaren. Illokutionstypologie und kontrastive Analysen von empirischen Texten*. München.
- DREWNOWSKA-VARGÁNÉ, EWA (2004): ‚Metakommunikationstopos‘, ‚Tätigkeitstopos‘ und ‚Nachteil-Topos‘ im Diskurs zum Kosovo-Krieg. Ein interkultureller und interlingualer Vergleich ausgewählter Pressekommentare. In: CZICZA, DANIEL u. a.

- (Hrsg.): Wertigkeiten, Geschichten und Kontraste. Festschrift für Péter Bassola zum 60. Geburtstag. Szeged, 347–362.
- DREWNOWSKA-VARGÁNÉ, EWA (2005): Argumentative Topoi in Pressekommentaren – ein interlingualer und interkultureller Vergleich. In: HAMMER, FRANÇOISE / LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.), 107–127.
- EGGS, EKKEHARD (2000): Vertextungsmuster Argumentation: Logische Grundlagen. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung, 397–414.
- EILDERS, CHRISTIANE (2008): Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen – Pressekommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle. In: PFETSCH, BARBARA / ADAM, SILKE (Hrsg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen. Wiesbaden, 27–51.
- EILDERS, CHRISTIANE / NEIDHARDT, FRIEDHELM / PFETSCH, BARBARA (2004): Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik. Wiesbaden.
- FEHR-BUCHTER, CLAUDINE (1994): Linguistisches Profil zweier Schweizer Tageszeitungen. Kontrastive Analysen zwischen einer deutsch- und einer westschweizer Zeitung, „Tages-Anzeiger“ und „24 Heures“. Bern u. a.
- FLEISCHER, HOLM (2001): Wandlungen im Sprachgebrauch. Referenz und Pragmatik der Pronomen in ostdeutschen Zeitungskommentaren. Am Beispiel der Leipziger Volkszeitung vor, während und nach der „Wende“. Mannheim.
- FLUCK, HANS-RÜDIGER (2002): Hörfunkspezifische Präsentationsformen und Texttypen. In: LEONHARDT, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.). Tb. 3, 2071–2090.
- FRENKEL, CORNELIA / LÜGER, HEINZ-HELMUT / WOLTERS-DORFF, STEFAN (Hrsg.) (2004): Deutsche und französische Medien im Wandel. Landau.
- GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.) (2011): Presstexte jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität. Frankfurt a. M. u. a.
- HABSCHIED, STEPHAN (Hrsg.) (2011): Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation. Berlin / New York.
- HAMMER, FRANÇOISE / LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.) (2005): Entwicklungen und Innovationen in der Regionalpresse. Landau.
- HÄRMÄ, JUHANI (Hrsg.) (2003): Le langage des médias: Discours éphémères? Paris.
- HAUSER, STEFAN (2011): Phraseologie in Textsortennetzen. Theoretische Überlegungen und empirische Beobachtungen am Beispiel der Sportberichterstattung. In: LENK, HARTMUT E. H. / STEIN, STEPHAN (Hrsg.): Phraseologismen in Textsorten. Hildesheim / Zürich / New York, 65–88.
- HÄUSERMANN, JÜRIG (1998): Radio. Tübingen.

- HOFFMANN, MICHAEL / KEBLER, CHRISTINE (Hrsg.) (1998): Beiträge zur Persuasionsforschung. Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte. Frankfurt a. M. u. a.
- JANICH, NINA (2008): Intertextualität und Text(sorten)vernetzung. In: JANICH, NINA (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen, 177–196.
- KIVIOJA, PASI (2008): Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa. Tampere. Online erhältlich unter <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65312/978-951-44-7496-5.pdf?sequence=1> (letzter Aufruf am 16.7.2012).
- KOSZYK, KURT (1999): Allgemeine Geschichte der Zeitung. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.), 896–913.
- KURZ, HARALD (1996): Die Wiedervereinigung im Spiegel der „Tagesthemen“-Kommentare von 1988 bis 1992. Eine sprachwissenschaftliche Analyse. Frankfurt a. M. u. a.
- LENK, HARTMUT E. H. (1998): Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in konventionellen Tageszeitungen aus der Deutschschweiz. Teil I: Beschreibungsgrundlagen, Vorkommenshäufigkeit, Textsortencharakteristika und -differenzierung. In: Der Ginkgo-Baum 16. Helsinki, 127–153.
- LENK, HARTMUT E. H. (2003): Das Verstehen von Bewertungsausdrücken durch Fremd- und MuttersprachlerInnen. Ergebnisse einer empirischen Erhebung. In: SKOG-SÖDERSVED, MARIANN / ENELL, MONA / FABER, BENEDIKT (Hrsg.): Lexikon und Verstehen. Beiträge auf der 3. Tagung zur kontrastiven Lexikologie, Vaasa 4.–6.10.2002. Vaasa, 59–74.
- LENK, HARTMUT E. H. (2004): Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder. In: JÄNTTI, AHTI / NURMINEN, JARKKO (Hrsg.): Thema mit Variationen. Dokumentation des VI. Nordischen Germanistentreffens in Jyväskylä vom 4.–9. Juni 2002. Frankfurt a. M. u. a., 241–256.
- LENK, HARTMUT E. H. (2008): Die Stimmen der Anderen. Die Presseschau von *Deutschlandradio* und die Rubrik Pressestimmen in der *Berliner Zeitung* im Vergleich. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.), 359–382.
- LENK, HARTMUT E. H. (i. Dr., 2012): Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars. In: Tekst i diskurs / Text und Diskurs 5. Online erhältlich unter www.tekst-diskurs.pl/indexD.html.
- LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.) (2005): Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim / Zürich / New York.
- LENK, HARTMUT E. H. / TIITTULA, LIISA (1990): Die implizite Botschaft. Eine kontrastive Untersuchung zum Explizitätsgrad von Bewertungshandlungen in Pressekommentaren / Leitartikeln. In: Der Ginkgo-Baum 9, 160–181.
- LENK, HARTMUT E. H. / TIITTULA, LIISA (1991): The Implicit Message. Interim Report on a Project on the Explicitness Degree of Evaluation Acts in German and Finnish

- Newspaper Editorials. In: SIGURÐSSON, HALLDÓR ÁRMANN (Hrsg.): Papers of the Twelfth Scandinavian Conference of Linguistics. Reykjavík, 219–229.
- LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.) (1999–2002): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3 Teilbände. Berlin / New York.
- LINDELL, ANNELI / PIIRAINEN, ILPO TAPANI (1980): Untersuchungen zur Sprache des Wirtschaftsmagazins „Capital“. Vaasa.
- LINDEN, PETER / BLEHER, CHRISTIAN (2000): Glossen und Kommentare in den Printmedien. Berlin.
- LOTHALLER, HARALD (2008): Printmedien und Persuasion. Duisburg / Köln.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1977): Journalistische Darstellungsformen aus linguistischer Sicht. Untersuchungen zur Sprache der französischen Presse mit besonderer Berücksichtigung des „Parisien libéré“. Diss. Universität Freiburg (Breisgau).
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1983 / 1995): Pressesprache. 1. Aufl. 1983. 2., neu bearb. Aufl. 1995. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.) (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Landau.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2010): Sind Textsorten national geprägt? Nachrichtensendungen im Vergleich. In: LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.), 179–207.
- LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.) (2010): MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse. Landau.
- LUGINBÜHL, MARTIN / PERRIN, DANIEL: „das, was wir in der Tagesschau den Rauschmeißer nennen“: Altro- und Ethno-Kategorisierung von Textsorten im Handlungsfeld journalistischer Fernsehnachrichten. In: HABSCHIED, STEPHAN (Hrsg.), 577–596.
- MEYN, HERMANN (2004): Massenmedien in Deutschland. Neuauflage. Konstanz.
- MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.) (1994): Überredung in der Presse. Texte – Strategien – Analysen. Berlin / New York.
- NOWAG / SCHALKOWSKI (1998): Kommentar und Glosse. Konstanz.
- PFEIL, MONIKA (1977): Zur sprachlichen Struktur des politischen Leitartikels in deutschen Tageszeitungen. Eine quantitative Untersuchung. Göppingen.
- PIETILÄ, JYRKI (2008): Kirjoitus, juttu, tekstielementti. Suomalainen sanomalehtijournalismi juttutyypin kehityksen valossa printtimedian vuosina 1771–2000. Online erhältlich unter <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/19405> (letzter Aufruf am 16.7.2012).
- PIIRAINEN, ILPO TAPANI / AIRISMÄKI, JARMO (1987): Sprache der Wirtschaftspresse. Untersuchungen zum Sprachgebrauch des „Handelsblattes“. Bochum.
- PIIRAINEN, ILPO TAPANI / SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1982): Untersuchungen zur Sprache der Leitartikel in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Vaasa.

- PÜRER, HEINZ / RAABE, JOHANNES (1996): Medien in Deutschland. Bd. 1: Presse. 2., korr. Aufl. Konstanz.
- PÜSCHEL, ULRICH (1991): Journalistische Textsorten im 19. Jahrhundert. In: WIMMER, RAINER (Hrsg.): Das 19. Jahrhundert. Die sprachgeschichtlichen Wurzeln des heutigen Deutsch. Berlin / New York, 428–447.
- PÜSCHEL, ULRICH (1999): Präsentationsformen, Texttypen und kommunikative Leistung der Sprache in Zeitungen und Zeitschriften. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.), 864–880.
- RAMGE, HANS (2000): Fernsehkommentare – Kommentieren zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In: FRITZ, GERD / JUCKER, ANDREAS H. (Hrsg.): Kommunikationsformen im Wandel der Zeit. Vom mittelalterlichen Heldenepos zum elektronischen Hypertext. Tübingen, 137–158.
- RÖSNER, DIETMAR / STEDE, MANFRED (1993): Zur Struktur von Texten. Eine Einführung in die Rhetorical Structure Theory. In: Künstliche Intelligenz 7.2, 14–21.
- SÁFÁR, ÉVA (1998): Sprachliche Argumentationsstrategien deutscher und ungarischer Presseorgane im Wahljahr 1994. Ein Modell zur Analyse persuasiver Texte. In: HOFFMANN, MICHAEL / KEBLER, CHRISTINE (Hrsg.), 101–119.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1988): Komposita aus Eigennamen und Appellativen in der Pressesprache am Beispiel des Leitartikels. In: Erikoiskielet ja käännösteoria. VAKKI-seminaari VIII. Vaasa, 154–161.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1990): Phraseologismen in Leitartikeln – Erste Überlegungen zur okkasionellen Modifikation der Phraseologismen. In: Erikoiskielet ja käännösteoria. VAKKI-seminaari X. Vaasa, 209–218.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1992): Zum Vorkommen von Phraseolexemen in Leitartikeln deutscher und schwedischer Tageszeitungen. In: KORHONEN, JARMO (Hrsg.): Untersuchungen zur Phraseologie des Deutschen und anderer Sprachen: einzelsprachspezifisch – kontrastiv – vergleichend. Frankfurt a. M. u. a., 175–188.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1993): Wortschatz und Syntax des außenpolitischen Leitartikels. Quantitative Analysen der Tageszeitungen „Neues Deutschland“, „Neue Zürcher Zeitung“, „Die Presse“ und „Süddeutsche Zeitung“. Frankfurt a. M. u. a.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1994): Zu Phraseolexemen in Leitartikeln deutscher Tageszeitungen mit besonderer Berücksichtigung der okkasionellen Modifikation. In: ASKEDAL, JOHN OLE / BJORVAND, HARALD / SCHÖNDORF, KURT ERICH (Hrsg.): Sprachgermanistik in Skandinavien II. Oslo, 174–184.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (2008): Phraseologisches in schwedischen Zeitungüberschriften. In: SZURAWITZKI, MICHAEL / SCHMIDT CHRISTOPHER M. (Hrsg.): Interdisziplinäre Germanistik im Schnittpunkt der Kulturen. Festschrift für Dagmar Neundorff. Würzburg, 259–269.

- STEDE, MANFRED (2004): The Potsdam Commentary Corpus. In: Proceedings of the ACL-04 Workshop on Discourse Annotation, Barcelona. Online erhältlich unter www.ling.uni-potsdam.de/~stede/Papers/aclws04.pdf (letzter Aufruf 16.7.2012).
- STEDE, MANFRED (2007): Korpusgestützte Textanalyse. Grundzüge der Ebenenorientierten Textlinguistik. Tübingen.
- STEDE, MANFRED / SAUERMAN, ANTIJE (2008): Linearization of arguments in commentary text. In: Proceedings of the Workshop on Multidisciplinary Approaches to Discourse (MAD), Oslo. Online erhältlich unter www.ling.uni-potsdam.de/~stede/Papers/MAD08.pdf (letzter Aufruf 10.7.2012).
- STRABNER, ERICH (1999): Kommunikative Aufgaben und Leistungen der Zeitung. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.), 837–851.
- TIITULA, LIISA (1994): Implizites Bewerten in finnischen und deutschen Leitartikeln. In: MOILANEN, MARKKU / TIITULA, LIISA (Hrsg.), 225–239.
- VIRTANEN, TUIJA (2005): „Polls and surveys show“: Public opinion as a persuasive device in editorial discourse. In: HALMARI, HELENA / VIRTANEN, TUIJA (Hrsg.): Persuasion Across Genres. A Linguistic Approach. Amsterdam / Philadelphia, 153–180.
- VOLMERT, JOHANNES (1979): Politischer Kommentar und Ideologie. Ein inhaltsanalytischer Versuch an vier frühen Nachkriegszeitungen. Stuttgart.
- WEN, RENBAI (2001): Textstruktur des Zeitungskommentars. Eine Untersuchung der Proposition und Illokution an deutschen und chinesischen Beispielen. Bern u. a.
- WILKE, JÜRGEN (2004): Pressegeschichte. In: NOELLE-NEUMANN, ELISABETH / SCHULZ, WINFRIED / WILKE, JÜRGEN (Hrsg.): Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktual., vollst. überarb. Neuausg. Frankfurt a. M., 460–492.

MICHAEL HOFFMANN

Kommunikative Dimensionen persuasiver Stile

1. Einleitung

Meine Aufgabe ist es, einen Rahmen abzustecken für die Einordnung und Analyse vielfältiger stilistischer Aspekte in der persuasiven Medienkommunikation. Einen Zugang zur Lösung dieser Aufgabe findet man, wenn man sich auf einen bedeutsamen Leitsatz stiltheoretischen Denkens beruft. Er lautet: „Stil ist relational!“ (SANDIG 2001, 21) Der relationale Charakter eines beliebigen Stils offenbart sich bereits darin, dass er immer in Relation zu anderen Stilen steht. Der Stil eines Textes steht folglich in Relation zu anderen Textstilen. Darüber hinaus stehen Textstile in Relation zur Texthandlung (mit ihrem Thema), zu den Kommunikationsteilnehmern, den Handlungsumständen, dem soziokulturellen Umfeld usw. (SANDIG 2001, 21 ff.). Setzt man sich zum Ziel, den zitierten Leitsatz persuasionsstilistisch auszuloten, d. h. die Koordinaten des für persuasive Stile maßgeblichen Relationengefüges abzustecken und Anschlussstellen für deren Beschreibung zu finden, erweist es sich als aussichtsreich, ein mehrdimensionales Orientierungsraster zugrunde zu legen. Von Relevanz – so meine Ausgangsüberlegung – erscheint die Anbindung persuasiver Stile an

- a) Merkmale des Kommunikationstyps Persuasion (kommunikationstypologische Dimension),
- b) Einheiten des Vertextungsmusters Argumentation (argumentationstheoretische Dimension) und
- c) Erscheinungsformen von Intersemiotizität (kultursemiotische Dimension).

Im Folgenden wird dargelegt, wie sich persuasive Stile im Rahmen dieser drei Dimensionen ermitteln und beschreiben lassen.

2. Persuasive Stile in der kommunikationstypologischen Dimension

2.1 Ein semiotisches Kommunikationsmodell

Wesensmerkmale des Kommunikationstyps Persuasion und zugleich Unterschiede zu anderen Kommunikationstypen (etwa zur rituellen oder poetischen Kommunikation) treten hervor, wenn man sich bei der Merkmalsbestimmung an einem Kommunikationsmodell orientiert – genauer gesagt: an den Komponenten, die für Kommunikationsereignisse konstitutiv sind und „die *paarweise* als Relationen relevant (gemacht) werden können“ (SANDIG 2001, 23; Hervorh. im Original). Um von vornherein kultursemiotische Belange berücksichtigen zu können, steht im Zentrum meines Modells ein semiotisch vielgestaltiges Kommunikat (vgl. Abb. 1 u. HOFFMANN 2004, 362). Relevante Relationen ergeben sich

- a) kommunikativ intern zwischen den Zeichen bzw. Zeichenkomplexen verschiedener Kommunikationsmedien (Text, Bild, Gestik, Musik usw.),
- b) zwischen dem Kommunikat und verschiedenen Komponenten des kommunikativen Rahmens (ZP = Zeichenproduzent; ZR = Zeichenrezipient; KG = Kommunikationsgegenstand; KS = Kommunikationssituation; kultursemiotische Codes),
- c) zwischen dem Kommunikat und dem kommunikativen Raum, angefüllt mit dem Wissen, auch dem Stilwissen der Kommunikationsteilnehmer, mit Präsuppositionen aller Art.¹

Das Modell enthält darüber hinaus eine interaktive Komponente (siehe „Kommunikatives Geschehen“); es ermöglicht deshalb die für persuasionsstilistische Überlegungen wichtige Unterscheidung zwischen Persuasion (als Prozess) und Persuasivität (als Potenz). Im Folgenden werden fünf Merkmale des Kommunikationstyps Persuasion aus den Relationen zwischen dem Kommunikat und den genannten Hauptaspekten des kommunikativen Rah-

1 SANDIG (2006, 86) unterscheidet auf der Grundlage eines semiotischen Textbegriffs zwischen textinternen und textexternen Relationen.

mens abgeleitet², und es wird umrissen, welche Erkenntnisse über persuasive Stile anschließbar sind.

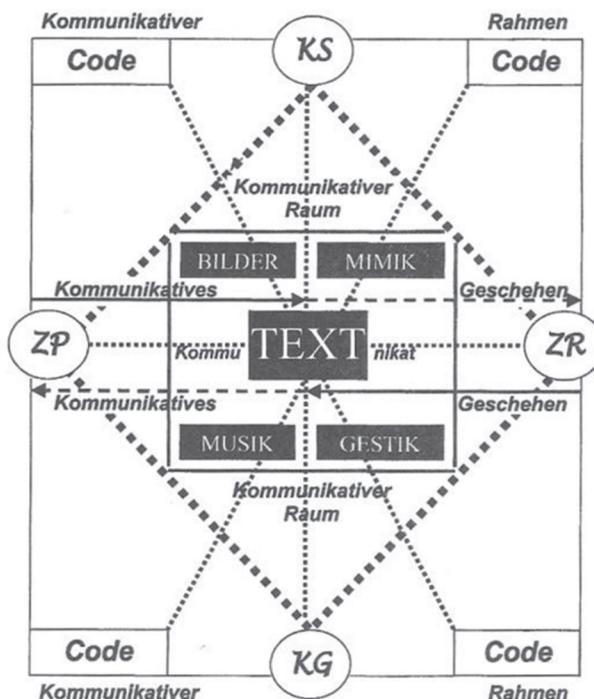


Abb. 1: Ein semiotisches Kommunikationsmodell

2.2 Relation Kommunikat – Zeichenrezipient (ZR)

Die Funktion persuasiver Kommunikate besteht rezipientenbezogen in einer Beeinflussung seines Denkens und / oder Fühlens und / oder Handelns. Der Rezipient soll sich eine Meinung zu eigen machen, seine emotionale Einstellung gegenüber einem Menschen / einer Sache ändern, freiwillig etwas Bestimmtes tun oder unterlassen. Der Rezipient sieht sich vor eine Entscheidung

2 Anknüpfend an und weiterführend von HOFFMANN (1996 und 1998).

gestellt. Da es in seiner Macht liegt, wenn auch mitunter nur scheinbar, sich dem Beeinflussungsversuch zu widersetzen, wird das Kommunikat nicht nur zum Träger eines Appells, sondern auch zum Träger entscheidungsstimulierender Informationen. Merkmalsbestimmend formuliert:

Persuasive Kommunikation definiert sich im Hinblick auf die Funktionen des Kommunikats für den Rezipienten durch das Merkmal ‚appellativ-entscheidungsstimulierend‘.

Persuasive Stile – so wird man es mit Bezug auf dieses kommunikationstypologische Merkmal sagen können – lassen sowohl eine bestimmte Art der Entscheidungsstimulanz erkennen als auch eine Auswahl aus dem Feld von Entscheidungsstimulanzien. Beachtung verdienen hierbei u. a. die Ästhetisierungs-Handlungen³ des Attraktiv- oder Unterhaltsam-Machens, die mittels Sprachspielen, Sprachbildern, Sprichwörtern usw. realisiert werden.

2.3 Relation Kommunikat – Zeichenproduzent (ZP)

Die Funktion persuasiver Kommunikate besteht produzentenbezogen im Erzielen eines Gewinns aus den beeinflussten Meinungen, Einstellungen oder Handlungsweisen – eines Nutzens oder Ertrags⁴, der ganz im persönlichen Interesse des Produzenten liegen kann oder aber im Interesse einer Gruppe, der er angehört oder für die er sich engagiert, der jedoch auch gesamtgesellschaftliche Interessen zu repräsentieren vermag. Möglich ist eine Interessenübereinstimmung zwischen Produzent und Rezipient. Die Entscheidungsfreiheit des Rezipienten veranlasst den Produzenten, erfolgsorientiert⁵ zu kommunizieren. Da die Erfolgsaussichten ungewiss sind, ist er gezwungen, darauf

3 Zu Handlungen dieses Typs im Rahmen einer Handlungstypologie siehe HOFFMANN (2012a, 233 f.).

4 ADAMZIK (2004, 116 f.) will herkömmliche Textfunktionsmodelle durch ein Ertragsmodell ersetzt wissen. Ihr Modell schließt „selbstbezogene Funktionen“ ein, was bei der Beschreibung von persuasiver Kommunikation von einiger Relevanz ist.

5 Zum Unterschied zwischen erfolgs- und verständigungsorientierter Kommunikation siehe HABERMAS (1995, 385 ff.).

zu spekulieren⁶, dass sich der Rezipient in seinem Sinne entscheidet. Merkmalsbestimmend formuliert:

Persuasive Kommunikation definiert sich im Hinblick auf die Funktionen des Kommunikats für den Produzenten durch das Merkmal ‚spekulativ-erfolgsorientiert‘.

Persuasionsstilistisch ist von Belang, wie sich erfolgsorientiertes Kommunizieren in den Strukturen des Kommunikats manifestiert, wie der Produzent seine kommunikative Rolle gestaltet, wie er die Interessenlage der Kommunikationspartner gewichtet. Eigennützige Interessen können kaschiert, uneigennützige Interessen akzentuiert, gemeinsame Interessen relevant gemacht werden.

2.4 Relation Kommunikat – Kommunikationsgegenstand (KG)

Die Frage, welcher Art der thematisierte KG ist, kann zunächst dahingehend beantwortet werden, dass es keine beliebigen Sachverhalte sind. Geht man von den rezipienten- bzw. produzentenbezogenen Funktionen persuasiver Kommunikate aus, wird man schlussfolgern müssen, dass es generell Positionen / Standpunkte zu Personen oder Sachverhalten sind, die von persuasiven Kommunikaten vermittelt werden. In der persuasiven Kommunikation werden Meinungen nicht nur beeinflusst – sie werden thematisiert. Evaluative bzw. evaluativ-emotive⁷ Einstellungen zu Personen oder Sachverhalten werden zu Kerninformationen bzw. zentralen Einheiten der thematischen Textwelt (vgl. HOFFMANN 2010). Merkmalsbestimmend formuliert:

Persuasive Kommunikation definiert sich im Hinblick auf die Thematisierung eines Kommunikationsgegenstands durch das Merkmal ‚evaluativ-positionsvermittelnd‘.

Persuasionsstilistisch relevant erscheinen in diesem Zusammenhang Spielarten des Bewertens (SANDIG 2004), des Absicherns von Bewertungen (KLEIN 1994), des Anpreisens (HOFFMANN 2012b), des Emotionalisierens, Modifizierens und Umdeutens (HOFFMANN 1996). In diesen Zusammenhang

6 *Spekulieren* hier in der Bedeutung ‘etw. zu erreichen, zu erlangen hoffen; auf etw. rechnen’ (vgl. DGF 1994, 1285).

7 Zum Zusammenhang zwischen ‘evaluativ’ und ‘emotiv’ siehe u. a. FIEHLER (2008).

gehört auch die Gestaltungs-Handlung des Markant-Machens, d. h. das Erzeugen von Unverwechselbarkeit, etwa mittels eines Slogans. In Betracht kommen letztlich sämtliche Verfahren der persuasiven Perspektivierung von Sachverhalten.

2.5 Relation Kommunikat – Kommunikationssituation (KS)

Unter den zahlreichen Situationsaspekten persuasiver Kommunikation⁸ erscheinen zwei als besonders wesentlich: zum einen die asymmetrische Konstellation zwischen Produzent und Rezipient, zum anderen die diskursive⁹ Prägung. Asymmetrische Konstellationen haben hierbei die Gestalt von Kommunikationsbarrieren. Wesenhaft asymmetrisch ist eine (unterstellte) Divergenz der Anschauungen (Meinungen), Überzeugungen, Einstellungen, Interessen, Handlungsdispositionen. Der Rezipient begegnet dem Produzenten häufig mit Misstrauen; er unterstellt eigennützige Interessen. Asymmetrische Konstellationen werden durch die diskursive Prägung persuasiver Kommunikation spezifiziert. So ist ausschlaggebend, von welcher Art die Diskurswelt ist, in die persuasive Kommunikate eingebunden sind, ob sie politischer, kommerzieller, juristischer, pädagogischer oder anderer Art ist. Merkmalsbestimmend formuliert:

Persuasive Kommunikation definiert sich im Hinblick auf grundlegende Aspekte der Kommunikationssituation, in die das Kommunikat eingebettet ist, durch das Merkmal ‚diskursiv-asymmetrisch‘.

Persuasionsstilistisch von Belang ist in diesem Zusammenhang, wie sich das Überbrücken-Wollen einer Kommunikationsbarriere in den Strukturen des Kommunikats manifestiert. Stilistischer Sinn kann hauptsächlich gerade darin bestehen, die Gestaltung eines Kommunikats der Situation anzupassen, auf sie zuzuschneiden. Mit persuasiven Stilen – so die Schlussfolgerung – kann Kommunikationsbarrieren entgegengewirkt werden, indem die Gestaltung von Entscheidungsstimulanz (vgl. 2.2), Erfolgsorientierung (vgl. 2.3) und Positionsvermittlung (vgl. 2.4) auf die jeweiligen Adressaten im jeweiligen dis-

8 Zu rhetoriktheoretischen Situationskonzepten und -aspekten im Überblick siehe HOFFMANN (2009).

9 Unter ‚Diskurs‘ wird ein offenes Ensemble von Kommunikaten mit einer gemeinsamen thematischen, kulturellen oder soziokulturellen Bezugswelt verstanden.

kursiven Kontext ausgerichtet wird. Hier ordnen sich Spielarten des Bewertungsmanagements (SANDIG 1996, 284 ff.) und der Adressatenberücksichtigung (SANDIG 1986, 227 ff.) zu. Als persuasionsstilistisch kommt aber auch die Fokussierung von kommunikativer Asymmetrie in Betracht. Das zeigen Einschüchterungsversuche mittels einer Ihr- oder Feind-Gruppen-Konstruktion (vgl. HOFFMANN 2003, 158 f.).¹⁰

2.6 Relation Kommunikat – Codes

Mit den Codes der persuasiven Kommunikation kommen sämtliche rhetorischen Ressourcen, Diskursregeln, Textsorten u. a. m. in das Blickfeld. Kommunikationstypologisch relevant dürfte sein, dass sich Zeichenproduzenten einer rhetorisch komplizierten Aufgabe ausgesetzt sehen, der sie mit kommunikativer Sorgfalt (Elaboriertheit) und vielfältigen strategischen Überlegungen begegnen. Merkmalsbestimmend formuliert:

Persuasive Kommunikation definiert sich im Hinblick auf den Umgang mit den Codes der Kommunikation durch das Merkmal ‚elaboriert-strategisch‘.

Persuasionsstilistisch betrachtet, sind die fixierten kommunikationstypologischen Merkmale nicht gleichwertig, denn die elaboriert-strategische Gestaltung von Kommunikaten dominiert alle anderen stilistischen Entscheidungen. Es verwundert daher nicht, dass sich die in der Literatur beschriebenen Typen von Persuasionsstrategien auf die verschiedensten kommunikationstypologischen Merkmale beziehen lassen. So sind Basis-, Kaschier- und Konkurrenz-Strategien (vgl. KLEIN 1998) auf das Merkmal ‚evaluativ-positionsvermittelnd‘ beziehbar, Plausibilitäts- und Attraktivitäts-Strategien (vgl. HOFFMANN 1998) auf das Merkmal ‚appellativ-entscheidungsstimulierend‘, Relevanz- und Suggestivitäts-Strategien (HOFFMANN 1998) darüber hinaus auf das Merkmal ‚spekulativ-erfolgsorientiert‘.¹¹

In stilmethodischer Hinsicht empfiehlt es sich, persuasive Stile als strategische Gestaltungszusammenhänge zu beschreiben, in die drei Aspekte integriert sind (vgl. HOFFMANN 2012b):

10 In diesem Beitrag wird Armin Mueller-Stahls Roman *Verordneter Sonntag*, der autobiographische Züge trägt, sozialgeschichtlich analysiert.

11 Mehrfachzuordnungen sind möglich.

- a) ein funktionaler Aspekt (die persuasiven Zwecke / Zielsetzungen strategischen Gestaltens in der Perspektive des Produzenten),
- b) ein operationaler Aspekt (die gestaltungsstrategischen Verfahren bzw. Aktivitäten der Beeinflussung des Rezipienten) und
- c) ein instrumentaler Aspekt (die jeweiligen Persuasorien als gestaltungsstrategische Mittel).

Zwischen dem funktionalen und dem instrumentalen Aspekt ist ebenfalls eine Zweck-Mittel-Relation herstellbar: Die Verfahren strategischen Gestaltens stellen sich dann als Mittel zum Zweck (dem Erreichen strategischer Ziele) dar.

3. Persuasive Stile in der argumentationstheoretischen Dimension

3.1 Struktureinheiten des Vertextungsmusters Argumentation

Die Beeinflussung von Menschen mittels persuasiver Kommunikationsakte hat viele Facetten – darunter solche, die eine argumentative Vertextung erforderlich machen. Das Vertextungsmuster Argumentation als eine Hauptresource des rhetorischen Codes für das Gelingen persuasiver Kommunikation umfasst in Anlehnung an GRÜNERT (1974, 25–34) die folgenden kategorialen Struktureinheiten:

- a) Die Kategorie der DESTINATION erfasst das thematische Zentrum der Argumentation, d. h. die Thematisierung des Ziels, das zu erreichen ist (ein Problem, das zu lösen ist, eine Entscheidung, die zu treffen ist, o. Ä.). Auf dieses Zentrum sind – nachfolgend aufgeführt – verschiedene Argumenttypen bezogen.
- b) Die Kategorie der KAUSATION erfasst die historischen Fakten bzw. aktuellen Zustände, von denen sich die DESTINATION herleitet.
- c) Die Kategorie der KONSEKUTION erfasst die positiven / negativen Folgen, die mit dem Erreichen / Nichterreichen der DESTINATION prognostiziert werden.

- d) Die Kategorie der *FUNDATION* erfasst die produzentenseitigen Prinzipien, Maximen, Ideologeme, die für die *DESTINATION* als grundlegend angesehen werden.
- e) Die Kategorie der *MOTIVATION* erfasst die Gründe, die speziell in der Perspektive des Rezipienten für eine Entscheidung im Sinne der *DESTINATION* maßgeblich (motivierend) sind. Hierher gehört z. B. die Berufung auf das Volk, auf gesellschaftliche Grundwerte, auf Expertenmeinungen.¹²

Von Interesse ist nun, wie die einzelnen Argumentationskategorien im Argumentationsprozess verbalisiert werden. In parlamentarischen Debatten z. B. wird aus „ideologiesprachlichen Zeicheninventaren“ (GRÜNERT 1974, 25) geschöpft. Die ideologiesprachlichen Zeichen erfüllen dabei alle eine bestimmte argumentative Funktion. Es gibt demzufolge Destinations-, Kausations-, Konsekutions-, Fundations- und Motivations-Zeichen. Zu Letzteren gehören „die sogenannten Miranda, d. h. Zeichen, die Bewunderung erregen und die Gesinnung ansprechen sollen“ (GRÜNERT 1974, 29). Das Grünertsche Modell erweist sich meines Erachtens als besonders geeignet, die stilistische Differenziertheit der kommunikativen Handlung Argumentieren¹³ zu beschreiben. Es ist die Differenzierung zwischen verschiedenen Argumenttypen, die es ermöglicht, Topoi (vgl. 3.2), Metaphern (vgl. 3.3), Sinnbilder (vgl. 4.2) u. a. m. als konstitutive Elemente von Argumentationsstilen zu erfassen. Argumenttypen und darauf beziehbare argumentative Mittel (z. B. Topoi) sind zu unterscheiden von argumentativen Verfahren bzw. Mustern (Induktion, Deduktion, Enthymem, Analogie usw.), in die Schlussregeln integriert sind. Es entspricht zwar der rhetoriktheoretischen Tradition seit der Antike, solche Verfahren / Muster ebenfalls als Topoi aufzufassen (vgl. u. a. OTTMERS 2007, 74 ff., JANICH 2010, 133 ff. und SCHWARZE 2011, 45 ff.), ich halte es aber – nicht nur in argumentationsstilistischer Hinsicht – für geboten, zwischen Mustern und Mitteln der Musterrealisierung zu unterscheiden. Für die Argumentationsstilistik heißt das, dass der Toposbegriff enger zu fassen ist. Im Folgenden soll am Beispiel topischen und metaphorischen Argumentierens gezeigt

12 Das hier nicht vollständig wiedergegebene Modell wurde von der Persuasionsforschung bislang wenig beachtet (vgl. aber z. B. GIRNTH 2002, 21–24).

13 Argumentieren hat handlungstypologisch gesehen den Status einer Basis-Handlung. Deren Kennzeichen ist es, in situativer wie in ästhetischer Hinsicht unmarkiert zu sein (vgl. HOFFMANN 2012a, 233 f.).

werden, wie sich Zusammenhänge zwischen Argumenttypen und argumentativen Mitteln herstellen lassen.

3.2 Text-Topik-Relation: Topisches Argumentieren

Bei dieser Spielart des Argumentierens werden argumentative Topoi als Einheiten des rhetorischen Codes in topische Argumente als Einheiten eines Textes überführt. Topoi definiere ich im Kontext des Argumentierens als mehr oder weniger vorgeformte Standardargumente für die Lösung rhetorischer Standardprobleme.¹⁴ Bei der Aktualisierung des Vertextungsmusters Argumentation kommt jedem verwendeten Topos die Funktion zu, mindestens einen Argumenttyp zu repräsentieren. Es gibt demzufolge Kausations-, Konsekutions-, Fundations- und Motivations-Topoi. Die Argumenttypen sind gleichsam die Orte für argumentative Topoi wie auch für topische Argumente.¹⁵ Stilistische Aspekte topischen Argumentierens sehe ich in Folgendem:

1. Die Selektion und Versprachlichung argumentativer Topoi ist ein Gestaltungsakt, der im Regelfall Abstraktheit als Gestaltungsqualität des Argumentierens hervorbringt. Topisches Argumentieren repräsentiert einen von mehreren Argumentationsstilen.¹⁶

2. Topoi sind in strategische Gestaltungszusammenhänge (vgl. 2.6) eingebunden. Sie sind dem instrumentalen Aspekt strategischen Gestaltens zuzuordnen. Topisches Argumentieren repräsentiert als Gestaltungsverfahren den operationalen Aspekt, der persuasive Zweck topischen Gestaltens den funktionalen Aspekt.

3. Topoi sind generell stilistisch variabel kommunizierbar: entweder in Form von topischen Sätzen (vgl. ABRAHAM 1996, 346) bzw. Satzbausteinen oder in Form von topisierten Sätzen. Mit topischen Sätzen bzw. Satzbausteinen

14 Es wird also kein universeller Topos-Begriff zugrunde gelegt. Topoi in anderen kommunikativen Kontexten, wie z. B. die Exordial-Topoi (vgl. PLETT 2001, 16), sind jeweils anders funktionalisiert.

15 Man beachte den Unterschied zu KLEIN (2009, 2115), der die Topoi selbst als Argumenttypen bestimmt.

16 HERBIG (1992, 127 ff.) sieht in seinem Mehr-Ebenen-Modell zur Beschreibung von Argumentationsstilen auch eine Ebene der topischen Zusammenhänge vor. Dieses Modell ist in verschiedener Hinsicht problematisch, worauf an dieser Stelle nicht eingegangen werden kann.

nen wird ein Topos sprachlich formelhaft zum Ausdruck gebracht. Formelhaftigkeit ist also eine spezielle, keine generelle Gestaltungsqualität topischen Argumentierens. Beispiele für formelhaftes topisches Argumentieren liefern Motivations-Topoi in Gestalt von Sprichwörtern wie *Der Klügere gibt nach*. (Topos der Vernunft) oder Nominationsstereotypen wie *gegen Recht und Gesetz verstoßen* (Topos der Unrechtmäßigkeit). In topisierten Sätzen hingegen manifestieren sich Topoi als Denkstereotype.¹⁷ So enthält die Äußerung „Weniger Konkurrenz um Investoren, eine sinnvolle Regionalentwicklung, mehr gemeinsame Großprojekte, weniger Verwaltung, mehr Bürgerfreundlichkeit.“¹⁸ den Konsekutions-Topos der positiven Folgen.¹⁹

Trotz fehlender Formelhaftigkeit kann es in topisierten Sätzen wiederkehrende lexikalische Einheiten geben, die als Topos-Indikatoren fungieren – wie in der Äußerung „[...] so ein Haus willst du besitzen dürfen, ohne Partei und Staat dafür dankbar sein zu wollen?“²⁰ in der das Adjektiv *dankbar* in Kombination mit der Konjunktion *ohne* den Undankbarkeits-Topos indiziert. Topische Sätze / Satzbausteine sind sprachstilistische Einheiten – sie gehören zum Formelschatz einer Einzelsprache –, topisierte Sätze hingegen sind denkstilistische Einheiten.²¹

4. Topisches Argumentieren kann soziostilistische Bedeutungen vermitteln. Mit dem auswählenden Zugriff auf einen Topos-Fundus und mit der Art der Versprachlichung argumentativer Topoi werden soziale Rollen und Beziehungen gestaltet, die diskurstypisch²² sein können. Im Diskurs der kom-

17 Man beachte den Unterschied zu SPILLNER (1983), wo gerade alles sprachlich Formelhafte als topisiert gilt.

18 Zur Quelle siehe HOFFMANN (1998, 90).

19 Weitere Konsekutions-Topoi sind z. B. der Topos der negativen Folgen und der Topos des kleineren Übels.

20 Zur Quelle siehe HOFFMANN (2003, 160).

21 Zur Unterscheidung zwischen Sprach- und Denkstilen im Hinblick auf persuasive Stile siehe HOFFMANN (1996).

22 Zur Diskurstypik von Topoi generell siehe auch KNAPE (2000, 752): „Topoi sind in Kodes von Diskursen verankert und werden bei der Produktion in Texte implementiert.“ Neu ist diese Erkenntnis nicht. Schon in der antiken Rhetorik kannte man juristische Topoi (z. B. den Topos des Tatmotivs) sowie Topoi in politischen, militärischen und religiösen Kontexten (vgl. STROH 2011). Der Begriff ‚Spezial-

merziellen Werbung z.B. wird mit der werbesprachlichen Selektion und Verbalisierung argumentativer Topoi eine Anbieter-Konsument-Beziehung aufgebaut und idealisiert, was entscheidungserleichternde Orientierungen zu vermitteln vermag. So verwenden Anbieter den Fundations-Topos der Unternehmerehre: *Dafür stehe ich mit meinem Namen*. (Hipp-Babynahrung) oder verschiedene Motivations-Topoi, z.B. den Schnäppchen-Topos: *Unfassbare Tiefstpreise!* (Media Markt), den Topos der größten Vielfalt: *Niemand erfüllt mehr Wohnwünsche von Bausparern als Schwäbisch Hall*. und einen werbespezifischen Autoritäts-Topos (*Stiftung Warentest bestätigt ...*). Vorzüge des Konsumenten hingegen werden in Gestalt von Schmeichel-Topoi (einer anderen Gruppe von Motivations-Topoi im Werbediskurs) eingebracht. So wird beispielsweise mit dem Topos des Familiensinns argumentiert: *Weil Sie Ihre Familie über alles lieben*. (Hotel-Werbung) oder mit dem Topos der klugen Entscheidung: *Wo kluge Leute Bücher kaufen*. (Jokers).

Diskurstypisch sind neben den soziostilistischen gegebenenfalls auch stilistisch-ästhetische Bedeutungen. Im Werbediskurs entstehen sie bei der kreativen Abwandlung topischer Sätze. Das Beispiel *Der Klügere liest nach*. (*Potsdamer Neueste Nachrichten*) zeigt, dass solche Abwandlungen mit einer Topos-Umwandlung einhergehen können: Aus dem Topos der Vernunft wird der Topos der klugen Entscheidung. Es scheint sinnvoll zu sein, Topos-Kataloge diskursbezogen nach funktionalen Gesichtspunkten zu erstellen: Wird politischen, kommerziellen, juristischen oder pädagogischen Erfolg heischend argumentiert? Wird politische Macht stützend oder untergrabend argumentiert? Von welchen Angriffs- und Verteidigungs-Topoi werden Mediendiskurse beherrscht? Und es kommt noch etwas hinzu:

5. Topoi und Topiken können gruppenspezifisch sein, d. h. die Sichtweise einer sozialen Gruppe zum Ausdruck bringen. Sie ordnen sich dann Soziolekten zu, und topisches Argumentieren nimmt gruppensprachliche Züge an.²³ Das aber baut gegebenenfalls interaktionsbehindernde Argumentationsbarrieren auf. UTA QUASTHOFF hat diesen Gedanken bereits 1985 an einem Mediendisput zwischen Hausbesitzern und Hausbesetzern entfaltet. Argumentationsstilistisch sind also auch soziolektale Topoi zu berücksichtigen. Die land-

topik‘ (OTTMERS 2007, 144) erscheint mir geeignet, solche diskursiven Topikeinbettungen zu erfassen.

23 Der Gruppenspezifität von Topoi wird auch mit dem Begriff ‚Sondertopik‘ Rechnung getragen (vgl. KNAPE 2000, 752 ff. – mit Bezug auf Lothar Bornscheuer).

läufige Auffassung, in Topoi lediglich konsensstiftende, Gegensätze überbrückende Argumente zu sehen (vgl. etwa GENZMER 2003, 31), wird der kommunikativen Wirklichkeit, gerade wenn sich Kontrahenten unversöhnlich gegenüberstehen, nicht gerecht.

3.3 Text-Metaphorik-Relation: Metaphorisches Argumentieren

Bei dieser Spielart des Argumentierens werden metaphorische Konzepte als Einheiten des rhetorischen Codes in metaphorische Argumente als Einheiten eines Textes überführt. Metaphorische Konzepte sind aufzufassen als kognitive Einheiten, die zwischen Begriffen aus völlig andersartigen Erfahrungshorizonten eine bildliche Vergleichs- und Ersetzungsrelation nach dem Muster /X ALS Y/ herstellen.²⁴ Entsprechend den verschiedenen Argumenttypen (vgl. 3.1) kann es Kausations-, Konsekutions-, Fundations- und Motivations-Metaphern geben. Metaphorische Konzepte gruppieren sich zu Bildfeldern (Herkunftsbereichen bildlicher Vergleichsbeziehungen) und Typen von Ersetzungsrelationen.²⁵ Alles das (und noch einiges mehr) macht die Metaphorik des rhetorischen Codes aus. Stilistische Aspekte metaphorischen Argumentierens sehe ich in Folgendem:

1. Die Selektion und Versprachlichung metaphorischer Konzepte ist ein Gestaltungsakt, der Bildlichkeit als Gestaltungsqualität hervorbringt. Meta-

24 In der Betonung des konzeptionellen Charakters von Metaphorik klingt die Metaphertheorie von LAKOFF / JOHNSON (2011) an, die metaphorische Konzepte als eine Gleichsetzungsrelation nach dem Muster /X IST Y/ beschreiben. Dieses Muster ist jedoch lediglich auf den Typ der definitiven Metaphern, die eine Ist-Prädikation enthalten (vgl. PLETT 2001, 108), beziehbar. Um der bildlichen Vergleichs- und Ersetzungsrelation Rechnung zu tragen, die metaphorischen Konzepten (auch solchen definitiven Charakters) m. E. zugrunde gelegt werden muss, beschreibe ich sie nach dem Muster /X ALS Y/ (vgl. auch PIELENZ 1993, 69, Anm. 49). Pielenz' Klassifikation von Metaphertheorien (PIELENZ 1993, 59 ff.) fordert zum Widerspruch heraus. Da Vergleichs- und Ersetzungsoperationen zwangsläufig kognitionsbasiert sind, kann man die Vergleichs- und Substitutionstheorie der Metapher nicht so ohne Weiteres in einen Gegensatz zur Konzeptionalisierungstheorie bringen.

25 Vgl. etwa PLETT (2001, 100–104) zur Genetik und Paradigmatik der Metapher.

phorisches Argumentieren repräsentiert ebenfalls einen von mehreren Argumentationsstilen.

2. Bildlichkeit steht zwar vielfach in einem Gestaltungszusammenhang mit rezeptionserleichternder Anschaulichkeit, doch persuasions- bzw. argumentationsstilistisch müssen weiterreichende strategische Gestaltungszusammenhänge Beachtung finden. Dies sei an drei Beispielanalysen verdeutlicht:

(i) Metaphorisches Argumentieren als Entpolitisieren von Argumenten

In einer Werbekampagne für die Fusion von Berlin und Brandenburg heißt es: „Berlin und Brandenburg – das starke Doppel auf dem Weg zur Einheit. Ich bin dafür.“²⁶

Die Metapher *das starke Doppel*, der das metaphorische Konzept /BUNDESLÄNDER ALS TENNISPIELER/ zugrunde liegt, fungiert in der argumentativen Textstruktur zum einen als Kausations- und Konsekutions-Metapher (Stärke als positive Eigenschaft bzw. Folge der angestrebten Fusion zweier Bundesländer), zum anderen als Attraktivmacher und somit als Motivations-Metapher. Das deklarierte, jedoch mit vielen Unwägbarkeiten verbundene Ziel politischen Handelns (vgl. *Einheit* als Destinations-Zeichen) wird durch Relationierung mit der populären Sportart Tennis in den Erfahrungshorizont vieler Rezipienten projiziert. Metaphorisches Argumentieren tritt gestaltungsstrategisch als ein Entpolitisieren von Argumenten in Erscheinung.

(ii) Metaphorisches Argumentieren als Entkonkretisieren von Politik

In einer politischen Rede, die das Ziel der Sicherung des Friedens zum Thema hat, heißt es zunächst: „Wesentlich von der Stärke des Sozialismus hängt ab, wie sicher der Frieden ist.“²⁷ Dieser Satz enthält – wie zu erkennen ist – sowohl ein Destinations-Zeichen (*Frieden*) als auch ein verbalisiertes Fundations-Argument (*Stärke des Sozialismus*). Im darauffolgenden Satz wird mit der Berufung auf das Volk (hier: *Brigaden*) die Argumentationskategorie MOTIVATION bedient: „Deshalb haben jene Brigaden zu Recht die Losung für sich gewählt, ‚Mein Arbeitsplatz ist mein Kampfplatz für den Frieden‘“. Und dann heißt es weiter:

26 So seinerzeit Günther Jauch als Repräsentant der „Unabhängigen Initiative für Ein Land / Werkstatt Deutschland e. V.“ (vgl. HOFFMANN 1998, 100).

27 Vgl. *Schlußbemerkungen Erich Honeckers auf der Tagung des Thomas-Müntzer-Komitees*. In: *Neues Deutschland* vom 20.01.1989, 5.

Spricht man gerne vom Strom der Geschichte, so hat das schon seine Richtigkeit. Nur lassen wir uns in diesem Strom nicht treiben, wie es gerade kommt, wir selber setzen die Segel, bestimmen Richtung und Ziel unseres Schiffes, steuern es durch ruhige Gewässer wie auch durch Brandungen, gestützt auf das feste Vertrauen zwischen Partei, Staat und Volk.

Dem zitierten Redeabschnitt liegt das metaphorische Konzept /POLITIKER ALS KAPITÄNE/ zugrunde. Dieses Konzept wird zum einen zu einer komplexen Metapher (Allegorie) entfaltet (mit den Elementen *Strom, sich treiben lassen, die Segel setzen, Richtung und Ziel des Schiffes bestimmen, es durch ruhige Gewässer / Brandungen steuern*) und zum anderen in eine Fundations-Metapher überführt. Das Beispiel lässt erkennen, dass metaphorisches Argumentieren geeignet ist, den propositionalen Gehalt einer Argumentation völlig zu verdunkeln. Metaphorisches Argumentieren kann gestaltungsstrategisch als ein Entkonkretisieren von Politik in Erscheinung treten. Will man weiterreichende funktionale Aspekte dieses strategischen Verfahrens erfassen, muss der historische Redekontext berücksichtigt werden. Auf das Beispiel bezogen: Im Januar 1989 war die Stabilität der DDR auf Grund wachsender Unzufriedenheit der Bevölkerung mit den Verhältnissen im Lande bereits hochgradig gefährdet. Für die SED-Führung war dies noch immer kein Anlass, sich mit den innenpolitischen Problemen medienöffentlich und offen auseinanderzusetzen. Sie hielt an ihrer Kaschier- bzw. Beschwichtigungs-Strategie fest. Metaphorisches, hier entkonkretisierendes Argumentieren leistete einen Beitrag zur Umsetzung dieser Strategie.

(iii) Metaphorisches Argumentieren als Enthumanisieren einer Bevölkerungsgruppe

In neonazistischen Flugblättern heißt es, „Ausländer ließen sich auf Kosten der Deutschen *mästen*, und es würden *pausenlos Gelder in ihre offenen Mäuler geschüttet*. Man spricht auch von einer *Asylbetrüger-Futterkrippe*“ (PÖRKSEN 1998, 203).

Wie zu erkennen ist, wird hierbei das metaphorische Konzept /IMMIGRANTEN ALS TIERE/ in Kausations-Argumente überführt. Wie weiter zu erkennen ist, konkretisiert sich metaphorisches Argumentieren hier nun als ein Enthumanisieren²⁸ einer ganzen Bevölkerungsgruppe. Gestaltungsstrategisch

28 Varianten des Enthumanisierens beruhen u. a. auf den metaphorischen Konzepten /IMMIGRANTEN ALS PFLANZEN/ (vgl. ISBERNER 2010, 79 ff.) oder /IMMIGRATION ALS NATURKATASTROPHE/ (vgl. PÖRKSEN 1998, 205 ff.).

kann dies als ein Besetzen von Begriffen und somit als ein Verfahren zur Umsetzung einer Konkurrenz-Strategie (vgl. KLEIN 1998) bzw. Markanz-Strategie (vgl. HOFFMANN 1998) gesehen werden. Das Beispiel gibt Anlass, erneut darauf hinzuweisen, dass die Verwendung von Metaphorik nicht kritiklos als Kennzeichen eines guten Stils gelten darf. Metaphern dienen u. a. „der Abwertung des anderen, der Ausgrenzung, der Legitimierung von Gewalt. Daß die zu diesem Zweck nutzbar gemachten Metaphern aus einer geschichtlich bewußten und ethischen Perspektive abzulehnen und zu verwerfen sind, ist selbstverständlich“ (PÖRKSEN 1998, 212).

3. Metaphorische Konzepte lassen sich formenreich²⁹ vertexten. An dieser Stelle seien lediglich die Metaphern mit einer Ist-Prädikation erwähnt (vgl. auch Anm. 24), denn diese satzförmigen bzw. definitorischen Metaphern lassen die konzeptionelle Vergleichsrelation zwischen X und Y als eine Gleichsetzungsrelation erscheinen. Sie eignen sich deshalb in besonderem Maße für persuasive Definitionen der Textbedeutung, wobei verschiedene strategische Verfahren (Vergrößern, Verkleinern, Aufwerten, Abwerten, Umdeuten, Simplifizieren usw.) zur Anwendung kommen (vgl. HOFFMANN 1996, 304 f.). Um auf das Beispiel „Berlin und Brandenburg – das starke Doppel auf dem Weg zur Einheit“ zurückzukommen: Hier wird das metaphorische Konzept /BUNDESLÄNDER ALS TENNISPIELER/ umgesetzt in eine semantische Textstruktur, bei der zwei noch getrennt existierende Bundesländer (Definiendum) persuasiv-umdeutend und dadurch zugleich aufwertend mit einem erfolgreichen Tennisspielerpaar (Definiens) gleichgesetzt werden.

4. Metaphorisches und topisches Argumentieren schließen sich nicht gegenseitig aus. Ein metaphorischer Ausdruck kann zugleich ein topisches Argument sein. Es gibt Fälle von „argumentativer Allianz“ (PIELENZ 1993, 119): In dem topischen Satz „Nur die dümmsten Kälber wählen ihre Metzger selber.“³⁰ manifestieren sich sowohl der Topos der Einfachheit als auch das metaphorische Konzept /WÄHLERSCHAFT ALS KÄLBER/. In dem topisch gewor-

29 Einen kleinen Einblick vermittelt der Abschnitt zur Grammatik der Nominalmetapher bei PLETT (2001, 106–109).

30 Zitat aus einer Wahlkampfrede Edmund Stoibers im Jahre 2005, in der er Kritik an der Wählerschaft der PDS übte.

denen Satzbaustein *blühende Landschaften*³¹ manifestieren sich sowohl der Heile-Welt-Topos (ein Spezialfall des Topos der positiven Folgen³²) als auch das metaphorische Konzept /GESELLSCHAFTSENTWICKLUNG ALS NATURERLEBNIS/.

Zu fragen ist: Wenn topisches Argumentieren Abstraktheit, metaphorisches Argumentieren Bildlichkeit hervorbringt – welche Gestaltungsqualität entsteht dann bei der Verbindung beider Argumentationsstile? Hierauf ist zu antworten: Verbinden sich metaphorisches und topisches Argumentieren, setzt sich die Bildlichkeit immer gegenüber der Abstraktheit durch.

4. Persuasive Stile in der kultursemiotischen Dimension

4.1 Eine Typologie intersemiotischer Beziehungen

Dass in der persuasiven Kommunikation außer Texten auch kommunikative Zeichen(komplexe) anderer Medialität vorkommen und intersemiotische Beziehungen eingehen, ist alles andere als neu. In der kultursemiotischen Dimension persuasiver Stile kommt es jedoch speziell darauf an, die vielfältigen Erscheinungsformen von Intersemiotizität im Hinblick auf die ihnen immanenten Gestaltungsaspekte zu beleuchten. Im Unterschied zu STEGU (2006, 186) bestimme ich ‚Intersemiotizität‘ als Oberbegriff für drei Haupterscheinungsformen:

31 Zitat aus einer Fernsehansprache Helmut Kohls am 1. Juli 1990. Mit dem metaphorischen Ausdruck wurde den Menschen in Ostdeutschland ein Versprechen gegeben.

32 Nach KINDT (1992, 203) sind der Heile-Welt-Topos und der Katastrophen-Topos Spezialfälle des Topos der Konsequenz. Da ich diesen Topos in die Topoi der positiven bzw. negativen Folgen (und weitere Topoi) aufspalte (vgl. Anm. 19), kann der Katastrophen-Topos als Spezialfall des Topos der negativen Folgen bestimmt werden. Er kommt metaphorisch bspw. in dem Konzept /IMMIGRATION ALS NATURKATASTROPHE/ (vgl. Anm. 28) zum Tragen.

- a) für die Verknüpfung medial heterogener Zeichen(komplexe) wie Text, Bild und Ton zu einem ganzheitlichen Kommunikat sowie für mediale Transcodierungen aller Art (Intermedialität³³),
- b) für medial homogene Beziehungen zwischen Text, Bild, Ton (usw.) als semiotischen Bausteinen von Kommunikaten einerseits und Vorgänger-Texten, -Bildern, -Tönen (usw.) andererseits (Intertextualität, Intervisualität³⁴, Intertonalität usw.),
- c) für medial homogene wie heterogene, kommunikationinterne wie -externe Beziehungen zwischen Texten, Bildern, Tönen (usw.) als Einheiten verschiedener Diskurse (Interdiskursivität).

Einer der beiden Pole von Intersemiotizität kann abstrakter Natur sein. Dann erfasst ‚Intersemiotizität‘ die Beziehungen zwischen dem Kommunikat einerseits und Diskurstypen sowie kommunikativen Gattungen (Textsorten, Bildsorten³⁵, Text-Bild-Sorten, Tongattungen usw.) als (komplexen) Zeichenmustern bzw. Codes andererseits (abstrakte Intersemiotizität).³⁶ Codes gehören zum kommunikativen Rahmen, Code-Wissen hingegen zirkuliert im kommunikativen Raum. Intersemiotizität kann auch in persuasionsstilistischer Hinsicht kulturspezifische Züge annehmen, die von interkulturell angelegten Vergleichen zutage gefördert werden (vgl. HELD 2005; HELD 2008; SMITH 2008; JANICH 2010, 284 ff.). Die verschiedenen Erscheinungsformen von

33 ‚Medialität‘ erfasst zunächst die Spezifik des jeweiligen Signifikanten, nach der sich Kommunikationsmedien unterscheiden lassen. Bei jedem einzelnen Kommunikationsmedium ist weiter zu differenzieren: in Bezug auf ‚Text‘ zwischen ‚gesprochen‘, ‚geschrieben‘, ‚gesungen‘, in Bezug auf ‚Bild‘ z. B. zwischen ‚statisch‘ und ‚dynamisch‘, in Bezug auf ‚Ton‘ z. B. zwischen ‚Geräusch‘ und ‚Musik‘. Meine Position zum Alternativbegriff (Multi-)Modalität habe ich u. a. in HOFFMANN (2010, 90 f.) dargelegt. Entsprechend der Vieldeutigkeit des Medienbegriffs kann ‚Intermedialität‘ weitere Bedeutungen annehmen.

34 Ein Alternativbegriff wäre ‚Interikonizität‘ (vgl. KESSLER / HELLWIG 2004). Da aber z. B. auch Metaphern visualisiert werden können, die selbst als ikonische Zeichen gelten, ziehe ich den Begriff Intervisualität vor.

35 Begriff nach STÖCKL (2004, 122 ff.).

36 Diese Erscheinungsform von Intersemiotizität hat STÖCKL (2006, 14) wohl vor Augen, wenn er von Codeverkopplungen spricht.

Intersemiotizität können miteinander verknüpft sein und auch aufeinander aufbauen.³⁷

Die vorgestellten Differenzierungen sind alle persuasionsstilistisch von Belang, da Intersemiotizität in ihren verschiedenen Erscheinungsformen neue Ressourcen für die Herstellung strategischer Gestaltungszusammenhänge (vgl. 2.6) bereithält. Für den instrumentalen Aspekt dieser Zusammenhänge heißt das, dass die gestaltungsstrategischen Mittel (Persuasorien) eine Komplexion aus sprachlichen, para- und nichtsprachlichen Einheiten bilden können. Für den operationalen Aspekt heißt das, dass die gestaltungsstrategischen Verfahren nun intersemiotisch angelegt sind. So lassen sich auch topisches und metaphorisches Argumentieren (vgl. 3.2.f.) intersemiotisch realisieren. Im Hinblick auf den funktionalen Aspekt strategischen Gestaltens ist zu sagen, dass Intersemiotizität neue Möglichkeiten des Attraktiv- und Unterhaltsam-Machens, des Kaschierens eigennütziger Interessen, der Emotionalisierung, Dramatisierung usw. eröffnet.³⁸ Persuasionsstilistisch von Belang ist auch die Frage, welche Gestaltungsqualitäten durch die Nutzung erweiterter Gestaltungsoptionen hervorgebracht werden. In den beiden nachfolgenden Abschnitten sollen ausgewählte stilsemiotische Aspekte an Beispielen aufgezeigt werden. Dem Prinzip der Herstellung paariger Relationen folgend (vgl. 1.1), gehe ich jeweils separat auf die Text-Bild-Relation und die Bild-Ton-Relation ein.

4.2 Text-Bild-Relation

An Untersuchungen zu strategischen Beziehungen zwischen Text und Bild, speziell zur Nutzung von Gestaltungsoptionen, die zwischen Text und Bild angelegt sind, mangelt es mittlerweile nicht. SOWINSKIS Typologie von Werbestrategien (1998, 32–40) offenbart, dass Bilder in sämtliche strategischen Gestaltungsakte von Werbekommunikaten einbezogen sein können. Allein seine Beschreibung „produktbezogener Strategien“³⁹ zeigt: Bilder können die

37 Die Herstellung intersemiotischer Beziehungen unterliegt den Regeln der Semiosphäre. Zur Urheberschaft dieses Begriffs siehe LOTMAN (1990).

38 Eine auf Mikrostilistika reduzierte Beschreibung persuasiver Stile (bzw. Stilwirkungen) nach sprachsystembezogenen Ebenen (vgl. HOSMAN 2008) geht an nahezu allem Wesentlichen vorbei.

39 Es müsste eigentlich präziser Produktpräsentations-Strategien heißen (vgl. HOFFMANN 2012b).

Verwendungssituation idealisieren, Waren beseelen, Cowboy-Romantik erzeugen, erotische Vorstellungen aufbauen, Produkte in eine geschätzte Aura einbetten (u. a. m.). KLEIN (1994) hat dargelegt, wie Bildmotive und Bildtechnik im Fernsehen eingesetzt werden, um Bewertungen abzusichern. Erinnerung sei auch an das von ECO entdeckte „gastronomische Icon“, das z. B. in der Bierwerbung „unsere Begierde stimuliert“ (ECO 1991, 272). Ich wende mich im Weiteren dem persuasionsstilistischen Potential von Bildmotiven zu und komme auf ausgewählte Fälle von visualisierter und zugleich argumentativer Sinnbildlichkeit⁴⁰ zu sprechen, die sich intermedial (hier: zwischen Text und Bild) entfaltet.

(i) Visualisierte Sinnbilder⁴¹ als Persuasionsstilistika bei der Abwertung des politischen Gegners

Erwähnung verdient zunächst, dass die Visualisierung von Sinnbildern strategisch genutzt wird, um die Abwertung des politischen Gegners **anschaulicher** und **einprägsamer** (gegenüber rein textmedialen Kommunikaten) zu vermitteln. Als Beispiel möge ein Wahlplakat genügen, mit dem die CDU anlässlich der Wahlen zum Europa-Parlament im Jahre 2004 an die Öffentlichkeit ging (siehe Abb. 2). Als Bildmotiv wurde eine Sanduhr gewählt: Der obere Kegel ist mit dem Schlagwort *Wirtschaftswachstum* beschriftet, der untere Kegel mit dem Schlagwort *Arbeitslosigkeit*. Rechts daneben ein Textbalken mit der Schlagzeile „Bei Rot-Grün läuft was falsch.“ Persuasionsstilistisch bemerkenswert ist zweierlei:

- a) Das Bild einer Sanduhr wird zum Sinnbild einer als verfehlt angesehenen Wirtschaftspolitik.

40 In (visualisiertem) sinnbildlichem Argumentieren manifestiert sich ein weiterer Argumentationsstil (vgl. 3.1). Sinnbilder können jedoch – wie auch Metaphern – zugleich topische Argumente sein. Aus den nachfolgend aufgeführten Beispielen werden der Topos der negativen Folgen und der Autoritäts-Topos ersichtlich.

41 Sinnbilder unterscheiden sich von Metaphern dadurch, dass sie nicht auf eine Vergleichs- und Ersetzungsrelation zurückführbar sind. Sinnbilder beruhen auf Doppelsinn. Sie denotieren das von ihnen Dargestellte / Bezeichnete und konnotieren zugleich etwas anderes (vgl. dazu KERKHOFF 1962, 51). Als Teilklasse der symbolischen Zeichen zeichnen sie sich durch Motiviertheit anstelle von Arbitrarität aus, und sie kommen auch in visualisierter, bildmedialer Form vor (vgl. HOFFMANN 2004, 367 ff.).

- b) Der volkswirtschaftliche Lehrsatz des Zusammenhangs zwischen Wirtschaftswachstum und Arbeitslosigkeit (die Abnahme des einen führt zur Zunahme des anderen) wird in ein intermediales Zeichengefüge von hoher Anschaulichkeit und Einprägsamkeit transcodiert.



Abb. 2: Wahlplakat CDU

(ii) Visualisierte Sinnbilder als Persuasionsstilistika bei der Aufwertung kommerzieller Werbeefferten

Erwähnung verdient ferner, dass die Visualisierung von Sinnbildern strategisch genutzt wird, um aktuelle Offerten eines Unternehmens **spektakulärer** erscheinen zu lassen, als sie es von sich aus sind oder sein könnten.

Mein Beispiel hierzu ist eine Werbeanzeige von Mitsubishi aus dem Jahre 2005 (siehe Abb. 3). Hier findet sich das Bildnis des ehemaligen Wirtschaftsministers und späteren Bundeskanzlers Ludwig Erhard, Autor des Buches *Wohlstand für alle*, der als Kanzler des deutschen Wirtschaftswunders in die Geschichte eingegangen ist. Genau das Wissen um dieses herausragende Verdienst ist es, das gestaltungsstrategisch nutzbar gemacht wird. Das Bildnis eines Politikers, das als Sinnbild für ‚Wirtschaftswunder‘ fungiert, dient dazu, aktuelle Offerten von Mitsubishi und zugleich Unterschiede zu Marktkonkurrenten noch spektakulärer erscheinen zu lassen, als es die konkreten Werbeversprechen (vgl. z. B. „Für alle Modelle: Null-Leasing.“) ohnehin sind. Die alliterierte Schlagzeile „Die Wirtschafts-Wunder-Wochen.“ interagiert mit der sinnbildlichen Bedeutung des Politikerfotos. Sowohl der Text als auch das

Bildnis von Ludwig Erhard vermitteln zwischen dem kommerziellen und dem politischen Diskurs. Wir haben es gestaltungsstrategisch mit der Visualisierung von inszenierter Interdiskursivität zu tun.⁴²



Abb. 3: Werbeanzeige Mitsubishi

(iii) Visualisierte Sinnbilder als Persuasionsstilistika bei der Aufwertung politischer Persönlichkeiten

Erwähnung verdient schließlich auch, dass die Visualisierung von Sinnbildern strategisch genutzt wird, um Werbebotschaften **unterhaltsamer** zu vermitteln, als es rein textmediale Kommunikate zu leisten imstande sind.

Werbekommunikate unterhaltsam machen zu wollen, erfordert u. a., sie zu verfremden. Dies kann mittels werbekommunikativer Travestien geschehen, d. h. durch das Verdecken von Werbung, das Verdecken von kommerzieller Werbung, das Verdecken der Produktbranche (vgl. HOFFMANN 2012b). SOWINSKI (1998, 36 ff.) spricht von „Rätsel-Werbung“ und „scheinbarer Irreführung“, SANDIG (2006, 354 ff.) von „thematischer Irreführung“, HELD (2006, 114) von „Spannungsstrategien“. Das Erzeugen von Spannung (Suspensivität), von Rätsel- und / oder Verlaufsspannung (vgl. HELD 2006, 111 – mit Bezug auf Peter Wenzel), verlangt im Vergleich mit rein textmedialen Verfahren des Spannung-Erzeugens (vgl. SANDIG 2006, 243 ff.) ein hohes Maß an Kreativität. Mein Beispiel (siehe Abb. 4) illustriert verfremdete Intervisualität in Gestalt einer Fotomontage.

42 Zu weiteren Beispielen für visualisierte Interdiskursivität (Diskursvermittlung, Diskurswechsel) siehe STÖCKL (1998), KESSLER (1998), KESSLER / HELLWIG (2004).



Abb. 4: Werbeanzeige der „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“

Die Anzeige der „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ aus dem Jahre 2005, ganzseitig (DIN-A 2-Format) geschaltet im Vorfeld der Wahlen zum Deutschen Bundestag, montiert die Bildnisse von Ludwig Erhard und Angela Merkel ineinander, um auf diese Weise das zum Sinnbild gewordene Verdienst Erhards auf die seinerzeitige Kanzlerkandidatin Merkel zu übertragen. Fotomontage und „Anspielung über den visuellen Kode“ (JANICH 2010, 234) werden als strategische Verfahren eingesetzt, um die Bewertung der Kompetenzen einer im Wahlkampf stehenden Person in visualisierter Form unterhaltsam zu vermitteln – und eben unterhaltsamer, als es rein textmediale Kommunikate zu leisten imstande sind.

4.3 Bild-Ton-Relation

Gegenüber den visuellen Stilmitteln scheinen die tonalen in der persuasiven Kommunikation weniger leistungsfähig zu sein. KLEIN (1994, 14) z. B. spricht dem fernsehmedialen Einsatz von Musik und Geräusch generell eine argumentative Funktion ab: „Sie unterstreichen **auf suggestive Weise** das Gesagte und das Gezeigte.“ (Hervorh. M.H.) Er erwähnt u. a. die Klangfarbe als ein Mittel, um die Evokation von Sympathie und Atmosphäre zu intensivieren. Untersuchungen zu Werbespots (vgl. etwa LEO 1999 und WYSS 2011) geben zu erkennen, dass das bimediale Zusammenspiel speziell von Bild und Ton (Musik, Geräusch), wie wir es vom Film her kennen, narrativ bedeutsam sein kann. Es verwundert daher nicht, dass Kategorien der Film- und Fernsehanalyse (vgl. HICKETHIER 1996) als übertragbar erscheinen. So ist u. a. untersuchenswert, wie sich der akustische Wahrnehmungsraum (Hörraum) mit dem visuellen Raum (Sehraum) zu einer Einheit verbindet (HICKETHIER 1996, 91).⁴³ Im Folgenden soll auf audiovisuelle Gestaltungsverfahren verwiesen werden, die in Werbespots speziell die Unterhaltungsfunktion indizieren.

(i) Audiovisuelles Anspielen

Es war bereits auf den Zusammenhang von Unterhaltsamkeit (als kommunikativer Potenz) und Verfremdung einzugehen (siehe 4.2). Zu ergänzen ist nun: Bei der Verfremdung von Kommunikaten kann auch das Verfahren der „musikalischen Anspielung“ (JANICH 2010, 235) zum Einsatz kommen. Als Beispiel führt JANICH (2010, 235 u. 237) einen TV-Werbespot für ein Haarfärbeprodukt an, in dem die eingesetzte Bildmotivik und die eingespielte Musik in auffälliger Weise an die Vorspanngestaltung einiger James-Bond-Filme erinnern. Das aber heißt letztlich: Es handelt sich eigentlich nicht um eine bloße musikalische, sondern um eine audiovisuelle Anspielung – auf der Basis nicht einfach des musikalischen, sondern des filmhistorischen Codes.

(ii) Allusives Erzählen mittels Bild und Ton

Zu ergänzen ist weiterhin: Es gibt einen Zusammenhang von Unterhaltsamkeit und Narrativität. WYSS (2011, 288 ff.) beschreibt ein audiovisuelles Grundmuster des Erzählens im TV-Werbespot (kurz audiovisuelles Narrativ ge-

43 Textmediale Komponenten des Hör- und Sehraums (gesprochener und gesungener Text, Schrifteinblendungen) sind bei einer umfassenden Analyse natürlich einzu-beziehen.

nannt) sowie Variationen dieses Musters und hebt dabei auf die Filmizität von Spots ab, bei der Bild und Ton Erzählsequenzen konstituieren. Eines ihrer Beispiele ist geeignet zu illustrieren, wie sich das Verfahren der Anspielung über den filmhistorischen Code mit dem Erzeugen von narrativer Verlaufsspannung verbindet.⁴⁴ So erinnern szenenbildliche und musikalische Details zunächst auffällig an den Musical-Film *Singing in the Rain*, das Geschehen nimmt aber dann eine unerwartete Wendung: Ein in strömendem Regen singender Mann

tanzt im Spot [...] wenige Schritte zur Musik, um dann sogleich abubrechen, weil er husten muss. Er ist krank, erhält dann von einer freundlichen Dame einen Erkältungstee und schlürft diesen erleichtert, bevor die Moderatorenstimme das Produkt nennt und der *Packshot* das beworbene Heilmittel präsentiert (WYSS 2011, 285; Hervorh. im Original).

Die audiovisuellen Filmzitate werden also in eine neue, als primär anzusehende Erzählstruktur eingeflochten, in der Einheiten des Vertextungsmusters Narration wie KOMPLIKATION und AUFLÖSUNG (vgl. VAN DIJK 1980, 142) eine werbungstypische Umsetzung erfahren.

(iii) Narratives Montieren von Bild und Ton

Der Zusammenhang von Unterhaltsamkeit und Narrativität stellt sich über ein weiteres strategisches Verfahren her: die „filmische Montage zu einem Thema“ (WYSS 2011, 296). Das Besondere daran ist, dass erst durch das Verfahren selbst, d. h. durch die Montage von Bildern, darauf abgestimmte Geräusche und hinzukomponierte Musik eine Geschichte entsteht.

5. Schlussbemerkungen

Meine Aufgabe war es, einen Rahmen für die Einordnung und Analyse vielfältiger stilistischer Aspekte in der persuasiven Medienkommunikation abzustechen. Meine Aufgabe war es nicht, den Bogen zur Medientextsorte ‚Kommentar‘ zu schlagen. Auch war es nicht meine Aufgabe, Stilvergleiche in der europäischen Dimension anzustellen. Eine der weiterführenden Aufgaben

44 Dass sich Narrativität auch mit Rätsel-Spannung verbinden kann, zeigt STEIN (2011, 44 ff.) am Beispiel einer Werbeanzeige (Text-Bild-Relation).

wäre es demnach aus meiner Sicht, kulturspezifische Argumentationsstile und kulturspezifische Formen von Intersemiotizität, wie sie sich im Textsorten-Rahmen ‚Kommentar‘ herausgebildet haben, mit Bezug auf kulturneutrale Merkmale des Kommunikationstyps ‚Persuasion‘ zu ermitteln und zu beschreiben.

Literatur

- ABRAHAM, ULF (1996): *StilGestalten. Geschichte und Systematik der Rede vom Stil in der Deutschdidaktik*. Tübingen.
- ADAMZIK, KIRSTEN (2004): *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*. Tübingen.
- DIJK, TEUN A. VAN (1980): *Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung*. Tübingen.
- DGF (1994): *DUDEN. Das Große Fremdwörterbuch. Herkunft und Bedeutung der Fremdwörter*. Mannheim u. a.
- ECKKRAMMER, EVA MARTHA / HELD, GUDRUN (Hrsg.) (2006): *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten*. Frankfurt a. M. u. a.
- ECO, UMBERTO (1991): *Einführung in die Semiotik*. 7. Aufl. München.
- FIGHLER, REINHARD (2008): *Emotionale Kommunikation*. In: FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.), 757–772.
- FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.) (2008 / 2009): *Rhetorik und Stilistik. Rhetoric and Stylistics. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*. 2 Bde. Berlin / New York.
- GENZMER, HERBERT (2003): *Rhetorik*. Köln.
- GIRNTH, HEIKO (2002): *Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. Tübingen.
- GRÜNERT, HORST (1974): *Sprache und Politik. Untersuchungen zum Sprachgebrauch der ‚Paulskirche‘*. Berlin / New York.
- HABERMAS, JÜRGEN (1995): *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bde. Frankfurt a. M.
- HELD, GUDRUN (2005): *Covers – ein multimodaler Kontakttext im aktuellen Info-Marketing. Überlegungen anhand einer vergleichenden Untersuchung italienischer, französischer und deutschsprachiger Titelseiten von Nachrichtenmagazinen*. In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim / Zürich / New York, 323–350.

- HELD, GUDRUN (2006): Formen intersemiotischer Spannung in aktueller Printwerbung. In: ECKKRAMMER, EVA MARTHA / HELD, GUDRUN (Hrsg.), 107–128.
- HELD, GUDRUN (2008): Der Raum als Traum – intersemiotische Gestaltungsstrategien und ihre Realisierung in globalen Kampagnen der Tourismuswerbung. In: HELD, GUDRUN / BENDEL, SYLVIA (Hrsg.), 149–172.
- HELD, GUDRUN / BENDEL, SYLVIA (Hrsg.) (2008): Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich. Frankfurt a. M. u. a.
- HERBIG, ALBERT F. (1992): „Sie argumentieren doch scheinheilig!“ Sprach- und sprechwissenschaftliche Aspekte einer Stilistik des Argumentierens. Frankfurt a. M. u. a.
- HICKETHIER, KNUT (1996): Film- und Fernsehanalyse. 2. Aufl., Stuttgart / Weimar.
- HOFFMANN, MICHAEL (1996): Persuasive Denk- und Sprachstile. In: Zeitschrift für Germanistik N. F. 6.2, 293–307.
- HOFFMANN, MICHAEL (1998): Gestaltungsstrategien und strategisches Gestalten. Zur Persuasivität von Thematisierungsstilen im politischen Diskurs. In: HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.), 57–100.
- HOFFMANN, MICHAEL (2003): Linguistische und literaturwissenschaftliche Konturen einer sozialgeschichtlichen Werkinterpretation. Mit einer Modellanalyse zu Armin Mueller-Stahls Roman „Verordneter Sonntag“. In: HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.): Berührungsbeziehungen zwischen Linguistik und Literaturwissenschaft. Frankfurt a. M. u. a., 139–167.
- HOFFMANN, MICHAEL (2004): Zeichenklassen und Zeichenrelationen bei der Verknüpfung von Text und Bild. Ein Beitrag zur semiotischen Semantik. In: POHL, INGE / KONERDING, KLAUS-PETER (Hrsg.), 357–386.
- HOFFMANN, MICHAEL (2009): Situation als Kategorie von Rhetorik und Stilistik. In: FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.), 1316–1335.
- HOFFMANN, MICHAEL (2010): Thematische Einstellungen und ihre stilistischen Aspekte. Ein textsemiotischer Modellierungsversuch mit Beispielen aus der Werbekommunikation. In: TSCHERNIAVSKAIA, VALERIA / BERNER, ELISABETH (Hrsg.): Text- und Diskurslinguistik: Traditionen und Trends. St. Petersburg, 81–100.
- HOFFMANN, MICHAEL (2012a): Kreativität im Journalismus der DDR. Kolumnen, Porträts und Interviews der Zeitschrift „Film Spiegel“ als Beispiel. In: GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.): Presstextsorten jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität. Frankfurt a. M. u. a., 231–247.
- HOFFMANN, MICHAEL (2012b): Werbekommunikation stilistisch. In: JANICH, NINA (Hrsg.): Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge. Tübingen, i. Dr.

- HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.) (1998): Beiträge zur Persuasionsforschung. Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte. Frankfurt a. M. u. a.
- HOSMAN, LAWRENCE A. (2008): Style and persuasion. In: FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.), 1119–1129.
- ISBERNER, ANNA-VERENA (2010): Die rhetorische Figur der Metapher und ihr persuasiver Gehalt – dargestellt anhand von Flugblättern neonazistischer Gruppierungen in Deutschland. Staatsexamensarbeit, Universität Potsdam. Unveröffentlichtes Manuskript.
- JANICH, NINA (2010): Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. 5. Aufl. Tübingen.
- KERKHOFF, EMMY L. (1962): Kleine deutsche Stilistik. Bern / München.
- KESSLER, CHRISTINE (1998): Diskurswechsel als persuasive Textstrategie. In: HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.), 273–291.
- KESSLER, CHRISTINE / HELLWIG, TINA (2004): Visualisierte Intertextualität als Kontext für Bedeutungskonstruktionen in Karikaturen, politischen Plakaten und Werbeanzeigen. In: POHL, INGE / KONERDING, KLAUS-PETER (Hrsg.), 387–408.
- KINDT, WALTHER (1992): Argumentation und Konfliktaustragung in Äußerungen über den Golfkrieg. In: Zeitschrift für Sprachwissenschaft 11.2, 189–215.
- KLEIN, JOSEF (1994): Medienneutrale und medienspezifische Verfahren der Absicherung von Bewertungen in Presse und Fernsehen. Typologie und semiotische Distribution. In: MOILANEN, MARKKU / TITTULA, LIISA (Hrsg.): Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Berlin / New York, 3–17.
- KLEIN, JOSEF (1998): Politische Kommunikation als Sprachstrategie. In: JARREN, OTFRIED / SARCINELLI, ULRICH / SAXER, ULRICH (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Opladen / Wiesbaden, 376–395.
- KLEIN, JOSEF (2009): Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache der Politik. In: FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.), 2112–2131.
- KNAPE, JOACHIM (2000): Die zwei texttheoretischen Betrachtungsweisen der Topik und ihre methodologischen Implikaturen. In: SCHIRREN, THOMAS / UEDING, GERT (Hrsg.): Topik und Rhetorik. Ein interdisziplinäres Symposium. Tübingen, 747–766.
- LAKOFF, GEORGE / JOHNSON, MARK (2011): Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern. 7. Aufl. Heidelberg.
- LEO, HILDEGUND (1999): Musik im Fernsehwerbespot. Frankfurt a. M. u. a.
- LOTMAN, JURIJ M. (1990): Über die Semiosphäre. In: Zeitschrift für Semiotik 12.4, 287–305.
- OTTMERS, CLEMENS (2007): Rhetorik. 2. Aufl. Stuttgart / Weimar.
- PIELENZ, MICHAEL (1993): Argumentation und Metapher. Tübingen.

- PLETT, HEINRICH F. (2001): Einführung in die rhetorische Textanalyse. 9. Aufl. Hamburg.
- POHL, INGE / KONERDING, KLAUS-PETER (Hrsg.) (2004): Stabilität und Flexibilität in der Semantik. Strukturelle, kognitive, pragmatische und historische Perspektiven. Frankfurt a. M. u. a.
- PÖRKSEN, BERNHARD (1998): „Das deutsche Haus brennt an allen Ecken und Enden.“ Der persuasive Gebrauch von Metaphern in den Flugblättern von Neonazis. In: HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.), 191–215.
- QUASTHOFF, UTA (1985): Argumentationsbarrieren. Die Manifestation von Gruppenspezifika und die Behinderung von Verständigung durch topisches Argumentieren. In: KOPPERSCHMIDT, JOSEF / SCHANZE, HELMUT (Hrsg.): Argumente – Argumentation. Interdisziplinäre Problemzugänge. München, 170–207.
- SANDIG, BARBARA (1986): Stilistik der deutschen Sprache. Berlin / New York.
- SANDIG, BARBARA (1996): Bewerten in (Autowerbe-)Texten. In: Zeitschrift für Germanistik N. F. 6.2, 272–292.
- SANDIG, BARBARA (2001): Stil ist relational! Versuch eines kognitiven Zugangs. In: JAKOBS, EVA-MARIA / ROTHKEGEL, ANNELY (Hrsg.): Perspektiven auf Stil. Tübingen, 21–33.
- SANDIG, BARBARA (2004): Bewertungstexte. In: ALBRECHT, JÖRN / GERZYMISCH-ARBOGAST, HEIDRUN / ROTHFUSS-BASTIAN, DOROTHEE (Hrsg.): Übersetzung – Translation – Traduction. Neue Forschungsfragen in der Diskussion. FS Werner Koller. Tübingen, 185–201.
- SANDIG, BARBARA (2006): Textstilistik des Deutschen. 2. Aufl. Berlin / New York.
- SCHWARZE, CORDULA (2011): Formen und Funktionen von Topoi im Gespräch. Eine empirische Untersuchung am Schnittpunkt von Argumentationsforschung, Gesprächsanalyse und Sprechwissenschaft. Frankfurt a. M. u. a.
- SMITH, VERONICA (2008): Interkulturelle Werbung in Wort und Bild – Grenzen der Übersetzbarkeit. In: HELD, GUDRUN / BENDEL, SYLVIA (Hrsg.), 211–229.
- SOWINSKI, BERNHARD (1998): Werbung. Tübingen.
- SPILLNER, BERNHARD (1983): Stilistische Abwandlung von topisierter Rede. In: SANDIG, BARBARA (Hrsg.): Probleme der Stilistik. Hildesheim / Zürich / New York, 61–75.
- STEGU, MARTIN (2006): Intertextuelles und intersemiotisches Bewusstsein – unter besonderer Betonung multimodaler Texte. In: ECKKRAMMER, EVA MARTHA / HELD, GUDRUN (Hrsg.), 179–198.
- STEIN, STEPHAN (2011): Strategien der Vertextung im Werbetext. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 54, 33–56.
- STÖCKL, HARTMUT (1998): „Alles Müller oder was? – Nicht immer, aber immer öfter.“ Werbliche Kommunikation als Vermittler zwischen öffentlichem und privatem Diskurs. In: HOFFMANN, MICHAEL / KESSLER, CHRISTINE (Hrsg.), 293–310.

- STÖCKL, HARTMUT (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Berlin / New York.
- STÖCKL, HARTMUT (2006): Zeichen, Text und Sinn – Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse. In: ECKKRAMMER, EVA MARTHA / HELD, GUDRUN (Hrsg.), 11–36.
- STROH, WILFRIED (2011): Die Macht der Rede. Eine kleine Geschichte der Rhetorik im alten Griechenland und Rom. Berlin.
- WYSS, EVA LIA (2011): Erzählen in bewegten Werbebildern. Narrative Muster und Logiken des Werbens zwischen Story und Produkt. In: DIEKMANNSHENKE, HAJO / KLEMM, MICHAEL / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin, 279–301.

HEINZ-HELMUT LÜGER

Persuasion als medienlinguistisches Phänomen

« Mais le langage ne s'adresse pas seulement à la raison : il veut émouvoir, il veut persuader, il veut plaire. » (BREAL 1904, 288)

1. Persuasion

Persuasion scheint mit verbaler Kommunikation untrennbar verbunden – das vor allem dann, wenn der Äußerungskontext ein öffentlicher ist. Textproduzenten kommunizieren in der Regel nicht zweckfrei, sondern wollen etwas bewirken, im weitesten Sinne einen gegebenen Weltzustand verändern. Je nach sprachlicher Handlung und je nach vorliegenden Bedingungen soll auf seiten des Adressaten eine bestimmte Reaktion, eine bestimmte Denk- oder Verhaltensweise ausgelöst oder befördert werden.

In der massenmedialen Kommunikation steht nun bekanntlich das Bemühen im Vordergrund, durch die Bereitstellung entsprechender Informationen Einfluß zu nehmen auf Positionen und Haltungen, wie sie bei der Leserschaft bezüglich eines Sachverhalts bestehen oder angenommen werden. Insofern ist es durchaus folgerichtig, Persuasion zunächst als „Versuch eines Textproduzenten“ zu betrachten, „auf die Ansichten und Auffassungen des Rezipienten einzuwirken, damit er sich in einer vom Produzenten intendierten Weise verhält“ (NIKULA 2009, 286).

Persuasion bezeichnet also keine spezielle Eigenschaft sprachlicher Äußerungen, sondern bezieht sich vielmehr auf deren Wirkung(en). Genauer: Der Begriff verweist auf die einer sprachlichen Handlung – mehr oder weniger regelhaft – zuschreibbaren Zwecke, nämlich darauf, was ein Sprecher / Autor mit seinem Handeln letztlich erreichen will. Hiervon zu unterscheiden sind a) die faktischen Resultate einer sprachlichen Aktivität, z. B. die tatsächlich beim Rezipienten ausgelöste(n) Reaktion(en), b) das allgemeine „Nachspiel“, die „zufälligen, unbeabsichtigten Nebenwirkungen oder nichtintendierten Folgen sprachlichen Handelns“ (LENK 1991, 263). In sprechakttheoretisch geprägten Analysen findet sich in solchen Zusammenhängen meist der Terminus ‚Perlokution‘ oder ‚perlokutiver Akt‘, wobei jedoch längst nicht immer zwischen

intendiertem Zweck, erreichtem Resultat und weitergehenden Konsequenzen unterschieden wird.¹ Einen Fortschritt stellt insofern die Differenzierung von ‚Bewirkungsversuch‘ (z. B. versuchen, mit einer Mitteilung jmdn. von einem Sachverhalt p in Kenntnis zu setzen) und ‚Bewirkungsziel‘ (z. B. jmd. nimmt den Sachverhalt p zur Kenntnis) dar (vgl. VON POLENZ 1985, 209 ff.).² Zur Veranschaulichung zwei Beispiele, eine Mitteilung und eine Bewertung:

(1a) *Die Stadt hat weitere Verhandlungen abgelehnt.*

(1b) *Eine konstruktive Lösung ist damit in weite Ferne gerückt.*

Mit einer Äußerung wie (1a) informiert der Textproduzent darüber, daß der Sachverhalt p vorliegt. Außerdem signalisiert er eine bestimmte epistemische Einstellung, nämlich daß er den Sachverhalt p für wahr (und nicht etwa nur für möglich oder wahrscheinlich) hält; abkürzend für Assertionen dieser Art: INF (s, ass (p)), wobei der Operator ‚ass‘ den Gewißheitsgrad von p vermerkt. (Die Abkürzungen *s* bzw. *e* verweisen auf die Referenzstellen ‚Sender / Textproduzent‘ und ‚Empfänger / Textrezipient‘.) Der Zweck der Sprachhandlung besteht darin, ein vermutetes Wissensdefizit zu beseitigen, der Hörer / Leser soll Kenntnis haben von der Faktizität des betreffenden Sachverhalts: WISSEN (e, ass (p)).

Beispiel (1b) dagegen stellt eine Bewertung / Evaluation des zuvor in (1a) präsentierten Sachverhalts dar (EVAL (s, p)). Auf diese Weise möchte der Textproduzent erreichen, daß der Rezipient weiß, wie der Sachverhalt p aktuell bewertet wird; abkürzend: WISSEN (e, EVAL (s, p)). Im öffentlichen medialen Kontext zielen solche Bewertungen meist auch darauf ab, den Empfänger dazu zu bewegen, die geäußerte evaluative Haltung anzuerkennen, sie also nicht nur zur Kenntnis zu nehmen: WISSEN (e, EVAL (s, p)) & EVAL (e, p).³

1 Diese Kritik trifft allerdings kaum auf JOHN L. AUSTIN, den Hauptbegründer der Sprechakttheorie, zu, der u. a. feststellt: „We must distinguish actions which have a perlocutionary object (convince, persuade) from those which merely produce a perlocutionary sequel.“ (1962, 131)

2 In eine ähnliche Richtung geht ein Vorschlag HOLLYS, der die Unterscheidung von ‚perlokutionären Versuchen‘, ‚Perlokutionen‘ und ‚perlokutionären Effekten‘ nahelegt (1979, 10).

3 Der Einfachheit halber werden hier Bewertungsdimensionen oder -ebenen (wie z. B. ‚moralisch‘, ‚ästhetisch‘, oder ‚pragmatisch‘) und ihre Skalierungen nicht mitnotiert; vgl. besonders LENK (1999 und 2008, 103 ff.). Zu Gewißheitsskalen sei verwiesen auf BAERISWYL (1989, 61 ff.).

Natürlich ist dieses Ziel nicht direkt realisierbar, es kann sich, wie bereits angedeutet, immer nur um Bewirkungs- oder Persuasionsversuche handeln.

Lassen sich die bisherigen Interpretationen weitgehend als erwartbar, als intendiert, als regelhaft mit der jeweiligen Sprachhandlung verbunden betrachten, so sind darüber hinaus auch Wirkungen und Konsequenzen denkbar, die man als unkonventionell oder akzidentell auffassen kann. Beispielsweise wären als Reaktion auf (1a) und (1b) verschiedene positive oder negative emotionale Reaktionen möglich, auch gänzlich ungewollte, die aufgrund der gegebenen Äußerungen keineswegs antizipierbar sind. Es erscheint fraglich, ob man in solchen Fällen noch von ‚perlokutiven Effekten‘ sprechen sollte.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, daß Persuasion nur einen Ausschnitt aus dem skizzierten perlokutiven Wirkungspotential ausmacht. Von persuasiver Funktion sei hier folglich nur dann gesprochen, wenn einer sprachlichen Äußerung aus der Sicht des Textrezipienten (und damit auch des analysierenden Betrachters) eine **werbende Intentionalität** zugeschrieben werden kann. Solche Zuschreibungen erfolgen je nach Vorwissen und anderen Verstehensvoraussetzungen mit einem gewissen individuellen Spielraum, aber dennoch nicht beliebig; sie basieren auf zugrundeliegenden, eingespielten sozialen Regeln, deren Kenntnis wechselseitig unterstellt wird.⁴ Der werbende Charakter einer Äußerung kann höchst unterschiedliche Ausprägungen erfahren; auf die wenig trennscharfe Unterscheidung von ‚Überzeugen‘ und ‚Überreden‘ wird im Folgenden verzichtet, zumal sich das Hervorbringen, Verstärken oder Verändern von Haltungen, Einstellungen, Motivationen, Perspektiven mit dem Einsatz verschiedenster Mittel und jeweils in Abhängigkeit von den konkreten Rezeptionsbedingungen vollzieht.

Des weiteren ist festzuhalten: Persuasion braucht nicht in erster Linie ein Effekt einzelner, isolierter Sprachhandlungen zu sein. In der Regel sind es Handlungssequenzen oder ganze Texte, mit denen eine bestimmte Wirkung erreicht werden soll. Insofern leuchtet ein, wenn in dem Zusammenhang auch von **Strategien**, von übergreifenden, zielgerichteten Auswahlen sprachlicher Mittel die Rede ist. Das heißt, Textproduzenten entscheiden sich meist bewußt für den Einsatz spezieller Formulierungsmuster und Verfahren der Textgestaltung, um Möglichkeiten der Zielrealisation zu verbessern. Übertragen auf Persuasion:

4 Vgl. HOLLY u. a. (1984, 289), VON POLENZ (1985, 299 ff.), LENK (1999, 82 f.).

Entsprechend [...] können Persuasionsstrategien definiert werden als Relation zwischen der Intention des Sprechers / Schreibers, beim Rezipienten bestimmte Einstellungen und Überzeugungen hervorzubringen, zu bekräftigen oder zu verändern, und den dazu unter den gegebenen Umständen von ihm zweckmäßigerweise einzusetzenden kommunikativen Mitteln und Verfahrensweisen auf den unterschiedlichen Ebenen des sprachlichen Handelns. (LENK 1998, 128; vgl. HOFFMANN 1998, 63)

Auf Rezipientenseite braucht das Vorliegen solcher Strategien keineswegs immer erkannt zu werden, im Gegenteil: Sie dürften umso wirksamer sein, je weniger sich die Leser ihrer bewußt sind. Entscheidend ist, daß der betreffende Beitrag eine oder mehrere Wertungen bzw. Stellungnahmen enthält, deren Gültigkeit, Richtigkeit oder Plausibilität der Rezipient anerkennen soll – wobei es nicht darauf ankommt, ob solche Meinungskundgaben explizit formuliert sind (wie etwa in Beispiel (1b)) oder nur implizit gegeben werden.

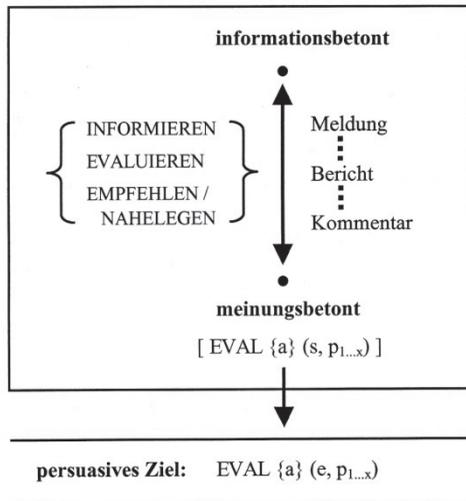


Abb. 1: Positionübernahme als Persuasionsziel

Grundsätzlich sind persuasionsrelevante Aspekte nicht an bestimmte Sprachhandlungen oder Textsorten gebunden; selbst mit informationsbetonten Texten lassen sich entsprechende Ziele verfolgen, sofern bestimmte Äußerungskomponenten in dieser Weise, d.h. als werbend, interpretierbar sind (so be-

reits LÜGER 1977, SANDIG 1986, 318 ff.). In Abb. 1 wird als Ausgangspunkt das Vorhandensein einer geeigneten Evaluations- oder Einstellungsbasis angenommen, und zwar innerhalb einer Skala ‚informationsbetont – meinungsbetont‘. Mit dem Element *a* soll dabei eine Spezifikation des Bewertungsoperators (z. B. als positiv / negativ oder als normativ, effizient, moralisch o. ä.) angezeigt werden. Und da es bei Persuasion im Kern um die Übernahme einer Position, einer Einstellung geht, bleibt diese Spezifikation auf Rezipientenseite – eine Zielrealisation vorausgesetzt – notwendig erhalten. Des weiteren soll das Kürzel $p_{1...x}$ für die propositionale Komponente die mögliche Vielzahl an Aussagen im Textzusammenhang andeuten.

Es versteht sich, daß persuasive Ziele auch über einen längeren Zeitraum verfolgt werden können. Bei vielen Themen ist das sogar der Normalfall, denn meinungsbildende Effekte lassen sich oft nicht mit einer einmaligen Beitragspräsentation erreichen: Wiederholungen gleichlautender Meinungsangebote erhöhen im allgemeinen den Wirkungsgrad. ELISABETH NOELLE-NEUMANN hat hierfür bereits in den 1970er Jahren die Begriffe ‚Kumulation‘ und ‚Konsonanz‘ geprägt.⁵

2. Persuasion und Kommentar

Kommentare gelten im Rahmen der Medienanalyse als prototypische Form persuasiver Kommunikation. Als journalistische Darstellungsform scheinen sie besonders geeignet, politische Sehweisen zu thematisieren, zu problematisieren sowie – allgemein gesprochen – „bestimmte praktische Handlungsnormen im Spannungsfeld kontroverser Geltungsansprüche argumentativ zu begründen und für ihre Ratifikation durch die überzeugte Zustimmung der Kommunikationspartner zu werben“ (KOPPERSCHMIDT 1973, 97).

Fragliches, Strittiges, Kontroverses soll reflektiert und auf argumentativem Wege in einen Konsens überführt werden, so die weit verbreitete Vorstellung. Das Idealbild einer durch und durch rationalen Vorgehensweise findet sich auch in Arbeiten, die eher dem sog. praktischen Journalismus (und

5 In die gleiche Richtung, wenn auch aus anderer Perspektive, geht der Begriff ‚Kampagnenjournalismus‘ (MÜLLER 2010). Zur Herausbildung von Medienöffentlichkeit vgl. grundsätzlich auch EILDERS (2008).

seinen Anforderungen für die Berufsausbildung) gewidmet sind. Ein stellvertretendes Beispiel:

Der Kommentar wirkt – idealerweise – dadurch, daß dem Leser eine ganz bestimmte Vorstellung von dem betreffenden Ausschnitt der Wirklichkeit angeboten wird. Um so begründeter und um so faktenreicher dies geschieht, um so stärker die Akzeptanz dieses Angebotes. Der Kommentar ist, so gesehen, nur zum geringeren Teil eine meinungsbetonte Darstellungsform; zum weitaus größeren Teil sollte er eine meinungsbegründende Darstellungsform sein. (NOWAG / SCHALKOWSKI 1998, 16)

Ohne Frage, Argumentieren ist ein äußerst wichtiges Verfahren in der persuasiven Kommunikation. Aber es stellt in diesem Rahmen nur einen Spezialfall dar (vgl. HERBIG / SANDIG 1994, 62). Am Beispiel eines Kommentars soll im Folgenden gezeigt werden, a) wie sich der argumentative Charakter in der Textstruktur niederschlägt, b) wie bezüglich der verschiedenen Textbildungsebenen zusätzliche, persuasionsstützende Momente hinzukommen können. Als Ausgangsbasis sei ein einfacher Kurztext einer Boulevardzeitung herangezogen (Beispiel 2a).

Der Kommentar weist – unabhängig von der inhaltlichen Ausrichtung – eine Reihe struktureller, textsortentypischer Merkmale auf. Zunächst einmal ist die eindeutige Positionsmarkierung festzuhalten, mit der der Kommentator den zugrundeliegenden Sachverhalt bedenkt: „Die Berliner Mauer war das größte Schandmal seit 1945.“ Damit ist die politische Ausgangsposition des Autors unmißverständlich klaggestellt; man kann auch von einer ersten These des Proponenten sprechen (= EVAL (1)_{prop}). Diese Sachverhaltseinschätzung, die im übrigen als eine universal akzeptierte präsentiert wird („die ganze Welt war und ist der Meinung“), steht jedoch nicht allein; sie erfährt in den beiden folgenden Sätzen eine zusätzliche Begründung bzw. Rechtfertigung (vgl. die Annotationen zu Beispiel (2a)).⁶ Es handelt sich also um eine erste **argumentative Sequenz**: Die Formulierung einer These reicht aus der Sicht des Textproduzenten allein nicht aus, sie bedarf einer Absicherung durch weitere Fakten.

6 Eine Unterscheidung von Stützungen für Wahrheits- oder Richtigkeitsbehauptungen kann hier unterbleiben; die Begriffe ‚Begründung‘ und ‚Rechtfertigung‘ werden im Folgenden synonym gebraucht.

(2a)

Seite 2
Bild KOMMENTAR
Die Mauer und die Dummheit
 Von HANS-HERMANN TIEDJE



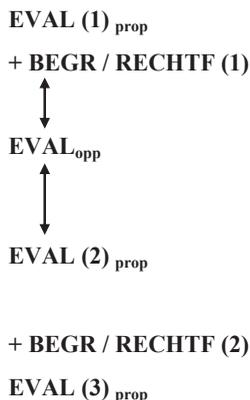
Die ganze Welt war und ist der Meinung: Die Berliner Mauer war das größte Schandmal seit 1945. An diesem Bauwerk des realen Sozialismus wurden 133 Menschen umgebracht. Als die Mauer endlich fiel, 1989, jubelte die ganze Welt.

Am 13. August, also in neun Tagen, jährt sich der Bau dieser Mauer zum 50. Mal. Just zu diesem Datum bringt eine Forsa-Umfrage an den Tag: Jeder dritte Berliner findet den Mauerbau entweder voll und ganz richtig oder zumindest teilweise richtig. Im früheren Ostteil der Stadt ist die Zustimmung noch höher.

Man mag es kaum glauben, wie kann das sein? Handelt es sich um späte Opfer der SED-Propaganda? Um medizinische Fälle? Angebliche Verlierer der Einheit? Altsozialistische Träumer? Wirklichkeitsverweigerer? Alles wäre abstrus, aber die Antwort ist eigentlich egal.

Man erinnere sich nur an die Zeit um 1965, 20 Jahre nach Hitler. Damals fanden sehr viele Westdeutsche die Nazizeit gar nicht so schlimm. Heute weiß auch der Allerletzte, wie schlimm es wirklich war.

Nur die Zeit heilt alle Dummheit.



(Bild, 4.8.2011)

Das heißt, der Sender / Schreiber möchte nicht nur erreichen, daß der Empfänger / Leser den gegebenen Sachverhalt als solchen identifiziert; er ist vielmehr bestrebt sicherzustellen, daß der Rezipient die geäußerte Position zu diesem Sachverhalt auch versteht, sie für akzeptierbar hält und möglicherweise sich zu eigen machen kann. Was der Textproduzent hier unternimmt, ist der Versuch, eventuellen Vorbehalten vorzubeugen, durch eine Art **Mißerfolgsprophylaxe** das Erreichen seines Kommunikationsziels abzusichern.

Ginge es nur darum, für die im ersten Abschnitt vorgenommene Bewertung zu werben, könnte der Text hier zu Ende sein. Das Hauptanliegen zielt jedoch in eine andere Richtung: Es soll einer vermeintlichen Tendenz entgegengewirkt werden, die den Mauerbau zu relativieren scheint. Dazu führt der Autor – auch das ein typisches Kommentarmedium – zunächst eine Gegenposition an, die zu der eingangs formulierten Haltung offensichtlich im Widerspruch steht (EVAL_{opp}), eine Opponenten-These, die aber im folgenden Abschnitt sogleich als abwegig und völlig unannehmbar zurückgewiesen wird (EVAL (2) _{prop}). Zur weiteren Stützung seiner Position greift der Textproduzent auf ein in der politischen Diskussion oft bemühtes Argument zurück: die

Parallelisierung von Nationalsozialismus und DDR, diese wiederum verstärkt durch den gemeinplatzartigen Schlußkommentar „Nur die Zeit heilt alle Dummheit“. Die Argumentation erweist sich also als vergleichsweise einfach strukturiert und leicht rekonstruierbar: Eine dominierende These des Proponenten erfährt eine doppelte Absicherung insofern, als sie a) durch einen historischen Vergleich ergänzt und b) durch die zweifache Widerlegung einer Gegenthese zusätzlich gestützt wird. Ob diese Maßnahmen jedoch ausreichen, um den intendierten persuasiven Effekt zu erreichen, bleibt der jeweils konkreten Rezeption überlassen.

Abb. 2 gibt die genannten Stützungsrelationen einschließlich der beiden inhaltlichen Ebenen wieder. Die Argumentationsstruktur⁷ stellt beim journalistischen Kommentar typischerweise das zentrale Handlungsschema dar.

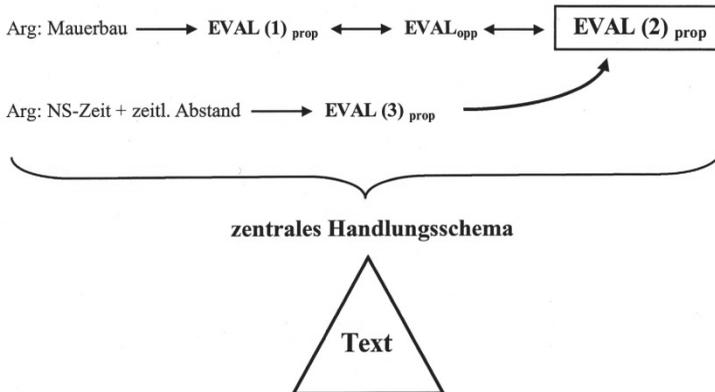


Abb. 2: Argumentationsstruktur

Die Ausrichtung argumentativer Texte an dem Bemühen, für bestimmte Positionen zu werben, macht plausibel, warum persuasive Beiträge auch zur „Klasse der entscheidungsstimulierenden (appellativ-dezisiviven) Texte“ gerechnet werden (HOFFMANN 1998, 60). Nur sollte man vor dem Hintergrund kulturspezifischer Unterschiede berücksichtigen, daß eine so klare Entschei-

7 Die hierarchischen Verknüpfungen zwischen den einzelnen Sprachhandlungen ließen sich noch genauer fassen und als textuelle Illokutionsstruktur darstellen (LENK 2011; vgl. auch SCHMITT 2008, HOLLY u. a. 1984, 302 ff.).

dungsorientiertheit in Kommentaren längst nicht immer gegeben sein muß (vgl. ausführlicher Kap. 4).

Unabhängig davon ist zu bedenken – beispielsweise im Sinne des eingangs zitierten Bréal-Zitats –, daß jeder Text nicht nur hinsichtlich einer bestimmten Funktion interpretierbar ist, sondern in aller Regel ein breitgefächertes Bedeutungspotential aufweist: „Prinzipiell kann jede der Ebenen sprachlichen Tätigseins Träger intendierter perlokutiver Wirkungen sein.“ (LENK 1991, 267)

So ist etwa der in Beispiel (2a und b) zitierte Kommentar gleichzeitig ein Dokument der Selbstdarstellung des Textproduzenten.⁸ Für den Leser wird schnell ersichtlich, welches Engagement der Autor zeigt, welche politische Linie er vertritt, wie seine Einstellung noch in der Zeit vor 1990 verwurzelt ist, welche Wissens Elemente, welche Fakten er für wichtig hält und nicht zuletzt: über welche sprachstilistische Kompetenz er verfügt.

Mit der Art der Selbstdarstellung wird gleichzeitig auch die Autor-Leser-Beziehung in einer bestimmten Weise geprägt, z. B. in Richtung Sympathie, Solidarisierung oder aber Ablehnung und Gegnerschaft. Daß mit solchen Reaktionen auch die Persuasivität zu- oder abnehmen kann, liegt auf der Hand.

Nicht minder bedeutsam ist oft der Aspekt ‚Textorganisation‘: Eine klare, übersichtliche Gliederung kann dazu beitragen, das zentrale Handlungsschema hervorzuheben, die Struktur der Darstellung transparent zu machen und so den Erfolg eines Beitrags mit abzusichern. Im gegebenen Kommentarbeispiel (2) sorgt eine Art Ringstruktur für einen solchen Verdeutlichungseffekt; mehrfach werden einzelne Textelemente zum Teil wörtlich wieder aufgenommen:

- „Die Mauer und die Dummheit“ → „Nur die Zeit heilt alle Dummheit.“
- „die ganze Welt“ → „die ganze Welt“ → „auch der Allerletzte“

Auch typographische Markierungen (z. B. durch Fettdruck) können verstärkend hinzukommen.

Als Kommunikationsmodalität dominiert in der Regel sachliche Ernsthaftigkeit. Weicht der Textautor davon ab, hat das Einfluß auf die Persuasivität seines Textes. In (2b) läßt sich nun ein Modalitätswechsel genau in dem Abschnitt feststellen, wo der Autor seine Hauptthese zur Sprache bringt.

8 Die Frage der Mehrfachautorenschaft journalistischer Beiträge bleibt unberücksichtigt, zumal der hier gewählte Text namentlich gekennzeichnet ist.

(2b)

Seite 2
Bild KOMMENTAR
Die Mauer und die Dummheit
Von HANS-HERMANN TIEDJE

Die ganze Welt war und ist der Meinung: Die Berliner Mauer war das größte Schandmal seit 1945. An diesem Bauwerk des realen Sozialismus wurden 139 Menschen umgebracht. Als die Mauer endlich fiel, 1989, jubelte die ganze Welt.

Am 13. August, also in neun Tagen, jährt sich der Bau dieser Mauer zum 50. Mal. Just zu diesem Datum bringt eine Forsa-Umfrage an den Tag: Jeder dritte Berliner findet den Mauerbau entweder voll und ganz richtig oder zumindest teilweise richtig. Im früheren Ostteil der Stadt ist die Zustimmung noch höher.

Man mag es kaum glauben, wie kann das sein? Handelt es sich um späte Opfer der SED-Propaganda? Um medizinische Fälle? Angebliche Verlierer der Einheit? Altsozialistische Träumer? Wirklichkeitsverweigerer? Alles wäre abstrus, aber die Antwort ist eigentlich egal.

Man erinnere sich nur an die Zeit um 1985, 20 Jahre nach Hitler. Damals fanden sehr viele Westdeutsche die Nazizeit gar nicht so schlimm. Heute weiß auch der Allerletzte, wie schlimm es wirklich war. Nur die Zeit heilt alle Dummheit.

← sachlich-ernste Modalität

← spöttisch-distanzierte Modalität

← sachlich-ernste Modalität

Grundsätzlich kann die Einnahme einer spöttischen Distanz eine Aussage abschwächen oder verstärken. Im Beispieltext kommt nur letzteres in Betracht. Der Kommentator unterstellt von vornherein eine nicht hinterfragbare Evidenz seiner Sehweise, so daß in der betreffenden Passage die Verhöhnung der Opponenten-Position nur eine Steigerung der zuvor genannten Bewertungen bedeuten kann. Die Verwendung von Ausdrücken wie „Opfer der SED-Propaganda“, „medizinische Fälle“, „altsozialistische Träumer“, „Wirklichkeitsverweigerer“, „abstrus“ ist somit kein Bruch mit der Diktion des textuellen Umfelds, sondern eher eine Fortsetzung der verbalen Abqualifizierung politisch Andersdenkender. Und die unterstellte Unabweisbarkeit der Sachverhaltensbewertung dürfte das Einnehmen einer Gegenposition für viele Leser umso schwerer machen.

Viele der angesprochenen Aspekte sind nun noch auf einer anderen Ebene wirksam: der Aufmerksamkeitssteuerung. So markieren die starken visuellen Akzente in Beispiel (2) nicht nur die Textgliederung, sondern sie tragen dazu bei, daß der Leser den Text wahrnimmt und Interesse an der Lektüre entwickelt. In diesem Sinne zielen ebenfalls die verschiedenen stilistisch-rhetorischen Verfahren auf die Hervorhebung, die Attraktivitätssteigerung des Beitrags und damit auf eine Stärkung des Lektüeranreizes ab. Zu nennen wären

hier insbesondere: emphatische Bewertungen, starke Kontrastierungen, Steigerung des Emotionalitätsausdrucks, rhetorische Fragen, Bildung von *ad-hoc*-Komposita (wie „Wirklichkeitsverweigerer“), Parallelismen, generalisierender Textschluß.⁹ Der Bezug zur Persuasion ist indirekter Natur, und zwar insofern, als solche Hervorhebungsmaßnahmen die Vorbedingungen einer Zielrealisation optimieren können. Abb. 3 stellt die wesentlichen, auch persuasionsrelevanten Ebenen der Textbildung noch einmal zusammen.

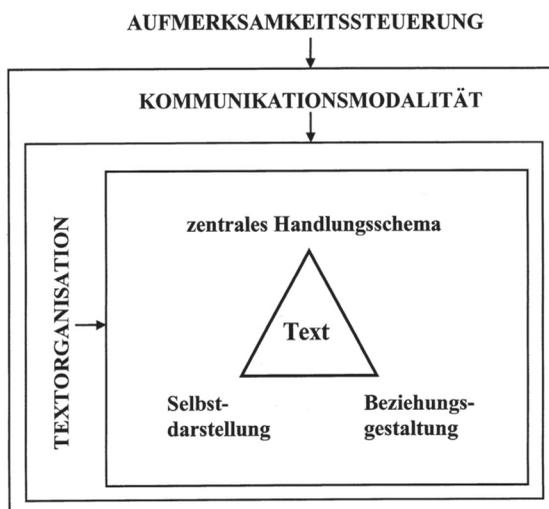


Abb. 3: Textbildungsebenen und Persuasionsbasis

9 Die genannten Verfahren sind Teil eines umfangreichen Arsenalts akzeptanzwerbender Mittel; vgl. VOSS (1999), LÜGER (2001), SANDIG (2006, 222 f.), HOFFMANN (2008, 57 ff.).

3. Persuasionsstile

Von ‚Persuasionsstilen‘ zu sprechen, setzt zweierlei voraus: Zum einen ist ‚Stil‘, bei aller Vagheit des Begriffs, sinnvoll nur als textuelles Phänomen beschreibbar:

Daraus folgt, dass Texte Stile einschließen und Stil andererseits Texthaftigkeit voraussetzt, im Text manifest wird. Das bedeutet aber auch, dass nicht schon einzelnen Elementen (etwa Syntagmen) stilistische Wirkung zukommen kann [...], sondern Stil als Ganzheit immer an den komplexen Gesamttext gebunden ist. (HEINEMANN 2010, 27; vgl. FOSCHI ALBERT 2009, 55 ff.)

Zum andern wäre davon auszugehen, daß bestimmten textuellen Merkmalen mit Blick auf die Umsetzung einer werbenden Intentionalität eine besondere Funktion zukommen kann. Die Anmerkungen zum Belegtext (2) haben dies bereits ansatzweise verdeutlicht.

Es soll nun versucht werden, verschiedene Ausprägungen des Persuasionsstils, verstanden als die Art und Weise, wie sich sprachliche Handlungssequenzen in einer Kommunikationsgemeinschaft prototypisch für das Erreichen werbender Ziele einsetzen lassen, weiter zu konkretisieren. Vor allem geht es um die Präzisierung von Attributen wie ‚polarisierend‘, ‚emotionalisierend‘, ‚personalisierend‘, ‚ästhetisierend‘, ‚reflektierend‘. Dazu werden deutsche und französische Kommentarbeispiele herangezogen.

Welche Strategie ein Textproduzent konkret bevorzugt, um sein Kommunikationsziel zu erreichen, hängt nicht zuletzt davon ab, wie er die Akzeptanzbedingungen auf seiten des Adressaten einschätzt. Rechnet er mit Vorbehalten und versucht er, „diesen Schwierigkeiten mit ‚kommunikativen Mehraufwendungen‘ zu begegnen, wird man auch Persuasivität bemerken“ (HOFFMANN 1998, 60). So dürfte der Kommentator in Beispiel (2) von einem großen Rückhalt für seine Position ausgehen. Von daher erscheint die Wahl eines **polarisierenden Vorgehens** plausibel, das zwei gegensätzliche Meinungen kontrastiert und den Opponenten-Standpunkt in äußerst polemischer Weise mit Häme und Spott überzieht. Eine derart ausgeprägte Form der konfrontativen Darstellung findet sich in der Tagespresse aber relativ selten, sie ist eher bezeichnend für die zitierte Boulevardzeitung.

Polarisierungen sind vielfach nur die Kehrseite eines **emotionalisierenden Stils**. Emotionalität ist dabei in zweifacher Hinsicht zu verstehen, und zwar als Ausdruck und als Stimulierung von Gefühlen:

Unter Emotionalisierung wird der Prozeß des Nachempfindens von Gefühlen verstanden, der bei der Lektüre in Gang gesetzt wird. Dem Rezipienten soll eine gefühlsmäßige Teilnahme am präsentierten Geschehen ermöglicht, in ihm sollen eigene Emotionen geweckt werden durch die in die Artikel eingebauten Emotionen. (Voss 1999, 20)

Im Beispieltext (2) gibt es ebenfalls verschiedene Anhaltspunkte in dieser Richtung. Es ist vor allem die Wortwahl, die das Vorliegen eines intensiven emotionalen Engagements signalisieren soll. Ausdrücke wie *jubeln*, *umbringen*, *abstrus*, *schlimm*, *Dummheit*, *Schandmal*, *medizinische Fälle*, *altsozialistische Träumer*, *Wirklichkeitsverweigerer* zeigen unmißverständlich, welche Haltung der Textautor einnimmt und welche Rezipientenreaktion sie bezwecken. Das Äußern von Empörung soll empören.

Noch konsequenter kommt das Verfahren zum Einsatz, wenn es sich um satirische Texte bzw. Textsorten handelt (Porträts, Glossen). Der Beispieltext (3) auf der folgenden Seite ist einer französischen Wochenzeitung, dem *Canard enchaîné*, entnommen, wo es generell um eine kritische, humorvolle, oft anspielungsreiche, sprachlich originelle Politikkommentierung geht.

Der Text lebt von kreativen, emotionalisierenden Wortspielen. Gegenstand ist die Einschätzung der Politik von Jacques Toubon, der von 1993–95 das Amt des französischen Kulturministers bekleidete. Bereits die Überschrift des Beitrags signalisiert, daß der Kommentator auf einen Vergleich mit dem Vorgänger Toubons, Jacques Lang, abzielt und diesen Vergleich mit einer spaßhaften Modalität verknüpfen möchte. Mit Hilfe von Paronomasien lassen sich verschiedene Assoziationen herstellen:

- | | | |
|-----------------------------|---|--|
| „Le petit Jacques langue“ | → | <i>langue</i> a) Jacques Lang, b) Gesetzesvorhaben |
| „... défendre la langue“ | → | Gesetzesvorhaben |
| „... face au Lang de Blois“ | → | Lang de Blois: |
| | | a) Jacques Lang = Bürgermeister von Blois |
| | | b) <i>langue de bois</i> ‘leere, phrasenhafte Sprache’ |

Die erste Weichenstellung erfolgt über die Apposition „Le petit Jacques langue“. Toubon, auf den sich dieses Attribut bezieht, wird charakterisiert als Kleinausgabe von Jacques Lang und gleichzeitig – über den Ausdruck *langue* – als Urheber eines Gesetzesvorhabens zum Schutz der französischen Spra-

che.¹⁰ Die erste Zeile des Untertitels macht den Bezug explizit, und in der zweiten Zeile eröffnet das Syntagma „face au Lang de Blois“ wiederum eine doppelte Lesart: als Verweis auf Jacques Lang in seiner Funktion als Bürgermeister der Loire-Stadt Blois (ein Amt, das dieser von 1989–2001 innehatte),

(3)

Prises de Bec

Toubon

Le petit Jacques langue

Les laborieux efforts du ministre de la Culture pour défendre la langue française cachent mal ses faiblesses face au Lang de Blois.

AU début de 93, il ouvrait les assises RPR pour la Culture par un impondent « *Mort aux cons !* ». Le mois dernier, il suppliait ses collaborateurs : « *J'en ai marre qu'on me prenne pour un con, rendez-moi intelligent.* » Aujourd'hui, complètement « guignolisé » par sa marionnette de Canal Plus, Toubon est devenu le benêt de l'enterrement, le besogneux de l'hommage funèbre, le roi de la culture en fiches-cuisine.

Des qu'il s'agit d'enterrer Ionesco, Mercouri ou Doisneau, il arrive toujours deuxième, battu sur le fil par un Super-Lang souverain au sprint. Toubon, le Pouillidor de la nérologie...

Fera-t-il moins bien Rue de Valois que François Léotard en 86-88 ? Il n'est pourtant pas plus inculte qu'un énarque normal. Mais, en mai 85, « *L'Express* » était catégorique : « *A l'évidence, cet homme d'ordre a le profil d'un ministre de l'Intérieur.* » En mars 93, il avait le profil d'un ministre de la Justice. On découvrit alors avec soulagement que cet ancien secrétaire général du RPR, viré brutalement en 88, surtout connu comme factotum de Chirac, avait une épouse éclairée pour deux, moins réac que lui, décidée à convertir ce mari bouffeur de dossiers en amateur de peinture moderne.



sentences. Exemples : « *Je ne suis pas de ceux qui trouvent absurde de faire dire à un petit Sénégalais : "Nos ancêtres les Gaulois" (...). Le déclin apparent des livres et de la lecture peut devenir un élément de développement de l'écrit.* » C'est le théorème de Toubon : moins il y a de lecteurs, plus il y aura de livres.

Pour le reste, il mise surtout sur un chauvinisme paniqué très à la mode (« *"Jurassic Park" menace l'identité française* »). Sa loi contre les anglicismes, « *de service et non de contrainte* », précise-t-il, n'est pas encore votée qu'il est déjà satisfait de son efficacité (« *Le Figaro* », 23/3/94) : « *Quand les gens disent : "Ah ! Toubon va encore me sanctionner", n'est-ce pas déjà un effet extrêmement positif de la loi ?* » (1).

Commentaire atterré d'un de ses collaborateurs : « *Pour un ministre de la Culture, c'est une catastrophe que de laisser le souvenir d'un homme qui censure le langage.* »

Le present-il ? Il paraît que cet homme au contact nagère facile est de plus en plus crispé et bloqué. À croire qu'il rumine la fiche nécro de Jack Lang.

Frédéric Pagès

(1) Loi de contrainte, pourtant, qui rend « obligatoire » l'emploi du français pour la rédaction des modes d'emploi, des factures, des inscriptions dans les lieux publics, etc. avec amendes à la clef de 1 000 F à 20 000 F.

C'est ainsi qu'il écopa de la Culture et de la Francophonie. Comme il le dira plus tard : « *Pour celui qui n'a rien, il reste une chose : la culture et la langue.* »

Malgré ses efforts pour la cause francophone, son image internationale reste floue. Il n'a fallu que onze mots au « *Herald Tribune* » (9/11/93) pour le définir : « *A balding, round faced, 52 years old, coupiar's son from Nice* », autrement dit : « *Déplumé, joufflu, âgé de 52 ans, fils d'un ancien croupier de Nice.* » Une mini-fiche...

Heureusement, en France, on connaît mieux ses œuvres et ses

(Le Canard enchaîné, 20.4.1994)

und als Anspielung auf den lautähnlichen Ausdruck *langue de bois* (wörtlich: 'hölzerne Sprache', womit üblicherweise der phrasenhafte Sprachgebrauch

10 Das hier zur Diskussion stehende Gesetz wurde am 4.8.1994 als *Loi relative à l'emploi de la langue française* verabschiedet. In der Presse stieß die Initiative Toubons auf ein geteiltes Echo und wurde zum Teil als Gesetz gegen Anglizismen gebrandmarkt, so auch in (3).

von Politikern kritisiert wird). Für den Leser bedeutet der spielerische Umgang mit Sprache, das Aufdecken von Anspielungen und vermutlich auch das spöttische, humorvolle, respektlose Sprechen über Politiker Lesevergnügen, Unterhaltung, eventuell auch Schadenfreude. „Kultiviertes Lästern“ über normalerweise unnahbare Personen des öffentlichen Lebens mag zusätzliche Erlebnisqualitäten, z. B. Überlegenheitsgefühle, auslösen.

Der Haupttext von Beispiel (3) setzt die in den Titelzeilen präsignalisierte Art der Themenbehandlung konsequent fort. Der Minister Toubon wird u. a. als Poulidor der Nachrufe („Poulidor de la nécrologie“) bezeichnet, der regelmäßig auf der Zielgeraden gegenüber einem Super-Lang das Nachsehen habe¹¹, als für Beerdigungen zuständiger Trottel („benêt de l’enterrement“), als Faktotum seines Regierungschefs, mit einer für zwei aufgeklärten Frau, die ihn vom Dossier-Fresser in einen Liebhaber moderner Malerei verwandeln wolle.¹² Es sind also, neben den Paronomasien, gerade die ungewöhnlichen Vergleiche, Metaphern, Wortspiele, Anspielungen und despektierlichen Bewertungen, die hier im Rahmen einer nichternsten Modalität das Besondere und für den Leser Emotionsstimulierende ausmachen.

Zwischen emotionalisierender Persuasion und **Personalisierung** sind die Übergänge fließend, eine Trennung erfolgt hier nur aus analytischen Gründen. Im Kern beinhaltet der Begriff, allgemeine komplexe oder abstrakte Sachverhalte zu reduzieren auf Merkmale und Strebungen von Personen – ein Verfahren, das gerade im Zusammenhang mit politischen Konflikten, z. B. durch den Aufbau von Feindbildern, oft zum Einsatz kommt. In Beispiel (4) steht eigentlich die Wirtschafts- und Finanzkrise Italiens im Vordergrund; die Erörterungen laufen jedoch darauf hinaus, die Interessen und Kompetenzen bestimmter politischer Akteure (vgl. den hervorgehobenen Abschnitt) für das Entscheidende zu halten. Ob eine solche Sehweise der gegebenen Sachlage gerecht wird, mag dahingestellt bleiben; der Kommentator hält sie offenkundig für geeignet, dem Leser als plausible Erklärung zu dienen.

11 „[...] battu sur le fil par un Super-Lang souverain au sprint. Toubon, le Poulidor de la nécrologie.“ Raymond Poulidor gilt in Frankreich als äußerst populärer „ewiger Zweiter“ der *Tour de France*.

12 „[...] comme factotum de Chirac, avait une épouse éclairée pour deux, moins réac que lui, décidée à convertir ce mari bouffeur de dossiers en amateur de peinture moderne.“

(4) **Ohne Krisenmanager**

Von Tobias Pilller

Im entscheidenden Moment steht Italien ohne einen effektiven Krisenmanager da. Schatz- und Finanzminister Giulio Tremonti fand zwar früher immer wieder den richtigen Ton für die Märkte, ist aber angeschlagen wegen einer Affäre um einen Berater. Zu oft stellt Tremonti nun persönliche Machtinteressen in den Vordergrund. Ministerpräsident Silvio Berlusconi ist pragmatisch und versteht etwas von Wirtschaft, hat aber seine Glaubwürdigkeit im Ausland verloren. Zudem steht ihm sein großes Ego im Weg. Staatspräsident Giorgio Napolitano ist eine Orientierungsfigur, darf aber nichts entscheiden. Und die zersplitterte Opposition ist alles andere als eine Reserverregierung. In dieser Situation ist die Europäische Union gefragt. Nun kommt es darauf an, ob sich in Brüssel Krisenmanager für Italien finden, die klare Reformvorgaben machen. Offensichtlich braucht Italien Druck von außen, damit Themen angepackt werden, die kein italienischer Politiker freiwillig antastet. Die öffentliche Verwaltung muss produktiver werden. Die riesigen Ausgaben für die Renten dürfen kein Tabu bleiben. Und die gesetzlichen Wachstumshürden für Kleinunternehmen gehören abgeschafft.



Im entscheidenden Moment steht Italien ohne einen effektiven Krisenmanager da. Schatz- und Finanzminister Giulio Tremonti fand zwar früher immer wieder den richtigen Ton für die Märkte, ist aber angeschlagen wegen einer Affäre um einen Berater. Zu oft stellt Tremonti nun persönliche Machtinteressen in den Vordergrund. Ministerpräsident Silvio Berlusconi ist pragmatisch und versteht etwas von Wirtschaft, hat aber seine Glaubwürdigkeit im Ausland verloren. Zudem steht ihm sein großes Ego im Weg. Staatspräsident Giorgio Napolitano ist eine Orientierungsfigur, darf aber nichts entscheiden.

(*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 4.8.2011)

Generell kann man Personalisierungen auch als Darstellungsverfahren betrachten, das dem Bemühen um Verständlichkeit und Anschaulichkeit Rechnung trägt und so die Möglichkeit eröffnet, auch kompliziertere Sachverhalte leichter nachvollziehbar zu machen. In der medialen Berichterstattung dominieren nun vielfach Formen der Komplexitätsreduzierung, die über die Vereinfachung hinaus von Wesentlichem abstrahieren und den Blick auf Aspekte lenken, deren Bedeutung eher marginal ist.¹³ In diese Richtung scheint der Belegtext (4) zu gehen. Ein gewisses Gegenbeispiel stellt indes der Leitartikel in (5) dar: Hier könnte man von einem **reflexionsorientierten Stil** sprechen. Dies insofern, als der Textproduzent

- auf ein aktuelles Ereignis Bezug nimmt (den amerikanischen Schuldenstreit im Sommer 2011),

13 Zur Ausprägung und zur Funktion von Personalisierungen vgl. u. a. VOSS (1999, 76 ff.), LÜGER (2001, 220 ff.), SANTULLI (2005, 118 ff.) sowie verschiedene Arbeiten in LENK / CHESTERMAN (2005).

- nicht mit klaren Bewertungen und Einordnungen spart (Rezessionsgefahr, „Schuldenzug mit Volldampf in Richtung Abgrund“, unverantwortliches Handeln der Akteure),
- die Bedeutung des Kompromisses einschließlich der Konsequenzen benennt (Lehren aus dem Geschehen, Vermeiden einer Finanzmarkt-Krise, Ansehensverlust für den Präsidenten) und
- versucht, auch Hintergründe zu beleuchten (u. a. durch Erklärungen zu den politischen Konfliktparteien und deren Interessen).

(5)

LEITARTIKEL

Nach dem US-Schulden-Kompromiss

Lehren aus dem Drama

Auch wenn gestern Abend noch nicht endgültig klar war, ob der Kompromiss im Schulden-Streit auch von beiden Kammern des US-Kongresses in der vorliegenden Form abgesegnet werden würde, so bieten sich doch bereits jetzt mehrere Lehren aus dem Drama an.

Das aus europäischer Sicht wichtigste Fazit gleich voraus: Massive Turbulenzen an den Finanzmärkten, die eine vorübergehende Staatspleite und der Verlust der höchsten Kreditwürdigkeit vermutlich ausgelöst hätten, dürften kurzfristig abgewendet worden sein. Doch die USA bleiben angesichts der beabsichtigten Sparbemühungen extrem anfällig, was die Gefahren einer zweiten Rezession angeht – zumal das Wirtschaftswachstum zuletzt deutlich hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist. Die ersten, eher negativen Reaktionen der Wall Street zeigten gestern dann auch, dass Anleger dem ihnen nun vorgelegten Braten noch nicht trauen.

Denn auch der „Deal“, mit dem die Weltmacht eine Super-Blamage in allerletzter Minute abwenden will, täuscht nicht über das Ausmaß der

politischen Polarisierung und Paralyse hinweg, die das Land erfasst hat. Die Fronten könnten kaum verhärteter sein: Auf der einen Seite jene „Tea Party“-Protagonisten, denen der Staat nicht klein und die Steuerlast nicht niedrig genug sein kann. Auf der anderen Seite die demokratische Basis, denen Obama seinen rapiden Aufstieg in den Olymp der Politik verdankt: Niedrigverdiener, Latinos, Studenten. Sie alle werden nun angesichts der Einschnitte im sozialen Netz schmerzhaft den Knauser-Kurs spüren, den Amerikas Rechte durchdrücken wollten. Ob Obama mit diesem Kurswechsel die Partei gespalten hat, wie es US-Medien vermuten, muss sich noch zeigen – auf jeden Fall hat er aber Autorität und Ansehen eingebüßt.

Dass beide Parteien den Schulden-Zug so lange mit Volldampf in Richtung Abgrund rasen ließen, dass sie die Reputation des Landes als sicherer Finanz-Hafen aufs Spiel setzten, ist schlichtweg unverantwortlich. Verständlich deshalb der generelle Verdross vieler Bürger mit Blick auf „die da oben in Washington“.

Friedemann Diederichs,
Washington

EVAL {±} (s, p1...x):

„bieten sich mehrere Lehren an“
„Fazit aus europäischer Sicht“

„Gefahren einer zweiten Rezession“

„Drama“, „Schuldenzug“, „Abgrund“

„... ist schlichtweg unverantwortlich“

„täuscht nicht über das Ausmaß der politischen Polarisierung und Paralyse hinweg“

(Westfälische Nachrichten, 2.8.2011)

Kommentarbeiträge dieses Typs sind also getragen von dem Bemühen, über eine fundierte Sachverhaltsanalyse dem Leser neue Einblicke zu gewähren und für Persuasion im Sinne von Aufklärung und Überzeugung zu sorgen.

Als letzte Stilvariante seien **ästhetisierende Persuasionsformen** genannt. Auch in diesem Fall ist zunächst darauf hinzuweisen, daß klare Abgrenzungen schwierig und Überschneidungen die Regel sind. Gerade in meinungsbetonten Texten ist die Verwendung sog. „betrachtungsstimulierender“ Mittel (HOFFMANN 1998, 60) üblich und erwartbar, oft in Kombination mit emotionalisierenden / personalisierenden / polarisierenden und zum Teil auch (vgl. (5)) reflexionsorientierten Verfahren. Ästhetisierende Merkmale stehen im Dienste des *delectare*-Prinzips, sie fungieren, wie bereits in Kap. 2 skizziert, als potentielle Attraktivitätssteigerer, sie lenken den Blick des Betrachters / Lesers auf die Ebene der sprachlichen Darstellung selbst.

Diese Formen gehören daher, wie Hervorhebungsmaßnahmen generell, zu den indirekt persuasionsfördernden Stilelementen. Die Intensität des Einsatzes solcher Mittel kann nun erheblich variieren. Zur Illustration das Beispiel aus der elsässischen Regionalpresse (Bsp. (6)). Der zitierte Leitartikel der *Dernières Nouvelles d'Alsace* behandelt ein vergleichbares Thema wie bereits die Texte (4) und (5), nämlich Fragen der Wirtschafts- und Finanzkrise. Ein Unterschied jedoch fällt ins Auge: die starke Durchdringung mit Ausdrücken und Verfahren, die man verallgemeinert als „ästhetisierend“ bezeichnen kann.

Die Überschrift und der Textschluß bilden wiederum einen kompositorischen Rahmen. Die bildhafte Kurzform „Quand la bicyclette n'avance plus...“ ist offensichtlich nur schwer vereinbar mit dem im Obertitel angekündigten Inhalt („Crise financière“) und macht damit neugierig auf Details des anschließenden Beitrags. Was sich schließlich hinter dem Temporalsatz verbirgt, erfährt der Leser erst am Ende des Textes; es handelt sich um ein Zitat des renommierten Wirtschafts- und Europapolitikers Jacques Delors: „L'Europe, c'est comme une bicyclette. Si elle n'avance pas, elle tombe“.¹⁴ Darüber hinaus ist der Kommentar gespickt mit metaphorischen Ausdrücken, meist konventioneller Natur: vom rettenden Strohalm („fêtu de paille dans l'espoir...“) bis zum reanimierenden Hauch für Europa („aucun souffle n'anime l'Europe“).

14 „Europa, das ist wie ein Fahrrad; wenn es nicht (vorwärts) fährt, fällt es um.“

(6)

■ La Finance serait-elle devenue folle, prête à s'accrocher au moindre fêtu de paille dans l'espoir de limiter les dégâts ? Comme cette petite baisse du chômage américain annoncée hier. Elle a d'abord réveillé les Bourses, pour vite se consumer ensuite. Le *yojo* continue dans les abîmes, directement ou par paliers...

Mais les marchés ne sont que le miroir d'une situation générale grevée par les dettes souveraines, même si – nous dit-on – les « fondamentaux » de l'économie réelle restent « bons ». Et rien, vraiment rien, n'est en mesure de rassurer ces marchés, faute de politiques cohérentes, faute d'une volonté sachant surmonter les égoïsmes partisans.

C'est vrai aux États-Unis comme en Europe. Aux États-Unis où le fragile compromis du 1^{er} août sur le plafond de la dette interdit toute velléité de relance à l'administration Obama. Mû par une haine viscérale, peut-être aussi par un fond de racisme, le mouvement du « Tea party », aujourd'hui courtois d'entraîne-

Editorial / Crise financière

Quand la bicyclette n'avance plus...

leadership sur un plan strictement national. Et tout le monde s'en mêle. Ainsi, Commission Barroso qui déjà veut révéler le Fonds européen de stabilité adopté il y a deux semaines ? Pour mieux venir en aide à son pays d'origine, le Portugal ? D'abord, une telle proposition n'entre pas dans les compétences de la Commission... au cas où, cette dernière en aurait. Ensuite, quels dégâts ! Bruxelles jette la suspicion sur tout ce qui a déjà été entrepris... en s'étonnant naïvement devant la réaction des marchés.

A cette cacophonie s'ajoute une paralyse générale. En Espagne, José Luis Zapatero est en fin de course. En Italie, Silvio Berlusconi qui a perdu toute con-

fiance nationale et internationale se dresse en principal obstacle au redressement du pays. La France entrée en campagne électorale aimerait bien endosser l'habit du sauveur mais n'en a pas les moyens contrairement à l'Allemagne que. Malheureusement, à la tête d'une coalition brimébalante, la chancelière Merkel ne pense que politique intérieure.

Aucun souffle n'anime l'Europe et l'euro. Pourtant, on sait bien que les centaines de milliards octroyés à Grèce, à l'Irlande, au Portugal, peut-être demain à l'Espagne et à d'autres, ne sont que des pertuisons destinées à maintenir les malades en survie, pas à les guérir. Le remède passe par d'autres politiques, par la mutualisation des dettes souveraines, via divers mécanismes fédéraux, si on veut garder cette monnaie « fédérale » qu'est l'euro.

« L'Europe, c'est comme une bicyclette. Si elle n'avance pas, elle tombe » disait Jacques Delors. Gare à la chute !

Jean-Claude Kieffer

(Dernières Nouvelles d'Alsace, 6.8.2011)

Einige Beispiele sind ausgebaut zu fortgesetzten Metaphern und etablieren eigene Isotopieebenen:

/Krankheit/ → *animer* ‘wiederbeleben’, *perfusion* ‘Infusion’, *malade* ‘Kranker’, *survie* ‘Überleben’, *guérir* ‘heilen’, *remède* ‘Heilmittel’

/Wasser/ → *jeter le bébé avec l'eau du bain* ‘das Kind mit dem Bade ausschütten’, *baigner* ‘baden’, *fangeux* ‘schlammig’

/Abwärtstrend/ → *yoyo* ‘Auf und Ab’, *descente* ‘Abstieg’, *abîme* ‘Abgrund’, *directement ou par paliers* ‘direkt oder stufenweise’

Von dem leserwerbenden Bemühen zeugen weiterhin die rhetorische Frage zu Beginn des Haupttextes („La Finance serait-elle devenue folle...?“ ‘Ist die Finanzwelt etwa verrückt geworden...?’), der Gebrauch umgangssprachlicher Ausdrücke und Ausrufe (*coalition brinquebalante* ‘hin und her geschüttelte Koalition’, *quelle mouche a piqué...?* ‘welche Mücke hat ... gestochen?’), *Gare à la chute!* ‘Aufgepaßt, damit es nicht zum Sturz kommt!’), das Wortspiel um das Lexem *compétence* mit den Lesarten ‘Fähigkeit’ und ‘Befugnis’.

Insgesamt zeigt gerade der Vergleich mit den themenähnlichen Beiträgen (aus der *FAZ* und den *Westfälischen Nachrichten*), in welchem Maße es dem *DNA*-Autor in (6) um eine originelle, fast schon literarisch zu nennende Textgestaltung geht. Die eingesetzten Mittel zur Selbstdarstellung fungieren zugleich als Stützung des zentralen Handlungsschemas, sie tragen dazu bei, die sachorientierte Argumentationslinie um eine weitere Dimension, die der ästhetisierenden sprachlichen Umsetzung, zu ergänzen. Außerdem ist nicht auszuschließen, daß aufgrund des ausgefeilten Stils der Autor in den Augen der Leserschaft an Autorität gewinnt und die von ihm vertretene Position mehr Gehör findet bzw. auf größere Zustimmung stößt.

4. Persuasion und Kulturspezifik

Die Zuschreibung von Persuasivität erfährt eine zusätzliche Schwierigkeit, wenn man Textbeispiele aus unterschiedlichen Kommunikationskulturen heranzieht und miteinander zu kontrastieren versucht. Denn trotz aller Internationalisierungstendenzen speziell in den Medien sind nationale oder gruppenspezifische Besonderheiten nach wie vor prägend. So heißt es beispielsweise, daß

gerade in Meinungsbeiträgen französischer Journalisten Kriterien wie ‚literarische Qualität‘, ‚hohes Abstraktionsniveau‘, ‚rhetorische Brillanz‘ tendenziell eine größere Rolle spielen als in deutschen Beiträgen:

Journalistische Textgattungen im Lande Voltaires lassen deutlicher als in Deutschland den literarischen Ursprung des modernen Journalismus erkennen.
(WOLTERS DORFF 2001, 35)

Oder pointierter im Anschluß an PREISINGER (2004, 26) formuliert: „prickelnder Champagner“ auf seiten französischer Printmedien versus „nüchternes Schwarzbrot“ für langweiligen deutschen Nachrichtenjournalismus?

Vor diesem Hintergrund soll nun abschließend versucht werden, wenigstens ansatzweise die Spreu tradierter Klischees vom Weizen belegbarer Aussagen zu trennen. Da aus Umfangsgründen in diesem Rahmen keine ausführliche Untersuchung möglich ist, stützen sich die Ausführungen weitgehend auf die inzwischen recht zahlreichen und in mehreren Sammelbänden publizierten Vorarbeiten zur kontrastiven Medienlinguistik;¹⁵ die Gliederung erfolgt anhand von drei Thesen, zur Veranschaulichung werden wiederum ausgewählte deutsche und französische Kommentartexte einbezogen.

- (i) Einer gängigen Meinung zufolge existiert im Französischen eine engere Beziehung zwischen Sprachgebrauch und Bildung als im Deutschen:

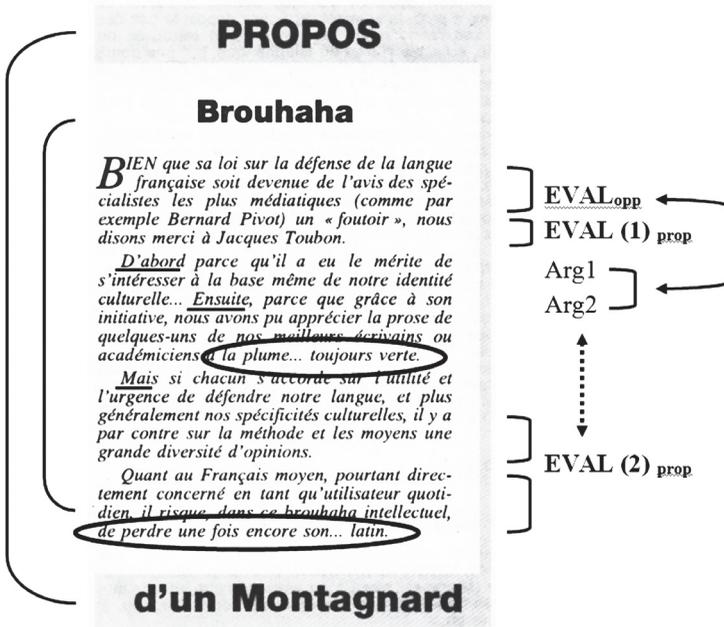
Im französischen Kontext besteht eine Tendenz zu einer reichen, bildhaften und mit kulturellen und literarischen Anspielungen durchsetzten Sprache.
(LÜSEBRINK 1999, 137)

Diese nicht speziell auf Pressekommunikation, sondern auf das Sprachverhalten in Politik und Wirtschaft generell bezogene Aussage unterstellt eine größere rhetorische Kompetenz auf französischer Seite. In dieser Allgemeinheit mag eine solche Aussage zunächst überraschen; als Erklärung werden meist die Sozialisation in Schule und Hochschule (besonders den *Grandes écoles*) sowie das unterschiedliche Berufsverständnis genannt: Während es einem deutschen Journalisten eher auf professionelle Sorgfalt und ausführliche Hintergrundanalysen ankomme, fühle sich ein französischer Journalist stärker den

15 FIX / HABSCHIED / KLEIN (2001), FRENKEL / LÜGER / WOLTERS DORFF (2004), LENK / CHESTERMAN (2005), LÜGER / LENK (2008), LUGINBÜHL / HAUSER (2010); verwiesen sei ebenfalls auf die bibliographischen Angaben der Internet-Plattform: www.kontrastive-medienlinguistik.net.

Idealen eines literarischen Autors verpflichtet. Es sei dahingestellt, welcher Realitätsgehalt dieser Einschätzung zukommt. Dennoch liefern vergleichende Textanalysen Anhaltspunkte, die zumindest teilweise die angesprochene Tendenz bestätigen. Unverkennbar ist insbesondere die um Lesewerbung bemühte Gestaltung meinungsbetonter Texte: die große stilistische Varianz, der Reichtum an rhetorischen Figuren, bildhaften Ausdrücken, Anspielungen. Einen markanten Fall stellt in dieser Hinsicht des Kommentarbeispiel (3) dar, wenn auch die zugrundeliegende polemisch-satirische Diktion in der französischen Tagespresse keineswegs die Regel ist. Aber selbst kürzere Kommentare in Regionalzeitungen zeichnen sich häufig durch eine anregende, originelle stilistische Präsentation aus. Dazu ein kurzes Textbeispiel aus der Tageszeitung *La Montagne*, welches den gleichen Ausgangspunkt hat wie der oben erwähnte Beitrag des *Canard enchaîné*, nämlich das Gesetzesvorhaben zur französischen Sprache von 1994.

(7)



(*La Montagne*, 5.8.1994)

Den Montagne-Kommentar kann man ohne Frage als transparent strukturiert betrachten. Dennoch sind einige Punkte bemerkenswert:

- die deutliche Hervorhebung der zweifachen Rahmung (durch farbigen Hintergrund für *Propos d'un Montagnard*, mit der Wiederholung von *brouhaha* im Schlußabschnitt),
- die expliziten Gliederungssignale (*d'abord, ensuite, mais*) und der damit leicht zu überschauende argumentative Aufbau (Präsentation + Begründung einer allgemeinen These des Proponenten, anschließend Einschränkung dieser These (EVAL (2))),
- der direkte Einstieg mit nächstsprachlichen Ausdrücken (*brouhaha* 'Lärm', *foutoir* 'Saustall'),
- das Spiel mit Assoziationen (*la plume verte*, wörtlich 'die grüne Feder', meint einerseits das kraftvolle, unverstellte Schreiben, evoziert andererseits eine Verbindung zu der Organisation *La plume verte*, die sich der Literaturförderung widmet),
- die Reliteralisierung eines phraseologischen Ausdrucks (*perdre son latin* 'mit seinem Latein am Ende sein' bezieht sich zunächst auf die nach Meinung des Kommentators entstandene allgemeine Verwirrung, ermöglicht sodann – verstärkt durch den Zusatz *une fois encore* 'wieder einmal' – einen Bezug zur Aufgabe des Lateins als offizielle Verwaltungssprache seit dem 16. Jahrhundert),
- die mehrfachen Lautwiederholungen speziell im vorletzten Abschnitt (3x [s] in „si chacun s'accorde“, 2x [y] in „utilité et urgence“, 3x [d] in „de défendre“, 2x [m] in „méthode et moyens“, 3x [d] in „grande diversité d'opinions“).

Nichts scheint dem Zufall überlassen, ein gewisser stilistischer Anspruch wird eingehalten, wozu auch der kreative Umgang mit dem semantischen Potential bestimmter Wortverbindungen gehört, Literatur und Geschichte sind als Bezugsgröße immer präsent. Ein ähnliches Bild bezüglich der ausgefeilten sprachlichen Präsentation ergab sich auch bereits bei der Betrachtung des *DNA*-Kommentars (Beispiel (6)). Bei einem Vergleich zu parallelen deutschen Texten wie im Beleg (8) fällt sofort der sparsame Gebrauch ästhetisierender Elemente auf.

(8)

LEITARTIKEL
Der Fluch der Rendite-Hatz
 VON KLAUS-DIETER GEHLER, FRANKFURT

Der Kurssturz an den Börsen zeigt, dass zu wenig aus der Krise von 2008 gelernt wurde. Immer noch können Finanzjongleure eine eigentlich gut laufende Weltwirtschaft gefährden.

Die Zahlen klingen dramatisch. Innerhalb einer Woche haben die rund 1800 Unternehmen aus 23 Ländern, deren Kurse im sogenannten MSCI Welt Index abgebildet werden, rund 2,5 Billionen Dollar an Wert verloren. Allein die 10 deutschen Dax-Konzerne sind heute rund 100 Milliarden Euro weniger wert als vor einer Woche. Von Panik ist die Rede, von einer Furcht vor einer neuen Weltwirtschaftskrise. Anleger flüchten aus Aktien, Euro und Dollar.

Sieht die Welt schon wieder am Abgrund, so wie erst vor knapp drei Jahren, als die US-Investmentbank Lehman Konkurs anmelden musste und die Kurse auf Talfahrt gingen? Die nüchterne Antwort darauf lautet eindeutig: Nein. Die Situation heute ist Regierungen nicht mit der von 2008 gleichzusetzen, auch wenn deren Reaktion an den Aktienmärkten ähnlich ausfällt. Doch anders als damals geht es heute nicht um den möglichen Zusammenbruch des Weltfinanzsystems, die meisten Banken sind viel besser gerüstet und werden auch diesen Rückschlag wegstecken können. Vor allem aber ist die Situation der realen Wirtschaft deutlich robuster als vor drei Jahren. Besonders deutsche Unternehmen glänzen mit Milliardengewinnen, doch auch Amerika-Konzerne stehen dick im schwarzen Bereich.

Auslöser dieses Kurssturzes ist vielmehr ein irrationales Verhalten der Marktteilnehmer, allen voran der institutionellen Investoren, die um ihre hohen Renditen bangen. Sie fürchten auf einmal, dass sich die bisher erreichte Erholung von der jüngsten Krise dramatisch ins Gegenteil verkehren werde. Anhaltspunkte dafür gibt es durchaus: die Staatsschulden in Europa, aber auch in USA, Japan oder Großbritannien sind ein Grund zur Sorge. Vor allem das wenig entschlossene Handeln und Reden der Politiker schüren die Ungewissheit, dass dieses Problem konsequent angegangen wird. In den USA streiten sich die Parteien, in Europa sind sich die Länder nicht einig über den richtigen Weg.

Aber diese Probleme sind nicht neu, sie beschäftigen die Welt schon seit zig Jahren, siehe Japan. Es ist auch nicht neu, dass die Konjunktur in den USA lahm vorlämt, dass es in Europa oder dem breiten Rest der Welt eine Wachstumsschwäche gibt. Doch die Investoren, diese geschichtslose Masse der Märkte, nichts aus der Finanzkrise gelernt haben, sondern immer noch danach streben, überzogen hohe Renditen zu erzielen, ist die Verunsicherung plötzlichen Panik umgeschlagen, in welchem anderen Bereich der Wirtschaft werden regelmäßig Zuwachsraten von sieben, acht oder mehr Prozent erwartet? Warum muss, warum darf das gerade im Finanzmarkt das Ziel sein? Es gibt keinen Grund, die Wirksamkeit des Euro-Rettungsschirms schon anzuzweifeln, noch ehe die von den Politikern beschlossenen Maßnahmen überhaupt umgesetzt worden könnten. Man kann den Euro-Staats- und Regierungsschuldendienst verwerfen, dass sie nicht entschieden genug gegen die Marktspekulationen angehen. Von den groß angekündigten Schritten zur Regulierung der Finanzmärkte, mit der das halbtote Gebaren der Spekulanten eingeschränkt werden sollte, ist nicht viel zu sehen. Und so nutzen die Jongleure die Schwäche der Politik aus, um mit ihren Wetten möglichst schnell möglichst viel Geld zu verdienen.

Steht die Welt schon wieder am Abgrund, so wie erst vor knapp drei Jahren, als die US-Investmentbank Lehman Konkurs anmelden musste und die Kurse auf Talfahrt gingen? Die nüchterne Antwort darauf lautet eindeutig: Nein. Die Situation heute ist nicht mit der von 2008 gleichzusetzen, auch wenn die Reaktion an den Aktienmärkten ähnlich ausfällt. Doch anders als damals geht es heute nicht um den möglichen Zusammenbruch des Weltfinanzsystems, die meisten Banken sind viel besser gerüstet und werden auch diesen Rückschlag wegstecken können.

Aus den großen Regierungen Spekulanten ist

(Die Rheinpfalz, 6.8.2011)

Der Kommentar „Der Fluch der Rendite-Hatz“ ist themengleich mit dem Belegtext (6) und am gleichen Tag in einer Regionalzeitung erschienen. Die gesamte Diktion kann man als sachorientiert und nüchtern bezeichnen, das Bemühen um sprachliche Lektüeranreize ist im Unterschied zum Beispieltext (6) nicht sonderlich ausgeprägt. An bildhaften Ausdrücken finden sich zwar einige Beispiele, doch handelt es sich ausschließlich um usuelle Formen (*Rückschlag wegstecken können, mit Milliardengewinnen glänzen, dick im schwarzen Bereich, Kurssturz, Erholung von der Krise, die Konjunktur lahm, Euro-Rettungsschirm*).

(ii) Bekanntlich steht die französische Tagespresse unter einem starken Konkurrenzdruck und hat größere Schwierigkeiten, sich gegenüber den anderen Medien zu behaupten als etwa die deutsche Tagespresse. Dies führt vielfach zu der Annahme, in der französischen Berichterstattung seien

aufmerksamkeitsfördernde Mittel daher von ungleich größerer Bedeutung.

Für viele französische Tageszeitungen ist eine vergleichsweise plakative Aufmachung der Titelseite, der *une*, in der Tat charakteristisch. Und der Innenteil weist einen hohen Prozentsatz an oft großflächigen Illustrationen auf. Diese Beobachtung trifft vor allem auf die Regionalpresse zu. Der Hauptgrund dürfte darin liegen, daß der Verkauf über Abonnements immer noch wenig ausgeprägt ist (ca. 25 % der Auflage) und der Absatz in erster Linie über den Straßenverkauf, *la vente au numéro*, erfolgt. In Deutschland werden mehr als zwei Drittel der Tagespresse über Abonnements abgesetzt.

Vor diesem Hintergrund liegt die Vermutung nahe, daß eine meinungsfreundliche Berichterstattung die probate Strategie sein könnte, um die Leserschaft verstärkt an sich zu binden. Das Gegenteil ist jedoch der Fall. Sieht man von einigen Vertretern der Hauptstadtpresse ab, findet man beispielsweise in französischen Kommentaren tendenziell eher zurückhaltende Stellungnahmen, wogegen in der deutschen Presse häufiger entscheidungsorientierte Beiträge anzutreffen sind, d. h., so pauschal das klingen mag, die werbende Intentionalität wird hier deutlicher artikuliert. Solche Persuasivitäts-Unterschiede zeigen sich bis hin zur Formulierung einzelner Bewertungshandlungen (die evaluativen Komponenten sind jeweils hervorgehoben):

(9) EVAL (s, p):

Dieser Text ist kein Skandal, sondern ein kurioses Dokument beachtlicher Dummheit. (die tageszeitung, 22.8.2011)

(10) EVAL (s, p):

Doch mit dieser Strategie bekämpft man nicht die Ursache der Krise, sondern sorgt nur dafür, dass Missstände länger unbemerkt bleiben. (Die Welt, 17.9.2011)

Drastische Meinungsäußerungen finden sich gleichermaßen in eingebetteten Bewertungen:

(11) INF (s, EVAL (s, p)):

Doch es sind die Internet-Nutzer selbst, die solche Fanatiker in die Schranken weisen [...] können. (Die Rheinpfalz, 26.7.2011)

(12) EVAL (s, EVAL (s, p)):

Andererseits wurde aus der mit viel Tamtam angekündigten, indes dilettantisch durchgeführten Reform ein Reförmchen. (Borkumer Zeitung, 1.8.2011)

Auch wenn es sich hier nur um Einzelbeispiele handelt, verweisen sie auf eine Tendenz eindeutiger Stellungnahmen, in denen Bemühungen um Abschwächung, um Gesichtsschonung der Gegenseite nicht immer im Vordergrund stehen. Als Ergänzung ein Beispiel aus dem Kontext der französischen Präsidentschaftswahl 2002, wo der Umstand, daß der Kandidat des rechtsextremen *Front National* den zweiten Wahlgang erreichte, im In- und Ausland zahlreiche Reaktionen auslöste:

(13) **Politisches Erdbeben**

Das ist eine handfeste Überraschung. Die Franzosen haben in der ersten Runde der Präsidentschaftswahl den rechtsradikalen Führer Jean-Marie Le Pen zum Herausforderer von Jacques Chirac gewählt. Welch eine Schande für Frankreich! [...]
(*Die Rheinpfalz*, 22.4.2002)

Pourquoi ?

[...] Face à tous ces abaissements du sentiment collectif d'appartenance, face au développement du « sam suffisme » et du nationalisme de jardinier, face à la peur qui arme les consciences et parfois les bras, que peut la politique ? Parler à l'intelligence et non à la passion. Parler à l'esprit et non aux tripes. C'est tout ce qu'il reste à faire à Jacques Chirac pour que, le 5 mai, la France ait moins peur de se regarder dans la glace. (*La Croix*, 22.4.2002)

Während der deutsche Kommentator seine Einschätzung in dem Ausruf „Welch eine Schande für Frankreich!“ gipfeln läßt, plädiert der französische Journalist für die Vernunft und gegen das Bauchgefühl („Parler à l'intelligence et non à la passion.“). Der Unterschied – klare Positionierung auf deutscher, abschwächende Haltung auf französischer Seite – weist in eine Richtung, die sich in verschiedenen Paralleltextanalysen anhand deutscher und französischer Beispiele mehrfach bestätigt hat.

- (iii) In der schulischen und universitären Sozialisation in Frankreich spielt für die schriftliche Textproduktion ein Modell eine herausragende Rolle, das der *dissertation*. Das Aufbauprinzip basiert – gleichsam als Ausdruck logischer Stringenz – auf einer dreiteiligen Struktur, einem *rythme ternaire*: „Alle Gedankenschritte, die zwischen der ‚introduction‘ und der ‚conclusion‘ stehen, dienen ausschließlich der logischen Hinführung zur ‚conclusion‘. [...] Die Anzahl von drei Teilen („tripartie“) ist dabei gewissermaßen sakrosankt [...]“ (ANTES 1978, 228). Hieraus läßt sich die Erwartung ableiten, daß auch Pressekommentare von diesem Modell geprägt sind.

Die Textrealität bestätigt diese Annahme indes nicht. Es heißt zwar: „Nur ein so strukturierter Text hat Aussicht auf Erfolg“ (ANTES 1992, 324), doch fin-

den sich erstaunlich wenige journalistische Beiträge in der französischen Tagespresse, die einem solchen Ideal entsprechen. Die Vermutung liegt nahe, daß das schulmäßige Textbildungs-Muster der *dissertation* – trotz vermeintlicher argumentativer Evidenz – auf dem Markt des journalistischen Wettbewerbs nicht konkurrenzfähig ist; vor allem aber dürfte es, da als zu schematisch empfunden, mit seinen formalen Ansprüchen hinsichtlich Kreativität und persuasiver Effektivität kaum bestehen.

5. Ausblick

Einige der in diesem Beitrag gemachten Aussagen haben nur eine begrenzte Reichweite und bedürfen zweifellos weiterer Absicherung. Dies aus verschiedenen Gründen. Zunächst einmal wäre die Materialgrundlage zu ergänzen. Auch wenn man die jeweils ausgewählten Textbelege als prototypische Beispiele ansehen mag, können sie eine empirische und korpusbasierte Erhebung nicht ersetzen. Diese Feststellung gilt insbesondere für die Ausführungen zur Kultur- und Sprachspezifik. Die bisher vorgelegten Untersuchungen auf diesem Gebiet haben hinreichend deutlich gemacht, wie vielfältig die Analyse-Parameter sein müssen, um überhaupt valide Aussagen zu ermöglichen und um der Gefahr der Übergeneralisierung zu entgehen.

Gänzlich verzichtet wurde auf die Einbeziehung zusätzlicher visueller Maßnahmen. Gemeint sind der gesamte paratextuelle Bereich sowie der Einsatz von Karikaturen, auf die Tageszeitungen des öfteren zurückgreifen, um die Aufmerksamkeit stärker auf einen aktuellen Sachverhalt zu lenken und dabei eine bestimmte Bewertung hervorzuheben, aber auch, um die Persuasivität der betreffenden Beiträge zu erhöhen. So aufschlußreich dieses Feld auch sein mag, es läßt sich nicht im Rahmen eines Artikels gleichsam nebenbei abhandeln, sondern erfordert eine eigene Untersuchung.

In der Massenkommunikation hat man es nicht nur mit dem Phänomen der Mehrfachautorenschaft, sondern ebenso mit einer prinzipiellen Mehrfachadressiertheit von Berichterstattungen zu tun; letzteres dürfte für meinungsbe-tonte Beiträge in besonderer Weise gelten. Die Zuschreibung von Bedeutungen stellt sich aus dieser Perspektive also um einiges komplexer dar als zuvor angedeutet.

Trotz dieser Einschränkungen sollte deutlich geworden sein, wie ein sinnvolles Begriffsverständnis von ‚Persuasion‘ aussehen kann, welche Dimensionen den persuasiven Charakter von Pressekommentaren ausmachen, wie sich unterschiedliche Persuasionsstile textuell manifestieren und welche Probleme interlinguale und interkulturelle Vergleiche aufwerfen.

Literatur

- ANTES, PETER (1978): Brillanz und Begrenztheit französischer Exposés. In: *Französisch heute* 9, 227–233.
- ANTES, PETER (1992): Der wissenschaftliche Vortrag. Englische, französische und deutsche Darstellungsformen im Vergleich. In: *Publizistik* 37, 322–330.
- AUSTIN, JOHN L. (1962): *How to do things with Words*. Oxford.
- BAERISWYL, OTHMAR (1989): *Gewissheitsgrade in Zeitungstexten*. Freiburg.
- BRÉAL, MICHEL (³1904, ¹1897): *Essai de sémantique (science des significations)*. Paris.
- EILDERS, CHRISTIANE (2008): Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen – Pressekommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle. In: PFETSCH, BARBARA / ADAM, SILKE (Hrsg.): *Massenmedien als politische Akteure*. Wiesbaden, 27–51.
- FIX, ULLA / HABSCHIED, STEPHAN / KLEIN, JOSEF (Hrsg.) (2001): *Zur Kulturspezifik von Textsorten*. Tübingen.
- FOSCHI ALBERT, MARINA (2009): *Il profilo stilistico del testo. Guida al confronto intertestuale e interculturale (tedesco e italiano)*. Pisa.
- FRENKEL, CORNELIA / LÜGER, HEINZ-HELMUT / WOLTERS-DORFF, STEFAN (Hrsg.) (2004): *Deutsche und französische Medien im Wandel*. Landau.
- HEINEMANN, WOLFGANG (2010): Alles Stil – oder was? Reflexionen zum Verhältnis von Text und Stil. In: BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA / MAC, AGNIESZKA / SMYKALA, MARTA / SZWED, IWONA (Hrsg.): *Text und Stil*. Frankfurt a. M. u. a., 15–37.
- HERBIG, ALBERT / SANDIG, BARBARA (1994): „Das kann doch wohl nur ein Witz sein!“ Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen persuasiver Strategien. In: MOILANEN, MARKKU / TIITULA, LIISA (Hrsg.): *Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen*. Berlin / New York, 59–98.
- HOFFMANN, MICHAEL (1998): Gestaltungsstrategien und strategisches Gestalten. Zur Persuasivität von Thematisierungsstilen im politischen Diskurs. In: HOFFMANN, MICHAEL / KEBLER, CHRISTINE (Hrsg.), 57–100.
- HOFFMANN, MICHAEL (2008): Wenn die Zeichen auf Frohsinn stehen ... Infotainment-Analysen am Beispiel des James-Bond-Diskurses. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.), 55–77.

- HOFFMANN, MICHAEL / KEBLER, CHRISTINE (Hrsg.) (1998): Beiträge zur Persuasionsforschung. Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte. Frankfurt a. M. u. a.
- HOLLY, WERNER (1979): Zum Begriff der Perlokution. In: Deutsche Sprache 7, 1–27.
- HOLLY, WERNER / KÜHN, PETER / PÜSCHEL, ULRICH (1984): Für einen „sinnvollen“ Handlungsbegriff in der linguistischen Pragmatik. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 12, 275–312.
- KOPPERSCHMIDT, JOSEF (1973): Allgemeine Rhetorik. Einführung in die Theorie der Persuasiven Kommunikation. Stuttgart.
- LENK, HARTMUT E. H. (1991): Brauchen wir den Begriff der Perlokution für die Analyse sprachlichen Handelns? In: Der Ginkgo Baum – Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa 10, 261–270.
- LENK, HARTMUT E. H. (1998): ‚Persönliche Perspektivierung‘ als Persuasionsstrategie in DDR-Pressekommentaren der Wendezeit. In: HOFFMANN, MICHAEL / KEBLER, CHRISTINE (Hrsg.), 121–155.
- LENK, HARTMUT E. H. (1999): Der Explizitätsgrad von Bewertungen in der Textsorte ‚Pressekommentar‘. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 35, 76–115.
- LENK, HARTMUT E. H. (2008): „... moniert die Neue Presse“ – Verben und Wendungen der Zitateinbettung in Presseschauen. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 47, 93–114.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmo­dell. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11.–13.6.2009. Stockholm, 165–181.
- LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.) (2005): Preetextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim / Zürich / New York.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1977): Persuasive Elemente in Zeitungsnachrichten. In: OLBERT, JÜRGEN (Hrsg.): Gesammelte Aufsätze zur Frankreichkunde. Frankfurt a. M., 205–213.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.): Mediensprache, Medienkritik. Frankfurt a. M. u. a., 207–224.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.) (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Landau.
- LÜSEBRINK, HANS-JÜRGEN (1999): Rhetorik, Wertesystem und Kommunikationsstile. In: GEIBNER, HELLMUT K. / HERBIG, ALBERT F. / WESSELA, Eva (Hrsg.): Wirtschaftskommunikation in Europa. Tostedt, 133–147.
- LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.) (2010): MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse. Landau.
- MÜLLER, ALBRECHT (2010): Meinungsmache. Wie Wirtschaft, Politik und Medien uns das Denken abgewöhnen wollen. München.

- NIKULA, HENRIK (2009): Der Stil als persuasives Mittel in Gebrauchstexten. In: ENELL-NILSSON, MONA / NISSILÄ, NIINA (Hrsg.): Sprache und Macht. Vaasa, 286–297.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWSKI, EDMUND (1998): Kommentar und Glosse. Konstanz.
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1973): Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. In: Publizistik 18, 26–55.
- POLENZ, PETER VON (1985): Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens. Berlin, New York.
- PREISINGER, IRENE (2004): Das Berufsverständnis politischer Journalisten in Frankreich und Deutschland. In: FRENKEL, CORNELIA / LÜGER, HEINZ-HELMUT / WOLTERS-DORFF, STEFAN (Hrsg.), 23–29.
- SANDIG, BARBARA (1986): Stilistik der deutschen Sprache. Berlin, New York.
- SANDIG, BARBARA (2006): Textstilistik des Deutschen. Berlin, New York.
- SANTULLI, FRANCESCA (2005): Le parole del potere, il potere delle parole. Retorica e discorso politico. Mailand.
- SCHMITT, HOLGER (2008): Illokutionsdichte und Illokutionskomposition deutscher und englischer Preetexte. Die FAZ im Vergleich mit der INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.), 305–323.
- VOSS, CORNELIA (1999): Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung. Frankfurt a. M. u. a.
- WOLTERS-DORFF, STEFAN (2001): Die französische Presse zwischen Globalisierungsdruck und Selbstbehauptung. In: WEBER, THOMAS / WOLTERS-DORFF, STEFAN (Hrsg.): Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Marburg, 31–66.

ZOFIA BILUT-HOMPLEWICZ

Kommentar als ‘Pressegattung’

Zur Spezifik der Presseforschung in Polen

1. Der Vergleichsrahmen – interlinguistische Kontrastivität

In dem vorliegenden Band, der durch das Prinzip der kontrastiven Forschung geprägt ist, von der Notwendigkeit dieser Forschungsrichtung zu überzeugen, hieße mit einem bekannten Phraseologismus *Eulen nach Athen zu tragen*. Es scheint jedoch begründet zu sein, kurz auf drei Arten der Kontrastivität hinzuweisen, von denen die dritte in unserem Rahmen von Belang ist, die hier als interlinguistische Kontrastivität bezeichnet wird. Gemeint sind insgesamt die interlinguale Kontrastivität (Vergleich der Subsysteme von zwei bzw. mehreren Sprachen), intertextuelle Kontrastivität¹ (Textvergleich, insbesondere kontrastive Textologie) und schließlich die sogenannte interlinguistische Kontrastivität, die den Vergleich von zwei analogen linguistischen Disziplinen² in unterschiedlichen geographischen Räumen und Wissenschaftstraditionen umfasst. Die Unterscheidung dieser drei Arten der Kontrastivität hängt mit den Ebenen / Dimensionen zusammen, auf denen der Vergleich angesiedelt ist. Nach der sog. pragmatischen Wende gilt nicht mehr die Ebene des Sprachsystems als einziger Bezugspunkt; die Zuwendung zur Textebene und der Ebene der sprachlichen Kommunikation ist eine linguistische Selbstverständlichkeit geworden. Der dritten Art des Vergleichs, der interlinguistischen Kontras-

1 Es muss hier betont werden, dass es in diesem Rahmen nicht um Intertextualität im üblichen Sinne geht, wie sie in der literaturwissenschaftlichen und textlinguistischen Forschung verstanden wird, sondern um den Textvergleich in zwei oder mehreren Sprachen und Kulturen. Ohne diese Erklärung würde diese Bezeichnung irreführend sein. Mehr zu den einzelnen Arten der Kontrastivität bei BILUT-HOMPLEWICZ (2008).

2 Der Analogiegrad kann dabei unterschiedlich sein, was sich aus der Untersuchung ergeben soll.

tivität und ihren Aspekten am Beispiel der linguistisch orientierten Presseforschung, soll sich der vorliegende Beitrag widmen. Als Ausgangspunkt gilt, dass die interlinguistische Kontrastivität zwei Disziplinen / Forschungsbereiche in verschiedenen Ländern bzw. Forschungskreisen³ oder ihre ausgewählten Aspekte umfassen kann. Im vorliegenden Beitrag gilt in diesem Sinne das Interesse einem Forschungsausschnitt, der die Presseforschung in Polen betrifft und hier mit dem analogen Forschungsbereich in Deutschland in Beziehung gesetzt wird. Der interlinguistische Vergleich betrifft somit eine ganz andere Dimension als die oben erwähnten Arten der Kontrastivität, weil er nicht auf sprachliche Größen abzielt. Es handelt sich dabei um das In-Beziehung-Setzen von vergleichbaren linguistischen oder linguistisch ausgerichteten Disziplinen / Bereichen in zwei oder mehreren wissenschaftlichen Schreibkulturen, genauer gesagt um den Vergleich ihrer Traditionslinien, ihres Forschungsstandes, ihrer Schwerpunkte sowie um die Bestimmung von deren Desideraten.⁴ Es drängt sich hier die Frage auf, ob und inwieweit ein solcher Vergleich in der Zeit der Annäherung von Schreibkulturen überhaupt sinnvoll ist. Sollte nicht eher von der Globalisierung gesprochen werden? Für die Beschäftigung mit der interlinguistischen Kontrastivität sprechen jedoch mindestens zwei Gründe. Erstens gibt es zwar benachbarte oder nicht weit voneinander entfernte Länder, wie beispielsweise Deutschland (oder andere deutschsprachige Länder) und Polen, die jedoch durch eine Sprachbarriere voneinander deutlich getrennt und aus diesem Grunde zu einem nur okkasionellen Wissenstransfer verurteilt sind. In der Zeit der Globalisierung und der EU-Mitgliedschaft klingt dies zwar befremdend, ist aber eine Tatsache. Nicht zu vergessen ist zweitens auch die politische Situation vor 1989, als jegliche Kontakte Polens mit dem Westen in großem Maße beschränkt waren.

Man könnte jedoch denken, dass die stark verbreitete Tradition der polnischen Germanistik, die meisten Arbeiten in deutscher Sprache zu verfassen, als positiver Faktor angesehen werden kann. Es ist ja eigentlich selbstverständlich, dass sich polnische Germanisten hauptsächlich auf die germanisti-

3 Die Bezeichnung *Forschungskreis* ist adäquater, weil eine Philologie wie Germanistik in mehreren Ländern der gleichen Tradition folgt, ohne dass hier die Spezifik der Forschung einzelner Länder in Frage gestellt wird.

4 Es erscheint als begründet, in erster Linie diejenigen Disziplinen miteinander zu vergleichen, die die größten Unterschiede aufweisen. Aber auch gemeinsame Traditionslinien sind dabei zu berücksichtigen.

sche Forschung stützen und deren einschlägige Literatur berücksichtigen. Dies trägt aber so gut wie kaum zum Wissenstransfer zwischen der germanistischen und polonistischen wissenschaftlichen Schreibkultur bei. Kontrastiv angelegte Arbeiten beziehen zwar Korpora aus zwei oder mehreren Sprachen ein, bleiben aber meistens einer wissenschaftlichen Schreibtradition treu. Im Falle von polnischen Germanisten bildet, wie bereits angemerkt, die germanistische Schreibtradition einen festen Bezugspunkt. Diese natürliche Verfahrensweise, die übrigens in Deutschland nicht so verbreitet ist – die Linguisten-Fremdphilologen verfassen ihre Arbeiten oft in der deutschen Sprache, berücksichtigen jedoch auch fremdsprachige Fachliteratur – verursacht, dass die Forschung von polnischen Germanisten den Polonisten und anderen Philologen im Lande wenig oder kaum bekannt ist. Auch in den meisten Arbeiten von polnischen Germanisten wird die polonistische Forschung nur beschränkt berücksichtigt und bleibt dadurch auch dem potentiellen deutschsprachigen Leser fremd.

In dem hier umrissenen Kontext drängt sich die folgende Frage auf: Wenn sprachliche Kategorien und Elemente Paralleltexte in zwei oder mehreren Sprachen einem Vergleich unterzogen werden, warum sollte dies nicht auch der Fall mit ausgewählten Disziplinen sein? Auch wenn die Unterschiede nicht immer spektakulär sind, ist der Grad der auftretenden Gemeinsamkeiten oder die Ermittlung von sich abzeichnenden Tendenzen zur Vereinheitlichung eine Erkenntnis, die aus diachronischer Sicht von Interesse sein kann. In der Zeit der Globalisierung, in der internationale Tagungen und Projekte gefragt sind, sollte der gegenseitige Austausch zwischen zwei benachbarten wissenschaftlichen Schreibkulturen etwas Selbstverständliches sein.

Im vorliegenden Beitrag, der sich dem Pressekommentar als Textsorte in der polonistischen Forschung widmet, können verständlicherweise nur ausgewählte Aspekte der Textologie / Textlinguistik (zum Begriff s. u.) und der linguistischen Presseforschung herausgegriffen werden. In den folgenden Ausführungen soll gezeigt werden, wie die textorientierte Forschung in die Untersuchung des Kommentars Eingang findet. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht der Vergleich der polonistischen Perspektive mit germanistischen Herangehensweisen. Auch wenn sich die Analyse nur auf ein polonistisches Standardwerk konzentriert, das mit einem anderen in Deutschland erschienenen Standardwerk verglichen wird, bezieht sich der Vergleich auf den Forschungsstand in dem hier interessierenden Bereich.

Die germanistische Textlinguistik ist ohne Textsortenforschung, die sich mit Gebrauchstexten beschäftigt, nicht mehr denkbar – sie gehört zu ihrem integralen Teil. In der polonistischen Forschung fungiert der Terminus *genologia tekstów użytkowych*, der als Gebrauchstextsortenforschung zu übersetzen ist, als nur partielles Pendant des deutschen Terminus *Textsortenforschung*. Die Relation zwischen den beiden Termini spiegelt die bestehende Sachlage in der Textlinguistik / Textologie deutlich wider. Während sich nämlich, zugespitzt formuliert, die germanistische Textsortenforschung vor allem auf Gebrauchstextsorten konzentriert, bleibt die Reflexion über diese Textsortenklasse in der Polonistik eher im Schatten der Forschung zu literarischen Textsorten, die eine viel längere Tradition hat. WOJAK (2008, 339) bezeichnet die Gebrauchstextsortenforschung (*genologia tekstów użytkowych*) als eine linguistische Disziplin, die sich in den letzten Jahren emanzipiert und in erster Linie an die Textologie (*tekstologia*) anknüpft. Die Autorin weist auch auf ihre Verbindung mit der Pragmalinguistik, der Diskurstheorie⁵ und der linguistischen Kulturforschung hin, vor allem jedoch mit der Funktionalstilistik.

In diesem Bereich ist ein gravierender Unterschied zwischen der germanistischen und polonistischen Textlinguistik / Textologie zu sehen, der sich aus differierenden Traditionen ergibt. In erster Linie ist eine viel engere Bindung der polonistischen Textologie an die Literaturwissenschaft und (Funktional-)Stilistik zu betonen. Selbst der leitende Terminus *lingwistyka tekstu* ('Textlinguistik') wird nicht so oft wie in der Germanistik verwendet, dafür aber *tekstologia* ('Textologie') und andere Termini, aber nicht mit gleicher Frequenz und teilweise auch abhängig von der Entwicklungsstufe der Disziplin (vgl. dazu LABOCHA 2009, 45 und BILUT-HOMPLEWICZ 2009, 325–326). Zu weiteren Hauptcharakteristika der polonistischen Textologie gehört die Konzentration auf den slawischen Forschungskreis. Die Prager Schule und die Bachtinsche Tradition bilden darin einen festen Bezugspunkt.

Bezeichnenderweise wurde der Band, in dem der hier erwähnte Beitrag von WOJAK (2008) erschienen ist, mit *Polska genologia lingwistyczna* ('Polnische linguistische Textsortenforschung') betitelt. Die Autorin spricht von drei Richtungen in der polonistischen Textsortenforschung: der literaturwissenschaftlichen, linguistischen und medienorientierten Richtung (WOJAK 2008, 339). In seinem 2008 erneut publizierten Beitrag, der zum ersten Mal

5 Der Begriff des Diskurses weicht in beiden Forschungsgebieten deutlich voneinander ab. Vgl. mehr dazu u. a. bei BILUT-HOMPLEWICZ (2009).

bereits 1982 erschien, äußert sich ein anderer polnischer Forscher, FURDAL (2008, 113), zur Stellung der linguistischen Textsortenforschung, wobei er sagt, dass sie als eine umfangreiche philologische Disziplin verstanden werden sollte, die in einzelne Kommunikationsbereiche zu unterteilen ist, worunter eine prominente Stelle der literarisch-künstlerischen Kommunikation zukommt. Auch WOJTAK (2004, 11) sagt eindeutig, dass die gegenwärtige Textsortenforschung als Bestandteil der Literaturwissenschaft fungiert. Eine solche Bemerkung ist darauf zurückzuführen, dass Gebrauchstexte in ihr bisher noch wenig Berücksichtigung finden.

Einen *expressis verbis* markierten Bezug auf das Bachtinsche Verständnis von Redegattungen finden wir bei WITOSZ (2008b, 328); die Verankerung der literaturwissenschaftlichen Gattungslehre in die polonistische Forschung wird auch von dieser Autorin betont.

Auch wenn die Erforschung der Textsorten zweifellos ein wichtiges Untersuchungsfeld bildet, wurde von polonistischen Linguisten kein Versuch unternommen, eine ganzheitlich angelegte Textklassifikation zu entwerfen. Gemeint sind hier Arbeiten, die mit denen von HARWEG (1968), ISENBERG (1978) oder SANDIG (1972) vergleichbar wären.

In der sich erst entwickelnden polonistischen Gebrauchstextsortenforschung ist als dominierende Tendenz die Untersuchung von einzelnen Textsorten⁶ zu nennen. Einzelforscher beschäftigen sich mit bestimmten Textsortengruppen, beispielsweise mit literarischen und nichtliterarischen Texten oder mit der Struktur und Pragmatik der Aussagen in der Verwaltung; WOJTAK (2004) widmet sich dagegen Presstextsorten (vgl. WOJTAK 2008, 340). Der starke Einfluss der (Funktional-)Stilistik ist hier wieder hervorzuheben. Vielen polonistischen Forschern zufolge sind Textsorten im Rahmen der Funktionalstile zu betrachten (vgl. WITOSZ 2008b). Als charakteristisch kann hier WOJTAKS (2004, 15) Forderung gelten, Methoden auszuarbeiten, die es ermöglichen, Textsorten eines bestimmten Kommunikationsbereichs zu bestimmen.⁷

6 In der Polonistik fungiert die Bezeichnung *gatunek* ('Gattung') sowohl im Hinblick auf literarische Texte als auch Gebrauchstexte, anders als in germanistischen Arbeiten, wo zwischen Textsorte und Textgattung unterschieden wird und letztere für literarische Texte verwendet wird (vgl. HEINEMANN 2000, 515).

7 Es ist an dieser Stelle eine bekannte Reihe zu nennen, *Gatunki mowy i ich ewolucja* ('Redegattungen und ihre Evolution', hrsg. von DANUTA OSTASZEWS-

Eine prägnante Erläuterung der Termini *Textsorte* und *Textmuster* in der polonistischen Literatur liefert WITOSZ (2008a: 312). Sie macht deutlich, dass der Terminus *Textsorte* auf die Theorie von Bachtin zurückzuführen ist, in der Polonistik jedoch keinen eindeutigen ontologischen Status hat.

Am häufigsten wird die Textsorte als ein abstraktes Phänomen verstanden und als theoretisches Konstrukt angesehen, ein Textmodell, das konstante und variable Elemente enthält, die durch Konvention, Gewohnheit, Praxis und durch die Gesellschaft akzeptierte Norm des sprachlichen Verhaltens geregelt werden. (WITOSZ 2008a: 312⁸)

WITOSZ bemerkt, dass dieser Begriff außerdem oft in der Sphäre zwischen der *langue* und *parole* auf der Ebene der Norm situiert wird. In dem Fall wird die Textsorte wie ein Textmuster behandelt (Architext), das intersubjektiv in der kommunikativen Kompetenz der Mitglieder einer jeweiligen Gemeinschaft und Kultur existiert und historischem Wandel unterliegt. Schließlich kann es sich bei der Textsorte um ein konkretes Textindividuum handeln, das als Prototyp fungiert. WITOSZ (2008a, 313) weist darauf hin, dass das Verständnis des Begriffs *Textsorte* in hohem Maße von methodologischen Präferenzen des jeweiligen Forschers abhängt.

Das zweite für die weiteren Ausführungen interessante Feld ist die Stellung der Sprechakttheorie in der polonistischen Textologie. Die sprechakttheoretischen Herangehensweisen werden im Hinblick auf einzelne Äußerungen verwendet, ihre Verbindung mit Textganzheiten im Sinne einer detaillierten Untersuchung der Handlungsstruktur mit dominierenden und subsidiären Handlungen ist jedoch nicht gängig, weil, wie bereits angemerkt, die Gebrauchstextsorten nicht so stark in den Fokus des Interesses rücken.⁹

KA), deren Bände wichtige polonistische Konferenzen dokumentieren. Schon die Bezeichnung im Titel lässt eine Anknüpfung an Bachtin deutlich erkennen.

8 Übersetzung aller Zitate von mir – Z. B.-H.

9 Vgl. ROSENGREN (1983) und im Hinblick auf den Pressekommentar beispielsweise LÜGER (1995) oder LENK (2011).

2. Unvergleichbares miteinander vergleichen? Eine polnische und eine deutsche Monographie zur Presseproblematik

2.1 Vorbemerkung

Die Darstellung konzentriert sich im Folgenden auf je eine repräsentative Arbeit in beiden wissenschaftlichen Schreibkulturen. Als Hauptkriterium fungieren hier die Stellung und der Rang der gewählten Arbeit im jeweiligen Forschungskreis. Im vorliegenden Fall bestehen mit der Auswahl der zu analysierenden Arbeiten überhaupt keine Probleme, weil es in jedem Forschungskreis je eine Position gibt, die eindeutig als bahnbrechend bezeichnet werden kann. Das Innovative ist aber in jeder von ihnen anders zu sehen. In der polonistischen Monographie geht es um die textsortenorientierten Fragen eines Kommunikationsbereichs, genauer gesagt um die Beschäftigung mit Presstextsorten, also einer gewählten Textsortengruppe und somit um einen Beitrag zu einer noch wenig entwickelten nichtliterarischen Textsortenforschung, in der germanistischen Arbeit dagegen um die Berücksichtigung von textlinguistischen und handlungstheoretischen Herangehensweisen und ihre Übertragung auf die Analysen konkreter Texte.

Als Vergleichsobjekt fungiert in dem hier umrissenen Zusammenhang die bis jetzt umfangreichste Monographie zu Presstextsorten in Polen *Gatunki prasowe* ('Presstextsorten'¹⁰) von WOJTAK (2004), die mit der Arbeit *Presse-sprache* von LÜGER (1995) in Beziehung gesetzt wird. Von einem direkten Pendant kann hier nicht gesprochen werden. Die Arbeit von WOJTAK konzentriert sich auf Presstextsorten und nicht auf die Pressesprache als globales Phänomen, wie es in der Monographie von LÜGER der Fall ist, so dass das Forschungsspektrum der polnischen Autorin enger ist und das Buch einer anderen Zielsetzung folgt. Auch die Zeitspanne von neun Jahren, die die beiden Arbeiten trennt, ist zu erwähnen.

Die Stellung der beiden Arbeiten in den hier interessierenden wissenschaftlichen Schreibkulturen ist jedoch in dem Sinne vergleichbar, dass sie

10 Auch wenn im Originaltitel die Bezeichnung *Gatunki prasowe* ('Pressegattungen') steht, wird hier in der Übersetzung ins Deutsche der Terminus *Presstextsorten* verwendet, was der einschlägigen germanistischen Literatur entspricht.

zweifelloos als wichtigste linguistische Standardwerke gelten, die sich mit der Presseproblematik auseinandersetzen. Es ist zwar 2010 eine andere Arbeit von WOJTAK erschienen, deren Titel *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy* ('Stimmen aus der Gegenwart. Über die Sprache der gegenwärtigen polnischen Presse') scheinbar der Monographie von LÜGER ähnelt, allerdings muss hier der Akzent auf **scheinbar** gelegt werden. Das Buch ist nämlich, wie die Autorin schreibt, als Ergänzung der hier zu charakterisierenden Monographie anzusehen und behandelt neueste sprachliche Phänomene in der Presse.¹¹

Es ist im Folgenden darüber zu reflektieren, inwieweit die Einbettung der charakterisierten Arbeit *Gatunki prasowe* von WOJTAK in die polonistische textologische Forschungstradition ihre Struktur, Methodologie und ihren Inhalt beeinflusst und wo die Unterschiede zu ihrem deutschen scheinbaren Pendant liegen. Im weiteren Teil des Beitrags gilt unser Augenmerk insbesondere der Behandlung des Kommentars in den beiden Arbeiten.

2.2 *Gatunki prasowe* ('Presstextsorten') von MARIA WOJTAK und *Pressesprache* von HEINZ-HELMUT LÜGER

In der Einleitung macht WOJTAK (2004, 7) darauf aufmerksam, dass Presstextsorten bisher vor allem in der Presseforschung beschrieben wurden, die ihre Anregungen aus der literaturtheoretisch orientierten Textsortenforschung schöpfte.¹² Ihre eigene Forschungsperspektive bezeichnet WOJTAK allgemein als philologisch, merkt aber an, dass sie auch an andere Disziplinen anknüpft, die sich mit Textsorten beschäftigen. Die Autorin setzt sich nicht zum Ziel, eine neue Theorie der Textsortenforschung zu entwerfen, sie schließt sich denjenigen Untersuchungen an, die sich der Textsortenspezifität in verschiede-

11 WOJTAK (2010) widmet jeder sprachlichen Erscheinung ein originell betitelt Einzelkapitel. Dies sollen Titel von drei der insgesamt 8 Hauptkapitel verdeutlichen: 3. *Stimmen und Geräusche des Alltags*, 4. *Exotische Stimmen – wenn man von Mundarten Gebrauch machen kann oder soll*, 5. *Stimmen des Milieus oder wie man Pressekommunikate mit Soziolekten exotisch macht*.

12 Die Autorin stützt sich auf die polonistische Forschung. In bisherigen Untersuchungen widmete man sich vor allem solchen Textsorten wie Feuilleton, Interview und Reportage.

nen Kommunikationsbereichen widmen (vgl. WOJTAK 2004, 7). Etwas später merkt sie an, dass für sie die Texttheorie als theoretischer Rahmen gilt (WOJTAK 2004, 16).

Als fundamental ist in dem so umrissenen Kontext das Verständnis von 'Textsorte' anzusehen. Die Autorin definiert 'Textsorte' als ein abstraktes Modell, das aber verschiedene konkrete Realisierungen zulässt. Ihr liegen Konventionen zugrunde, nach denen sich die Kommunikationsteilnehmer in konkreten Interaktionen richten. Es handelt sich dabei um eine komplexe Kategorie, die von drei Perspektiven aus zu betrachten ist. Gemeint sind eine dynamische Perspektive (Textsorte als ein Kommunikations- und Kulturphänomen), eine statische Perspektive (Textsorte als Texttyp, als Modell, das erlaubt, Texte mit ähnlichen Eigenschaften miteinander zu verbinden) und eine konkretisierende Perspektive (Textsorte als eine Menge von Aussagen oder eine Aussage, die das beste Exemplar einer Menge ist) (WOJTAK 2004, 16).

Das Textmuster wird dagegen als eine Regelmenge aufgefasst, die die wichtigsten Organisationsebenen des Textsortenschemas, Relationen zwischen diesen Ebenen sowie die Art und Weise ihres Funktionierens bestimmt.

WOJTAK scheint die beiden Termini *Textsorte* und *Textmuster* in ihren 2004 und 2008 erschienenen Arbeiten teilweise gleichzusetzen, wie es in der polonistischen Linguistik nicht selten der Fall ist (vgl. WITOSZ 2008a, 312 f.)¹³ Im Hinblick auf die sog. statische Perspektive schlägt WOJTAK (2004, 16 f.) folgende Komponenten des Textmusters vor:

- Struktur (Kompositionsmodell, Textrahmen, Einteilung in Segmente, Relationen zwischen diesen Segmenten) (struktureller Aspekt),
- Einbettung in die Kommunikation (Bild des Senders und Empfängers, Ziel des Kommunikats – das illokutive Potential) (pragmatischer Aspekt),
- Thematik und die Art und Weise ihrer Darstellung (Perspektive, Gesichtspunkt, Werthierarchie u. a. Elemente des Weltbildes) (Erkenntnisaspekt),
- Stilistische Komponente (stilistischer Aspekt).¹⁴

13 Der hier erwähnte Beitrag von WITOSZ wurde bereits 1999 an anderer Stelle veröffentlicht.

14 In WOJTAK (2008, 346) merkt die Autorin an, dass sie, wenn sie von ihrem Textsortenmodell spricht, an das Bachtinsche Gattungsschema anknüpft, das die Koexistenz des thematischen, kompositorischen und stilistischen Aspekts voraussetzt.

WOJTAK (2004, 18) spricht von Textmustervarianten, wobei sie drei Kategorien unterscheidet: kanonisches Muster, Alternationsmuster und Adaptationsmuster.

In der polonistischen Presseforschung wird im Allgemeinen zwischen zwei Gruppen von Presstextsorten, den informationsbetonten und den publizistischen Presstextsorten¹⁵ unterschieden. Als originell bezeichnet WOJTAK (2004, 35) den Vorschlag einer 2001 erschienenen Arbeit, drei journalistische Textsorten, die informationsbetonten, publizistischen und Grenztextsorten zu unterscheiden. Die Autorin bleibt jedoch bei der üblichen Zweiteilung. Die gängige Einteilung in informationsbetonte und publizistische Textsorten wird noch spezifiziert; informationsbetonte Textsorten werden im Hinblick auf ihre Komplexität und Struktur weiter unterteilt. In WOJTAKs Arbeit entfällt die oben erwähnte gängige Einteilung in die beiden oben genannten Gruppen in einzelne Kapitel, sie wird aber in den Schlussbemerkungen in der Tabelle berücksichtigt. Die Differenzierung von Textsorten ist hier etwas feiner als bei LÜGER, was aus dem Charakter der Arbeit resultiert. Wichtig ist für WOJTAK zu zeigen, dass die einzelnen informationsbetonten Presstextsorten Zusammenhänge aufweisen, die darin bestehen, dass einfachere Textsorten als Bausteine für komplexere fungieren können. Sie verfolgt nicht das Ziel, die Unterschiede zwischen informationsbetonten und publizistischen Textsorten sowie zwischen einzelnen Textsorten deutlich zu machen. Als Begründung dafür gilt für die Autorin die Erkenntnis, dass Textmuster von Presstextsorten einen normativ-usuellen Status haben und in vielen Fällen Flexibilität zeigen, was über die Dynamik der Wandlungen entscheidet (WOJTAK 2004, 37). Die Autorin ist der Meinung, dass sich die Beziehungen zwischen einzelnen Presstextsorten als eine Art Verwandtschaftsrelation interpretieren lassen (WOJTAK 2004, 305), sie spricht auch von Derivationsrelationen – eine Textsorte kann aus einer anderen abgeleitet werden.

Da, wie bereits angemerkt, die polonistische Textsortenforschung keine theoretisch fundierte ganzheitlich orientierte Texttypologie ausgearbeitet hat, erfüllt die besprochene Arbeit eine wichtige Rolle im Hinblick auf die Verankerung der Textsortenforschung in einem bestimmten Bereich, hier im Bereich der Presstexte.

15 Information wird in diesem Zusammenhang von vielen Forschern als Funktion der medialen Texte aufgefasst (vgl. WOJTAK 2004, 30).

Die 1983 erschienene Erstausgabe der hier im Mittelpunkt des Interesses stehenden Arbeit von LÜGER (2., neu bearbeitete Auflage 1995) ist die erste systematische Darstellung zur Presse aus textlinguistischer Sicht. Es ist als ihr Charakteristikum zu betonen, dass sie in erster Linie handlungsorientiert ist und dass vor allem in der bearbeiteten zweiten Ausgabe (1995) die neuen Tendenzen in der Textlinguistik ihre Widerspiegelung finden. Dies gilt nicht nur für das umfangreichste Kapitel 4 *Journalistische Textsorten*, sondern auch für das voranstehende pragmatisch und handlungstheoretisch ausgerichtete Kapitel *Zur Konstitution von Presstexten*. Es wird darin die Sprache des Mediums Presse untersucht, weil sie „nicht allein Dokument des jeweiligen Sprachzustandes“ ist, sondern auch „eine wichtige Rolle bei der Ausprägung und Veränderung sprachlicher Normen“ (LÜGER 1995, 1) spielt.

Die *Pressesprache* will vor allem in die wichtigsten Beschreibungsgrundlagen einführen. So geht der Autor von Fragestellungen und Untersuchungsansätzen aus (Kapitel 1), widmet sich im zweiten Kapitel linguistisch orientierten Untersuchungen und beschäftigt sich im Kapitel 3 mit der Konstitution von Presstexten, indem er ihren Handlungscharakter hervorhebt. Kapitel 4 gilt der Differenzierung journalistischer Textsorten.¹⁶

Aus der allgemeinen Charakteristik ergibt sich, dass zwischen den beiden Arbeiten bestimmte Unterschiede zutage treten, auf die noch genauer bei der Charakterisierung des Kommentars eingegangen wird. Bezeichnenderweise zeigt sich jedoch, dass die Entstehungszeit keine so große Rolle spielt wie die Verankerung in der Forschungstradition.

2.3 Behandlung des Kommentars in den beiden Arbeiten

Da sich dieser Beitrag in erster Linie an deutschsprachige Leser richtet, die mit der polnischen Forschung bekannt gemacht werden sollen, wird hier LÜGERS *Pressesprache* nur im Hinblick auf die wichtigsten Aspekte charakterisiert und dies immer auch im Vergleich mit der polonistischen Perspektive, die in der Arbeit von WOJAK repräsentiert wird.

In der einschlägigen polonistischen Literatur zum Kommentar wird darauf aufmerksam gemacht, dass diese Textsorte bis jetzt nicht präzise beschrieben

16 Wie es in der Reihe *Germanistische Arbeitshefte* üblich ist, gibt es in dem Buch auch Übungen. Lösungshinweise finden sich am Ende des Bandes.

wurde. Als Grund dafür gilt es die Tatsache hervorzuheben, dass sie von der modernen polnischen Publizistik als informationsbegleitende Aussageform gerade entdeckt wird. Die Journalisten, wie WOJTAK (2004, 166) bildhaft formuliert, experimentieren „befreit vom Zensurkorsett [...], welche Möglichkeit diese Textsorte zur Verfügung stellt“. In diesem Sinne ist es auch verständlich, dass die (linguistische) Forschung in diesem Bereich ein relativ neues Untersuchungsfeld darstellt.¹⁷

Im Kapitel *Pressekommentar. Eine interpretierte Information* (WOJTAK 2004, 166–201), das sich der Typologie des Kommentars widmet, betont WOJTAK, dass ihre Typologie stark korpusorientiert ist. Der Kommentar wird als selbstständige journalistische Textsorte mit eigenen Textsortenmerkmalen erfasst, auch wenn sie eine enge Verwandtschaft mit anderen publizistischen Textsorten, vor allem mit Feuilleton und Rezension zeigt. Die Autorin spricht gleich am Anfang über das Paradoxe dieser Textsorte. Ihrer Typologie, wie sie schreibt, liegen äußere und innere (außersprachliche und innersprachliche) Kriterien und Indizien zugrunde. Im Hinblick auf die Relationen zu informationsbetonten Texten und auf den Status der Aussage unterscheidet die Autorin zwischen autonomem Kommentar, der selbstständig auftritt, und dem nichtautonomen Kommentar, der entweder in den informationsbetonten Text eingebettet ist oder diesen Text begleitet.

Im Hinblick auf die Art und Weise der Meinungsgestaltung teilt die Autorin Kommentare wiederum in zwei Gruppen ein: direkte und indirekte Kommentare. Der direkte Kommentar bestimmt die Art der Meinung und gibt deren Autor an, der indirekte Kommentar betrifft den Status der Aussage – in der Funktion des Kommentars können auch andere Textsorten vorkommen, beispielsweise ein Interview oder eine zusätzliche Information. Auch das Anführen fremder Positionen und Meinungen gehört dazu.

Die weitere Einteilung erfolgt im Hinblick auf den Charakter der geäußerten Meinung, die emotionale Stellung des Senders und die dominierende Stilfärbung. Es werden folgende Arten des Kommentars unterschieden:

17 Als absurd beurteilt die Autorin die Betrachtung des Kommentars von Journalisten. Es geht hier um das Postulat, den Kommentar von der Information streng zu trennen. Der Information wird der höchste Wert beim Kontakt der Journalisten mit den Lesern zugeschrieben. In der Praxis verliert diese Unterordnung des Kommentars an Bedeutung, weil sich Journalisten um ein entsprechendes Niveau ihrer Kommentare, um die Wichtigkeit der präsentierten Meinungen sowie um ihre Auswirkung auf den Leser bemühen (WOJTAK 2004, 167).

- der gemäßigte Kommentar (sachlich, stützt sich auf die Argumentation, ist erklärend und interpretierend),
- der satirische Kommentar,
- der ironische Kommentar,
- der scherzhafte Kommentar (WOJTAK 2004, 170).

Im Mittelpunkt der Analyse steht der autonome Kommentar als kanonisches Textmuster. Dieser Textsorte liegen typische Kompositionsschemata zugrunde:

- argumentative Struktur,
- diskursive Struktur,¹⁸
- deskriptiv-bewertende Struktur oder berichtend-bewertende Struktur,
- anspielende Struktur,
- Mischformen (mit einer bestimmten Dominante),
- individuelle Realisierungen, die von gängigen Kompositionsschemata absehen.

Die einzelnen Kompositionsstrukturen werden noch weiter unterteilt und jedes Kompositionsschema wird an mehreren Beispielen dargestellt.

Die argumentative Struktur wird laut WOJTAK (2004, 171) durch zwei Kompositionsschemata realisiert:

A:

1) Einleitende Meinung, 2) Diagnose, 3) Argumentation, 4) Schlussfolgerung, 5) zusammenfassende Meinung.

B:

1) Beschreibung des Ereignisses (Exposition), 2) Prognose, 3) Meinung über das dargestellte Ereignis, 4) Argumentation, 5) zusammenfassende Meinung.

Jedes dieser Schemata kann modifiziert werden, indem eine Sequenz hinzugefügt oder ausgelassen wird und die Proportionen zwischen den einzelnen Sequenzen unterschiedlich gestaltet werden.

Ohne auf die Einzelheiten einzugehen, soll hier betont werden, dass die Autorin die Struktur der Texte nur allgemein charakterisiert und auf eine genaue Darstellung der Relationen zwischen den einzelnen Sequenzen inner-

18 Unter dem Begriff *diskursive Struktur* versteht die Autorin eine solche Struktur, in der Polemik zur Sprache kommt und Fragen gestellt werden, die den Problemcharakter einer Aussage hervorheben.

halb der genannten Schemata verzichtet. Sie beschränkt sich auf die Aufzählung von Sequenzen in der für den Kommentar typischen Reihenfolge. Für die Realisierung dieser Sequenzen werden charakteristische sprachliche Mittel (lexikalische Einheiten und syntaktische Konstruktionen) genannt und an Beispielen verdeutlicht.

Als Schlussfolgerung gilt in Bezug auf den autonomen Kommentar, dass seine Struktur durch einige sich wiederholende Schemata geprägt ist. Die Autorin schreibt keinem von ihnen die führende Rolle zu und betrachtet die einzelnen Realisierungsvarianten als gleichwertig (alternativ). Die Wahl eines konkreten Schemas sei meistens inhaltlich determiniert – die wichtigsten politischen Themen werden mit Hilfe der argumentativen oder diskursiven Struktur dargestellt.

WOJTAK beschäftigt sich im weiteren Teil ihrer Ausführungen mit der Relation des Titels zum Gesamttext des Kommentars, auf die hier nicht eingegangen werden kann.

Der nächste Teil ihrer Charakteristik der Textsorte widmet sich den pragmatischen Aspekten, wie es im Text wörtlich steht:

Zu den wichtigsten Intentionen gehören die subjektive Bewertung von aktuellen Ereignissen oder Polemik mit einer bestimmten Position, die sich auf die dargestellten Ereignisse bezieht, sowie der Versuch, die Leser zu überzeugen, ihre Meinungen oder Stellungnahmen (Haltungen) zu bestärken bzw. zu modifizieren. (WOJTAK 2004, 182)

Der autonome Kommentar ist somit laut WOJTAK durch ein komplexes Illokutionspotential gekennzeichnet.

Der Unterschied zu den anderen Preetextsorten besteht darin, dass es hier eine beschränkte Menge von Persuasionsstrategien gibt. Die wichtigste ist das Argumentieren, wobei meistens viele Argumente gesucht werden, die eigene Meinung des Textautors zu bekräftigen. (WOJTAK 2004, 182)

WOJTAK schreibt zwar in ihrem Anfangskapitel zu Forschungsperspektiven, dass die für eine Textsorte typischen Sprachhandlungen sich als

ein Ensemble von Illokutionsschritten darstellen lassen, die eine Struktur bilden. In einem Textmuster sind auch konstante Ensembles von Intentionen enthalten, die in einer bestimmten Relation zueinander stehen. Es handelt sich dabei um hierarchische, subsidiäre oder konjunktionale Relationen. (WOJTAK 2004, 24)

Bei der Analyse konkreter Presstexte wird jedoch auf eine detaillierte Analyse verzichtet.

WOJTAK (2004, 183–192) nennt noch weitere Charakteristika des autonomen Kommentars. Dazu gehören die direkte Formulierung von Bewertungen und die Betonung ihrer Subjektivität. Als textsortenspezifisches Merkmal wird die Hervorhebung des Ichs des Autors betrachtet sowie der Einsatz spezieller Techniken, den Text dialogisch zu gestalten.

Als weiteres charakteristisches Merkmal wird eine breite Palette von illokutiven Rollen genannt. Die Autorin meint hier die Rolle des Senders. Für besonders wichtig wird die Rolle des Polemisierenden gehalten. Als weitere Rollen fungieren die Rolle des Befürworters bestimmter Ideen, Haltungen oder Ansichten, die des Moralisten oder aber des Demaskierenden. In konkreten Texten können sich die einzelnen Haltungen und Rollen verbinden. Mit der Subjektivität hängen laut WOJTAK die Suggestivität und die polemische Haltung des Autors zusammen. Die Subjektivität kann auch dazu dienen, die Gemeinsamkeit mit dem Empfänger hervorzuheben, erfüllt somit eine persuasive Funktion. Ihre Aufmerksamkeit widmet die Autorin auch der Relation zwischen Sender und Empfänger. Es ist somit von der Aktivierung des Empfängers vor allem durch deliberative Fragen die Rede, die auch eine Abwechslung mit sich bringen, die im Text thematisierten Inhalte problematisieren und die Aussage dynamisch gestalten. WOJTAK stellt fest, dass Journalisten in ihren Texten die Gemeinschaft oft mit ihren Lesern betonen, die ihre Ansichten teilen (Sprechen zu Gleichgesinnten). Persuasiv wirkt dabei die Verwendung des Pronomens *wir*. Die persuasiven Intentionen werden durch die dialogische Form mit einer konkreten Person oder Gemeinschaft verstärkt.

Die Persuasion wird als primäre pragmatisch motivierte Eigenschaft des Kommentars bezeichnet, sekundäre Eigenschaften sind Präzision, Suggestivität und Bildhaftigkeit. Die erwähnten Eigenschaften werden durch eine Palette oft typischer sprachlicher Mittel realisiert.

Den nichtautonomen Kommentar behandelt WOJTAK nur am Rande und konzentriert sich bei seiner Darstellung auf die Relation zwischen den informativen und den interpretierenden (kommentierenden) Teilen.

Zum Schluss der Darstellung des Kommentars als Textsorte in der Monographie von WOJTAK sollen ihre zusammenfassenden Analyseergebnisse angeführt werden. Die Autorin bedient sich hier des in der kognitiven Linguistik gängigen Bildes und spricht vom Zentrum, von der in der Nähe des Zentrums liegenden Sphäre und von der Peripherie. Das Textsortenfeld (die Men-

ge von Varianten des Textmusters *Kommentar* und der Relationen zwischen ihnen) wird konzentrisch aufgefasst. Sein Zentrum bildet das kanonische Textsortenmuster – der autonome Kommentar. Als seine Haupteigenschaften werden genannt:

relativ stabile Struktur (Argumentation als grundlegendes Kompositionsprinzip, andere Möglichkeiten kommen auch in Frage), ein komplexes Illokutionspotential, bei dem die Meinungsdarstellung und Leserbeeinflussung als dominierend gelten. Sie dienen dazu, die Anschauungen und Haltungen der Leser zu gestalten. Zu den stilistischen Eigenschaften gehören eine schwache Schablonenhaftigkeit als strukturell determinierte Haupteigenschaft, Persuasion als pragmatisch bedingte Haupteigenschaft, Präzision, Suggestivität und Bildhaftigkeit als Sekundärmerkmale; Reichtum an stilistischen Mitteln, Zusammenprallen von verschiedenen Sprachregistern in einem Text oder stilistische Harmonie als Prinzip ihrer Wahl. (WOJTAK 2004, 200)

In der Nähe des Zentrums werden Alternationsvarianten platziert – ein mit der Information verbundener Kommentar. Seine Haupteigenschaft besteht in der nichtstabilisierten Struktur – Fakten werden mit Bewertungen und Meinungen verbunden. Das illokutive Potential gleicht dem im kanonischen Muster, der Empfänger wird jedoch stärker aktiviert, weil die meisten Meinungen indirekt formuliert werden. Die stilistischen Eigenschaften ähneln auch denen im kanonischen Muster, eine leichte Tendenz zur Präzision harmonisch gebrauchter und abwechslungsreicher sprachlicher Mittel. In der Peripherie werden Adaptationsmuster eingesetzt – Information in der Funktion des Kommentars, Intertextualität (intertextuelle Spiele): Anführung von fremden Meinungen als Textteile oder als einzelne Aussagen, Gespräche und Interviews als Kommentarform, Mikrofeuilletons in der Funktion von Kommentartexten. Das illokutive Potential bleibt konstant, nur die Aktivität des Empfängers wird größer. Manche Adaptationen haben einen einmaligen Charakter (WOJTAK 2004, 201).

WOJTAKS Verfahrensweise in der hier präsentierten Arbeit kann man die pragmatische Orientierung nicht absprechen, für sie spielt aber die Hierarchisierung der Textstruktur im Sinne einer sprechaktororientierten Analyse keine solche wichtige Rolle wie bei LÜGER.

LÜGER (1995) verfolgt nicht die Zielsetzung, eine Typologie des Kommentars zu entwerfen, weil sein Buch anders angelegt ist (siehe oben). Er verortet den Kommentar unter den meinungsbetonten Texten neben Glosse, Kritik und Meinungsinterview, wobei der Kommentar als erste dieser Textsorten besprochen wird. Der Autor setzt sich dagegen zum Ziel, zu klären, „wie

sie sich hinsichtlich Textaufbau und sprachlichen Handlungsmustern von primär informationsbetonten Texten unterscheiden“ (LÜGER 1995, 126).

LÜGER geht auf die Gesamtstruktur des Kommentars ein und betont, dass Ausgangspunkt für Kommentare gewöhnlich die Problematisierung eines Sachverhalts, einer Position oder einer Handlung ist (LÜGER 1995, 126).

Dem problematisierenden Vorgehen und dem Bestreben, mit Hilfe von Begründungen oder Rechtfertigungen von der Gültigkeit bestimmter Aussagen und Folgerungen zu überzeugen, entspricht die *argumentative Textstruktur*. (LÜGER 1995, 127)

LÜGER richtet sich bei der Darstellung der hier interessierenden Textsorte nach pragmatisch orientierter Forschung und rückt die Handlungsstruktur des Gesamttextes in den Vordergrund. Auch wenn er sich der Kompliziertheit der Verhältnisse in den meisten Kommentartexten bewusst ist, zeigt er, dass sich das Konzept Toulmins mit einer handlungsorientierten Textanalyse verbinden lässt. Die Textstruktur wird somit als Struktur aus dominierender Handlung (die zentrale These, Konklusion des Beitrags) und subsidiären Handlungen (Rechtfertigungen, Begründungen und Schlussregeln) aufgefasst (LÜGER 1995, 128).

Dies wird auch an entsprechenden Beispielen und Schemata verdeutlicht. Weil in der polonistischen Forschung sprechakttheoretische Aspekte kaum auf die Textstruktur übertragen werden, bleibt hier die Darstellung der Handlungsstruktur des Gesamttextes folglich ausgeklammert, was keinesfalls heißt, dass pragmatische Gesichtspunkte keine Rolle spielen. Sie erscheinen im Hinblick auf die Relation Autor-Leser als besonders relevant, und zwar bei Hinweisen auf die persuasive Funktion und das illokutive Potential der untersuchten Texte.

LÜGER (1995, 135) macht darauf aufmerksam, dass Kommentare nicht nur aus einfacher Argumentation bestehen, sondern auch Gegenpositionen und Gegenargumente zur Sprache bringen. WOJTAK spricht im Falle von solchen Kommentaren, denen eine Diskussion und Polemik zugrunde liegt, von diskursiven Kommentaren, die eine eigene Klasse darstellen. Dort, wo bei LÜGER von einzelnen Handlungen als Bestandteilen des Textes die Rede ist, wird bei WOJTAK von den Sequenzen des Kommentartextes gesprochen, wodurch der Unterschied in der Forschungstradition deutlich wird. Die pragmatische Komponente wird bei WOJTAK in erster Linie als Relation zwischen Sender und Empfänger angesehen, ohne dass sie systematisch sprechakttheoretisch angegangen wird.

Kompositionsschemata bei WOJTAK entsprechen im Großen und Ganzen den Handlungsstrukturen bei LÜGER, sie werden jedoch nicht als Abhängigkeitsstrukturen in ihrer Verschränkung darstellt, sondern als eine Abfolge von Sequenzen, die nacheinander an Beispielen präsentiert werden. Von Handlungen als solchen ist jedoch bei der Analyse selbst nicht die Rede, auch wenn die Autorin im theoretischen Kapitel von Intentionen spricht.

Da die Autorin nur Abschnitte der analysierten Kommentare präsentiert, erscheint hier die Frage als berechtigt, welchen Status die einzelnen Strukturen, also die deskriptiv-bewertende Struktur oder berichtend-bewertende Struktur und anspielende Struktur haben. Während die argumentative Struktur in ihren zwei Kompositionsschemata relativ deutlich erfasst wird, beschränken sich die weiteren Ausführungen nur auf Einzelabschnitte und -beispiele. Was man beim Vergleich mit LÜGER vermisst, ist die Analyse des Gesamttextes. Dies mögen nachfolgende Erklärungen verdeutlichen. Bei dem anspielenden Kommentar lesen wir, dass er mit dem Einsatz von Parenthese in kurzen Aussagen verbunden sein kann. Hauptausführungen werden durch zusätzliche Informationen oder Bewertungen unterbrochen (WOJTAK 2004, 174 f.). Mit einem anspielenden Kommentar haben wir es, zwar selten, aber auch in dem Falle zu tun, wenn die Hauptausführungen von einer Anekdote unterbrochen werden (vgl. WOJTAK 2004, 175). Bei der Darstellung von einzelnen Sequenzen wird relativ oft auf inhaltliche Aspekte in einzelnen Beispielen zurückgegriffen.

Was als interessant im Vergleich mit WOJTAK zu betonen ist, ist das fundamentale Ziel, das in der „Veränderung der evaluativen Einstellung, des Wertens der Leser bezüglich des dargestellten Sachverhalts“ besteht (vgl. LÜGER 1995, 128 mit Bezug auf Läzer). WOJTAK stellt fest, dass die Journalisten in ihren Texten oft die Gemeinschaft mit ihren Lesern betonen, die ihre Ansichten teilen.

Aus den voranstehenden Ausführungen ist deutlich zu sehen, dass die Analyse der Kommentare bei den beiden Autoren voneinander abweicht, was oft auf die Verankerung der Presseforschung in beiden wissenschaftlichen Schreibkulturen zurückzuführen ist. Dies zeigt, dass nicht nur die kontrastive Untersuchung von Paralleltexten neue Erkenntnisse liefern kann,¹⁹ sondern auch der Vergleich von wissenschaftlichen Schreibkulturen. Interessant wäre

19 ADAMZIK (2001) äußert sich kritisch zum Vergleich von stark standardisierten Textsorten.

es zu untersuchen, ob und in welchem Maße sich die Methodologien in beiden hier interessierenden Kulturen in der Zukunft angleichen. Eine vorläufige Prognose in der Zeit der Globalisierung kann jedoch folgendermaßen formuliert werden: In Bezug auf die hier interessierenden Länder sollte der gegenseitige Wissenstransfer eine ausschlaggebende Rolle spielen. Polnischen Forschern stehen aus den in der deutschen Sprache verfassten Arbeiten nur wenige Übersetzungen zur Verfügung und umgekehrt sieht die Situation noch schlimmer aus. Die Sprachbarriere ist ein hemmender Faktor für potentielle deutschsprachige Leser der polnischen Fachliteratur. Einzelne Versuche, diese Situation zu ändern, sind zwar zu begrüßen, können jedoch die Gesamtlage nicht wesentlich beeinflussen.

3. Fazit

Die Arbeit von WOJTAK ist als ein repräsentatives Beispiel der sich in der polonistischen Textologie abzeichnenden Tendenzen anzusehen. Ihre besondere Bedeutung besteht darin, in der polonistischen Linguistik ein komplexes Bild über Textsorten eines ausgewählten Kommunikationsbereichs zu vermitteln, was im Kontext einer noch wenig ausgeprägten Gebrauchstextsortenforschung als besonders wichtig zu werten ist. Auch die Einbeziehung einer breiten Palette pragmatischer Aspekte in die Textuntersuchung ist für die polonistische Forschung von Belang. Dadurch gewinnen WOJTAKS *Presse-textsorten* eine prominente Stellung innerhalb der polonistischen Textologie. Auch wenn eine detaillierte Analyse von Handlungsstrukturen ausbleibt, muss die Erkenntnis, den Kommentartext als eine solche Struktur erfassen zu können, als ein Novum in der polonistischen Linguistik betrachtet werden. Damit hat die Autorin einen neuen Weg eingeschlagen. WOJTAK macht deutlich, dass es eine lohnenswerte Aufgabe ist, PRESSEDTEXTSORTEN textologisch zu erfassen, womit sie einen Beitrag zu einer noch schwach entwickelten Gebrauchstextsortenforschung leistet.

LÜGER wendet als erster die Erkenntnisse der handlungsorientierten Textlinguistik konsequent auf die PRESSEDTEXTEN an, problematisiert die in der Monographie dargestellte Thematik und macht sie einem breiten Leserkreis an einem reichen Analysematerial zugänglich.

Literatur

- ADAMZIK, KIRSTEN (2001): Die Zukunft der Textsortenlinguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund. In: FIX, ULLA / HABSCHIED, STEPHAN / KLEIN, JOSEF (Hrsg.): Zur Kulturspezifik von Textsorten. Tübingen, 15–30.
- BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA (2008): Prinzip Kontrastivität. Einige Anmerkungen zum interlingualen, intertextuellen und interlinguistischen Vergleich. In: CZACHUR, WALDEMAR / CZYŻEWSKA, MARTA (Hrsg.): Vom Wort zum Text. Studien zur deutschen Sprache und Kultur. Festschrift für Professor Józef Wiktorowicz zum 65. Geburtstag. Warszawa, 483–492.
- BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA (2009): Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech – próba bilansu. In: BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA / CZACHUR, WALDEMAR / SMYKAŁA, MARTA (Hrsg.): Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy. Wrocław, 325–341.
- BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA / CZACHUR, WALDEMAR / SMYKAŁA, MARTA (Hrsg.) (2009): Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy. Wrocław.
- FURDAL, ANTONI (2008): Genologia lingwistyczna. In: OSTASZEWSKA, DANUTA / CUDAK, ROMUALD (Hrsg.): Polska genologia lingwistyczna. Warszawa, 112–121.
- HARWEG, ROLAND (1968): Pronomina und Textkonstitution. München.
- ISENBERG, HORST (1978): Probleme der Texttypologie. Variation und Determination von Texttypen. In: Wissenschaftliche Zeitschrift der KMU Leipzig. Gesellschafts- und sprachwissenschaftliche Reihe, 565–579.
- HEINEMANN, WOLFGANG (2000): Textsorte – Textmuster – Texttyp. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Band 1: Textlinguistik, Berlin / New York, 507–546.
- LABOCHA, JANINA (2009): Lingwistyka tekstu w Polsce. In: BILUT-HOMPLEWICZ, ZOFIA / CZACHUR, WALDEMAR / SMYKAŁA, MARTA (Hrsg.), 45–56.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmo-
dell. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, 165–181.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2. Aufl. Tübingen.
- OSTASZEWSKA, DANUTA (Hrsg.) (2000): Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 1. Mowy piękno wielorakie. Katowice.
- OSTASZEWSKA, DANUTA (Hrsg.) (2004): Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2. Tekst a gatunek. Katowice.
- OSTASZEWSKA, DANUTA (Hrsg.) (2007): Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 3. Tekst a odmiany funkcjonalne. Katowice.

- OSTASZEWSKA, DANUTA / CUDAK, ROMUALD (Hrsg.) (2008): *Polska genologia lingwistyczna*. Warszawa.
- ROSENGREN, INGER (1983): Die Realisierung der Illokutionsstruktur auf der Vertextungsebene. In: DANEŠ, FANTIŠEK / VIEHWEGER, DIETER (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur*. Berlin, 133–151.
- SANDIG, BARBARA (1972): Zur Differenzierung gebrauchsspezifischer Textsorten im Deutschen. In: GÜLICH, ELISABETH / RAIBLE, WOLFGANG (Hrsg.): *Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht*. Frankfurt a. M., 113–124.
- WITOSZ, BOŻENA (2008a): Czy gatunek i styl są we współczesnej stylistyce pojęciami konkurencyjnymi? In: OSTASZEWSKA, DANUTA / CUDAK, ROMUALD (Hrsg.), 308–337.
- WITOSZ, BOŻENA (2008b): O ponadgatunkowych kategoriach typologicznych uniwersum mowy. In: OSTASZEWSKA, DANUTA / CUDAK, ROMUALD (Hrsg.), 328–320.
- WOJTAK, MARIA (2004): *Gatunki prasowe*. Lublin.
- WOJTAK, MARIA (2008): Genologia tekstów użytkowych. In: OSTASZEWSKA, DANUTA / CUDAK, ROMUALD (Hrsg.), 339–361.
- WOJTAK, MARIA (2010): *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*. Lublin.

HARTMUT E. H. LENK

Von der Illokutionsstruktur zum Handlungsweg

Methodologische Überlegungen zur Analyse der Handlungsstruktur von Zeitungskommentaren

1. Sprache als Tätigkeit

Der Mensch als bio-soziales Wesen ist auf die Kooperation mit seinesgleichen angewiesen. Kooperation setzt die Koordination des individuellen Tuns voraus. Eine solche Abstimmung des Handelns in der Gemeinschaft erfordert Kommunikation. Der Mensch nutzt für die Kommunikation unterschiedliche Signalsysteme. Das wichtigste und am weitesten entwickelte ist die menschliche Sprache, sind die natürlichen Sprachen.

Sinnvolle sprachliche Äußerungen werden in der Gestalt von Texten vollzogen. Sie dienen, wie oben erläutert, weitergehenden Zwecken in Bezug auf das soziale Handeln der Menschen. Mit Texten sind in der Linguistik heute sowohl mündliche als auch schriftliche Äußerungen gemeint. Eine dritte mediale Form sind Äußerungen mittels Gebärdensprache.

Der Umfang von Texten kann stark variieren und von einzelnen Wörtern, die einen kommunikativen Sinn erfüllen (etwa der Ruf *Hilfe!* eines Ertrinkenden oder das Warnschild *Lebensgefahr!* an Hochspannungsmasten), bis hin zu stundenlangen Reden oder mehrere Hundert Seiten langen Romanen reichen.

Schriftliche Texte bedürfen grafischer Zeichen. Diese konstituieren sich in Gestalt von Farbunterschieden auf verschiedenen Oberflächen (z. B. Gestein und Höhlenwände; Papyrus, Textilien, Papier; elektronische Bildschirme), als Vertiefungen (z. B. Einritzungen auf Tontafeln; Schriftzeichen am Sandstrand) oder Erhöhungen (u. a. Lettern auf Hauswänden; Blindenschrift). Die Bindung an die genannten Medien (mit Ausnahme vielleicht des Sandstrandes) macht schriftliche Texte von vornherein nicht nur dauerhafter als das flüchtige mündlich geäußerte Wort. Die medial bedingte Fixierung bringt auch die Tatsache mit sich, dass schriftliche Texte durch mehrere Autoren

gestaltet sein können, ohne dass dies explizit markiert wird. Bei mündlichen Texten erwartet man hingegen bei Fremd- oder Mehrfachautorenschaft deren ausdrückliche Erwähnung (etwa wenn jemand im Namen einer Gruppe spricht oder die Stellungnahme eines Anderen verliest).

Die Berücksichtigung des Kommunikationskanals durch die sprachlich Agierenden hat zur Entwicklung bestimmter medialer Ausdruckskonventionen und -präferenzen geführt, zu bestimmten Erwartungen im Hinblick auf den im jeweiligen Bereich vorherrschenden Stil. Neuere Entwicklungen im Bereich der Kommunikationsmedien haben jedoch zu einer partiellen Auflösung der Dichotomie mündlich vs. schriftlich geführt, sodass der von KOCH / OESTERREICHER (1994) geprägte Begriff der konzeptionellen Mündlichkeit / Schriftlichkeit eine starke Beachtung in der kommunikationsorientierten Sprachwissenschaft erfährt.

Im Folgenden geht es um eine spezielle Art von journalistischen Texten, die in gedruckten Massenkommunikationsmedien, genauer: in Tageszeitungen und deren Online-Ausgaben erscheinen. Der Kommunikationsbereich zieht Konsequenzen in Bezug auf die Wahrnehmung der Autorenschaft solcher Texte nach sich: Sie sind, selbst wenn die Verfasser namentlich genannt sind, doch immer auch als Kommunikationsangebot des betreffenden Publikationsorgans zu verstehen, als Texte, die institutionell „abgesegnet“ sind (deren Erscheinen von der Redaktion also befürwortet wurde). Typischerweise sind Zeitungstexte, insbesondere (längere) Nachrichten, ein Konglomerat aus verschiedenen Agenturmeldungen, Korrespondentenberichten, Pressemitteilungen usw. sowie Eigenrecherchen, ohne dass dies am Einzeltext selbst erkennbar wäre.¹ Bei Texten in Zeitungen (und auch in anderen Massenkommunikationsmedien) handelt es sich also um Produkte, die im Ergebnis des Handelns mehrerer Beteiligter entstanden sind, welche wiederum als Vertreter ihrer jeweiligen Institution agieren.

2. Sprachhandlungen

Obwohl es, wie oben dargestellt, zur Natur der menschlichen Sprache gehört, als Mittel der Kommunikation in der Koordination sozialen Handelns zu die-

1 Vgl. dazu beispielsweise BIERE (1993), BURGER (2000, 620 f. und 2005, 72–89).

nen, wurde die systematische Analyse dieses essentiellen Aspekts erst im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts zu einem prominenten Gegenstand der modernen Sprachwissenschaft. Dieser als „pragmatische Wende“ bezeichnete Paradigmenwechsel der Disziplin² bedeutet keineswegs, dass es nicht zuvor bereits Forscher gegeben hätte, die kommunikative Aspekte der Sprache gesehen und thematisiert hätten. Zu verweisen ist beispielsweise auf die Arbeiten von Michel Bréal und Karl Bühler. Das Werk von Bréal, der den mit seinem Werk Vertrauten heute als Begründer der Semantik gilt, erfährt in der jüngsten Vergangenheit eine beachtlich gestiegene Aufmerksamkeit.³ Karl Bühlers – ebenfalls noch vergleichsweise – früher Entwurf einer Sprachtheorie, die kommunikative Aspekte sprachlichen Handelns berücksichtigte, fand erst mit der Neuauflage in den 1960er Jahren die gebührende Aufmerksamkeit (vgl. BÜHLER 1934 / ²1965).

Die Etablierung des kommunikativen Aspekts der Sprache als eines die Forschung in der Breite prägenden Leitgedankens erfolgte jedoch wesentlich erst durch Anregungen aus einer Reihe von Nachbardisziplinen wie der Soziologie (zu nennen sind v. a. die Arbeiten von Max Weber), der Philosophie (v. a. die analytische Sprachphilosophie und Sprachspieltheorie von Ludwig Wittgenstein und die von John L. Austin und John R. Searle entwickelte Sprechakttheorie), der Psychologie (sowjetische Tätigkeitspsychologie mit Vertretern wie Alexej N. Leontjew, Lew Wygotskij und Alexander Lurija), der Pädagogik (z. B. die Sprachbarrierenhypothese nach Basil Bernstein) und anderen Wissenschaften (Literaturwissenschaften, Translatologie usw.).

Den wohl weitreichendsten Einfluss auf die kommunikationsorientierte Linguistik hatte die im Rahmen der *Ordinary language philosophy* (‘Philosophie der normalen / gewöhnlichen⁴ Sprache’) entwickelte *Speech act theory* (‘Sprechakttheorie’). Ihre Grundideen entwickelte John L. Austin 1955 in einer Vorlesungsreihe an der Harvard University. Die Skripte wurden postum veröffentlicht (AUSTIN 1962 / dt. 1972). Das Konzept erfuhr eine Weiterentwicklung durch John R. Searle (SEARLE 1969 / dt. 1971).

2 Für Näheres vgl. beispielsweise FEILKE (2000), HARTUNG (2000), HELBIG (1986, 13–18 u. 148–150) oder GARDT (1999, 339–355).

3 Zu verweisen ist auf GIessen / LÜGER / VOLZ (Hrsg.) (2007), LÜGER / GIessen / WEIGEL (Hrsg.) (2012) sowie auf SCHÄFER (2011) und LÜGER (2011).

4 Beide Übersetzungen fanden in sprachwissenschaftlichen Arbeiten des deutschsprachigen Raums Verbreitung.

Die wesentliche Annahme besteht darin, dass Menschen gleichzeitig verschiedene Teilhandlungen vollziehen, wenn sie sprachliche Äußerungen produzieren. Dieses gleichzeitige Tun lässt sich analytisch aufspalten in lokutionäre, illokutionäre und perlokutionäre⁵ (Teil-)Akte.

Der lokutionäre Akt kann als die Produktion der Äußerung selbst gesehen werden. Er gliedert sich bei AUSTIN in den phonetischen Akt (i. e. das Äußern gewisser Geräusche), den phatischen Akt (als Äußern von Wörtern und grammatischen Konstruktionen einer Einzelsprache in der zugehörigen Intonation usw.) und den rhetischen Akt (i. e. die Festlegung der Bedeutung, verstanden als Einheit von Referenz und Sinn, auch Prädikation genannt, vgl. AUSTIN 1972, 108–111). Der lokutionäre Akt, also die Erzeugung von sinnvollen Äußerungen, die den Regeln einer Einzelsprache gemäß gebildet sind, ist Gegenstand traditioneller sprachwissenschaftlicher Disziplinen wie der Phonetik / Phonologie, der Grammatik (Morphologie und Syntax)⁶, der Wortbildung, der Lexikologie usw. Diesem Teilaspekt des sprachlichen Handelns widmeten sich AUSTIN und SEARLE daher relativ wenig.

Der Schwerpunkt ihrer Überlegungen richtete sich auf den illokutionären Akt. Er ist intentionsbestimmt und besteht darin, dass die Äußerung mit einer kommunikativen Rolle oder Funktion (wie BEHAUPTEN, BEFEHLEN, VERSPRECHEN, TAUFEN) vollzogen wird. AUSTIN und SEARLE haben unterschiedliche Grundklassen solcher Rollen angenommen. Bei SEARLE spielt für die Festlegung der illokutionären Rolle die sog. propositionale Einstellung eine wichtige Rolle. Wenn man spätere Konzepte der Satzsemantik einbezieht,⁷ kann man, wie ich an verschiedenen Stellen (zuletzt in LENK 2011) erläutert habe, die illokutionäre Rolle als Funktion der Einheit von modalen und bewertenden Einstellungskomponenten und dem propositionalen Gehalt auffassen, also als F(E(p)) bestimmen. Modale Einstellungskomponenten

5 Einige deutschsprachige AutorInnen bevorzugen die Adjektive *lokutiv*, *illokutiv*, *perlokutiv* als Entsprechung für die englischen Begriffsprägungen *locutionary*, *illocutionary* und *perlocutionary*.

6 In der Grammatikforschung kommen solche Konzepte dem Handlungscharakter am nächsten, die die Erzeugung der Satzbedeutung als ein Operieren mit sprachlichen Zeichen konzeptualisieren, vgl. dazu u. a. WELKE (1978) und (1988), WELKE / MEINHARD (1980).

7 Als Beispiel sei verwiesen auf LYONS (1983, 330–447), LANG (1981 und 1983) sowie DOHERTY (1985).

haben einen unmittelbaren Einfluss auf die illokutionäre Rolle der Äußerung (siehe Abschnitt 4). Bewertungskomponenten kommt der Status sog. „nebenbei geäußerte[r]“ Handlungen im Sinne von VON POLENZ (1985, 219) zu.

Kontrovers diskutiert wurde in der Sprachforschung über die sog. perlokutionären Akte. Sie betreffen weitergehende, über das Kommunikationsereignis hinaus reichende Konsequenzen bzw. Folgen sprachlichen Handelns. Diese können einerseits von den Sprechenden / Schreibenden intendiert sein, andererseits auch unbeabsichtigt oder zufällig eintreten. Für die beabsichtigten, von den Sprechenden / Schreibenden angestrebten Wirkungen haben MOTSCH / PASCH (1987) die Begriffe ‚fundamentales Ziel‘ und ‚indirektes Ziel‘ geprägt (für eine Auseinandersetzung damit vgl. LENK 1991). Man kann diese beabsichtigten Folgen von Sprachhandlungen mit VIEHWEGER (1983a und 1983b) auch ‚perlokutiven Zweck‘ einer Sprachhandlung nennen. Insbesondere bei Werbe-⁸ oder meinungsbetonten Texten in der Massenkommunikation darf man mit einiger Berechtigung davon ausgehen, dass ihre Verfasser die Überzeugung oder Überredung der Adressat(inn)en bewusst anstreben. Persuasion als intendierte Wirkung solcher Texte wäre also einer ihrer perlokutionären Zwecke.

EYER (1987) setzt sich detailliert mit AUSTINS Auffassungen zum perlokutionären Akt auseinander. Am Beispiel von AUFFORDERUNGEN demonstriert er die (prinzipiell mögliche) Gleichzeitigkeit illokutionärer und perlokutionärer (Teil-)Akte und beider Intentionalität:

Man kann nicht nur zeigen, daß Austins Behauptung, die Beschreibung einer Äußerungshandlung als erfolgreicher illokutiver Akt sei mit der als perlokutiver Akt inkompatibel, auf schwachen Füßen steht, man kann auch plausibel machen, daß beide Arten von Beschreibungen miteinander vereinbar sind: Die Tatsache, daß H BRINGT EIN BIER AUS DEM KELLER MIT ein Zustand der Welt ist, dessen Bestehen einen illokutiven Akt erfolgreich macht, ist damit vereinbar, daß es sich um einen perlokutiven Effekt handelt, denn die beiden Charakterisierungen gehören völlig verschiedenen theoretischen Ebenen an [...] Mit der Behauptung, die Darstellung einer Äußerungshandlung als erfolgreicher illokutiver Akt sei inkompatibel mit der als perlokutiver Akt[,] fällt auch eine weitere Behauptung Austins: Wenn man nämlich eine Äußerungshandlung sowohl als erfolgreichen illokutiven Akt als auch als perlokutiven

8 Im Rahmen einer kontrastiven Rhetorik wurde beispielsweise untersucht, „welche persuasiven Möglichkeiten sich in einem Werbetext verbergen können“ (VESALAINEN 2001, 14).

Akt ansehen kann, kann man in diesem Fall auch den illokutiven Akt ansehen als Versuch, den perlokutiven Akt zu vollziehen. (EYER 1987, 26 f.)

Grundfragen der Sprechakttheorie sind in der germanistischen Linguistik der 1970er und 1980er Jahre intensiv diskutiert worden (vgl. u. a. WUNDERLICH (1976), GREWENDORF (Hrsg.) (1979), BURKHARDT (1986), MOTSCH (Hrsg.) (1987), BURKHARDT (Hrsg.) (1990) und zahlreiche Aufsätze und Diskussionen v. a. in der Zeitschrift für germanistische Linguistik). Eine besondere Aufmerksamkeit erfuhr dabei die Klassifizierung von Sprechakten. Die Problematik der traditionellen Klassifikationen von AUSTIN und SEARLE und weiterer, u. a. von WUNDERLICH (1976, 77) vorgelegter Gliederungen, liegt nicht zuletzt in der Heterogenität der Klassifizierungskriterien. Das haben beispielsweise BALLMER (1979), ULKAN (1992) und HINDELANG (1994, 44–50) gezeigt. In der gleichen Zeit entstand eine Reihe von Spezialuntersuchungen zu einzelnen Sprechaktklassen. Zu nennen sind u. a. die Arbeiten von HINDELANG (1978) zu Aufforderungshandlungen, ZILLIG (1982) und SAGER (1982) zu Bewertungshandlungen sowie ROLF (1983) zu Informationshandlungen.

AUSTIN betont in seinen Vorlesungen, dass es bei den genannten drei (Teil-)Akten nur um einige Aspekte des sprachlichen Handelns gehe und weitere Analysegesichtspunkte durchaus denkbar und sinnvoll sind. Einen solchen Aspekt, der für die Struktur sprachlich-kommunikativen Handelns von großer Relevanz ist, stellt die Gestaltung der sozialen Beziehung zwischen den Kommunikationsbeteiligten dar.⁹ Er wurde detailliert in zwei Dissertationen untersucht, die Anfang der 1980er Jahre erschienen: SAGER (1981) und ADAMZIK (1984). In Spezifizierung eines von KELLER (1977) eingeführten Begriffs kann man diesen Teilakt auch als kollokutionären Akt bezeichnen. Es geht dabei nicht um einen speziellen Illokutionstyp, etwa Anredehandlungen (Vokativa bei WUNDERLICH 1976) oder Grußhandlungen (bei SEARLE zu den Expressiva gezählt). Diese Illokutionstypen sind zwar auch essentiell mit der Gestaltung zwischenmenschlicher Beziehungen verknüpft. Der kollokutionäre Teilakt wohnt aber, ähnlich wie der lokutionäre, illokutionäre und perlokutionäre Teilakt, jeder Sprachhandlung inne und betrifft die Art und Weise, inwiefern im sprachlichen Handeln dem Verhältnis zu den Kommunikationsbeteiligten Rechnung getragen wird. SAGER (1981, 224) nimmt vier „Dimensionen des Beziehungssystems“ an: (1) Modus, (2) Ten-

9 Vgl. dazu auch VON POLENZ (1985, 222–230) sowie MOILANEN (1988).

denz, (3) Distanz und (4) Differenz. In der späteren Forschung (u. a. auch zur sprachlichen Höflichkeit, vgl. beispielsweise LÜGER (Hrsg.) (2001)) spielen als Grundkategorien der Beziehung v. a. ‚Nähe‘ vs. ‚Distanz‘ und die ‚Gesichtsbedrohung‘ bzw. ‚-schonung‘ eine zentrale Rolle. In den Bereich der Beziehungsgestaltung mittels Sprachhandlungen fallen auch solche Aspekte wie (das Bemühen um) die Selbstdarstellung der TextverfasserInnen, die beispielsweise bei LÜGER (2005, 10) als eigener Handlungsbereich aufgeführt ist.

Zusammenfassend kann man also festhalten, dass für die Analyse von (einzelnen) Sprachhandlungen aus kommunikationsorientierter Perspektive mehrere Aspekte von besonderem Interesse sind:

- a) die illokutionären Rollen, die den Äußerungen von den RezipientInnen als Funktion des propositionalen Gehalts sowie der modalen und bewertenden Einstellungen zugewiesen werden,
- b) der perlokutive Zweck sprachlichen Handelns (als intendierte Wirkung über den eigentlichen Kommunikationsakt hinaus),
- c) die kollokutionären Teilakte als Mittel zur Gestaltung der Beziehungen zwischen den Kommunikationsbeteiligten.

3. Sprachliches Handeln in Texten

Die Erörterung von Fragen sprachlichen Handelns bezog sich in den 1970er und 1980er Jahren längst nicht mehr nur auf Gespräche oder mündliche Kommunikation. In den Fokus gerieten auch schriftliche Texte als Form und Ergebnis sprachlichen Handelns. Damit einher ging eine pragmatische Begründung der ursprünglich Textgrammatik genannten Textlinguistik, die sich bald zu einer eigenständigen Disziplin der Sprachwissenschaft entwickelte. Anstelle des Sprechakt-Begriffs wurde und wird in diesem Zusammenhang oft der Terminus *Sprachhandlung* verwendet.

Eine schwierige Frage ist die Festlegung, wie umfangreich eine Sprachhandlung oder Illokution in schriftlichen Texten ist. Die Antworten reichen von der Annahme, dass ein Ganztext als eine (komplexe) Handlung anzusehen sei, über die (mehrheitlich und auch hier präferierte) Bindung der Sprachhand-

lung an den (Ganz- oder Teil-)Satz bis hin zu dem Extrem, dass einzelne Lexeme oder gar Phoneme Träger von Illokutionen sein können.¹⁰

Von Hinweis- und Verbotsschildern abgesehen, kann man davon ausgehen, dass in schriftlichen Texten üblicherweise mehrere einzelne Sprachhandlungen identifizierbar sind.

Schon rein intuitiv ist den Textrezipient(inn)en i. d. R. klar, dass die einzelnen Sprachhandlungen von unterschiedlichem kommunikativen Gewicht für die Gesamtbotschaft des Textes oder das Hauptanliegen des / der Schreibenden sind. In verschiedenen Zusammenhängen entstanden daher relativ gleichzeitig solche Konzepte, die von einer Hierarchie von Sprachhandlungen im Text und von einer Bündelung mehrerer einzelner Handlungen zu Illokutionsgruppen oder -komplexen ausgingen.

Eines dieser Konzepte war die Illokutionsstrukturanalyse (ISA). Sie wurde wesentlich in der Kooperation von Forschern am Zentralinstitut für Sprachwissenschaften (ZISW) der Akademie der Wissenschaften der DDR (vor allem: Dieter Viehweger, Wolfgang Motsch) in Berlin und einer Forschergruppe an der Universität Lund (Inger Rosengren, Margarete Brandt, Wolfgang Koch u. a.) entwickelt. Von 1980 bis 1986 fanden in Lund insgesamt vier Symposien unter dem Titel „Sprache und Pragmatik“¹¹ statt. Daran nahmen v. a. Forscherinnen und Forscher aus Schweden und aus den beiden deutschen Staaten teil. Die ersten Analysen richteten sich auf Geschäftsbriefe (BRANDT u. a. 1983) und Anordnungstexte.¹²

In der zweiten Hälfte der 1980er Jahre wurde das Konzept der ISA auch auf Texte in den Printmedien angewandt. Zu erwähnen sind PÄTZOLD (1986), der Rezensionen auf diese Weise analysierte und die Eignung des Konzeptes für den Fremdsprachenunterricht zeigte, und die Untersuchung von Zeitungskommentaren durch LENK (1986).¹³

10 Die letztgenannte Position vertritt beispielsweise SCHMITT (2000 und 2008).

11 Die dort gehaltenen Vorträge und Zusammenfassungen der Diskussion wurden in vier gleichnamigen Tagungsbänden in der Reihe „Lunder germanistische Forschungen“ veröffentlicht: ROSENGREN (Hrsg.) (1981, 1983, 1984 und 1987).

12 Vgl. die Arbeiten VIEHWEGER (1983a, 1983b und 1984) sowie VIEHWEGER / SPIESS (1987), siehe auch HEINEMANN / VIEHWEGER (1991, 58–60).

13 Zur Analyse von Pressekommentaren aus der Perspektive sprachlichen Handelns vgl. auch LÜGER (1995, 126–136), LÄZER (1987 und 1988) sowie LENK / TIIT-TULA (1990).

Der wohl wesentlichste Schritt in der Weiterentwicklung der Theorie sprachlichen Handelns, den die ISA gegenüber der Sprechakttheorie vollzog, besteht in der Annahme hierarchischer Strukturen zwischen den einzelnen Sprachhandlungen in einem Text, und zwar der Art, dass dominierende (übergeordnete) Illokutionen durch subsidiäre (untergeordnete) Illokutionen gestützt werden. Die Illokutionen auf der obersten Ebene in der hierarchischen Struktur realisieren das kommunikative Hauptziel der Texte. Sie werden daher ‚Textillokution‘ genannt. Auf den mittleren Hierarchieebenen sind die Äußerungen oft zugleich subsidiär zu einer übergeordneten und dominierend gegenüber einer untergeordneten Illokution.

Hinsichtlich der stützenden Funktion von Äußerungen in einer Illokutionshierarchie unterscheiden BRANDT / ROSENGREN (1992, 19–23) zwischen solchen, die die dominierende Illokution direkt stützen (von ihnen ‚subsidiär‘ genannt), und solchen, die dies nur indirekt tun, indem sie sich nicht auf Erfolgsbedingungen der dominierenden Illokution beziehen, sondern beispielsweise „den kommunikativen Zusammenhang andeuten oder durch höfliche und freundliche Phrasen (Dank, Gruß etc.) die Kooperation sichern“ (BRANDT / ROSENGREN 1992, 19). Diese Art von stützenden Illokutionen bezeichnen sie als ‚komplementär‘.

Das Stützungsprinzip ist m. E. zu ergänzen um eine sog. Objektsrelation: Der Inhalt einer Illokution (gemeint ist: der propositionale Gehalt und / oder die illokutionäre Rolle) kann sich auf eine andere Illokution im Text richten. Das ist beispielsweise der Fall, wenn sich ein BEWERTEN darauf richtet, was zuvor FESTGESTELLT oder PROPHEZEIT wurde.

BRANDT / ROSENGREN (1992) nehmen darüber hinaus eine Sequenzierungsebene an, die über die Anordnung der Illokutionen im Text entscheidet:

Die grundlegende Ebene der Illokutionsstruktur ist die *Illokutionshierarchie*. Zu unterscheiden ist darüber hinaus die Ebene der *Sequenzierung*, d. h. die Ebene, auf der die in einer Illokutionshierarchie vorkommenden Illokutionen sequenziert werden. (BRANDT / ROSENGREN (1992, 13) – Kursivierung im Original)

Diese Reihenfolge der Illokutionen im Text wird durch das ‚Ikonizitätsprinzip‘ und durch das ‚Situationsprinzip‘ gesteuert. Das Ikonizitätsprinzip konstituiert sich durch „die zeitliche und kausale Abfolge der Sachverhalte, über die informiert wird“ (BRANDT / ROSENGREN 1992, 23). Das Situationsprinzip erwächst aus außersprachlichen Faktoren wie Textsortenmustern und sozialen

Beziehungen zwischen den Kommunikationsbeteiligten, es ist also – im Gegensatz zum Hierarchisierungs- und Sequenzierungsprinzip – sozial fundiert (BRANDT / ROSENGREN 1992, 24).

Die Annahmen zur Sequenzierung von Illokutionen werden von MOTSCH (1996) weitergeführt. Wie BRANDT / ROSENGREN (1992) exemplifiziert auch er seine Überlegungen an zwei relativ kurzen Texten aus dem Lunder Korpus „Fachsprachliche Kommunikation“, das Geschäftskorrespondenz unterschiedlicher Art enthält.¹⁴ Dabei postuliert MOTSCH (1996, 190) ein Adjazenzprinzip, nach dem subsidiäre Illokutionen in unmittelbarer Nachbarschaft der dominierenden Illokution stehen müssen und nur von „Schwesterillokutionen“ von diesen getrennt sein dürfen. Im Ergebnis der empirischen Textanalyse sieht er sich jedoch zu einer Abschwächung in der Formulierung dieses Prinzips veranlasst: Subsidiäre Illokutionen können in Komplexe von Illokutionen eingebunden sein, die sie von der dominierenden Illokution trennen (MOTSCH 1996, 198). – Wenn man längere Texte aus einem anderen Kommunikationsbereich – wie beispielsweise Kommentare oder Leitartikel – im Hinblick auf ihre Illokutionsstruktur analysiert, zeigt sich, dass stützende Illokutionskomplexe keineswegs in direktem Kontakt zur dominierenden Illokution stehen müssen. Interessant ist der im Ergebnis empirischer Analysen gewonnene Befund, „daß ganze Illokutionskomplexe, die durch semantische Verknüpfung zustande kommen, über eine stützende Illokution mit einer dominierenden verbunden sein können“ (MOTSCH 1996, 207).

Mit ROLF (1997) und LIEDTKE (1998) kamen im letzten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts zwei Arbeiten auf den Markt, die auf die Verbindung sprachhandlungskonzeptioneller und sprachsystematischer (struktureller) Aspekte abzielten. Generell kann man jedoch zu der Einschätzung gelangen, dass das Konzept der ISA in den späten 1990er Jahren kaum in größeren empirischen Studien angewandt und auch nicht entscheidend weiterentwickelt wurde.

Dafür gibt es wissenschaftsinterne und -externe Gründe. Die im Konzept selbst liegenden Ursachen dürften zum einen damit zusammenhängen, dass

14 Der Sammelband, in dem die Untersuchung erschien, „faßt Beiträge zusammen, die im Rahmen – oder im Umkreis – eines Projekts ‚Sprachstruktur und Textstruktur‘ entstanden sind“, welches 1987 begonnen und 1992 beendet und mit Forschungsgeldern aus Schweden und Deutschland finanziert wurde (MOTSCH (Hrsg.) 1996, vii). – Eine der beiden Beispielanalysen in MOTSCH (1996) wird in MOTSCH (2000, 419–421) erneut präsentiert.

Analysen sprachlichen Handelns stets nur, wie schon HANS LENK (1978) zeigte, den Charakter von Interpretationskonstrukten haben können. Eine subjektive Komponente ist also nicht eliminierbar. Dies wurde von vielen Forscher(inne)n offenbar als Mangel empfunden – gerade auch vor dem Hintergrund des aufkommenden erkenntnistheoretischen Konstruktivismus und des wachsenden Einflusses des generativistischen linguistischen Mainstreams mit seinem Anspruch auf Formalisierbarkeit linguistischer Analysemethoden. Die lange Zeit betriebene Suche nach allgemeinen Zusammenhängen zwischen sprachlichen Indikatoren und illokutiven Rollen, d. h. die Beschreibung eines systematischen Zusammenhangs zwischen Grammatik und Pragmatik, führte zudem zu wenig befriedigenden Ergebnissen.¹⁵ Dies hängt nicht zuletzt mit der Komplexität und Individualität des Verstehens sprachlicher Texte zusammen. Etliche Forscher, die mit viel beachteten Arbeiten zur sprechakttheoretisch begründeten Sprachanalyse hervorgetreten waren, wandten sich in jener Zeit der Grammatikforschung zu (z. B. Dieter Wunderlich, Inger Rosengren, Wolfgang Koch).

Als wissenschaftsexterne Gründe dafür, dass die ISA in den 1990er Jahren kaum weiterverfolgt wurde, dürfen einerseits die massiv veränderten gesellschaftlichen Bedingungen wissenschaftlichen Arbeitens, die mit der deutschen Vereinigung einhergingen, und andererseits (teils damit zusammenhängende) biographische Aspekte der betreffenden Forscher gelten. So wurde z. B. das Zentralinstitut für Sprachwissenschaft der Akademie der Wissenschaften der DDR aufgelöst, Wolfgang Motsch war fortan am Institut für deutsche Sprache Mannheim zu einem wesentlichen Teil mit Fragen der Wortbildung befasst. Dieter Viehweger verstarb 1991 viel zu früh (vgl. den Nachruf von KORHONEN 1992). An der Humboldt-Universität erfuhr die germanistische Sprachwissenschaft eine weitreichende Neuorientierung.

In der jüngeren Vergangenheit ist die ISA in mehreren umfangreicheren empirischen Untersuchungen zu Presstexten vor allem unter kontrastiver Fragestellung erneut angewandt worden. Hier ist zunächst die bereits erwähnte Arbeit von SCHMITT (2000) zu nennen (vgl. auch SCHMITT 2008). Vor allem bei der kontrastiven Analyse von Zeitungskommentaren wurde die Methode erfolgreich eingesetzt, in Bezug auf das Deutsche und Chinesische bei WEN (2001), für einen deutsch-japanischen Vergleich bei DILLMANN (2009). Zu erwähnen ist auch die Analyse der Illokutionsstruktur von Texten

15 Vgl. für eine ähnliche Einschätzung STEDE (2007, 160 f.).

aus dem Wissenschaftsbereich durch PETKOVA-KESSANLIS (2009) sowie die Berücksichtigung der Illokutionsstrukturebene in der computerlinguistischen Analyse von Kurzkommentaren bei STEDE (2007, 101–129 u. 155–180).

In der theoretischen Diskussion zur Methode von Textanalysen wird das Konzept der Illokutionsstruktur in jüngerer Zeit erneut aufgegriffen u. a. bei SCHRÖDER (2003), GUTTKE (2010) und WÜEST (2011).

4. Typen sprachlichen Handelns in Zeitungskommentaren

4.1 Teilakte von Sprechakten und Ebenen sprachlichen Handelns in Texten

Mit den im Abschnitt 3 erwähnten vier Aspekten einer Sprachhandlung (lokutionärer, illokutionärer, perlokutionärer und kollokutionärer Teilakt) korrespondieren auf der Ebene des Textes mehrere Module oder Ebenen.¹⁶ Mit dem lokutivem Aspekt assoziiert sich die formulative Ebene, zu der auch grammatische Eigenschaften (vor allem in Bezug auf die Syntax), lexikalische Analysen (wie Verwendungsfrequenzen von Wortartenzugehörigkeit, kommentartypische Lexik, Metaphern, Phraseologismen) gehören. Hier liegt eine ganze Reihe von Untersuchungen vor, auf die in der Einleitung zu diesem Band bereits verwiesen wurde.

In der Diskussion von Textanalysen wird i. d. R. auch auf eine informationelle Textebene (Ebene der Informationsstruktur bzw., im Sinne von BRINKER (1985 / ⁶2005), die Ebene der Thementafaltung oder thematischen Textstruktur) verwiesen.

Den Kernbereich der Analyse der Handlungsstruktur (auch) von (Kommentar-)Texten bildet die Analyse der Illokutionsstruktur. Diesbezüglich ist zunächst die Frage zu beantworten, welche Illokutionstypen in Kommentar-

16 Der Ebenen-Begriff wird gern für verschiedene Aspekte der Strukturbeschreibung von Texten genutzt, vgl. etwa die Sammelbände DANEŠ / VIEHWEGER (Hrsg.) (1983) und MOTSCH (Hrsg.) (1996) oder MOTSCH / VIEHWEGER (1992, 126 f.) sowie STEDE (2007). Letzterer nimmt sechs Beschreibungsebenen für Texte an: die referenzielle, thematische, temporale, Illokutions-, Argumentations- und rhetorische Struktur.

texten typischerweise vorkommen (können) und nach welchen Prinzipien diese Handlungstypen geordnet bzw. klassifiziert werden können (siehe Abschnitt 4.2).

Was die perlokutionäre Ebene des sprachlichen Handelns in Kommentaren / Leitartikeln und anderen meinungsbetonten Texten in Zeitungen und anderen Medien betrifft, so herrscht in der einschlägigen Fachliteratur weitestgehender Konsens dahingehend, dass in ihnen Auffassungen, Einstellungen und Ansichten der Verfasser(innen) als Repräsentanten der Medien nicht bloß mitgeteilt werden (im Sinne eines INFORMIERENS über bestehende Meinungen). Vielmehr geht es auch darum, die betreffenden Meinungen so darzustellen, dass sie auf die Akzeptanz bei den Rezipient(inn)en stoßen. Akzeptanz kann nun bedeuten, dass man solche Meinungen als mehr oder weniger berechtigt ansieht oder auch nur toleriert. Im günstigsten (und von den Verfasser(innen) i. d. R. angestrebten) Falle teilen jedoch die Leser(innen) oder Zuhörer(innen) anschließend die im Text geäußerte Meinung. Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass sie diese Einschätzungen und Wertungen bereits vorher vertraten und somit vorhandene Rezipienten-Einstellungen also nur bekräftigt werden. Es kann aber auch sein, dass die Adressat(inn)en vorher noch keine Position beispielsweise zu einem neu aufgetretenen Problem oder Sachverhalt hatten und sich ihre eigene Meinung dazu erst bilden müssen. Dann kann der Kommentar oder Leitartikel durchaus dazu führen, dass die darin geäußerten Ansichten und Einschätzungen von den Leser(inne)n oder Zuhörer(inne)n übernommen werden. Weitere Fälle sind vorstellbar, etwa derart, dass Rezipient(inn)en ihre Ansichten aufgrund detaillierter Hintergrundinformationen oder neu gesehener Zusammenhänge differenzieren. Selbst der – im Allgemeinen allerdings eher seltene – Fall kann eintreten, dass bisherige Meinungen im Ergebnis der Rezeption eines Kommentars / Leitartikels grundsätzlich revidiert werden.

In allen hier genannten Möglichkeiten im Hinblick auf das Rezeptionsergebnis meinungsbetonter Texte liegen persuasive Wirkungen vor. Man kann, wie in Abschnitt 2 bereits erwähnt, mit einiger Berechtigung davon ausgehen, dass eine solche persuasive Wirkung von den Textautor(inn)en beabsichtigt ist. Das bedeutet ja nicht, dass man Journalist(inn)en als Autor(inn)en meinungsbetonter Texte missionarische Absichten unterstellen muss. In der Be-

rufspraxis stellt sich für die gestandenen Vertreter(innen)¹⁷ des publizistischen Gewerbes zunächst die Aufgabe, einen Kommentar oder Leitartikel zu einem (oft in der Redaktionsberatung festgelegten¹⁸) Thema zu verfassen. Dafür steht ein eng begrenzter Zeitraum zur Verfügung, und es gibt auch recht genaue Längenvorgaben. Die Redaktion erwartet einen gut formulierten, Sachkompetenz ausstrahlenden Text, und auch die Autor(inn)en selbst wollen sich als Textverfasser(innen) gegenüber ihren Leser(inne)n in einem möglichst guten Licht darstellen. Es gibt also eine ganze Reihe von Motiven journalistischen Tuns, die als weitergehende Folgen des Schreibens von meinungsbetonten Texten, also perlokutionäre (und kollokutionäre) Effekte des sprachlichen Handelns betrachtet werden können: Broterwerb, Nachweis von Professionalität und Sachkompetenz, Profilierung des eigenen Mediums im Meinungsspektrum der Öffentlichkeit usw.

Dennoch lässt sich auch Persuasion als intendierte perlokutionäre Wirkung meinungsbetonter Texte in der Massenkommunikation annehmen. Es gehört zum beruflichen Selbstverständnis erfahrener Journalist(inn)en und leitender Redaktionsangehöriger, ihrem Publikum auch eine Orientierung in der Meinungsvielfalt zu bieten.

Auf kollokutionärer Ebene ist das sprachliche Handeln in Zeitungskommentaren – neben dem oben bereits erwähnten Aspekt der möglichst vorteilhaften Selbstdarstellung im Sinne von Vertrauenswürdigkeit sowie Sach- und Schreib-Kompetenz – nicht zuletzt auch darin zu sehen, die Leser(innen) an das eigene Blatt zu binden. Eine solche Leserbindung als wichtigste Funktion u. a. von Zeitungskommentaren (und Kolumnen) zeigt sich insbesondere in der sogenannten Boulevardpresse (vgl. LENK 2004). Das beständige Interesse der Leser(innen) an den Texten (und am Kauf) des Blattes ist nicht nur eine Bestätigung erfolgreichen Arbeitens der Redaktion, sondern auch eine Voraussetzung für den Erhalt des Arbeitsplatzes der Journalist(inn)en. Hier lie-

17 Mehrheitlich handelt es sich dabei um Männer. PFETSCH / EILDERS / NEIDHARDT (2004, 56) sprechen von einer „Unterrepräsentation von Frauen“, die „in der Gruppe der bedeutendsten Kommentatoren mit einem Anteil von nur etwa 16 Prozent stark unterrepräsentiert“ sind, wobei es große Unterschiede zwischen den untersuchten Zeitungen gibt: Frauen verfassen bei der *taz* und der *Frankfurter Rundschau* gut ein Viertel der Kommentare, bei der *Süddeutschen Zeitung* und der *FAZ* jeweils nur etwa 10 %.

18 Vgl. Näheres dazu bei PFETSCH / EILDERS / NEIDHARDT (2004, 53).

gen also auch ökonomische Zwänge vor: Sinkende Auflagenhöhen führen i. d. R. zur Reduktion (auch) des journalistischen Personals. Wird dieser Zusammenhang auf das Schreiben der Zeitungsmacher(innen) heruntergebrochen, verschränken sich hier kollokutionäre und perlokutionäre Aspekte des sprachlichen Handelns in journalistischen Texten.

4.2 Illokutionstypen

Systematisch angelegte Untersuchungen zu bestimmten Klassen von Illokutionstypen gingen i. d. R. phänomenologisch vor und strebten danach, die wichtigsten strukturellen Faktoren bei der Realisierung von Sprachhandlungen zu berücksichtigen. Oft wird mit konstruierten Beispielen zur Illustration der jeweils definierten Typen operiert. – In empirischen Analysen geht es darum, die illokutive Rolle von konkret vorgefundenen Äußerungen im Text- und Situationszusammenhang zu interpretieren. Es wirft sich auch hier die Frage auf, welche Illokutionstypen dabei prinzipiell anzunehmen und wie sie zu klassifizieren sind. Die Antwort auf diese Frage muss einerseits die systematischen, theoriegeleiteten Studien einbeziehen, andererseits die kommunikative Komplexität in den analysierten Texten berücksichtigen.

Ein speziell für die Beschreibung des sprachlichen Handelns in Zeitungskommentaren vereinfachtes Inventar von Illokutionstypen ist in LENK (2011) aufgeführt. Es unterscheidet drei Hauptklassen von Illokutionstypen: Informationshandlungen, Bewertungshandlungen und Aufforderungshandlungen. Hinzu kommen Vokativa (nach WUNDERLICH 1976, 77) und Expressiva (nach SEARLE 1976).

In der Klassifikation der Informationshandlungen setzt ROLF (1983, 211) als Kriterium auf der obersten Hierarchiestufe die Position der jeweiligen Sprachhandlung in einer Sequenz von aufeinander bezogenen Akten an und unterscheidet als Hauptklassen präsentative, reaktive und re-iniziative Informationshandlungen. Das hier verwendete Schema beschränkt sich auf die beiden ersten Positionen in Handlungssequenzen. Es berücksichtigt in der vertikalen Anordnung die für den jeweiligen Illokutionstyp geltenden epistemischen oder subjekt-modalen Einstellungen. FESTSTELLEN¹⁹ setzt, ebenso wie ERINNERN, voraus, dass die mit dieser illokutionären Rolle geäußerte

19 Bei anderen Autoren wie z. B. ROLF (1982) oder MOTSCH (1992 und 1995) wird dieser Illokutionstyp KONSTATIEREN genannt.

Proposition für Schreiber und Leser als sicheres (bekanntes und unzweifelhaftes) Wissen gilt (vgl. ROLF 1997, 140) – bzw. (beim ERINNERN) bereits galt und jetzt lediglich wieder mental präsent gemacht wird. (Echte) FRAGEN signalisieren, dass der Fragende nichts über die Evidenz des Erfragten weiß (das entspricht einer subjektiv-modalen Gewissheit vom Werte Null) oder zumindest nichts zu wissen vorgibt. FRAGEN stehen, als BITTE um Antwort, an der Grenze zu den Aufforderungshandlungen.

Die folgende Liste von Illokutionstypen ist gegenüber jener in LENK (2011) leicht modifiziert:

THEMATISIEREN		ANREDEN; GRÜSSE, WÜNSCHE
Informationshandlungen		Bewertungshandlungen
FESTSTELLEN	ERINNERN	BEWERTEN
MITTEILEN	ZURÜCKWEISEN	• positiv oder negativ,
BEHAUPTEN	KONZEDIEREN	• auf bestimmter Ebene,
ANNEHMEN	BEZWEIFELN	• mit bestimmter Intensität,
VERMUTEN	IN-FRAGE-STELLEN	• für bestimmten Referenzrahmen,
		• mit bestimmter auktorialer Gültigkeit
PROGNOSTIZIEREN		RHETORISCHES FRAGEN
HYPOTHETISCHES ANNEHMEN		HOFFEN
FRAGEN	-----	EMPFEHLEN -----
		WARNEN
		Aufforderungshandlungen
	AUFFORDERN	FORDERN

Das THEMATISIEREN ist ein Illokutionstyp, der sich auf die Neueinführung eines thematischen Aspekts in den Text bezieht und somit an der Grenze zu einer metatextuellen, auf den Schreibprozess selbst orientierten Ebene steht. – ANREDEN, GRÜSSE und WÜNSCHE könnten, da sie ähnlich den Aufforderungshandlungen direkt partnerbezogen sind, auch unterhalb dieser Hauptklasse angeordnet sein.

Bei der Beschreibung der Struktur von Bewertungshandlungen folge ich zwar nicht bezüglich der Terminologie, jedoch im Grundsätzlichen weitgehend SAGER (1982). Das Konzept ist – mit der hier verwendeten Begrifflichkeit – in LENK (1999) genauer erläutert. Es geht davon aus, dass Bewertungen

(als Komponenten) auch in Äußerungen eingebettet sein können, denen primär eine andere illokutionäre Rolle zugeschrieben wird (zur Notation siehe Abschnitt 5.1.1).

Ähnlich dem Illokutionstyp FRAGEN steht auch das EMPFEHLEN im Übergangsbereich zu den Aufforderungshandlungen²⁰: EMPFEHLEN enthält als konstitutive Bedingung eine positive Bewertung des Empfohlenen und hat (als Ratschlag) zugleich einen (wenn auch schwach ausgeprägten) Aufforderungsaspekt für den Empfänger der Empfehlung.

Der Unterschied zwischen AUFFORDERN und FORDERN kann dahingehend bestimmt werden, dass Aufforderungen einen klaren Adressaten haben. Forderungen werden, gerade in Zeitungskommentaren, aber gern ohne eine eindeutige Bestimmung des- oder derjenigen erhoben, die sie realisieren sollen. Sie sind also weniger personenbezogen, sondern eher inhaltsorientiert. ROLF (1997, 178) verweist auf den speziellen Durchführungsmodus bei „(1) Jmdn. auffordern“, „daß dem Adressaten die Option der Zurückweisung des an ihn gerichteten Anliegens nicht offengehalten wird“. Bei „(3) Eine Forderung stellen“ gelte als „zusätzliche vorbereitende Bedingung Σ , daß es einen objektiven Grund, einen objektiven Bedarf dafür gibt“ (ROLF 1997, 178).

5. Exemplarische Analyse der Illokutionsstruktur zweier Texte

Die ISA erfordert eine *Bottom-up*-Vorgehensweise bei der Zuweisung illokutionärer Rollen zu den einzelnen Äußerungen und eine *Top-down*-Strategie bei der Ermittlung der Illokution(en) auf der höchsten Hierarchiestufe des Textes, der Textillokution(en).²¹ Die Reihenfolge ist im Prinzip beliebig.

Für die exemplarische Analyse wurden zwei Texte aus den Online-Ausgaben zweier Tageszeitungen ausgewählt, die als Leitmedien auf dem finnischen und deutschen Pressemarkt gelten: ein Kommentar aus der *faz.net* vom 27. April 2011 und ein Leitartikel aus der größten finnischen Tageszeitung

20 Bei ROLF (1997, 187 f.) sind sowohl „(27) Jmdm. etwas empfehlen“ als auch „(29) Jmdm. eine Frage stellen“ in der „Familie der Direktiva“ aufgeführt.

21 Letztere lässt / lassen sich mittels der Makrostrukturregeln nach VAN DIJK (1980) ermitteln. Auf eine Explikation dieses Vorgehens muss hier verzichtet werden.

Helsingin Sanomat (nachfolgend *HS*) vom gleichen Tag. Beide befassen sich mit Problemen der Innenpolitik anlässlich von Wahlerentscheidungen, die gerade erfolgt sind (*faz.net*) oder anstehen (*HS*).

5.1 Text 1: „Politikwechsel“ von Reinhard Müller (*faz.net*)

Der *faz.net*-Text stammt von dem promovierten Juristen und FAZ-Redakteur Reinhard Müller.²² Zunächst folgt ein Screenshot, der den oberen Teil des Textes in jener Form zeigt, wie er am 27. April 2011 im Internet erschien.

Frankfurter Allgemeine
FAZ.NET

Aktuell » Politik » **Der Kommentar**

Kurz-Link: <http://www.faz.net/-01t766>

Grün-Rot in Stuttgart

Politikwechsel

Einen „Bildungsaufbruch“, den der künftige Ministerpräsident Kretschmann ankündigt, hat Baden-Württemberg nicht nötig. Aber die Grünen sind sowieso keine revolutionäre Partei mehr. Das „Bewahren“, das auch über dem Koalitionsvertrag steht, ist für sie kein Fremdwort.

Von Reinhard Müller



27. April 2011 Das ist wohl wahr: Die Menschen in Baden-Württemberg haben sich, wie es im Koalitionsvertrag von Grünen und SPD heißt, für eine neue Politik, „vor allem aber auch für einen neuen politischen Stil entschieden.“ In erster Linie haben sie eine Regierungspartei abgewählt, die nach Jahrzehnten an der Macht Verschleiß- und Arroganzerscheinungen zeigte und der dann eine Reaktorkatastrophe im fernen Osten den Rest gab.

Darüber geriet aus dem Blick dass die SPD, die nun sogar mehr Minister erhält als der grüne Wahlsieger, ebenfalls ein Debakel erlebte. Eine revolutionäre Politik jedenfalls dürfte die Mehrheit der Bürger des wohlhabenden, lebenswerten Landes nicht wünschen. Einen „echten Bildungsaufbruch“, den der künftige Ministerpräsident ankündigt, hat Baden-Württemberg nicht nötig. Nun sind die Grünen längst auch keine revolutionäre Partei mehr, sie hatten hier stets (wert-)konservative Wurzeln; das „Bewahren“, das auch über dem Koalitionsvertrag steht, ist für Politiker wie Kretschmann kein Fremdwort.

Abb. 1a: Screenshot mit der oberen Hälfte des Kommentars vom 27.4.2011 in *faz.net* (Aufruf 27.4.2011)

22 Näheres unter www.faz.net/redaktion/reinhard-mueller-11104378.html.

Im Original ist das Foto farbig mit rot-grünem Hintergrund. Rot und Grün sind auch die dominierenden Farben auf dem Cover des Koalitionsvertrages, den Kretschmann und Schmid gemeinsam in die Kamera halten.

Unter dem angegebenen Link zum Dokument ist die Seite auch heute (letzte Verifizierung: 29.6.2012) noch aufrufbar. Allerdings ist das Foto auf die Köpfe der beiden Politiker beschnitten, die Anordnung von Textteilen und Foto ist leicht verändert, und es wird ein anderer Schrifttyp eingesetzt. Darüber hinaus sind heute 22 Leserkommentare einsehbar.

Abbildung 1b zeigt die untere Hälfte des Textes, wie sie sich gegenwärtig auf den Internetseiten findet.

Stuttgart 21 ist nicht nur ein Bahnprojekt

Wie Grüne und SPD das Bewahren und das Erneuern miteinander in Einklang bringen wollen, wird sich vor allem an „Stuttgart 21“ erweisen. Das ist nicht nur ein Bahnprojekt, an dem die alte Landesregierung scheiterte. Hier treffen Naturschutz und Industriepolitik, Bürgerbeteiligung und Mobilität, Verfahren und Versprechen aufeinander. Es erscheint konsequent zu sein, nach der noch von der CDU/FDP-Regierung angestoßenen, durchaus beeindruckenden Schlichtung, nun die angekündigte Volksabstimmung abzuhalten. Doch plebiszitäre Elemente lassen sich in der Opposition leicht fordern.

Aber wehe, wenn die Plebs dann zu Wort kommt. Die von den Koalitionspartnern angestrebte deutliche Senkung der Quoren in der Landesverfassung soll und wird das sich ausgeschlossen führende, protestgestählte Bürgertum zur Volksgesetzgebung animieren. Ob die von Grün-rot beklagte „Spaltung“ nicht nur mit Blick auf Stuttgart 21 so überwunden werden kann, muss sich erst zeigen.

Und vor allem: Auch der grüne Wahlsieger, der mit seiner betagten Partnerin jetzt einen umfassenden „Wechsel“ ausruft, wird sich in der Regierung selbst kräftig verändern. Auch das wäre ein Zeichen für eine künftige Regierungsbeteiligung der Grünen im Bund – und kein schlechtes.

Quelle: F.A.Z.

Abb. 1b: Screenshot mit der unteren Hälfte des Kommentars vom 27.4.2011 in *faz.net* (Aufruf 29.6.2012)

5.1.1 Liste der einzelnen Illokutionen

Zur leichteren Orientierung sind die (Teil-)Sätze des Haupttextes durchnummeriert: Ganzsätze mit arabischen Zahlen, Teilsätze mit Kleinbuchstaben.

Überschriften (Dachzeile, Haupttitel, Zwischenüberschrift) und zusammenfassender Vorspann (Lead) sowie die Nennung des Verfassernamens bleiben hier unberücksichtigt.

Als illokutionäre Rollen kommen die im Abschnitt 4.2 genannten Typen zum Einsatz, ergänzt um das ZITAT (vgl. [2a]). In (andere) Illokutionstypen eingebettete Bewertungskomponenten werden beispielsweise als FESTSTELLEN mit BEWERTUNGSKOMPONENTE bezeichnet. Der Bewertungstyp (positives vs. negatives BEWERTEN) wird hier, wie auch beim Illokutionstyp BEWERTEN, durch ein vorangestelltes Minus- oder Plus-Zeichen bezeichnet. Die Notation erfolgt z. B. in der Form FESTSTELLEN / –BEW-K. (für eine in die Feststellung eingebettete negative Bewertung).

- [1] KONZEDIEREN: Das ist wohl wahr:
- [2a] FESTSTELLEN mit ZITAT: Die Menschen in Baden-Württemberg haben sich [...] für eine neue Politik, „vor allem aber auch für einen neuen politischen Stil entschieden.“
- [2b] FESTSTELLEN: wie es im Koalitionsvertrag von Grünen und SPD heißt,
- [3a] FESTSTELLEN: In erster Linie haben sie eine Regierungspartei ausgewählt,
- [3b] FESTSTELLEN / –BEW-K.: die nach Jahrzehnten an der Macht Verschleiß- und Arroganzerscheinungen zeigte
- [3c] FESTSTELLEN / –BEW-K.: und der dann eine Reaktorkatastrophe im fernen Osten den Rest gab.
- [4a] BEHAUPTEN / FESTSTELLEN: Darüber geriet aus dem Blick,
- [4b] FESTSTELLEN / –BEW-K.: dass die SPD [...] ebenfalls ein Debakel erlebte.
- [4c] MITTEILEN / FESTSTELLEN: die [SPD erhält] nun sogar mehr Minister als der grüne Wahlsieger [...]
- [5] ANNEHMEN / +BEW-K.: Eine revolutionäre Politik jedenfalls dürfte die Mehrheit der Bürger des wohlhabenden, lebenswerten Landes nicht wünschen.
- [6a] –/+BEWERTEN: Einen „echten Bildungsaufbruch“ [...] hat Baden-Württemberg nicht nötig.
- [6b] MITTEILEN / FESTSTELLEN: den der künftige Ministerpräsident ankündigt,
- [7a] BEWERTEN: Nun sind die Grünen längst auch keine revolutionäre Partei mehr,

- [7b] BEHAUPTEN / +BEW-K.: sie hatten hier stets [wert-]konservative Wurzeln;
- [7c] BEHAUPTEN / +BEW-K.: das „Bewahren“ [...] ist für Politiker wie Kretschmann kein Fremdwort.
- [7d] FESTSTELLEN: das auch über dem Koalitionsvertrag steht,
- [8a] THEMATISIEREN: Wie Grüne und SPD das Bewahren und das Erneuern miteinander in Einklang bringen wollen,
- [8b] PROGNOTIZIEREN: wird sich vor allem an „Stuttgart 21“ erweisen.
- [9a] +BEWERTEN: Das ist nicht nur ein Bahnprojekt,
- [9b] BEHAUPTEN / –BEW-K.: an dem die alte Landesregierung scheiterte.
- [10] FESTSTELLEN / ±BEW-K.: Hier treffen Naturschutz und Industriepolitik, Bürgerbeteiligung und Mobilität, Verfahren und Versprechen aufeinander.
- [11a] +BEWERTEN: Es erscheint konsequent zu sein,
- [11b] FESTSTELLEN / +BEWERTEN: nach der noch von der CDU/FDP-Regierung angestoßenen, durchaus beeindruckenden Schlichtung, nun die angekündigte Volksabstimmung abzuhalten.
- [12] FESTSTELLEN: Doch plebiszitäre Elemente lassen sich in der Opposition leicht fördern.
- [12'] **implizites** *–BEWERTEN / PROGNOTIZIEREN: [Die grün-rote Regierung meint es nicht ernst mit der Volksabstimmung oder wird daran scheitern.]
- [13] WARNEN / –BEW-K.: Aber wehe, wenn die Plebs dann zu Wort kommt.
- [14] PROGNOTIZIEREN / –BEW-K.: Die von den Koalitionspartnern angestrebte deutliche Senkung der Quoren in der Landesverfassung soll und wird das sich ausgeschlossen fühlende, protestgestählte Bürgertum zur Volksgesetzgebung animieren.
- [15a] THEMATISIEREN: Ob die von Grün-rot beklagte „Spaltung“ nicht nur mit Blick auf Stuttgart 21 so überwunden werden kann,
- [15b] INFRAGESTELLEN: muss sich erst zeigen.
- [16a] +BEWERTEN: Und vor allem:
- [16b] PROGNOTIZIEREN: Auch der grüne Wahlsieger [...] wird sich in der Regierung selbst kräftig verändern.
- [16c] FESTSTELLEN / –BEW-K.: der mit seiner betagten Partnerin jetzt einen umfassenden „Wechsel“ ausruft,

- [17a] +BEWERTEN / PROGONOSTIZIEREN: Auch das wäre ein Zeichen für eine künftige Regierungsbeteiligung der Grünen im Bund –
 [17b] +BEWERTEN: und kein schlechtes.

Die als eingebettete Komponenten realisierten pejorativen Bewertungen liegen bei [3b] und [4c] in der referenziellen Bedeutung der Substantive „Verschleiß- und Arroganzerscheinungen“ bzw. „Debakel“, bei [3c] in der Verwendung des leicht umgangssprachlichen Phraseologismus *jmdm. den Rest geben*, bei [9b] an der Semantik von *scheitern*, bei [13] an den Konnotationen von „Plebs“, das anstelle von beispielsweise *Volk* gebraucht wird, und der poetisierenden Anspielung „Aber wehe“.²³ In [14] wird die Bewertungskomponente durch die Partizipialkonstruktion „das sich ausgeschlossen fühlende, protestgestählte Bürgertum“ und die konnotationsreiche Semantik sowohl des Verbs *animieren* als auch des Substantivs *Volksgesetzgebung* erzeugt, in [16] durch die (gegen semantische Distributionsregeln verstoßende) Verwendung des Adjektivs *betagt* als Attribut für die Koalitions-„Partnerin“ SPD sowie durch die distanzierenden Anführungszeichen bei „Wechsel“.

In [10] sind pejorative und positive Bewertungskomponenten als Konnotationen der aufgezählten Substantive miteinander kombiniert: *Naturschutz* und *Versprechen* sind (für die Bevölkerungsmehrheit) positiv aufgeladen, (Planungs-)*Verfahren* und *Industriepolitik* heute wohl eher pejorativ. – Etwas komplizierter sind die Verhältnisse bei [6a]: Dass Baden-Württemberg „einen ‚echten Bildungsaufbruch‘ [...] nicht nötig“ habe, ist zunächst eine positive Bewertung des Bildungssystems in diesem Bundesland. Da mit dem Satz eine programmatische Aussage aus dem Koalitionsprogramm der neuen Regierung zurückgewiesen wird, ist dies aber zugleich auch eine negative Stellungnahme zu deren Interpretation der Situation und deren daraus abgeleiteten politischen Zielsetzungen. Es handelt sich damit um zwei Bewertungen: eine positive und eine negative, die sich auf ein jeweils anderes Bewertungsobjekt beziehen.

In [5] basiert die positive Bewertungskomponente auf der Semantik der attributiven Adjektive *wohlhabend* und *lebenswert*. Dass [7b] mit dem Ver-

23 Dem Illokutionstyp WARNEN wohnt, als eine der konstitutiven Bedingungen, bereits eine negative Bewertung dessen inne, wovor gewarnt wird. Das wäre in diesem Falle die „Gefahr“ einer nach Meinung des Autors offensichtlich zu weit gehenden direkten Demokratie. Bei der zusätzlichen Bewertungskomponente handelt es sich um eine weitere – in die Äußerung eingebettete – Bewertung.

weis auf „[wert-]konservative Wurzeln“ als positive Bewertung aufzufassen ist, lässt sich mit der Zugehörigkeit des Autors zur politischen Redaktion der *FAZ* erklären, die gemeinhin als (politisch) konservativ gilt.

Ob bei [4c] von MITTEILEN oder aber von FESTSTELLEN als illokutionäre Rolle der Äußerung auszugehen ist, hängt davon ab, ob man den Leser(inn)en des Textes unterstellt, über die Postenverteilung der gerade im Aufbau befindlichen Regierung Baden-Württembergs zum genannten Zeitpunkt informiert zu sein oder nicht: Geht es um eine neue Information, die mit diesem Satz vermittelt wird, handelt es sich um ein MITTEILEN, andernfalls um ein FESTSTELLEN.

5.1.2 Textillokution

Welche der oben aufgeführten Sprachhandlungen kann / können nun als die dominierende(n) Illokution(en) auf der höchsten Stufe der Illokutionshierarchie bestimmt werden? – Nach meinem Verständnis des Textes findet sich am Ende des Kommentars, worum es dem Verfasser im Wesentlichen geht: Auch wenn die Christdemokraten in Baden-Württemberg eine Wahlschlappe erleiden mussten und eine grün-rote Regierung an die Macht gekommen ist, so bedeutet dies doch auch Positives für die CDU auf Bundesebene: Diese könnte in absehbarer Zeit einen Koalitionspartner für die Bundesregierung gewinnen (nachdem zum damaligen Zeitpunkt die FDP dafür kaum noch in Frage zu kommen schien). – Als Textillokution sehe ich also die letzte Äußerung an:

(17) +BEWERTEN: Das ist ein gutes Zeichen für eine künftige Beteiligung der Grünen an der Bundesregierung.

Gestützt wird die Textillokution auf der nächstniedereren Stufe in meinem Textverständnis durch folgende drei Sprachhandlungen, von denen eine lediglich implizit realisiert ist:

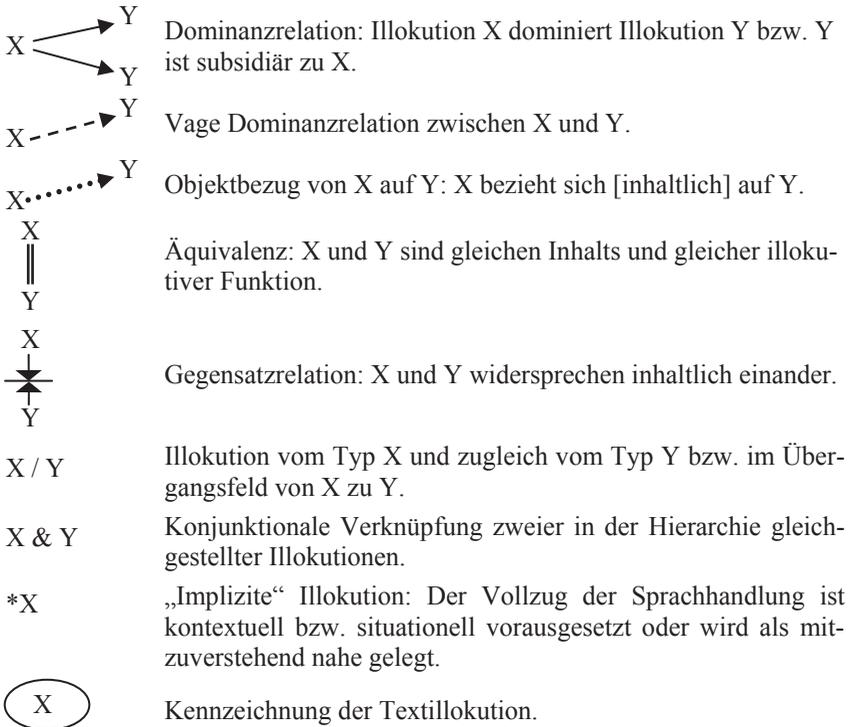
(7a) +BEWERTEN: Die Grünen sind keine revolutionäre Partei mehr.

(7a') *PROGNOSTIZIEREN/+BEWERTEN: [Es wird keine (unnötige) revolutionäre Politik geben.]

(16b) PROGNOSTIZIEREN: Die Regierungsbeteiligung wird die Grünen weiter verändern.

5.1.3 Graph der Illokutionsstruktur

Die Hierarchiebeziehungen der einzelnen Illokutionen lassen sich grafisch abbilden. Die Darstellungskonventionen beruhen darauf, dass die vertikale Anordnung der Illokutionen deren Reihenfolge im Text entspricht. Die waagerechte Anordnung zeigt die Position innerhalb der Illokutionshierarchie: Ganz links steht die Textillokution, die subsidiären Illokutionen stehen rechts von der zugehörigen dominierenden Illokution. Die Art der Beziehung zwischen den einzelnen Illokutionen wird durch verschiedene Linienformate angezeigt (vgl. auch LENK 2011, 177):



Im Graph der Illokutionsstruktur fällt auf, dass es recht viele Illokutionen gibt, die in einer Gegensatzrelation zueinander stehen. Die Äußerung [4b] „dass die

Etwas vager sind die Gegensatzrelationen zwischen [3b] „[eine Regierungspartei], die nach Jahrzehnten an der Macht Verschleiß- und Arroganzerscheinungen zeigte“ und [4b] „dass die SPD ebenfalls ein Debakel erlebte“. Die SPD war zum Wahlzeitpunkt weder im fraglichen Bundesland noch auf Bundesebene an der Regierung beteiligt. Die Begründungen, die in [3b] und [3c] für die Wahlverluste der baden-württembergischen CDU gegeben wurden, greifen hier nicht. Eine Erklärung liefert der Text nicht. Der Widerspruch blieb möglicherweise dem Autor selbst verborgen und wird nur von (einigen) Leser(inne)n empfunden. – Die Gegensatzrelation zwischen [7c] „das ‚Bewahren‘ [...] ist für Politiker wie Kretschmann kein Fremdwort“ und [16c] „der [grüne Wahlsieger, der] [...] jetzt einen umfassenden ‚Wechsel‘ ausruft“ erklärt sich aus der Antonymie der beiden jeweils mit Anführungszeichen markierten Substantive. Allerdings korrespondiert [16c] inhaltlich partiell mit [2a] „Die Menschen in Baden-Württemberg haben sich [...] für eine neue Politik, vor allem aber für einen neuen politischen Stil entschieden“. Die (partielle) Äquivalenzbeziehung zwischen beiden Äußerungen wurde im Illokutionsgraph durch die doppelte Rahmenlinie markiert.

Die grafische Darstellung der Illokutionshierarchie offenbart jedoch auch eine gewisse kompositorische Schwäche dieses Textes: Der Textabschnitt mit den Äußerungen [8] bis [15] fügt sich kaum in die Argumentationslinie des Textes ein. Der gesamte Illokutionskomplex stützt die Textillokution höchstens sehr vage und ist als Ganzes auch wenig mit den anderen Illokutionen verbunden. In sich ist dieser prognostische Abschnitt nachvollziehbar strukturiert, aber er führt von der Textillokution eher weg. Auf der Ebene der Textkohäsion gibt es zwar einen Bezug zwischen [8a] und [7c], denn in beiden Äußerungen erscheint der Ausdruck „Bewahren“. Aber dies erinnert fast an ein assoziatives Formulieren. Die Darstellung der konfliktreichen Entscheidungen, vor denen die neue Landesregierung steht und die zu ihrem Scheitern führen können, ist nur über mehrere implizit bleibende Schlussfolgerungen in die Hauptargumentationslinie einzupassen, die darauf hinausläuft, dass mit der unvermeidlichen Veränderung der Grünen diese auf Bundesebene als Koalitionspartner der CDU in Frage kommen: vielleicht eben deshalb, weil eine Koalition mit der SPD wenig Erfolg haben könnte. Dies ist durch die gestrichelte Linie des Subsidiaritätspfeils zwischen [16a+b] markiert.²⁴

24 Eine andere Deutung dieses Textes könnte darin bestehen, dass der Kommentator die (mehrheitlich konservativen, CDU-nahen) Leser(innen) ob der erlittenen

5.2 Text 2: „Kenen puhemies?“ (HS)

Die Leitartikel in *HS* erscheinen ohne namentliche Kennzeichnung des Textverfassers bzw. der Textverfasser(in). Es folgt auch hier zunächst eine Abbildung des Textes, wie er am 27.4.2011 auf der Website von *HS* (unter www.hs.fi) erschien. Aus Platzgründen ist das Bild verkleinert, und der untere Teil des Textes, für dessen Rezeption man auf manchen Bildschirmen den Rollbalken betätigen muss, ist rechts neben dem oberen Teil angeordnet. – Auf die Wiedergabe einer separaten Übersetzung des Textes muss hier aus Platzgründen verzichtet werden: Die deutsche Entsprechung findet sich im Abschnitt 5.2.1 in der Liste der Einzelillokutionen.

HS.fi tu

Kenen puhemies?

27.4.2011 3:00 | Kommentit [Empfehlen](#) 2 A A

HELSINGIN SANOMAT

Uuden eduskunnan ensimmäisiä kiinnostavia kysymyksiä ovat valiokuntien puheenjohtajien ja varapuheenjohtajien paikat sekä uusien puhemiesten valinta.

Valiokuntien puheenjohtajuuksista päästiin jo tiistaina sopuun, mutta eduskunnan puhemiesten paikoista on syntynyt poliittinen ja periaatteellinen kädenväntö.

Perinteisesti eduskunnassa on annettu puhemiehen ja kahden varapuhemiehen paikat kolmen suurimman poliittisen ryhmän edustajille. Edellisessä eduskunnassa puhemiehenä oli kokoomuksen Sauli Niinistö sekä varapuhemiehinä keskustan Seppo Kääriäinen ja Sdp:n Tarja Filatov.

Kolmen suurimman ryhmän sääntö on johtanut useimmiten siihen, että eduskunnan puhemiesten joukossa on myös opposition edustaja. Tällä kertaa asetelma ei ole näin yksinkertainen.

Vaalituloksesta seuraa, että kokoomuksen puheenjohtaja Jyrki Katainen lähtee tavoittelemaan hallituspohjaa, joka rakentuu kokoomuksen, sosiaalidemokraattien ja perussuomalaisten

varaan. Jos tällainen hallitus syntyy ja eduskunta noudattaa kolmen suurimman ryhmän sääntöä, oppositio ei saisi puhemiehistöön yhtään edustajaa.

Puhemiesneuvostossa istuvat myös valiokuntien puheenjohtajat, joten oppositiollakin on edustajansa. Erityisesti keskusta on nyt vaatinut puhemiehistöön opposition edustajaa.

Aina oppositio ei ole saanut puhemiehistöön edustajansa. Esimerkiksi vaalikaudella 1966–70 puhemiehistössä oli kolmen suurimman hallituspuolueen edustajat; tuolloin puhemiehen paikka oli keskustapuolueella.

Kolmen suurimman ryhmän sääntö on perusteltavissa sen yksinkertaisuudella. Voidaan myös sanoa, että näin valituilla puhemiehillä on takanaan kansan enemmistön kannatus.

Paikan antamista puhemiehistössä myös oppositiolle puoltaa se, että eduskunta on sellainen poliittinen foorumi, jossa oppositiolla on selvä tehtävänsä. Siksi oppositiorhymän edustajan valinta puhemiehistöön korostaisi parlamentarismia ja eduskunnan erityisasemaa suhteessa muihin valtiomahteihin.

Helsingin Sanomat | hs.paakirjoitus@sanoma.fi

Abb. 3: Verkleinerter Screenshot des Beispieltexes 2 (27.4.2011 aus *HS*)

Wahniederlage auf zweierlei Weise zu trösten versucht: Zum einen, weil die Erfolgsaussichten der grün-roten Regierung gering seien ([8] bis [15]), zum anderen, dass die CDU mit den veränderten Grünen einen neuen Bündnispartner in Berlin gewinnen könnte. Dann hätte der Kommentar zwei Textillokutionen auf gleicher Hierarchie-Ebene.

Zum Verständnis des Textes ist die Kenntnis der Ergebnisse der vorangegangenen Parlamentswahlen vom 17.4.2011 nötig. Als stärkste Partei ging aus diesen Wahlen mit 20,4 % der Stimmen (2007: 22,3 %) die Partei *Kansallinen Kokoomus* (‘Nationale Sammlungspartei’²⁵) hervor. Es folgten die Sozialdemokraten (SDP) mit 19,1 % (2007: 21,4 %). Einen sensationellen Wahlerfolg erzielten die *Perussuomalaiset* (sog. ‘Wahre Finnen’) mit ebenfalls 19,1 % (2007: 4,1 %). Diese in den Medien meist als populistisch bezeichnete Partei verdrängte *Suomen Keskusta* (‘Zentrumspartei’), die 2007 als stärkste Kraft noch auf 23,1 % der Stimmen kam und die letzten drei Ministerpräsidenten stellte, diesmal auf Platz 4: Die Zentrumspartei erhielt 2011 nur 15,8 % der Wählerstimmen und entschied sich, in die Opposition zu gehen. Des Weiteren sind im gegenwärtigen finnischen Parlament, für das ausschließlich Direktmandate vergeben werden, folgende Parteien vertreten: *Vasemmistoliitto* (‘Linksbund’) mit 8,1 %, *Vihreä liitto* (‘Grüne’) mit 7,3 %, *Ruotsalainen kansanpuolue* (‘Schwedische Volkspartei’) mit 4,3 %, *Kristillisdemokraatit* (‘Christdemokraten’) mit 4,0 % und andere mit 2,0 %.²⁶

5.2.1 Liste der einzelnen Illokutionen

Im Folgenden wird, siehe oben, eine deutsche Übersetzung der Äußerungen im Originaltext verwendet. Die Überschrift und die paratextuellen²⁷ Angaben sind mittels römischer Ziffern nummeriert, die Sätze des Haupttextes – wie beim Analysetext 1 – mit arabischen Zahlen, Teilsätze mit Kleinbuchstaben.

[i] THEMATISIEREN: ‘Wessen Parlamentspräsident?’

25 Auf der eigenen Website unter www.kokoomus.fi/other-languages/deutsch/ nennt die Partei als deutsche Entsprechung ihres Namens „Nationale Koalitionspartei“, was eine m. E. ungünstige Übersetzung ins Deutsche ist und in deutschsprachigen Medien auch selten verwendet wird. *Kokoomus* war in den letzten zwei Jahrzehnten zwar als „Koalitionspartei“ (im appellativischen Wortsinn) an fast allen Regierungen Finnlands beteiligt, doch in der Zeit vor 1990 war das eher selten der Fall.

26 Alle Angaben nach den Informationen auf den Webseiten des Finnischen Zentralamts für Statistik unter http://www.stat.fi/til/evaa/2011/evaa_2011_2011-04-29_tie_001_fi.html (letzter Aufruf 4.7.2012). Die Seiten sind auch auf Englisch erhältlich.

27 Zum Begriff ‚Paratext‘ vgl. GENETTE (1992).

- [ii] PARATEXT (Datum und Uhrzeit): 27.04.2011, 03.00 Uhr
- [iii] PARATEXT (Medium): HELSINGIN SANOMAT
- [1] THEMATISIEREN: ‘Zu den ersten interessanten Fragen des neuen Parlaments gehören die Besetzung der Kommissionsvorsitzenden und ihrer Stellvertreter sowie die Wahl des neuen Parlamentspräsidiums.’
- [2a] MITTEILEN / FESTSTELLEN: ‘Über den Vorsitz der Ständigen Kommissionen einigte man sich schon am Dienstag.’
- [2b] FESTSTELLEN / –BEW-K. / THEMATISIEREN: ‘aber um die Plätze im Parlamentspräsidium ist es zu einem politischen und grundsätzlichen Gerangel gekommen.’
- [3] FESTSTELLEN: ‘Traditionell wurde im Parlament der Posten des Präsidenten und seiner zwei Stellvertreter an Vertreter der drei größten politischen Gruppen vergeben.’
- [4] FESTSTELLEN: ‘Präsident der letzten Volksvertretung war der Konservative Sauli Niinistö, seine Stellvertreter der Zentrumsolitiker Seppo Kääriäinen und die Sozialdemokratin Tarja Filatov.’
- [5] FESTSTELLEN: ‘Die Regel der Berücksichtigung der drei größten Fraktionen hat meist dazu geführt, dass dem Parlamentspräsidium auch ein Vertreter der Opposition angehörte.’
- [6] BEWERTEN / THEMATISIEREN: ‘Dieses Mal ist die Konstellation nicht ganz so einfach.’
- [7] FESTSTELLEN: ‘Aus dem Wahlergebnis folgt, dass der Vorsitzende der Konservativen, Jyrki Katainen, in Koalitionsverhandlungen eine Regierungsbildung unter Einbeziehung der Sozialdemokraten und der „Wahren Finnen“ anstrebt.’
- [8a] HYPOTHET. ANNEHMEN: ‘Falls eine solche Regierung entsteht und das Parlament die Regel der drei größten Fraktionen anwendet,’
- [8b] PROGNOSTIZIEREN: ‘bleibt die Opposition ohne Vertreter im Präsidium.’
- [9a] FESTSTELLEN: ‘Im Präsidialrat sitzen auch die Vorsitzenden der Ständigen Kommissionen,’
- [9b] FESTSTELLEN: ‘so dass auch die Opposition vertreten ist.’
- [10] FESTSTELLEN: ‘Insbesondere die Zentrumsparterie hat jetzt einen Platz im Präsidium gefordert.’
- [11] FESTSTELLEN: ‘Nicht immer hat die Opposition jedoch einen solchen erhalten.’

- [12a] FESTSTELLEN: ‘Beispielsweise bildeten in der Legislatur von 1966–70 nur Vertreter der drei größten Regierungsparteien das Präsidium;’
- [12b] FESTSTELLEN: ‘damals stellte die Zentrumspartei den Parlamentspräsidenten.’
- [13] +BEWERTEN: ‘Die Regel der drei größten Fraktionen kann man wegen ihrer Einfachheit verteidigen.’
- [14] +BEWERTEN: ‘Man könnte auch sagen, dass hinter den so gewählten Präsidiumsmitgliedern die Mehrheit des Volkes steht.’
- [15] +BEWERTEN: ‘Für eine Vergabe eines Präsidiumsplatzes an die Opposition spricht, dass das Parlament ein solches politisches Forum ist, in der die Opposition eine klare Aufgabe hat.’
- [16] +BEWERTEN / PROGNOSTIZIEREN: ‘Daher würde die Wahl eines Oppositionsvertreters in das Parlamentspräsidium sowohl den Parlamentarismus als auch die Sonderstellung des Parlaments gegenüber den anderen staatlichen Machtinstitutionen stärken.’

Im Vergleich mit den Illokutionstypen im Text 1 fällt auf, dass es im finnischen Text zum einen wesentlich mehr Handlungen vom Typ FESTSTELLEN (ohne Bewertungskomponenten) gibt und zum anderen das BEWERTEN durch den Einsatz von Modalverben, den Konjunktiv und andere epistemische Ausdrucksmittel zur Abschwächung des Gewissheitsgrades, mit eingeschränkter subjektiver Modalität realisiert wird.

Eine Anmerkung zu den tatsächlichen politischen Entscheidungen nach Erscheinen des Kommentars: Die Verhandlungen der Konservativen mit den „Wahren Finnen“ führten zu keinem Erfolg; letztere beteiligen sich nicht an der gegenwärtigen Regierung unter Ministerpräsident Jyrki Katainen (*Kokoomus*), in der auch die Sozialdemokraten, der Linksbund, die Grünen, die Christdemokraten und die Schwedische Volkspartei vertreten sind.²⁸ Zum Parlamentspräsidenten wurde der Sozialdemokrat Eero Heinäluoma gewählt. Erster Stellvertreter ist Pekka Ravi (*Kokoomus*), zweiter Stellvertreter Anssi Joutsenlahti (*Perussuomalaiset*). Es handelt sich also um Vertreter der drei größten Fraktionen, von denen eine der Opposition angehört.²⁹

28 Vgl. <http://valtioneuvosto.fi/hallitus/fi.jsp> (letzter Aufruf 4.7.2012). Die Seite gibt es auch in englischer Sprache.

29 Vgl. <http://web.eduskunta.fi/Resource.phx/eduskunta/organisaatio/puhemiehisto/puhemiesneuvoston-jasenet.htx> (letzter Aufruf 5.7.2012).

5.2.2 Ermittlung der Textillokution

So, wie ich diesen Text verstehe, muss man als Hauptbotschaft dieses Kommentars eine nicht explizit realisierte, nur nahegelegte Empfehlung annehmen. Als Textillokution bestimme ich daher:

[16'] **implizites** *EMPFEHLEN: [Man sollte einen Zentrumsvertreter ins Parlamentspräsidium wählen.]

Als unmittelbar stützende Illokutionen sind nach meinem Textverständnis folgende zwei Sprachhandlungen anzusehen:

[15]–[16] +BEWERTEN / PROGNOTIZIEREN: Die Wahl eines Oppositionsvertreters ins Präsidium würde den Parlamentarismus und die Rolle des Parlaments im Staat stärken.

Interessant ist aber, dass in den Sätzen [11]–[12] mehrere Argumente dafür angeführt werden, dass die Forderung der Zentrumspartei nach einem Sitz im Parlamentspräsidium im Grunde unberechtigt ist. Man kann dies so interpretieren, dass diese Forderung vom Textautor implizit negativ bewertet wird:

[12'] **implizites** *BEWERTEN: [Die Zentrumspartei hat keinen Anspruch auf einen Platz im Präsidium.]

Das spräche eigentlich gegen eine Vergabe des betreffenden Präsidiumsplatzes an die Zentrumspartei. Dennoch empfiehlt der Text – zumindest implizit –, das Gegenteil zu tun. Man kann dies so deuten, dass ein Entgegenkommen der drei neuerdings größten Parteien, zu denen die früher so starke Zentrumspartei zum Kommentarzeitpunkt nicht mehr gehörte, als großzügiges Handeln im Sinne guter parlamentarischer Zusammenarbeit gedeutet würde, gerade weil es nicht zwingend notwendig ist. Der Konsensgedanke und eine Vermeidung konfrontativen Parteiengezänks genießen in der finnischen Politik und Gesellschaft schon seit langer Zeit eine hohe Wertschätzung.

5.2.3 Graph der Illokutionsstruktur

Die Illokutionshierarchie des Textes aus *HS* findet sich in Abb. 4. – Auffällig sind auch an diesem Text die zahlreichen Entgegensetzungen von Illokutionen. Sie entstehen auf verschiedenen Ebenen. Zwischen [2a] und [2b] erwach-

sen sie aus der Widersprüchlichkeit der politischen Gegebenheiten: Bei den Kommissionsvorsitzenden konnte man sich schnell einigen, bezüglich der Posten im Parlamentspräsidium entsteht Gezänk. Ähnliches gilt für [3] und [11]: Was in der Tradition mehrheitlich galt, hatte auch historisch seine Ausnahmen. Auch der Gegensatz zwischen [5] und [6] fällt in diese Kategorie situationsbedingter Widersprüche: Was historisch gesehen allgemein oder meistens eintrat, trifft im vorliegenden konkreten Fall nicht zu. [9b] hingegen ist [8a] insofern entgegengesetzt, als dass der / die Textverfasser(in) hier die eigene Aussage relativiert. [10] und [12b] erscheinen zumindest implizit als gegensätzlich, da hier das eigennützige, dabei in ähnlichen Situationen inkonsistente Verhalten einer politischen Partei kontrastiert wird. [14] und [15] sind Argumente einmal für und einmal gegen die Anwendung der Regel, dass die drei größten Fraktionen den Parlamentspräsidenten und die beiden Vize stellen. Die beiden in [13] und [14] geäußerten Argumente für die Dreierregel sprechen zumindest vage gegen die implizite Empfehlung [16'], diesmal von ihr abzuweichen.

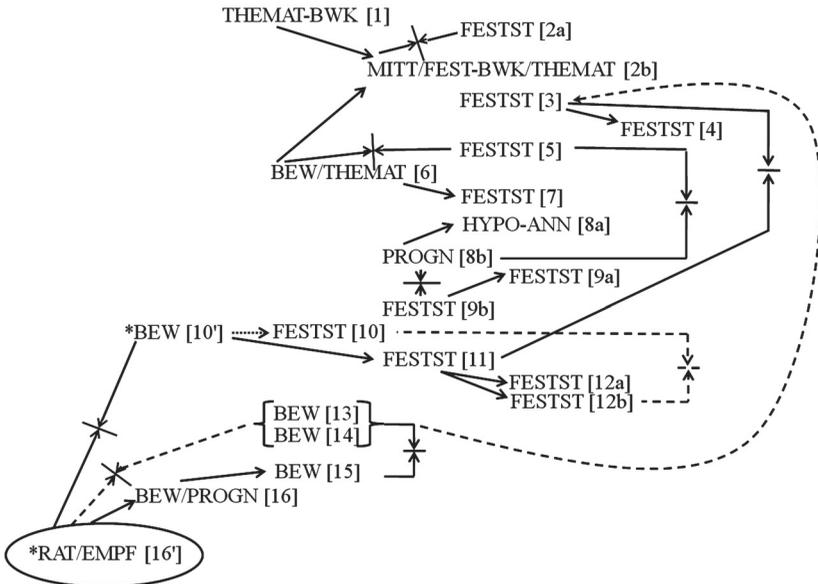


Abb. 4: Graph der Illokutionsstruktur des zweiten Beispieltextes (HS)

Diese zahlreichen, durchweg auktorial beabsichtigten Entgegensetzungen von Illokutionen können als Ausdruck einer dialektischen Argumentationsweise betrachtet werden, die verschiedene Standpunkte und Argumente gegeneinander abwägt.

6. Handlungswege

Die ISA, wie sie im Abschnitt 5 exemplarisch an zwei Texten durchgeführt wurde, gibt einen Einblick in wesentliche Eigenschaften der Textstruktur. Die so ermittelten Charakteristika lassen sich mit jenen anderer Texte vergleichen. Ein solcher Vergleich ist dann auch für Gruppen von Texten möglich, die aus verschiedenen Medien(typen), aus verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften oder -kulturen stammen oder zu verschiedenen Textsorten gehören.

Es sind v. a. vier Bereiche, zu denen die ISA textvergleichende Befunde erlaubt:

- (i) Möglich sind Aussagen über die präferierten Illokutionstypen. So fällt auf, dass in dem analysierten finnischen Kommentartext (Abschnitt 5.2) wesentlich mehr „reine“ FESTSTELLUNGEN (d. h. solche ohne Bewertungskomponente) vorkommen als in dem Beispiel aus der *faz.net*. Dort fallen hingegen, im Vergleich zum finnischen Text, die zahlreichen Bewertungskomponenten in den Informationshandlungen sowie die ambivalenten (d. h. zugleich positiven als auch negativen) Bewertungshandlungen auf.
- (ii) Die ISA erlaubt einen Vergleich des Implizitätsgrades insbesondere von Bewertungs- und Aufforderungshandlungen: Wie hoch ist der Anteil von impliziten Illokutionen als kommunikativen Schlussfolgerungen, die die Rezipient(inn)en aus dem explizit Gesagten inferieren sollen oder müssen? Die Korpusanalyse in LENK (1986) hatte ergeben, dass in Kommentaren der überregionalen Tageszeitungen (zum Libanonkrieg 1983) die zentrale These als „Mitgemeintes“ bzw. „Mitzuverstehendes“ (VON POLLENZ 1985, 302–310) deutlich häufiger implizit blieb als in der Boulevardpresse. TIITTULA (1994) verweist bezüglich der von ihr untersuchten 62 Leitartikel aus vier deutschen und drei finnischen überregionalen Tageszeitungen auf große Unterschiede zwischen den einzelnen Texten:

„Wie stark und explizit bewertend ein Artikel war, schien u. a. vom Thema abzuhängen“ (TIITTULA 1994, 231).

- (iii) Im Ergebnis der ISA lassen sich Textillokutionen vergleichen. Damit ist i. d. R. auch eine Bestimmung des jeweiligen Kommentartyps im Sinne einer Differenzierung zwischen bewertendem vs. warnendem / empfehlendem / aufforderndem vs. prognostizierendem Kommentar möglich.
- (iv) Wie die beiden exemplarischen Textanalysen in 5.1 und 5.2 zeigen, verweist die in beiden Texten recht häufige Entgegensetzung von Einzelillokutionen auf eine dialektische, Gegenpositionen und Gegensätze einbeziehende Argumentationsweise. Die präferierte Art der Beziehung zwischen den Illokutionen der Texte lässt also gewisse Schlussfolgerungen über deren Struktur zu.

Für einen Vergleich des Textaufbaus ist die – so detailliert wie in 5.1.3 und 5.2.3 durchgeführte – ISA allerdings kaum geeignet. Hält man die Graphen gegeneinander, fallen fast nur Unterschiede, kaum aber Gemeinsamkeiten auf. Um solchen Übereinstimmungen auf die Spur zu kommen, ist eine Vereinfachung nötig. Wie eine solche Mesoebene erreicht werden kann, wird in 6.1 erläutert.

6.1 Illokutionskomplexe als Handlungsschritte

Um die Handlungsstruktur einer größeren Anzahl von Texten auf der makrostrukturellen Ebene miteinander vergleichen zu können, muss eine Zusammenfassung einzelner Illokutionen und ihrer jeweiligen Detail-Beziehungen zu Illokutionskomplexen erfolgen. Eine solche „Handlungseinheit“ ist beschreibbar als

eine aus einer oder mehreren Äußerungen konstituierte Sprachhandlungsfolge [...], die mit einem bestimmten Handlungstyp verbunden ist und zur Realisierung eines kommunikativen Ziels bzw. Teilziels dient. (VIEHWEGER 1982b, 237)

Man kann solche Einheiten mit HENK (2003, 65 u. 68) als Handlungsschritte bezeichnen. Ihnen kommt der Charakter von Teiltextrteilen oder Teilhandlungen zu. Solche Teiltextrhandlungen wurden beispielsweise für Todesanzeigen bei VON DER LAGE-MÜLLER (1995), für Stellenanzeigen von HENK (2003), für linguistische Aufsätze von PETKOVA-KESSANLIS (2009) beschrieben. Der

Terminus *Handlungsschritt* scheint aus handlungstheoretischer Sicht besonders geeignet, denn er macht deutlich, dass Textproduzent(innen)en und -rezipient(inn)en in der Kommunikation bestimmte Teilabschnitte auf einem Weg zurücklegen, an dessen Ziel der Text bzw. sein Verständnis liegen. Ein Schritt lässt sich als relativ abgeschlossene, zielorientierte Bewegung und als koordinierter Ablauf elementarer Teiloperationen betrachten. Er entstammt außerdem dem gleichen Bildspendebereich wie die Metapher des Handlungsweges (vgl. Abschnitt 6.2).

Für die Bezeichnung von Handlungsschritten in Kommentartexten werden im Folgenden ähnliche Kategorien verwendet wie in LENK (2011, 178 f.):

- **Situationscharakterisierung (SC):**
Erläuterung des Kommentaranlasses bzw. von Gegebenheiten, die im anschließenden Text(teil) erläutert und bewertet werden; enthält hauptsächlich Informationshandlungen;
- **Situationsinterpretation (SI):**
Hintergrundinformationen zum Kommentaranlass bzw. -gegenstand, die hauptsächlich über Informationshandlungen realisiert werden;
- **Berufung auf Grundwerte (GW):**
Verweis auf allgemein anerkannte Grundwerte gesellschaftlichen Zusammenlebens und ethisch angemessenen Verhaltens von Personen und Institutionen;
- **Problematisierung (PR):**
Aufwerfen eines Problems oder einer Fragestellung bzw. Darstellung eines Konflikts, um deren / dessen Klärung es im nachfolgenden Textteil geht; steht an der Grenze zur metatextuellen Ebene;
- **Lösungsvarianten und deren Interpretation (LVI):**
Aufzeigen von (oft auch: alternativen) Handlungs- und Entscheidungsmöglichkeiten und deren wahrscheinlichen Konsequenzen; Darstellung und Bewertung möglicher Folgen der kommentierten Situation vor allem mittels der Illokutionstypen HYPOTHETISCHES ANNEHMEN, PROG-NOSTIZIEREN sowie BEWERTEN;
- **Situationsbewertung (SB):**
BEWERTEN des Kommentargegenstands und anderer im Text dargestellter Situationen, Fakten oder Probleme, gelegentlich auch Realisierung von Aufforderungshandlungen.

Diese Liste ist selbstverständlich nicht als abgeschlossen zu betrachten – weder für die Analyse von Zeitungskommentaren, erst recht nicht für die Beschreibung der Handlungsstrukturen anderer (persuasiver) Textsorten.

6.2 Handlungswege

Die Abfolge der einzelnen Handlungsschritte konstituiert den konkreten Handlungsweg eines Textes. Der Begriff wurde von VIEHWEGER (1982a) eingeführt. Handlungswege lassen sich ebenfalls grafisch darstellen:

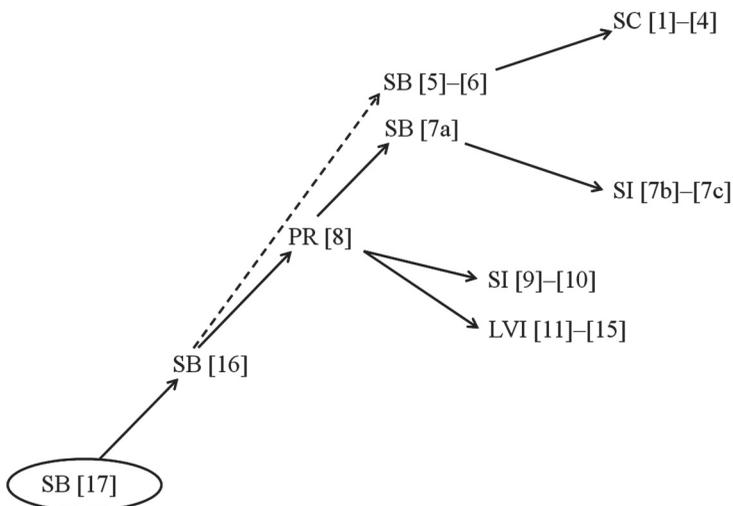


Abb. 5: Handlungsweg des Kommentars aus der *faz.net* vom 27.4.2011

Zur zusammenfassenden Beschreibung der Handlungsstruktur des *faz.net*-Kommentars werden neun Handlungsschritte angenommen, die in hierarchischer Position zueinander stehen oder (vgl. die beiden ersten Situationsbewertungen sowie die Situationsinterpretation mit den Äußerungen [9] und [10] und die Lösungsvarianten und deren Interpretation mit [11] bis [15]) auf derselben Hierarchie-Ebene sequenziell aufeinander folgen.

In Bezug auf den in Abbildung 6 dargestellten Handlungsweg des *HS*-Kommentars wäre es denkbar, diesen noch weiter zu komprimieren, d. h. als

Handlungsschritte größere Illokutionskomplexe zu wählen. Beispielsweise könnten die Situationsinterpretationen mit den Äußerungen [7] und [8] einerseits und [9] andererseits zu einem Handlungsschritt desselben Typs zusammengefasst werden. Allerdings ginge dann ein wichtiges Moment der Entgegensetzung als – für diesen Text typische – Illokutionsverknüpfung verloren. Gleiches gilt für die beiden Handlungsschritte vom Typ ‚Lösungsvarianten und deren Interpretation‘ mit den Äußerungen [13] und [14] sowie [15] und [16].

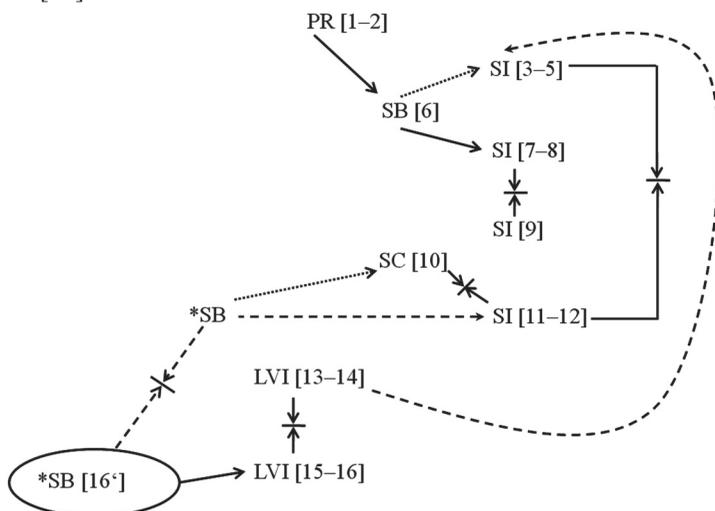


Abb. 6: Handlungsweg des HS-Leitartikels vom 27.4.2011

Die Situationsinterpretation mit den Äußerungen [11] und [12] zeigt noch klarer als der Illokutionsgraph, dass manche Illokutionen und sogar Illokutionskomplexe in Kommentaren ausschließlich durch Gegensatzbeziehungen in den Text integriert sind.

6.3 Typische Handlungswegen als Textmuster

Solche Handlungswegen (als abstrahierte Handlungs- oder Illokutionsstrukturen auf einer Mesoebene) lassen sich in Bezug auf viele Texte konstruieren und anschließend miteinander vergleichen. Das gilt gerade auch für Texte aus

verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften und Medientypen. Besonders häufig auftretende, typische Handlungswege können (vgl. VIEHWEGER 1982a, 244 f.) als prototypische Realisierung, als (schließlich auch konventionalisierte) Muster einer Textsorte oder Textsortenvariante³⁰ gelten.

Mit der Kombination der detaillierten ISA und der Beschreibung von Handlungswegen (als Abfolge von Handlungsschritten) wären typische mikro- und makrostrukturelle Aspekte des sprachlichen Handelns in Kommentaren eruierbar, die in bestimmten Einzelmedien und Medientypen erscheinen. Wird die Analyse auf Medien aus verschiedenen Ländern ausgedehnt, würde dies einen Einblick in bevorzugte persuasive Stile der jeweiligen Kommunikationsgemeinschaften erlauben (vgl. die Einleitung in diesen Band).

Eine solche Ableitung typischer Handlungswege erfordert zwar die Durchführung einer großen Zahl empirischer Textanalysen und damit einen erheblichen Forschungsaufwand. Vor allem im Hinblick auf den Vergleich von Textmustern und ihren Varianten in verschiedenen Massenkommunikationsmedien und Diskursgemeinschaften verspricht er indes interessante Einblicke in kommunikative Gewohnheiten und Präferenzen, die wiederum bei der Gestaltung internationaler bzw. interkultureller Kommunikation zu einem besseren gegenseitigen Verständnis und zur Konfliktvermeidung beitragen können.

Literatur

- ADAMZIK, KIRSTEN (1984): Sprachliches Handeln und sozialer Kontakt. Zur Integration der Kategorie ‚Beziehungsaspekt‘ in eine sprechakttheoretische Beschreibung des Deutschen. Tübingen.
- ADAMZIK, KIRSTEN (2008): Textsorten und ihre Beschreibung. In: JANICH, NINA (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen, 145–175.
- AUSTIN, JOHN L. (1965): How to do things with words. Postum hrsg. von JAMES OPIE URMSON u. MARINA SBISÀ. Oxford.
- AUSTIN, JOHN L. (1972): Zur Theorie der Sprechakte. Deutsche Bearb. von EIKE VON SAVIGNY. Stuttgart.

30 Zur Unterscheidung von ‚Textsorte‘ und ‚Textsortenvariante‘ vgl. beispielsweise HEINEMANN (2000, 16 f.), HEINEMANN / HEINEMANN (2002, 143 f.), GANSEL / JÜRGENS (2002, 52–56), ADAMZIK (2008, 168–174).

- BALLMER, THOMAS T. (1979): Probleme der Klassifikation von Sprechakten. In: GREWENDORF, GÜNTHER (Hrsg.), 247–274.
- BIERE, BERND ULRICH (1993): Zur Konstitution von Presstexten. In: BIERE, BERND ULRICH / HENNE, HELMUT (Hrsg.): Sprache in den Medien nach 1945. Tübingen, 56–86.
- BRANDT, MARGARETA u. a. (1983): Der Einfluß der kommunikativen Strategie auf die Textstruktur – dargestellt am Beispiel des Geschäftsbriefes. In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.), 105–135.
- BRANDT, MARGARETE / ROSENGREN, INGER (1992): Zur Illokutionsstruktur von Texten. In: KLEIN, WOLFGANG (Hrsg.): Textlinguistik. LiLi 22, H. 86, 9–51.
- BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.) (2000): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Berlin / New York.
- BÜHLER, KARL (1934 / 1965): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. 1. Aufl. Jena. 2., unveränd. Aufl. mit einem Geleitwort von FRIEDRICH KAINZ. Stuttgart.
- BURGER, HARALD (2000): Textsorten in den Massenmedien. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 614–628.
- BURGER, HARALD (2005): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 3., völlig neu bearb. Aufl. Berlin / New York.
- BURKHARDT, ARMIN (1986): Soziale Akte, Sprechakte und Textillokutionen. A. Rejnachs Rechtsphilosophie und die moderne Linguistik. Tübingen.
- BURKHARDT, ARMIN (Hrsg.) (1990): Speech Acts, Meaning and Intention. Critical Approaches to the Philosophy of John R. Searle. Berlin / New York.
- DANEŠ, FRANTIŠEK / VIEHWEGER, DIETER (Hrsg.) (1983): Ebenen der Textstruktur. Berlin.
- DIJK, TEUN A. VAN (1980): Macrostructures. An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition. Hillsdale, N. J.
- DILLMANN, GERHARD (2009): Sprechintentionen in deutschen und japanischen Zeitungskommentaren. Illokutionstypologie und kontrastive Analysen von empirischen Texten. München.
- DOHERTY, MONIKA (1985): Epistemische Bedeutung. Berlin.
- EYER, PETER (1987): Perlokutionen. Tübingen.
- FEILKE, HELMUTH (2000): Die pragmatische Wende in der Textlinguistik. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 64–82.
- GANSEL, CHRISTINA / JÜRGENS, FRANK (2002): Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. Wiesbaden.
- GARDT, ANDREAS (1999): Geschichte der Sprachwissenschaft in Deutschland. Vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert. Berlin / New York.
- GENETTE, GÉRARD (1992): Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Aus dem Französisch von DIETER HORNIG. Studienausgabe. Frankfurt a. M. / New York.

- GIESSEN, HANS W. / LÜGER, HEINZ-HELMUT / VOLZ, GÜNTHER (Hrsg.) (2007): Michel Bréal – Grenzüberschreibende Signaturen. Landau.
- GREWENDORF, GÜNTHER (Hrsg.) (1979): Sprechakttheorie und Semantik. Stuttgart.
- GUTTKE, MATTHIAS (2010): Strategien der Persuasion in der schriftkonstituierten politischen Kommunikation. Dargestellt an Parteiprogrammen der Neuen Rechten in Polen. Frankfurt a. M. u. a.
- HARTUNG, WOLFDIETRICH (2000): Kommunikationsorientierte und handlungstheoretisch ausgerichtete Ansätze. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 83–96.
- HEINEMANN, WOLFGANG (2000): Textsorten. Zur Diskussion um Basisklassen des Kommunizierens. Rückschau und Ausblick. In: ADAMZIK, KIRSTEN (Hrsg.): Reflexionen und Analysen. Tübingen, 9–29.
- HEINEMANN, MARGOT / HEINEMANN, WOLFGANG (2002): Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs. Tübingen.
- HEINEMANN, WOLFGANG / VIEHWEGER, DIETER (1991): Textlinguistik. Eine Einführung. Tübingen.
- HELBIG, GERHARD (1986): Entwicklung der Sprachwissenschaft seit 1970. Leipzig.
- HENK, KATRIN (2003): „PME fiable, nos objectifs sont ambitieux et nous recherchons...“. Französische und deutsche Stellenanzeigen im Vergleich. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. H. 41, 55–89.
- HINDELANG, GÖTZ (1978): Auffordern. Die Untertypen des Aufforderns und ihre sprachlichen Realisierungsformen. Göppingen.
- HINDELANG, GÖTZ (1994): Einführung in die Sprechakttheorie. 2., durchges. Aufl. Tübingen.
- KELLER, RUDI (1977): Kollokutionäre Akte. In: Germanistische Linguistik H. 1–2, 3–50.
- KOCH, PETER / OESTERREICHER, WULF (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: GÜNTHER, HARTMUT / LUDWIG, OTTO (Hrsg.): Schrift und Schriftlichkeit. Berlin / New York, 587–604.
- KORHONEN, JARMO (1992): Dieter Viehweger in memoriam. In: Der Ginkgo-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 11. Folge, 13–15.
- LAGE-MÜLLER, KATRIN VON DER (1995): Text und Tod. Eine handlungstheoretisch orientierte Textsortenbeschreibung am Beispiel der Todesanzeige in der deutschsprachigen Schweiz. Tübingen.
- LANG, EWALD (1981): Was heißt „eine Einstellung ausdrücken“? In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.), 293–314.
- LANG, EWALD (1983): Einstellungsausdrücke und ausgedrückte Einstellungen. In: RŮŽIČKA, RUDOLF / MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): Untersuchungen zur Semantik. Berlin, 305–342.

- LÄZER, RÜDIGER (1986): Wirkungsstrategien in Texten der Massenkommunikation. Textlinguistische Untersuchungen zur Textsorte 'politischer Kommentar' in Tageszeitungen der DDR. Diss. Humboldt-Universität zu Berlin.
- LÄZER, RÜDIGER (1988): Zur Illokutionsstruktur von Pressekommentaren – ein praktischer Beitrag zur Theoriendiskussion der handlungsorientierten Textanalyse. In: Zeitschrift für Germanistik 9, 472–479.
- LIEDTKE, FRANK (1998): Grammatik der Illokution. Über Sprechhandlungen und ihre Realisierungsformen im Deutschen. Tübingen.
- LENK, HANS (1978): Handlung als Interpretationskonstrukt. In: LENK, HANS (Hrsg.): Handlungstheorien – interdisziplinär. Bd. II, 1. München, 279–350.
- LENK, HARTMUT E. H. (1986): Persuasionsstrategien in der Manipulation. Handlungsstrukturanalysen von Kommentaren der BRD-Presse. Diss. Humboldt-Universität zu Berlin.
- LENK, HARTMUT E. H. (1991): Brauchen wir den Begriff der Perlokution für die Analyse sprachlichen Handelns? In: Der Ginkgo-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 10. Folge, 261–270.
- LENK, HARTMUT E. H. (1999): Der Explizitätsgrad von Bewertungshandlungen in Pressekommentaren. Überlegungen aus der Perspektive des DaF-Unterrichts für Fortgeschrittene. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. H. 35, 76–115.
- LENK, HARTMUT E. H. (2004): Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder. In: JÄNTTI, AHTI / NURMINEN, JARKKO (Hrsg.): Thema mit Variationen. Dokumentation des VI. Nordischen Germanistentreffens in Jyväskylä vom 4.–9. Juni 2002. Frankfurt a. M., 241–256.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungmodell. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, 165–181.
- LENK, HARTMUT E. H. / TIITTULA, LIISA (1990): Die implizite Botschaft. Eine kontrastive Untersuchung zum Explizitätsgrad von Bewertungshandlungen in Pressekommentaren / Leitartikeln. In: Der Ginkgo-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 9. Folge, 160–181.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2., neu überarb. Aufl. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2005): Optimierungsverfahren in Presstexten. Aspekte einer kontrastiven Analyse (deutsch–französisch). In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim / Zürich / New York, 1–34.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2011): Michel Bréal und die deutsch-französischen Beziehungen. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. H. 50, 97–116. Online erhältlich unter www.vep-landau.de/bzf/2011_50/_07_%20Lueger%20_97-116_.pdf (letzter Aufruf 11.7.2012).

- LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.) (2001): Höflichkeitsstile. Frankfurt a. M.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT / GIESSEN, HANS W. / WEIGEL, BERNARD (Hrsg.) (2012): *Entre la France et l'Allemagne. Michel Bréal, un intellectuel engagé*. Limoges.
- LYONS, JOHN (1983): Semantik. Aus dem Engl. u. für den deutschen Leser eingerichtet von JUTTA SCHUST. Bd. 2. München.
- MOILANEN, MARKKU (1988): Zur Bedeutungsstruktur einer Sprachhandlung als Grundlage für die Festlegung ihrer kommunikativen Funktion. In: *Neuphilologische Mitteilungen* 89, 451–469.
- MOTSCH, WOLFGANG (1996): Zur Sequenzierung von Illokutionen. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.), 189–208.
- MOTSCH, WOLFGANG (2000): Handlungsstrukturen von Texten. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 414–424.
- MOTSCH, WOLFGANG / PASCH, RENATE (1987): Illokutive Handlungen. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.), 11–80.
- MOTSCH, WOLFGANG / VIEWEGER, DIETER (1992): Illokutionsstruktur als Komponente einer modularen Textanalyse. In: BRINKER, KLAUS (Hrsg.): *Aspekte der Textlinguistik*. Hildesheim / Zürich / New York, 107–132.
- MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.) (1987): *Satz, Text, sprachliche Handlung*. Berlin.
- MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.) (1996): *Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien*. Tübingen.
- PÄTZOLD, JÖRG (1986): *Beschreibung und Erwerb von Handlungsmustern. Beispiel: Rezensionen wissenschaftlicher Publikationen*. Berlin.
- PETKOVA-KESSANLIS, MIKAELA (2009): *Musterhaftigkeit und Varianz in linguistischen Zeitschriftenaufsätzen. Sprachhandlungs-, Formulierungs-, Stilmuster und ihre Realisierung in zwei Teiltexen*. Frankfurt a. M. u. a.
- PFETSCH, BARBARA / EILDERS, CHRISTIANE / NEIDHARDT, FRIEDHELM (2004): Das „Kommentariat“: Rolle und Status einer Öffentlichkeitselite. In: EILDERS, CHRISTIANE / NEIDHARDT, FRIEDHELM / PFETSCH, BARBARA (Hrsg.): *Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik*. Wiesbaden, 39–73.
- POLENZ, PETER VON (1985): *Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens*. Berlin / New York.
- ROLF, ECKARD (1982): *Sprachliche Informationshandlungen*. Göppingen.
- ROLF, ECKARD (1997): *Illokutionäre Kräfte. Grundbegriffe der Illokutionslogik*. Opladen.
- ROSENGREN, INGER (Hrsg.) (1981): *Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1980*. Lund.
- ROSENGREN, INGER (Hrsg.) (1983): *Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1982*. Stockholm.

- ROSENGREN, INGER (Hrsg.) (1984): Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1984. Stockholm.
- ROSENGREN, INGER (Hrsg.) (1987): Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1986. Stockholm.
- SAGER, SVEN F. (1981): Sprache und Beziehung. Linguistische Untersuchungen zum Zusammenhang von sprachlicher Kommunikation und zwischenmenschlicher Beziehung. Tübingen.
- SAGER, SVEN F. (1982): Sind Bewertungen Handlungen? In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 10, 38–57.
- SCHÄFER, PATRICK (2011): Michel Bréal und die Werbung. Bréals Polysemiekonzept als Grundlage einer semantisch-pragmatischen Werbetextanalyse. In: SCHÄFER, PATRICK / SCHOWALTER, CHRISTINE (Hrsg.): In mediam linguam. Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung. Festschrift für Heinz-Helmut Lüger. Landau, 111–125.
- SCHMITT, HOLGER (2000): Zur Illokutionsanalyse monologischer Texte. Ein Konzept mit Beispielen aus dem Deutschen und Englischen. Frankfurt a. M. u. a.
- SCHMITT, HOLGER (2008): Illokutionsdichte und Illokutionskomposition deutscher und englischer Presstexte. Die FAZ im Vergleich mit der *International Herald Tribune*. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H.: Kontrastive Medienlinguistik. Landau, 305–323.
- SCHRÖDER, THOMAS (2003): Die Handlungsstruktur von Texten. Ein integrativer Beitrag zur Texttheorie. Tübingen.
- SEARLE, JOHN R. (1969): Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language. London.
- SEARLE, JOHN R. (1971): Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay. Frankfurt a. M.
- STEDE, MANFRED (2007): Korpusgestützte Textanalyse. Grundzüge der Ebenenorientierten Textlinguistik. Tübingen.
- ULKAN, MARIA (1992): Zur Klassifikation von Sprechakten. Eine grundlagentheoretische Fallstudie. Tübingen.
- VESALAINEN, MARJO (2001): Prospektwerbung. Vergleichende rhetorische und sprachwissenschaftliche Untersuchungen an deutschen und finnischen Werbematerialien. Frankfurt a. M. u. a.
- VIEHWEGER, DIETER (1982a): Handlungsziele und Handlungsbedingungen komplexer Äußerungsfolgen. Untersuchungen zu einer handlungsorientierten Textanalyse. Diss. B (Habil.-Schrift) Akademie der Wissenschaft der DDR. Berlin.
- VIEHWEGER, DIETER (1982b): Handlungswege und Handlungsmuster komplexer Äußerungsfolgen. In: DANEŠ, FRANTIŠEK / VIEHWEGER, DIETER (Hrsg.): Pragmatische Komponenten der Satzbedeutung. Berlin, 226–246.
- VIEHWEGER, DIETER (1983a): Sprachhandlungsziele von Aufforderungstexten. In: DANEŠ, FRANTIŠEK / VIEHWEGER, DIETER (Hrsg.), 152–192.

- VIEHWEGER, DIETER (1983b): Sprachhandlung, Handlungsziele, Handlungspläne. In: TECHTMEIER, BÄRBEL / WURZEL, WOLFGANG ULRICH (Hrsg.): Sprachwissenschaft und Dialektik. Berlin, 104–118.
- VIEHWEGER, DIETER (1984): Illokutionsstruktur von Anordnungstexten. In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.), 279–291.
- VIEHWEGER, DIETER / SPIES, GOTTFRIED (1987): Struktur illokutiver Handlungen in Anordnungstexten. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.), 81–118.
- WELKE, KLAUS (1978): Sprachliche Tätigkeit und Grammatik. Überlegungen zu einem funktionalen und kommunikativen Modell der Grammatik. In: Deutsch als Fremdsprache 15, 93–99.
- WELKE, KLAUS (1988): Der Satz als Handlung. In: Neuphilologische Mitteilungen 89, 489–496.
- WELKE, KLAUS / MEINHARD, HANS-JOACHIM (1980): Prinzipien einer operativen Valenzgrammatik. In: Zeitschrift für Germanistik 1, 146–156.
- WEN, RENBAI (2001): Textstruktur des Zeitungskommentars. Eine Untersuchung der Proposition und Illokution an deutschen und chinesischen Beispielen. Bern u. a.
- WÜEST, JAKOB (2011): Was Texte zusammenhält. Zu einer Pragmatik des Textverstehens. Tübingen.
- WUNDERLICH, DIETER (1976): Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt a. M.
- ZILLIG, WERNER (1982): Bewerten. Sprechakttypen der bewertenden Rede. Tübingen.

HANS W. GIESSEN

„Was nun, Herr Obama?“

Eine quantitative textanalytische und medienlinguistische
Untersuchung deutschsprachiger Kommentare über die
US-amerikanischen *Midterm Elections* im November 2010
aus unterschiedlichen Zeitungskategorien,
samt Versuch einer Kategorisierung

1. Fragestellung und Hypothesen

Textsorten sind nicht unveränderbar, sondern wandeln sich in Abhängigkeit von ökonomischen, technologischen, gesellschaftlichen oder politischen Zwängen (die ihrerseits vielfältigen Wandlungen unterworfen sind) – bis hin zu Diktaten der Mode, des Geschmacks, des herrschenden Stils; zudem gibt es komplexe gegenseitige Beeinflussungen zwischen all diesen Variablen, etwa Ausstrahlungseffekte von Stilelementen, die mit in bestimmten historischen Perioden dominanten Medien verknüpft sind.

So entwickelten sich beispielsweise jahrhundertlang Traditionen schriftlichen Formulierens, die auf sprachliche Komplexität abgezielt hatten, weil die herrschende Meinung davon ausging, dass man Schriftsprache – im Gegensatz zum gesprochenen Wort – ja jederzeit nachlesen könne. Es entwickelte sich ein Stil, der häufig nur einer eigens trainierten Schicht zugänglich war. Diese Schicht fühlte sich durch einen solchen Stil in ihrem Status bestätigt (BOURDIEU 1979), so dass er aus Gründen des Sozialprestiges gar ökonomisch sinnvoll war, solange die Käufer- beziehungsweise Nutzerschicht darauf Wert legte. Soll dagegen ein Massenpublikum erreicht werden, dem solche Distinktionswünsche eher fremd sind, scheint eine andere Machart sinnvoll zu sein.

Immerhin deutet diese Vermutung auf ein Klassifikationsschema. Die „Extreme“ dieser Klassifizierung sind die Qualitätszeitung und die Boulevardzeitung. Offenbar gibt es aber auch Zeitungskategorien, die sich zwischen diesen Extremen bewegen.

Problematisch ist, dass diese Zeitungen in der Regel nicht bezüglich der vermuteten sozialen Schichtung ihrer Zielpublika differenziert sind, sondern sich nach anderen Kriterien unterscheiden, insbesondere nach dem Verbreitungsgebiet und der Vertriebsart. Aus Gründen, die unten erläutert werden, wurde als Zeitungskategorie, die zwischen die genannten Extreme einzuordnen wäre, die Regionalzeitung gewählt; eine Alternative wären beispielsweise auch Lokalzeitungen gewesen. Es wird vermutet, dass die soziale Zusammensetzung der Leserschaft von Lokal- wie Regionalzeitungen heterogener ist als diejenige der Qualitätszeitungen einerseits oder der Boulevardzeitungen andererseits; die Zeitungen würden demnach eine größere stilistische Vielfalt ausbilden und mithin Texte veröffentlichen, die sich an unterschiedliche Leserkreise wenden. Andererseits steht zu erwarten, dass sie keinen Leserkreis allzu sehr befremden wollen, so dass sich die dort publizierten Texte sprachlich zwischen den genannten „Extremen“ der Qualitäts- und der Boulevardzeitung befinden müssten. – Die vorliegende Untersuchung bezieht sich daher auf folgende Kategorien:

1. bundesweit vertriebene Qualitätszeitungen
2. Regionalzeitungen
3. Boulevardzeitungen

Die Hypothese lautet nun, dass es eine entsprechend dieser Kategorisierung absteigende Bereitschaft gibt, sich auf sprachliche, aber auch inhaltliche Komplexität einzulassen – die Boulevardblätter sollten in den sprachlichen Möglichkeiten (analog zur inhaltlichen Realität) Komplexität reduzieren, also „einfacher“ sein, Qualitätszeitungen dagegen tendenziell komplexer; die Regionalzeitungen sollten sich in der Mitte bewegen.

Im Fall der bundesweit vertriebenen Qualitätszeitungen wird aber in der Regel als zweite Variable das politische Selbstverständnis einbezogen: Je „linker“ die politische Ausrichtung der spezifischen Qualitätszeitung ist (historisch: eher stärker dem Gleichheitsgedanken verpflichtet; je weniger von einer Klientel geprägt, die sich überwiegend von Distinktionswünschen leiten lässt), desto eher ist sie, so die erste Sekundärhypothese, bereit, auf entsprechende Stilelemente zu verzichten (wie ja die Vorreiterrolle der „linken“ *Tageszeitung* andeutet) – umgekehrt: Je „rechter“ die politische Ausrichtung der spezifischen Qualitätszeitung ist, desto konservativer ist sie auch in stilistischen Belangen.

Zunächst sei eine Kategorisierung der bundesweit verkäuflichen Qualitätszeitungen angedeutet. Kriterium ist die politische Ausrichtung (von „links“

nach „rechts“; mithin unterstellt: von großer Bereitschaft, stilistische Änderungen einzubeziehen, zu Zeitungen mit größerem Bestreben, aus Distinktionsgründen geringere Änderungen einzubeziehen): (1) *Die Tageszeitung* (im Folgenden: *taz*); (2) *Neues Deutschland* (im Folgenden: *ND*); (3) *Frankfurter Rundschau* (im Folgenden: *FR*); (4) *Süddeutsche Zeitung* (im Folgenden: *SZ*); (5) *Frankfurter Allgemeine Zeitung für Deutschland* (im Folgenden: *FAZ*); (6) *Die Welt* (mit der Ausgabe *Welt Kompakt*). Sie alle sind jeweils bundesweit an nahezu allen (Bahnhofs-)Kiosken erhältlich. Wenn diese Zeitungen (zusätzliche) Regionalausgaben aufweisen (wie dies etwa bei der *SZ*, bei *FAZ*, *FR* oder teilweise auch *taz* der Fall ist), werden diese in der Regel nicht bundesweit vertrieben: Die Zeitungen sind (auch) in ihrem Selbstbild keine Regionalblätter (STAMM 2010).

Als bundesweite Boulevardzeitung wird (ausschließlich) die *Bild*-Zeitung in diese Untersuchung einbezogen – dies ist in der Tat auch die einzige in ganz Deutschland verbreitete Boulevardzeitung. So gibt es etwa im Verbreitungsgebiet der für diese Untersuchung gewählten Regionalzeitungen (siehe unten) keine weitere Boulevardzeitung.

Das Klassifikationsschema, das Boulevardzeitungen, Regionalzeitungen und bundesweit vertriebene Qualitätszeitungen unterscheidet, ist auf der einen Seite „idealtypisch“ (im Sinne von WEBER 1968, 190 ff.). Natürlich hat jede Zeitung ihr jeweils spezifisches, eigenes Selbstverständnis, so dass es eindeutige Zuordnungen, aber auch vielfältige Grenzfälle gibt, zum Beispiel: Handelt es sich bei der *Berliner Zeitung* um eine spezifische, weil aus der Hauptstadt stammende Regionalzeitung, oder muss man dieses Blatt unter die bundesweit gelesenen Qualitätszeitungen subsumieren? Fraglich ist auch, wie mit regionalen Boulevardzeitungen umzugehen ist – die, zumindest diese Gemeinsamkeit sei an dieser Stelle genannt, nur in urbanisierten Großregionen wie dem Raum Köln (*Express*), München (*tz*) oder auch in Hamburg und Berlin vorkommen.

Zumindest wird bereits an dieser Stelle deutlich, dass der Urbanisierungsgrad eine weitere Variable darstellen könnte, die sich zumindest bei den Regionalzeitungen auswirkt. Urbanisierung geht nicht zwangsläufig mit höherer Bildung, aber doch mit erweiterten Erfahrungsmöglichkeiten im sozialen, aber auch technologischen und insbesondere ökonomischen Kontext einher, von erweiterten Konsummöglichkeiten bis zur höheren Wahrscheinlichkeit, etwa mit dem Thema Arbeitslosigkeit konfrontiert zu werden. Fraglich ist, wie sich dieses Faktum auf Zeitungsleser und mithin auch -kommentatoren auswirkt.

Zumindest ist zu erwarten, dass die Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet sowohl stilistisch als auch inhaltlich identifizierbar sind; dies wäre die zweite Sekundärhypothese. Das Korpus sollte deshalb Regionalzeitungen beinhalten, die sowohl aus ausgesprochen ländlichen als auch aus urbanisierten Ballungsräumen stammen.

Schwierig ist die Abgrenzung insbesondere zwischen den Kategorien ‚Regionalzeitung‘ und ‚regionalen Boulevardzeitungen‘ oder auch ‚regionalen Qualitätszeitungen‘. Um hier weitere Irritationen zu vermeiden, sollten Kategorien wie regionale Qualitäts- ebenso wie regionale Boulevardzeitungen im Rahmen dieser Untersuchung und zur Überprüfung der genannten Hypothesen vermieden werden. Aus diesem Grund werden die *Berliner Zeitung* oder auch der *Tagesspiegel*, aber auch der Kölner *Express* oder die *tz* nicht in dieses Korpus aufgenommen.

Daher kann die **zweite Sekundärhypothese** (wonach sich die Urbanität des Verbreitungsgebiets beobachtbar auswirken soll) im Rahmen dieser Untersuchung ausschließlich im Kontext von **Regionalzeitungen** untersucht werden. Umgekehrt kann die **erste Sekundärhypothese**, wonach sich das politische Selbstverständnis einer Zeitung bemerkbar auswirken soll, hier nur im Kontext der **Qualitätszeitungen** überprüft werden, da dort die politische Ausrichtung – zumindest historisch – von großer Bedeutung ist, während sich die Regionalzeitungen, so die Vermutung, in der Regel politisch weniger exponieren, da sie bemüht sein müssten, die Bevölkerung einer Region möglichst komplett zu erreichen, mithin keine größere Bevölkerungsgruppe durch eine zu explizite Positionierung so sehr abzuschrecken, dass sie als Käufer verloren ginge. Dies gilt zumindest dort, wo es **nicht** mehrere Regionalzeitungen gibt, die sich den Markt – dann möglicherweise entsprechend politischer Positionierungen – aufteilen.

Um bezüglich der Regionalzeitungen eine entsprechende Validität zu erreichen, war das Bestreben, ein Verbreitungsgebiet zu finden, in dem die in ihrer Region publizierten Blätter jeweils Monopolzeitungen sind. Zudem sollte, um die Vergleichbarkeit (und Durchführbarkeit) dieser Untersuchung zu erleichtern, das Korpus der Regionalzeitungen vom Umfang her demjenigen der Kategorie der ‚bundesweiten Qualitätszeitungen‘ entsprechen. Beide Kriterien – das quantitative bezüglich des Stichproben-Umfangs, wie auch das qualitative, das sich auf das Kriterium ‚Monopolzeitung‘ bezieht – werden erfüllt, wenn beispielsweise die Regionalzeitungen des Bundeslands Rheinland-Pfalz komplett berücksichtigt werden. In diesem Bundesland gibt es fast

ausschließlich Regionen, in denen jeweils nur eine Regionalzeitung verbreitet ist (mit wenigen Ausnahmen wie etwa dem Raum Zweibrücken mit der Konkurrenz von *Rheinpfalz* und *Pfälzischem Merkur*). Insgesamt sind die Verbreitungsgebiete jedoch ausgesprochen klar abgegrenzt.

Des Weiteren ermöglicht die Wahl von Rheinland-Pfalz aufgrund der geographisch-sozialen Struktur des Landes eine Auswahl von Zeitungen, die insofern sehr fruchtbar sein kann, als sie unterschiedliche Zielpublika umfasst. So deckt die *Allgemeine Zeitung* aus Mainz einen eher urbanen Raum ab. *Die Rheinpfalz* ist in Teilen des urbanisierten Ballungsraums ‚Metropolenregion Rhein-Neckar‘ oder auch im kompletten Raum Kaiserslautern Monopolist, zudem aber auch in ländlichen Regionen wie der Westpfalz. Dagegen ist das Verbreitungsgebiet sowohl des *Trierischen Volksfreunds* als auch der *Rhein-Zeitung* (mit Ausnahme der „kleinen Metropolen“ Trier und Koblenz, die auch jeweils Erscheinungsorte sind) überwiegend ländlich geprägt (Eifel, Hunsrück). – Es gibt Zeitungen mit relativ großer Auflage (insbesondere die *Rheinpfalz* mit einer Auflage zum Zeitpunkt dieser Untersuchung von über 240.000 Exemplaren; alle Angaben in diesem Absatz nach IVW¹ und STAMM 2010) wie auch kleine Zeitungen, die überwiegend Artikel anderer Blätter übernehmen (*Pfälzischer Merkur* aus Zweibrücken mit einer verkauften Auflage von zum Zeitpunkt der Untersuchung unter 8.000 Exemplaren, der zwar redaktionell weitgehend unabhängig ist, aber nichtregionale Artikel fast ausschließlich von seiner Muttergesellschaft (Holtzbrinck-Gruppe, *Saarbrücker Zeitung*) übernimmt).

Die rheinland-pfälzischen Regionalzeitungen sind hier in der Reihenfolge des „Urbanisierungsgrads“ ihres Verbreitungsgebiets aufgeführt (von ‚urban‘ bis ‚ländlich‘, wobei der *Pfälzische Merkur* aufgrund der Tatsache, dass er die Mehrzahl seiner Inhalte von der im benachbarten Bundesland erscheinenden *Saarbrücker Zeitung* erhält, trotz des überwiegend ländlichen Verbreitungsgebiets im „Mittelfeld“ angesiedelt wird): (1) *Allgemeine Zeitung* (Erscheinungsort: Mainz; im Folgenden: *AZ*); (2) *Die Rheinpfalz* (Erscheinungsort: Ludwigshafen; im Folgenden: *RP*); (3) *Pfälzischer Merkur* (Erscheinungsort: Zweibrücken; im Folgenden: *PM*); (4) *Trierischer Volksfreund* (Erschei-

1 *Die Rheinpfalz* wird bei der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (IVW) seit 2007 nicht mehr gemeldet; daher stammen die diese Zeitung betreffenden Angaben nicht von dieser Quelle.

nungsort: Trier; im Folgenden: *TV*) und (5) *Rhein-Zeitung* (Erscheinungsort: Koblenz; im Folgenden: *RZ*).

2. Die Untersuchung

2.1 Das Thema

Inhaltlich wurde eine Thematik gesucht, die sich auf ein gesellschaftliches Ereignis beziehen sollte, das mit großer Wahrscheinlichkeit von allen in die Untersuchung einbezogenen Zeitungen aufgegriffen würde. Da die US-amerikanische Politik aus historischen, ökonomischen wie machtpolitischen Gründen in Deutschland lange (KNAPP 1994) und, der eigenen Einschätzung zufolge, noch immer besonders aufmerksam beobachtet wird, war davon auszugehen, dass ein wichtiges Ergebnis aus den USA in den untersuchten Medien durchgängige Berücksichtigung finden würde.

Dies schien durch die *Midterm Elections* in den USA erfüllt. Diese Wahlen fanden am 2. November 2010 statt, fast exakt zur Mitte der Amtszeit Barack Obamas nach seiner Wahl zum US-Präsidenten am 4. November 2008. Dabei wurden alle 435 Volksvertreter im Unterhaus des amerikanischen Parlaments, des Repräsentantenhauses, neu gewählt, zusätzlich 37 der 100 Vertreter des Oberhauses, des Senats, sowie Gouverneure in 39 der US-amerikanischen Staaten und Territorien. Aufgrund des ausgeprägten Zwei-Parteien-Systems der USA werden die *Midterm Elections* traditionell als Indikator für die Bewertung der Amtsführung des jeweiligen Präsidenten durch die Bevölkerung gesehen; die amerikanische Bundespolitik dominiert in der Mehrzahl der Fälle über lokale Ereignisse und Personen.

Da die Wahlen in den USA am 2. November 2010 stattfanden, sollten die Zeitungen vom 3. November berücksichtigt werden, außerdem auch die vom 4. November 2010, da erwartet wurde, dass die Zeitunterschiede zu den USA und die unterschiedlichen Redaktionsschlussstermine vor allem bei den bundesweit verkauften Tageszeitungen die Kommentierung schon am 3. November erschweren würden.

2.2 Die Kommentare

Die Wahl der Zeitungen und des Themas sollte es ermöglichen, die Textsorte Kommentar (dazu allgemein: LÜGER 1995; NOWAG / SCHALKOWSKI 1998; RAMGE / SCHUSTER 2001; LENK 1999, 2005, 2011 und i. Dr. / 2012) und die spezifischen Herangehensweisen der unterschiedlich kategorisierten Zeitungen zu untersuchen.

Zur weiteren Vergleichbarkeit wurden nur Hauptkommentare beziehungsweise Leitartikel der genannten Zeitungen berücksichtigt. Man könnte die Frage aufwerfen, wie repräsentativ diese Artikel für die jeweiligen Zeitungen sind. Als Kennzeichen des Leitartikels wird häufig bezeichnet, „daß er meistens mit dem vollen Namen des Autors verbunden ist, was auch ein Anzeichen dafür ist, daß er vor allem die Meinung des Autors wiedergibt“, so SKOG-SÖDERSVED (1993, 22), die vor einigen Jahren ebenfalls außenpolitische Leitartikel bei teilweise denselben Tageszeitungen wie in dieser Untersuchung analysiert hat. Andererseits wird eine Zeitung keinen Leitartikler beschäftigen, der der Grundlinie des Blattes widerspricht. Umgekehrt wird sogar darauf verwiesen, dass Zeitungen mittels ihrer Kommentare auch als politische Akteure in Erscheinung treten wollen (vgl. etwa EILDERS 2008, EILDERS / NEIDHARDT / PFETSCH 2004 oder LENK i. Dr. / 2012). Zumindest kann von einer weitgehenden Repräsentativität des Kommentars in Bezug auf die Redaktionslinie der jeweiligen Zeitung ausgegangen werden.

Fast alle überprüften Zeitungen haben einen Kommentar zum Thema der US-amerikanischen *Midterm Elections* veröffentlicht. Allerdings gibt es sowohl bei den ‚Qualitätszeitungen‘ als auch bei den ‚Regionalzeitungen‘ jeweils eine Ausnahme: die *taz* und der *PM* haben das Thema nicht in einem Leitartikel kommentiert (auch wenn es in beiden Zeitungen die sonstige Berichterstattung dominierte). – Damit liegen folgende Kommentare als Korpus vor:

Kategorie Boulevardzeitung:

- | | | | |
|----------------|-----------|-------------|--------------------------------------|
| 1. <i>Bild</i> | 4.11.2010 | Ernst Elitz | <i>Jetzt darf kein NEIN regieren</i> |
|----------------|-----------|-------------|--------------------------------------|

Kategorie Regionalzeitungen:

- | | | | |
|--------------|-----------|-----------------------|---|
| 2. <i>AZ</i> | 4.11.2010 | Thomas Spang | <i>Nur ein Geschenk</i> |
| 3. <i>RP</i> | 4.11.2010 | Michael Garthe | <i>Die gespaltenen Staaten</i> |
| 4. <i>TV</i> | 4.11.2010 | Friedemann Diederichs | <i>Angezählter Supermann</i> |
| 5. <i>RZ</i> | 3.11.2010 | Frank Herrmann | <i>Auf die Obama-Manie folgt die große Ernüchterung</i> |

Kategorie bundesweit vertriebene Qualitätszeitungen:

- | | | | |
|---------------------------|-----------|----------------------------|--|
| 6. <i>ND</i> | 4.11.2010 | Olaf Standtke | <i>Wut-Wahl</i> |
| 7. <i>FR</i> | 4.11.2010 | Dietmar Ostermann | <i>Präsident mit halber Kraft</i> |
| 8. <i>SZ</i> | 4.11.2010 | Christian Wernicke | <i>Der blutleere Präsident</i> |
| 9. <i>FAZ</i> | 4.11.2010 | Klaus-Dieter Frankenberger | <i>Pendelschlag</i> |
| 10. <i>DW²</i> | 4.11.2010 | Andrea Seibel | <i>Barack Obama ist längst nicht am Ende</i> |

2.3 Vorgehen in der Untersuchung

Die Untersuchung sollte zwei Bereiche umfassen: neben dem inhaltlichen auch einen medien- beziehungsweise textlinguistischen Bereich. Die einzelnen Untersuchungsthemen wurden aufgrund einer ersten inhalts- und textanalytischen Sichtung gewonnen. Aufgrund dieser Vorsichtung schienen folgende Themen interessant beziehungsweise erfolgversprechend: Die Frage, ob der Erklär- oder der Bewertungscharakter des Kommentars überwiegt, die Bedeutung des ökonomischen Erkläransatzes, die Wortzahl pro Satz, Ellipsen sowie die Nutzung rhetorischer Figuren. Natürlich wären weitere Untersuchungsfelder möglich gewesen, etwa eine Satz- oder auch Wortklassenanalyse. Die hier vorgenommene Auswahl bezieht sich auf die nach der Vorsichtung besonders auffälligen Bereiche. Dies hat beispielsweise zur Folge, dass die Anzahl elliptischer Satzstrukturen als eigener Untersuchungspunkt gewählt wurde, obwohl sich dieser Punkt im Nachhinein als weniger ergiebig erwiesen hat; dagegen wurde auf die Analyse anderer rhetorischer Figuren (oder allgemeiner: sprachlicher Phänomene) verzichtet, obwohl sie möglicherweise ebenfalls bedeutsam gewesen wäre.

Eine erste Annäherung an das Korpus befasst sich mit der noch sehr allgemeinen beziehungsweise klassifizierenden Frage, ob die Kommentare eine eher erklärende oder eher bewertende Funktion – die „zwei Großtypen der Kommentierung“ (NOWAG / SCHALKOWSKI 1998, 47) – aufweisen. Eine noch sehr vage Konsequenz der Primärhypothese würde lauten, dass Qualitätszeitungen eher erklärende Kommentare drucken: Ihre Zielgruppe zeichnet sich ja durch eine höhere Bildung aus, die sie, ihrem Selbstbild zufolge, selbst zu

Bewertungen gelangen lässt; sie will daher keine vorformulierten (aufoktroierten) Bewertungen, sondern in die Lage versetzt werden, selbst eine entsprechende Position zu begründen. Daher wird vermutet, dass diese Zielgruppe weitere Erklärungen und Argumente eher zu schätzen weiß, da diese versuchen, den Hintergrund „eines schwierigen Phänomens“ verständlich zu machen, indem „die Ursachen des Phänomens aufgedeckt, die Motive der damit befassten Personen erhellt oder die Funktion des Phänomens innerhalb eines größeren Ganzen beleuchtet“ werden (NOWAG / SCHALKOWSKI 1989, 49) und diese sie bei der Formulierung ihrer eigenen Meinung unterstützen. Umgekehrt sind, dieser Hypothese zufolge, klare oder gar zugespitzte Bewertungen umso eher zu erwarten, je unspezifischer (und bildungsferner) das Zielpublikum ist.

Eine weitere Differenzierung könnte, gemäß der ersten Sekundärhypothese, anhand politischer Linien vermutet werden: Tendenziell könnten bei politisch eher links stehenden Zeitungen deutlichere Bewertungen erwartet werden, da alternative Positionen innerhalb der Gesellschaft vermutlich stärker mit Bewertungen des *Mainstreams* einhergehen. Zudem bestätigte dann die Zeitung ihrer Leserschaft die gemeinsame Position; ein pointierter Kommentar wäre somit auch eine Form der Leserbindung.

Eine damit einhergehende Frage ist, ob es eine Korrelation zwischen Zeitungskategorie und Erkläransatz gibt. Eine ebenfalls nur erste, vage Vermutung besteht darin, dass die Boulevardzeitung einen eher personalisierenden Kommentar veröffentlichen würde; bei den Qualitätszeitungen sollten dagegen eher politische, ökonomische oder gesellschaftliche Aspekte diskutiert werden. Aus der Sekundärhypothese könnte die Vermutung abgeleitet werden, dass eher konservative Qualitätszeitungen ihren Erklärungsfokus in der Tendenz stärker auf gesellschaftskulturelle oder mentalitätsgeschichtliche Ansätze richten, während in der Tendenz linke Zeitungen eher auf ökonomische Faktoren abstellen sollten.

Des Weiteren wird vermutet, dass sich die Boulevardzeitung in besonderem Maß um Verständlichkeit bemühen würde, während – im anderen Extrem – die Qualitätszeitungen einen eher elaborierten *Code* pflegen müssten, der den Distinktionswünschen ihres Zielpublikums entsprechen und sich daher eher an der schriftsprachlichen Tradition orientieren sollte. Dies würde bedeuten, dass die Boulevardzeitung die kürzesten Sätze haben müsste und nur begrenzt rhetorische Figuren benutzen dürfte. Dagegen müssten die Qualitätszeitungen längere Sätze und eine rhetorisch komplexere Sprache aufweisen.

Auch hier wird erwartet, dass sich die Regionalzeitungen im Mittelbereich bewegen, wobei Regionalzeitungen aus ländlicheren Gebieten gemäß der zweiten Sekundärhypothese sprachlich näher am einfachen Stil der Boulevardzeitung liegen müssten.

Als ergänzende Fragestellungen wurde also jeweils berücksichtigt, ob und wie sich die „Rechts-links“-Dichotomie und (bei Regionalzeitungen) der Urbanisierungsgrad des Verbreitungsgebiets auswirken.

3. Ergebnisse

3.1 Erklärender vs. bewertender Kommentar

In der Tat ist bereits nach einer kurzen Sichtung auffällig, dass bei der Mehrzahl der untersuchten Kommentare die erklärende Funktion im Vordergrund steht; dagegen gibt es deutlich weniger Bewertungskommentare. Allerdings ist auch auffällig, dass das einzige Boulevardblatt, die *Bild*-Zeitung, einen Kommentar abgedruckt hat, der, entgegen der allgemeinen Tendenz, ausgesprochen bewertungsfreudig ist; dies ist also eine erste Bestätigung der Hypothese. In der *Bild*-Zeitung wird zunächst der Wahlkampf selbst thematisiert; charakteristisch für den Kommentar sind Aussagen wie

(1) Das war Hetze, hasserfüllt!

Entgegen der Vermutung, die im Rahmen der Primärhypothese dargelegt wurde, finden sich in den Regionalblättern jedoch fast ausschließlich Erklärkommentare; mit Bewertungen halten sie sich deutlich zurück. Charakteristisch sind Aussagen wie dieses Beispiel aus der *RZ*:

(2) Letzteres [die Arbeitslosigkeit in den USA] zerrt an den Nerven, nur reicht es als Erklärung nicht aus.

– oder, im selben Zusammenhang:

(3) Die Schuld geben [die konservativen Wähler] der Regierung [...].

Andererseits vermeiden auch die meisten Qualitätszeitungen eindeutige Prädikationen. So heißt es in der *FAZ*:

- (4) Es ist müßig, darüber zu grübeln, ob diese Beurteilung [durch die Wähler] fair ist oder nicht.

Die *SZ* beginnt ihren Kommentar sogar explizit mit dem Wunsch, zu Verständnis und Erklärung beizutragen:

- (5) Die spinnen, die Amis! So raunt es nun in Europa. Wer soll das auch begreifen?

– um sich dann zu bemühen, das „Unbegreifliche“ doch „begreifbar“ zu machen.

Wenn es hier zu gelegentlichen Bewertungen kommt, handelt es sich überwiegend um allgemeine und sehr vorsichtig formulierte Einschätzungen, die „uns“, also Deutschland beziehungsweise die Deutschen oder doch Europa und die Europäer betreffen. Im bereits zitierten Kommentar der *FAZ* gibt es, wenige Zeilen später, folgenden Gedanken:

- (6) Ein Amerika, das sich weitgehend mit sich selbst beschäftigt, ist nicht die hellste Aussicht.

„[N]icht die hellste Aussicht“ ist zwar wertend, wirkt als Aussage durch die Negierung (eines positiven Wertes) aber doch sehr zurückgenommen.

Am ausgeprägtesten ist die wertende Komponente, der Sekundärhypothese entsprechend, beim Kommentar des *ND*:

- (7) Mit hanebüchener, aber wirkungsvoller Demagogie hat die Tea Party am rechten Rand der Republikaner [...] irrationalen Hass gegen den Präsidenten geschürt.

Adjektive wie *hanebüchen* oder hier auch *irrational* haben, anders als die Negativformulierung der *FAZ*, einen eindeutig und offensiv wertenden, in jedem Fall keinen um Verständnis und Erklärung bemühten Charakter. Immerhin ist ebenfalls charakteristisch, dass auch der Kommentar des *ND* nicht eindeutig oder gar primär wertend (und hier: verurteilend) ist, sondern sich phasenweise ebenfalls um Verständnis bemüht:

- (8) Wenn heute vier von zehn USA-Bürgern sagen, ihnen gehe es finanziell schlechter als vor zwei Jahren, dann kreiden sie das seiner [i. e. Obamas] Regierung an.

Damit werden die Hypothesen weitgehend bestätigt. Überraschend ist allenfalls, wie eindeutig die Entscheidung der Regionalzeitungen für den Erklär-

kommentar ist. Natürlich kann es sich, gerade angesichts des begrenzten Korpus, auch um die zufällige Summierung persönlicher Herangehensweisen der jeweiligen Kommentatoren handeln. Dennoch ist die diesbezüglich identische Beobachtung bei immerhin vier Kommentatoren auffällig.

Die Ursache könnte einerseits in der gewählten Untersuchungsthematik (den *Midterm Elections* des Bündnispartners USA) liegen: Kommentatoren könnten Zurückhaltung als eine Art Höflichkeit und Rücksichtnahme gegenüber dem wichtigsten Verbündeten des eigenen Landes üben. Dem widerspricht aber oft der Inhalt der Kommentare selbst, die in der Regel ja recht deutlich den Finger auf die Schwachstellen des amerikanischen Systems, des Zustands der amerikanischen Volkswirtschaft usw. legen. So mag doch vermutet werden, dass die Kommentatoren der Regionalzeitungen stärker als angenommen von einem gebildeten, aufkotroierte Wertungen ablehnenden Zielpublikum ausgehen.

3.2 Wahl des Erklärungsansatzes

Entsprechend der Vermutung spielen ökonomische Aspekte bei *Bild* nur in einem einzigen Nebensatz eine Rolle. Der Kommentar läuft auf die Zuspitzung eines vermuteten künftigen Konflikts zwischen einem „Parlament, in dem das Nein regier[en wird]“, und dem Präsidenten zu. Damit ist der Kommentar der *Bild*-Zeitung deutlich personalisierend.

Dagegen steht in allen untersuchten Regionalzeitungen die ökonomische Erklärung im Vordergrund. Charakteristisch ist folgendes Beispiel aus der *RP*:

- (9) Obama hat an diesen Kerndaten des US-Wirtschaftslebens in den ersten zwei Jahren seiner Amtszeit nichts ändern können. Im Gegenteil: Mit einem riesigen, in seiner Wirkung überschätzten Konjunkturpaket hat er die Staatsverschuldung noch aufgebläht. An schlechten Straßen, zerfallenden Schulen oder dem veralteten Stromnetz hat das kaum etwas geändert.

Und der Schlusssatz des *TV*-Kommentars lautet:

- (10) Besser als Bill Clinton hat bisher niemand das Erfolgsrezept für einen Präsidenten formuliert: ‚It’s the economy, stupid!‘ – Nur die Wirtschaft zählt, Ihr Dummköpfe!

Trotz des relativ kleinen Korpus überrascht die Eindeutigkeit, mit der der ökonomische Erkläransatz die Kommentare der Regionalzeitungen bestimmt. Da es buchstäblich keine Ausnahme gibt – auch keine Ausnahme, die, entsprechend der zweiten Sekundärhypothese, beispielsweise Regionalzeitungen mit überwiegend ländlichem Verbreitungsgebiet betrifft –, sei an dieser Stelle mit aller Vorsicht folgende Interpretation formuliert: In Westdeutschland haben historische Entwicklungen wie das „Wirtschaftswunder“ und auch die in den Jahren nach 1968 immer bedeutsamer gewordene materialistische Weltansicht, wonach das „gesellschaftliche Sein“ – und hierbei eben vor allem die ökonomische Situation – das Bewusstsein präge, dazu geführt, dass dieser Erkläransatz Allgemeingut geworden ist; ansonsten hätte er vielleicht links orientierte Qualitätszeitungen, aber nicht in diesem Ausmaß die Regionalzeitungen prägen dürfen. Möglicherweise ist diese Einschätzung auch eine Konsequenz der Bildungsbemühungen seit den sechziger Jahren, die einerseits durchaus breite Schichten der Bevölkerung erreicht haben und die andererseits vor allem von Lehrern, die in dieser Zeit sozialisiert und politisiert wurden, getragen worden sind. – Die Vermutung, dass die Bildungsbemühungen seit den sechziger Jahren deutliche Auswirkungen zeigen, könnte auch die oben beschriebene Beobachtung erklären, dass die Regionalzeitungen den Erklärkommentar so deutlich bevorzugen.

Wie sieht es nun bei den Qualitätszeitungen aus? Interessanterweise findet sich die Dominanz eines ökonomischen Erkläransatzes nur bei zwei der fünf untersuchten Kommentare aus Qualitätszeitungen. Wie erwartet, spielt diese Erklärung beim linken *ND* die Hauptrolle, im Übrigen mit demselben Clinton-Zitat, das auch der *TV* genutzt hatte, das allerdings anders übersetzt wird:

(11) Die Wirtschaft macht's, du Depp!

Die Dominanz, die der ökonomische Erkläransatz für das *ND* hat, wurde im Übrigen schon anhand des Zitats (8) deutlich.

Bemerkenswerterweise spielt der ökonomische Erkläransatz aber auch bei der *FAZ* die entscheidende Rolle:

(12) Wenn mehr als achtzig Prozent der Wähler sich große Sorgen wegen der Wirtschaft machen, dem überragenden Thema, und zwei Drittel unzufrieden sind mit der generellen Entwicklung des Landes, dann werden diejenigen gestraft, die an der Macht sind.

Damit kann auch der *FAZ*-Kommentar als Indikator für die These gesehen werden, dass sich der materiell-ökonomische Erkläransatz in der Bundesrepublik Deutschland weitgehend durchgesetzt hat.

Allerdings ist auch bemerkenswert, dass drei der fünf untersuchten Qualitätszeitungen in ihren Kommentaren nun gerade nicht den ökonomischen Erkläransatz nutzen. Auch hier finden sich Zeitungen aus fast dem gesamten politischen Spektrum. Sowohl die linksliberale *FR* – explizit in (13) – wie auch die ebenfalls in der Tendenz linksliberale *SZ* (14) ersetzen den ökonomischen Aspekt durch eine größere Gewichtung gesellschaftskultureller beziehungsweise mentalitätsgeschichtlicher, aber auch personalisierender Faktoren:

- (13) Es wäre ein Fehler, die Ursache für den rasanten Stimmungsumschwung nur in der schlechten Wirtschaftslage zu suchen.
- (14) Was Obama als Modernisierung verordnet, erleben viele als Systembruch. Und als unamerikanisch.

Andererseits argumentiert die traditionell als konservativ eingestufte *Welt* ähnlich. Sie entspricht damit den Erwartungen der ersten Sekundärhypothese.

Insgesamt erfüllen aber nur zwei der fünf Qualitätszeitungen die Erwartungen dieser Sekundärhypothese, die *Welt* und das *ND*. Drei Zeitungen entsprechen ihnen nicht – auf der rechten Seite des Spektrums die *FAZ*, die einen Erkläransatz bevorzugt, der hier nicht erwartet wurde, und auf linker Seite die *SZ* und vor allem und sehr explizit die *FR*, die den dort vermuteten Erkläransatz nicht nutzen.

Bei aller gebotenen Vorsicht heißt dies, dass im Fall der Qualitätszeitungen die Erwartung der ersten Sekundärhypothese nicht zutreffend ist. Zumindest scheint die „Rechts-Links“-Dichotomie nicht mehr alleine entscheidend, wenn eine Ursache für die Art des Erkläransatzes gesucht wird.

Gibt es ansonsten ein Kriterium, das einen Hinweis auf eine mögliche Ursache geben könnte? Offensichtlich existiert, wie noch gezeigt werden wird, eine Korrelationstendenz zwischen dem ökonomischen Ansatz und einer eher traditionellen stilistisch-rhetorischen Vorgehensweise, während umgekehrt der nicht-ökonomische (also: gesellschaftskulturelle oder mentalitätsgeschichtliche) Erkläransatz gerade mit einer weniger traditionellen stilistisch-rhetorischen Herangehensweise zu korrelieren scheint. So beginnt der Kommentar der *FR*, die erst kurze Zeit vor dem Termin dieses Korpus auf das kleinere „Halbformat“ umgestellt hat und die auch ansonsten – und nicht zuletzt mit Hilfe stilistischer und rhetorischer Mittel – versucht, sich ein mo-

dernes Image zu geben, sehr personalisierend mit der Einstiegsfrage des Kommentars:

(15) Was nun, Herr Obama?

Auch die *Welt* mit ihrer *Kompakt*-Ausgabe arbeitet überwiegend personalisierend.

Personalisierungen sind weniger abstrakt und daher für ein größeres Publikum tendenziell attraktiver. Nun sind gerade die *Welt* und die *FR* Zeitungen, die wirtschaftlich nicht erfolgreich arbeiten (IVW, STAMM 2010). Sie müssen auf die Suche nach weiteren Lesern gehen und daher mit Mitteln arbeiten, die eine größere Käuferschaft ansprechen. Natürlich ist – sofern diese Überlegungen zutreffend sein sollten – durchaus fraglich, ob diese Qualitätszeitungen die Balance zwischen den Distinktionswünschen ihrer traditionellen Leserschaft und dem Wunsch nach neuen Lesern durchhalten. Immerhin scheint das klassische Konzept der Qualitätszeitung bei ihnen aber keinen ausreichenden Erfolg gehabt zu haben, so dass sie das Experiment mit dem „Boulevard“ als Chance sehen mögen. Zu den Mitteln des „Boulevards“ zählen nun eben die Personalisierung und die Vermeidung abstrakterer Konzepte. Es kann also in der Tat vermutet werden, dass die „Boulevardisierung“ mit der Tendenz einhergeht, die Bedeutung des Ökonomischen zugunsten personalisierender Argumentation aufzugeben. Diese Erklärung entspricht insofern auch der Primärhypothese.

Natürlich ist fraglich, ob die Kommentare tatsächlich Folge solcher strategischer Überlegungen sind oder auf den individuellen, persönlichen Vorlieben der jeweiligen Kommentatoren beruhen. Immerhin ist umgekehrt ebenso auffällig, dass die Zeitungen mit verlässlicher Leserschaft (die sich durch spezifische Überzeugungen oder durch ihr Distinktionsbedürfnis auszeichnen) solche personalisierenden Kommentierungen vermeiden, ebenso wie die Regionalzeitungen, die doch eher auf ein Abonnementspublikum zurückgreifen können, das insofern ebenfalls verlässlicher ist.

Allerdings ist diese Beobachtung zunächst zu punktuell (und das Korpus zu klein), um daraus mehr als nur eine Vermutung abzuleiten.

3.3 Wörter pro Satz

Ein weiterer Indikator scheint in der Wortzahl pro Satz zu liegen. Hier lässt sich eine überraschende Korrelation beobachten. Es fällt auf, dass gerade die

Welt, die *FR* und, wengleich deutlich weniger ausgeprägt, die *SZ* – also die drei Qualitätszeitungen, deren Kommentare **nicht** die ökonomische Erklärung für die Wahlniederlage der Demokraten favorisieren – auch die drei Qualitätszeitungen mit der jeweils geringeren Anzahl von Wörtern pro Satz sind.

Der *Welt Kompakt*-Kommentar weist im Schnitt 12,30 Wörter pro Satz auf, derjenige der *FR* 12,87 und derjenige der *SZ* 15,06. Damit liegen diese drei Zeitungen unter der durchschnittlichen Wortzahl pro Satz bei den Kommentaren der hier untersuchten Qualitätszeitungen (arithmetisches Mittel: 15,65 Wörter pro Satz) – noch am wenigsten ausgeprägt beim Kommentar der *SZ*, der nur minimal unter den Mittelwerten liegt.

Umgekehrt liegt die durchschnittliche Wortzahl pro Satz bei *FAZ* und *ND*, den Blättern, die auf die ökonomische Erklärung abstellen, bei 16,82 (*FAZ*) beziehungsweise gar bei 21,20 (*ND*), also jeweils mehr oder weniger deutlich über dem arithmetischen Mittel beziehungsweise dem Median bei den Qualitätszeitungen.

Der Unterschied wird noch deutlicher, wenn jeweils diejenigen Zeitungen zusammengefasst werden, die demselben Erkläransatz folgen: Die beiden Qualitätszeitungen, die in ihren Kommentaren die Ökonomie in den Vordergrund stellen (*FAZ* und *ND*), haben als arithmetisches Mittel im Schnitt 19,03 Wörter pro Satz. Die anderen drei Qualitätszeitungen, deren Kommentare **keine** ökonomische Erklärung favorisieren, kommen dagegen nur auf durchschnittlich 13,31 Wörter pro Satz.

Geht also mit der stilistischen „Boulevardisierung“ (entsprechend der Primärhypothese) die Tendenz einher, die Bedeutung des Ökonomischen, die ja erst in Folge gesellschaftlicher Umbrüche und Entwicklungen Allgemeinut geworden ist, wieder einzuschränken? Erneut ist diese Beobachtung viel zu punktuell (und das Korpus zu klein), um daraus mehr als nur eine Frage beziehungsweise Vermutung abzuleiten.

Zumal die stilistische Varianz im Kontext der hier ja ebenfalls untersuchten Regionalzeitungen (die, wie gezeigt, inhaltlich alle dem hier als *Mainstream* vermuteten ökonomischen Erkläransatz folgen) noch größer ist. Es gibt sogar einen Kommentar aus einer Regionalzeitung, der noch deutlich mehr Wörter pro Satz aufweist als das *ND*: Der *TV*-Kommentar kommt auf durchschnittlich 24,47 Wörter pro Satz. Umgekehrt hat der *RP*-Kommentar durchschnittlich 12,24 Wörter pro Satz, fast exakt halb so viele wie der Kommentar des *TV* und sogar noch minimal weniger als der Kommentar, der in der *Welt Kompakt* erschienen ist.

Die Werte der anderen Regionalzeitungen liegen bei 14,06 Wörtern pro Satz beim Kommentar der *AZ* und bei 15,75 beim Kommentar der *RZ*. Das arithmetische Mittel liegt für die Kommentare der Regionalzeitungen bei 16,63 Wörtern pro Satz.

Der *TV* mit seinem ländlichen Verbreitungsgebiet hat die mit Abstand höchste Wortzahl pro Satz, und die tendenziell urbane *RP* die niedrigste im Bereich der Regionalzeitungen. Die beiden anderen Regionalzeitungen befinden sich im Mittelfeld, wobei es in der Tat eine Kontinuität zu geben scheint: Nach der *RP* hat die *AZ* die zweitniedrigste Wortzahl pro Satz, dann folgt die *RZ*, allerdings mit noch immer weitem Abstand zum *TV*. Allerdings gibt es einen Sprung zwischen *RP* und *AZ*, sowie einen großen Sprung zwischen *RZ* und *TV*. So irritiert die große Varianz; dazu kommt der geringe Umfang des Korpus, der ja auch dazu geführt haben kann, dass manche (möglichen) Zufälligkeiten eventuell stark überbewertet werden. (Dass auch persönliche Vorlieben und Eigenheiten eine große Rolle spielen können, wird noch stärker bei der folgenden Untersuchung des Stilmittels der Ellipse deutlich werden.) Dennoch scheint sich die zweite Sekundärhypothese zu bestätigen.

Immerhin unterstützen auch die Werte bei der *Bild*-Zeitung, in deren Kommentar eine personalisierte Antagonisierung im Vordergrund steht und in dem die Wirtschaft ebenfalls nur eine beiläufige Rolle spielt, die Hypothese: Die Sätze dieses Kommentars enthalten im Schnitt lediglich 10,30 Wörter. Damit hat das Boulevardblatt den mit Abstand niedrigsten Wert überhaupt (der nächsthöhere Wert des Kommentars der *RP* liegt bei 12,24, derjenige des Kommentars der *Welt kompakt* bei 12,30 Wörtern pro Satz).

3.4 Ellipsen

Bereits bei der ersten Sichtung des Korpus fiel die ausgeprägte Nutzung von Ellipsen in einigen Zeitungen auf, so dass dies einen eigenen Untersuchungspunkt zu rechtfertigen schien. Im Kommentar der *RZ* sind sechs von 23 Sätzen elliptisch, also ein Viertel! Die weitere Untersuchung hat dann aber deutlich gezeigt, dass und wie sehr persönliche Vorlieben den Stil eines Kommentars prägen – ein Faktor, der, wie gesagt, bei einem so kleinen Korpus nicht zu unterschätzen ist.

Grundsätzlich versteht man unter einer Ellipse den Verzicht auf Satzteile, die grammatikalisch (eigentlich) notwendig sind. Wenn dennoch darauf verzichtet werden kann (das Verständnis also gewährleistet ist), entsteht der

Eindruck einer Verdichtung oder Verknappung, der dynamisierend wirken kann. Daraus leitete sich die Vermutung ab, dass Boulevardblätter besonders gerne Ellipsen nutzen. Besonders selten sollten sie von den Qualitätszeitungen verwendet werden, da sie dem Ideal des Schriftsprachenstils deutlich widersprechen. – In der Tat beginnt der Kommentar der *Bild*-Zeitung elliptisch:

(16) Obama gedemütigt, Amerika ratlos, die Welt geschockt.

Ansonsten hält sich der Kommentar der *Bild*-Zeitung mit diesem Stilmittel aber zurück. Wäre nicht die prominente Platzierung im Einstiegsatz, würde die *Bild*-Zeitung nicht durch eine besondere Nutzung dieses Stilmittels auffallen; zumindest nicht mehr als manche Qualitätszeitung.

Denn man findet gelegentliche Ellipsen auch in den Kommentaren der *SZ* (siehe oben Bsp. 14), der *FAZ* oder auch des *ND*, des inhaltlich (bezüglich des Erklärungsansatzes) wie hinsichtlich des bereits diskutierten Kriteriums der durchschnittlichen Wortzahl pro Satz zur *Bild*-Zeitung absolut konträren Blattes.

Im Kommentar der neben dem *ND* anderen Zeitung, bei der die durchschnittliche Wortzahl pro Satz höher als 20 ist, dem *TV* (mit dem Wert 24,47), gibt es dagegen keine einzige elliptische Satzstruktur. Umgekehrt findet sich, wie bereits beschrieben, der Kommentar mit den mit Abstand meisten Ellipsen in einer anderen Regionalzeitung, der *RZ*, von der man entsprechend der Primärhypothese allenfalls eine Position im Mittelfeld erwartet hätte, angesichts der bisherigen Beobachtungen sogar eher eine Position, die derjenigen der Qualitätszeitungen entspricht. Ein Beispiel aus dem Kommentar der *RZ*:

(17) Amerika, sagt seine Leitphilosophie, ist etwas Besonderes [...]. Das Land der Freien. Die Lokomotive der Welt.

Das Übermaß an Ellipsen, das den Kommentar der *RZ* prägt und das so auffällig war, dass Ellipsen gar als eigener Punkt in diese Untersuchung aufgenommen wurden, zeigt also, dass und wie stark auch der individuelle, persönliche Stil eines Kommentators eine Untersuchung beeinflussen kann.

Im Übrigen steht dem Eindruck, der durch die prominente Positionierung einer Ellipse in der *Bild*-Zeitung entstanden sein mag und der vielleicht die Vermutung erzeugt hat, dass es möglicherweise doch einen Zusammenhang zwischen niedriger durchschnittlicher Wortzahl pro Satz und einer zumindest tendenziellen Neigung zum Mittel der Ellipse geben mag, wiederum die Beobachtung entgegen, dass es auch bei der *Welt Kompakt* nur eine einzige ent-

sprechende Form gibt und dass beim Kommentar der anderen Qualitätszeitung mit relativ niedriger Wortzahl pro Satz, der *FR*, Ellipsen gar nicht auftreten. Bezüglich dieses Kriteriums gibt es also keine erkennbare Korrelation.

3.5 Rhetorische Figuren

Zum Abschluss soll kurz der Einsatz von rhetorischen Figuren betrachtet werden.

Wie zu erwarten, weist der Kommentar der *Bild*-Zeitung eine einfachere Sprachstruktur auf. Zwar gibt es im Kontext der 134 Wörter des Artikels zwei Metaphern, die aber beide sehr alltags- beziehungsweise standardsprachlich und gebräuchlich sind („ein zerrissenes Land“). Auch andere rhetorische Figuren sind selten, etwa die schon zitierten Metonymien des Einstiegssatzes („Amerika ratlos, die Welt geschockt“). Der Kommentar der *Bild*-Zeitung entspricht mithin den Erwartungen der Primärhypothese.

Den Ausgangsüberlegungen zufolge sollten die Regionalzeitungen eine Zwischenstellung zu den Qualitätszeitungen einnehmen. Die bisherigen Überprüfungen würden nun aber auch die Vermutung gestatten, dass die Regionalzeitungen doch eher – eventuell gemeinsam mit *FAZ* und *ND* – zu einer komplexeren Sprache neigen.

In der Tat finden sich in den Kommentaren der Regionalzeitungen relativ viele rhetorische Figuren. Beispiele sind:

- (18) Die Entzauberung der Tea-Party-Radikalen beginnt [...]. (*AZ*)
- (19) [...] von den Medien noch angeheizt [...] (*RP*)
- (20) [Die Wähler r]ufen nach Patentrezepten mit sofortiger Wirkung [...] (*RZ*)
- (21) Der Ausgang der Zwischenwahlen ist für die Demokraten und für ihn selbst eine schmerzhaft wie folgenreiche Ohrfeige. (*TV*)
- (22) [...] und umso tiefer stürzten der Wahlsieger und seine Parteifreunde jetzt ins Tal der Tränen. (*TV*)

Dabei gibt es im Kommentar der *AZ*, die ja ein tendenziell stärker urbanisiertes Zielpublikum hat, weniger rhetorische Figuren als bei anderen Regionalzeitungen; auch der Kommentar der *RP* hält sich mit rhetorischen Figuren eher zurück – beides entspricht erneut der zweiten Sekundärhypothese. Die meisten finden sich in der *RZ* und im *TV*, den beiden Regionalzeitungen mit

dem stärker ländlichen Verbreitungsgebiet. Insgesamt kann jedoch die auf die *RP* bezogene Beobachtung von HAMMER (2005) für alle Regionalzeitungen bestätigt werden, wonach tradierte Formen deutlich überwiegen und kreative Schöpfungen oder Sprach- und Wortspiele seltener vorkommen. Zusammenfassend entsprechen die vier Regionalzeitungen dieses Korpus aber den Erwartungen der Primärhypothese wie auch der zweiten Sekundärhypothese.

Und ebenfalls wie erwartet weisen die Qualitätszeitungen den höchsten Anteil rhetorischer Figuren auf. Die Ausnahme ist der Kommentar des *ND*, der zwar die höchste durchschnittliche Wortzahl pro Satz hat, stilistisch aber sehr konkret bleibt und auf rhetorische Figuren weitgehend verzichtet. Es gibt nur wenige Ausnahmen mit im Übrigen allenfalls sehr gebräuchlichen Bildern (Metaphern bzw. [teil-]idiomatischen Phraseologismen) wie

(23) [Die Tea Party hat] die Wut [...] geschürt.

Die anderen Qualitätszeitungen nutzen in ihren Kommentaren deutlich mehr rhetorische Figuren als die rheinland-pfälzische Regionalpresse. Dabei gibt es keinen Unterschied, der mit der ansonsten in dieser Kategorie beobachteten Dichotomisierung zusammenzuhängen scheint. So korreliert die Anzahl der rhetorischen Figuren nicht mit der Frage, ob die jeweilige Zeitung in ihrem Kommentar den ökonomischen Erklärungsansatz favorisiert oder nicht. – Die rhetorischen Figuren in den Kommentaren der Qualitätszeitungen sind zahlreich und vielfältig. Beispiele sind:

(24a) Vor zwei Jahren flogen Obama die Herzen zu. Jetzt liefen ihm die Wähler davon.

Und, einige Zeilen später, noch einmal aus dem gleichen Bildbereich:

(24b) Liebesentzug (*FR*)

(25) ‚Yes, we can‘ gilt nur noch in homöopathischen Dosen. (*FR*)

(26a) Dennoch, aus solchen Anekdoten malen sich viele, zu viele Europäer ihre Karikatur vom verirrtten wie verwirrten Amerika.

Und, direkt danach, das Bildfeld erneut aufgreifend:

(26b) Nur: Dieses Zerrbild stimmt nicht. (*SZ*)

(27) Die Wähler haben Obama ein schlechtes Zeugnis ausgestellt; nun muss er daraus Lehren ziehen. (*FAZ*)

(28) Ihre konservative Basis war in einem Maße elektrisiert und mobilisiert [...]. (*FAZ*)

(29) [...] wie Phönix aus der Asche [...] (*Welt Kompakt*)

Die höchste Anzahl an rhetorischen Figuren weist, sowohl absolut als auch relativ zur Kommentarlänge, die *FAZ* auf. Die *FAZ* und die *SZ* wählen auch häufiger als andere Zeitungen ungewöhnliche(re) Bilder oder Sprach- und Wortspiele. Insgesamt überwiegen aber auch bei den Kommentaren der Qualitätszeitungen weniger überraschende, vielmehr lexikalisierte Formen, zumindest weitgehend allgemeinverständliche Standardausdrücke, die auf tradierte Formen zurückgehen.

Zusammenfassend heißt dies, dass die Primärhypothese im Rahmen unseres Korpus bestätigt wurde. Dabei erleben wir keine Brüche, sondern ein Kontinuum von der Boulevardzeitung bis zur *FAZ*. Die Boulevardzeitung nutzt am wenigsten rhetorische Figuren, die Regionalzeitungen bewegen sich im Mittelfeld (im Übrigen mit leichter Abhängigkeit zur Struktur des Verbreitungsgebiets – von ‚urban‘ bis ‚ländlich‘), während der Anteil der rhetorischen Figuren bei den Qualitätszeitungen am höchsten ist. Aber auch hier finden sich insgesamt relativ wenige überraschende Bilder, diesbezüglich am mutigsten sind noch *FAZ* und *SZ*. Auch bei Qualitätszeitungen überwiegt der Wunsch nach Klarheit.

4. Ein vergleichender Blick auf das Nachbarland Luxemburg

Eine weitere Überprüfung sollte sich der Frage zuwenden, ob die oben beschriebenen Beobachtungen (auch) auf spezifisch deutsche Entwicklungen zurückgehen, mithin charakteristische Ausprägungen der deutschen Geschichte sind (etwa – in welche Richtung auch immer – von der besonderen Stellung der *Bild-Zeitung* geprägt sind, oder eventuell von der spezifisch deutschen Entwicklung im Rahmen der gesellschaftspolitischen Veränderungen seit den späten sechziger Jahren).

Da (auch) sprachliche und rhetorische Vergleiche vorgesehen waren, war eine Bedingung, dass sich die Stichprobe des Vergleichs auf dasselbe Ereignis (die *Midterm Elections* im November 2010 in den USA) beziehen sollte. Eine

weitere Bedingung lautete natürlich, dass die Zeitungen und ihre Kommentare auf Deutsch abgefasst und publiziert waren. Damit kamen mehrere Länder und Regionen in Frage; die Entscheidung fiel letztlich auch aus pragmatischen Gründen auf Luxemburg, da der Verfasser die dortige Situation besser kennt als diejenige in anderen Ländern mit deutschsprachiger Presse (GIESSEN 2009). Zudem ist Luxemburg das Nachbarland von Rheinland-Pfalz; es war daher leicht, das Korpus zusammenzustellen.

Luxemburg ist deutlich kleiner als Rheinland-Pfalz, sowohl bezüglich der Fläche als auch der Einwohnerzahl. Das Land hat aber eine sehr vielfältige Presselandschaft, die im Unterschied zur Bundesrepublik Deutschland vom Staat finanziell unterstützt wird. Angesichts der geringen Größe des Landes gibt es keine regionale Aufteilung. Vielmehr ist die Presse in Luxemburg parteipolitisch segmentiert, und zwar entsprechend dem traditionellen „Rechts-Links“-Schema. Ein Verlag, der direkt der katholischen Kirche gehört, gibt die größte Zeitung Luxemburgs heraus, das *Luxemburger Wort*, das mithin katholisch-christsozial orientiert ist. Die mit den Liberalen assoziierte Zeitung ist das *Lëtzebuurger Journal*. Sozialdemokratisch (aus dem Umkreis der LSAP, der Luxemburgischen Arbeiterpartei stammend) ist das *Tageblatt*, während die *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek* sozialistische Positionen vertritt. Insgesamt wurden also vier Tageszeitungen einbezogen; damit liegt das Korpus etwa in derselben Größenordnung, die wir auch bei den rheinland-pfälzischen Regionalzeitungen (fünf) und den deutschen Qualitätszeitungen (sechs) haben. Der hier nur angerissene historische und gesellschaftspolitische Platz der Tagespresse in Luxemburg zeigt bereits, dass es deutliche Unterschiede zur Situation in Deutschland gibt. Dazu kommen allgemeine Unterschiede, die hier ebenfalls nur angedeutet werden können: Luxemburg hatte bis zum Beginn des 21. Jahrhunderts keine Universität und war daher traditionell deutlich weniger akademisch geprägt, als dies zumindest in den urbanen Regionen Deutschlands der Fall ist. Dominierend sind kleine und mittelständische Unternehmen, mehr noch als die Großindustrie oder der (natürlich für den Staatshaushalt wichtige) Bankensektor. Die gesellschaftspolitischen Bewegungen seit den späten sechziger Jahren wirkten sich in Luxemburg zwangsläufig anders aus als in Deutschland.

Bezüglich des luxemburgischen Korpus gibt es zwei Einschränkungen: Die sozialistische *Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek* hat gar keinen Kommentar zu den US-amerikanischen *Midterm Elections* veröffentlicht. Auch der Kommentar des *Luxemburger Worts* scheidet insofern für eine nähere Analyse

aus, als er zwar mit dem Hinweis auf das aktuelle Ereignis beginnt, dann aber schnell auf die Luxemburger Innenpolitik überleitet – die beiden ersten Sätze des Leitartikels vom 4. November 2010 lauten:

- (30) Amerika hat gewählt – und der Hoffnungsträger aus dem Weißen Haus sein elektorales Beinahe-Waterloo erlebt. Luxemburg wird in einem Jahr wieder wählen – von Rümelingen bis Ufflingen werden die kommunalen Karten neu gemischt.

Damit entzieht sich der Kommentar zumindest einer inhaltlichen Vergleichbarkeit. Immerhin kann darauf hingewiesen werden, dass auch hier ökonomische Überlegungen nicht im Vordergrund stehen.

So bleiben die Leitartikel des *Journal* und des *Tageblatt*; die Stichprobe ist also noch deutlich kleiner als beabsichtigt.

Auch die Kommentare in diesen beiden Blättern erklären die Wahlergebnisse in den USA nicht ökonomisch.

Auffällig ist, dass beide Kommentare deutlich stärker wertend sind als alle Kommentare der deutschen Zeitungen (vielleicht mit Ausnahme des Kommentars der *Bild*-Zeitung). Der erste Satz im Kommentar des (liberalen) *Journal* gibt den Ton für den weiteren Text vor:

- (31) Die USA haben gewählt: Statt brachialer Umbrüche wünschen sich die meisten Amerikaner offenbar gemütliche Tee-Partys, in denen wieder alles so wird, wie es früher angeblich einmal war, bevor das elektrische Licht erfunden und die Sklavenhaltung verboten wurde.

Ein solcher Ton ist von keinem Kommentar einer deutschen Tageszeitung angeschlagen worden. Diese Mischung aus Ironie (eigentlich: Sarkasmus, der sehr moralisierend wirkt) und damit verbundener deutlicher Positionierung wird in Deutschland, zumindest bei den hier untersuchten Kommentaren, also bezogen auf die USA und die *Tea Party*-Bewegung, vermieden. In Deutschland wird entweder versucht, sie zu erklären, oder die Probleme, die durch ihren Einfluss entstehen könnten, zu benennen, aber eine so abschätzig verneinende Wertung findet man nicht. Nun ist die Frage, ob dieser Ton und diese Bewertung nicht die individuelle Herangehensweise des *Journal*-Kommentators ausdrückt. Allerdings sieht der Kommentar des *Tageblatt* ähnlich aus:

- (32) Wall Street und Big Business sind natürlich eher zufrieden über das Wahlergebnis: Sie haben der Nation die derzeitige Wirtschaftskrise ein-

gebrockt, doch gelang es den von ihnen finanzierten Ultrakonservativen, große Teile des Volkes davon zu überzeugen, dass die ‚Kommunisten‘ um Obama für all die Misere bestraft gehören. Nach dem rezenten Urteil des Obersten Gerichtshofes, das die Unternehmen von jeder Beschränkung ihrer Wahlkampfspenden entband, muss man leider davon ausgehen, dass sich Big Business in Zukunft einfach den Kongress kauft, den es sich wünscht.

Erneut: So pointiert, polemisch und moralisch argumentiert kein deutscher Kommentator.

Auch sprachlich unterscheiden sich die Kommentare der luxemburgischen Tageszeitungen von denjenigen der deutschen. Rhetorische Mittel werden durchaus auf andere Weise als in den deutschen Kommentaren genutzt. Während in Deutschland, wie gesagt, Ironie und Sarkasmus in den Kommentaren zu den US-amerikanischen *Midterm Elections* nicht vorkommen, dominieren diese Mittel die Kommentare aus Luxemburg. Bezüglich der Analyse weiterer rhetorischer Mittel sind die Kommentare aus Luxemburg zu unterschiedlich, um eine Aussage zu gestatten. Im Kommentar des *Tageblatt* und in demjenigen des *Luxemburger Worts* entspricht die Anzahl der Metaphern etwa derjenigen deutscher Kommentare, während beim *Journal* der sarkastische Ton zu unüblichen Bildern führt:

- (33) Obama ist ein Blatt vor dem Wind, ein Hoffnungsschimmer am Gewitterhimmel, knapp gewählt und schon am Ende der ersten Halbzeit schwer angeschlagen.

Diese Bildfülle ist in deutschen Kommentaren nicht zu finden.

Zudem ist auffällig, dass die Satzlänge in den Kommentaren der luxemburgischen Tageszeitungen deutlich höher als in denen der deutschen Blätter ist. Im Kommentar des *Journal* sind es 23,48 Wörter und beim *Tageblatt* gar 26,86 Wörter. Damit hat der Kommentar des *Tageblatts* die höchste Wortzahl pro Satz aller hier untersuchten Texte. Unter den drei Zeitungen dieses Korpus mit der höchsten Wortzahl pro Satz stammen zwei aus Luxemburg (*Tageblatt* und *Journal*, zwischen die sich nur der *TV* schiebt). Die Wortzahl pro Satz im Schnitt der drei hier herangezogenen Zeitungen aus Luxemburg liegt bei 22,11 (arithmetisches Mittel). (Zum Vergleich: Das arithmetische Mittel der Wortzahl pro Satz aller untersuchten deutschen Kommentare liegt bei 15,51.)

Es ist mithin eindeutig, dass die luxemburgischen Kommentare so spezifisch sind, dass sie nicht in eine der Kategorien passen, die innerhalb Deutschlands offenbar begründetermaßen existieren (Boulevardzeitung, Regionalpresse, Qualitätszeitungen in zwei wieder symptomatischen und erklärbaren Varianten). Somit kann auch festgehalten werden, dass zumindest die Strömungen, welche die deutsche Zeitungslandschaft prägen, offenbar die in diesem Korpus vertretenen luxemburgischen Kommentatoren nicht erreicht haben.

Natürlich kann es sein, dass die Resultate aus Deutschland eine allgemeine Entwicklung wiedergeben, der sich (lediglich und ausschließlich, aus welchen Gründen auch immer) die Kommentatoren aus Luxemburg verweigern.

Aber es gibt auch Gemeinsamkeiten. Für die Texte aus Luxemburg spielt die „Rechts-links“-Dichotomie offenbar ebenfalls keine Rolle (wie dies auch für Deutschland zu beobachten war).

5. Diskussion und Versuch einer Systematisierung

Der Blick auf die Kommentare aus Luxemburg bestätigt, dass sich diese deutlich von den Kommentaren aus Deutschland unterscheiden. Dies kann als Indikator für die Validität der Untersuchung gewertet werden.

Zu den bemerkenswerten Beobachtungen gehört, dass der Kommentar der Boulevardzeitung *Bild* überraschend deutlich den Vermutungen entspricht: Er ist nicht erklärend, sondern bewertend; er ist stark personalisierend, während andere Erklärungsansätze (insbesondere der ökonomische) dahinter zurücktreten. Schließlich ist er durch extrem kurze Sätze geprägt. Der Kommentar der *Bild*-Zeitung verzichtet zwar nicht ganz auf rhetorische Figuren, sie sind aber nicht zahlreich und bewegen sich lediglich im alltagssprachlich absolut gebräuchlichen Bereich.

Des Weiteren war vermutet worden, dass es eine Hierarchie gäbe, die von der Boulevardzeitung mit ihren (hier ja bestätigten) Charakteristika bis zum anderen Extrem der Qualitätszeitungen reichen würde, welche sich eher am elaborierten *Code* der traditionellen Schriftlichkeit orientieren würden. Eine Mittelposition sollten dabei die Regionalzeitungen einnehmen. Tatsächlich ist aber im Rahmen des hier untersuchten Korpus die Kategorie der Qualitätszeitungen sehr disparat. Drei der fünf hier analysierten Kommentare aus Qualitätszeitungen (*Welt Kompakt* und *FR*, deutlich schwächer bei der *SZ*) sind im

Blick auf die genannte Hierarchie eher in der Nähe der Boulevardzeitung zu verorten als im Bereich dessen, was für die „eigene“ Kategorie erwartet worden wäre: Sie haben eher kürzere Sätze; sie nutzen rhetorische Figuren, aber nur selten solche komplexerer Art. Interessant ist, dass diese stilistische Nähe zur Boulevardzeitung (nur) bei denjenigen Qualitätszeitungen beobachtet wurde, die untereinander auch eine inhaltliche Übereinstimmung aufwiesen: Zwar dominieren bei allen Qualitätszeitungen – im Gegensatz zur Boulevardzeitung – erklärende Kommentare, aber diejenigen Qualitätszeitungen, die die genannten stilistischen Charakteristika aufwiesen, verzichteten allesamt (wie auch die Boulevardzeitung) auf den ökonomischen Erkläransatz. Eine breiter angelegte Untersuchung müsste klären, ob dies Zufallsergebnisse dieser Stichprobe sind, oder ob diese Ergebnisse repliziert werden können.

Dass der ökonomische Erkläransatz (dennoch) gesellschaftlich in überraschendem Ausmaß akzeptiert ist, wird durch die Tatsache bestätigt, dass er nicht nur von den Kommentatoren der anderen beiden Qualitätszeitungen favorisiert wird (*ND* und vor allem die traditionell konservative *FAZ*, in der er in den späten sechziger und den siebziger Jahren durch die damaligen Leitartikler wie Friedrich Karl Fromme scharf bekämpft wurde, vergleiche PFEIFFER 1988), sondern auch von **allen** Regionalzeitungen. Der ökonomische Erkläransatz wird deshalb hier als gesellschaftlicher – zumindest (bildungs-) bürgerlicher – *Mainstream* interpretiert. Darauf deutet auch die Tatsache, dass die Qualitätszeitungen, deren Kommentare diesen Erkläransatz favorisieren, bezüglich ihrer sprachlichen beziehungsweise stilistischen Vorgehensweise insofern konservativ sind, als sie sich deutlich stärker an der traditionellen Schriftsprache orientieren, eben mit tendenziell längeren Sätzen und einer stärkeren Nutzung von rhetorischen Figuren.

Gleichzeitig muss aber betont werden, dass das *ND* politisch linke Positionen vertritt und die Qualitätszeitung ist, die am deutlichsten vom bei dieser Kategorie sonst üblichen Erklärkommentar zugunsten eines bewertenden Kommentars abrückt. Es scheint mithin verschiedene Ebenen zu geben, die berücksichtigt werden müssen. Bezüglich der politischen „Rechts-Links“-Dichotomie gibt es, wie gesagt, keine beobachtbare Korrelation zum ökonomischen Erkläransatz. Das *ND*, das am linken Ende des politischen Spektrums positioniert ist, lässt seinen Kommentar darauf fußen, aber die als linksliberal einzustufenden Qualitätszeitungen *FR* und *SZ* verwenden ihn in ihren Kommentaren nicht. Auch wenn in einer so begrenzten Stichprobe Zufallsfaktoren wie individuelle (Außenseiter?-)Positionen einzelner Kommentatoren die

Tendenz verfälschen können, ist doch überraschend, dass die Mehrzahl der Kommentatoren von linken Zeitungen auf diese Erklärung verzichtet, während sie insbesondere in den Kommentaren der konservativen *FAZ* sowie in allen Kommentaren der Regionalzeitungen vertreten wird.

Die „Rechts-Links“-Dichotomie ist also offenbar nicht (mehr?) (allein?) entscheidend. Demnach muss es, wenn nicht nur Zufall und individuelle Disposition des Kommentators, sondern eine Entwicklung beziehungsweise Regel (mit) ursächlich sein sollten, eine andere Kategorie oder Ebene geben, die die Kommentare (zumindest auch) beeinflusst. Die Elemente dieser weiteren Kategorie oder Ebene wurden bereits beschrieben; sie haben offenbar selbst ökonomische Ursachen. Demnach sind es gerade Kommentare einzelner Qualitätszeitungen, die offenbar gezielt zumindest Aspekte dessen aufgreifen, was historisch nur bei (der) Boulevardzeitung(en) zu finden war – eben: kurze Sätze, und eine bewusst klare und damit auf rhetorische Figuren (außer den sehr gebräuchlichen) weitgehend verzichtende Sprache. Diese Charakteristika finden sich nun tendenziell auch in den Kommentaren der *SZ*, insbesondere aber bei *Welt Kompakt* und bei der *FR* – beides Zeitungen, die wirtschaftliche Probleme haben. Ist die inhaltliche wie sprachliche Boulevardisierung also der Versuch einer Reaktion auf diese Probleme? Setzen die Kommentatoren bewusst (aus kommerziellen Überlegungen) Charakteristika der Boulevardzeitung ein, um für Leser attraktiver zu werden und so die Auflage erhöhen zu können? Hat also (ironischerweise) das (für diese Zeitungen existenzbedrohende) „gesellschaftliche Sein“ das „Bewusstsein“ beziehungsweise zumindest das sprachliche Agieren der Kommentatoren geprägt?

Möglicherweise sind es auch umgekehrt Marketingüberlegungen, die dazu geführt haben, dass die Texte der großen, erfolgreichen Qualitätszeitungen wie auch die Regionalzeitungen dieses Korpus sprachlich und inhaltlich eher konservativ bleiben, weil man davon ausgeht, dass das Zielpublikum dies (nach wie vor) erwartet. Die die zweite Sekundärhypothese bestätigende Beobachtung, dass die Regionalzeitungen aus urbanisierteren Regionen weniger stark an den gemeinsamen Werten festhalten, kann vielleicht als weiteres Indiz für diese These gewertet werden, da dort ja auch andere, weniger konservative Zielpublika angesprochen werden können und müssen.

Umgekehrt eindeutig sind die Beobachtungen bezüglich der Kommentare in den Regionalzeitungen dieses Korpus. Natürlich gibt es eine Varianz, aber im Prinzip bewegen sich alle Kommentare aus den hier herangezogenen Regionalzeitungen im Kontext, der soeben mit den Kommentaren der *FAZ* und

des *ND* assoziiert worden ist: Sie haben tendenziell eher längere Sätze, nutzen mitteloft oder gar häufig rhetorische Figuren – und publizieren Erklärkommentare, die wiederum den ökonomischen Ansatz favorisieren. Einer „Boulevardisierung“ gegenüber bleiben sie weitgehend resistent – und bestätigen dabei erneut den beobachteten Zusammenhang zwischen einem traditionelleren Umgang mit der Sprache und einer Bevorzugung des ökonomischen Erkläransatzes. Die Beobachtung wird durch die Tatsache ergänzt, dass die (zumindest sprachlich) „boulevardisierendsten“ Kommentare in Regionalzeitungen aus den eher urban geprägten Regionen stammen. Die entsprechenden Beobachtungen sind nicht sehr ausgeprägt, bestätigen aber doch die zweite Sekundärhypothese.

So soll an dieser Stelle versucht werden, die oben gestellten Fragen zu beantworten und die Beobachtungen weiter zu systematisieren. Dabei wird hinsichtlich der anfangs dargestellten und die Vorgehensweise bei der Erstellung dieses Beitrags zunächst prägenden Hierarchisierung auf der Grundlage des hier untersuchten Korpus folgende Modifikation vorgeschlagen:

1. Boulevardzeitung
2. Qualitätszeitungen 1 (ehemalige Qualitätszeitungen?): Tendenz zur inhaltlichen und sprachlichen Boulevardisierung und Personifizierung (aus ökonomischer Notwendigkeit?)
3. Regionalzeitungen 1: Regionalzeitungen mit stärker urbanisiertem Verbreitungsgebiet
4. Regionalzeitungen 2: Regionalzeitungen mit eher ländlichem Verbreitungsgebiet
5. Qualitätszeitungen 2: aufgrund der (vermuteten) Distinktionswünsche des angenommenen Zielpublikums sprachlich wie inhaltlich eher traditionell; wobei dies heutzutage offenbar impliziert, dass der ökonomische Erkläransatz akzeptiert ist (die ehemalige „Rechtslinks“-Dichotomie also obsolet geworden ist).

Damit bleibt die Tendenz der Primärhypothese erhalten. Die Boulevardzeitung findet sich an der erwarteten Position, ebenso die Regionalzeitungen. Die entscheidende Modifikation betrifft die Kategorie der Qualitätszeitungen. Natürlich ist die Aufspaltung der Blätter, die als Qualitätszeitungen gelten, sowie das Ausmaß, in dem in der Kategorie ‚Qualitätszeitungen 1‘ erscheinene Kommentare sowohl bezüglich der inhaltlichen Herangehensweise als auch im Blick auf Stilelemente Charakteristika der Boulevardpresse aufgreifen, be-

sonders überraschend. Ebenso überrascht, dass die in der ersten Sekundärhypothese genannte Vermutung, die politische Position sei entscheidend, offenbar kaum noch eine Rolle spielt. Als einziger Erklärungsansatz wurde die ökonomische Situation der jeweiligen Zeitung identifiziert. In unserem Korpus korreliert also eine eher fragile ökonomische Situation der jeweiligen Zeitung mit Kommentaren, die nicht nur den Stil, sondern auch die (personalisierende) inhaltliche Herangehensweise der Boulevardpresse aufgreifen; umgekehrt korreliert eine tendenziell verlässliche ökonomische Situation der jeweiligen Zeitung mit Kommentaren, die sich stilistisch an den erwarteten Werten und inhaltlich am ökonomischen Erkläransatz orientieren.

Eine weitere Überraschung liegt in der Akzeptanz des ökonomischen Erkläransatzes durch die Kommentatoren **aller** hier untersuchten Regionalzeitungen, der mit den Kommentaren der hier in die Kategorie ‚Qualitätszeitungen 2‘ subsumierten Blätter korreliert und zumindest diesbezüglich eine größere Nähe zwischen Regionalblättern und ‚Qualitätszeitungen 2‘ entstehen lässt als zwischen den Regionalzeitungen und den Zeitungen am alternativen Ende der Hierarchisierung, also der Boulevardzeitung und den ‚Qualitätszeitungen 1‘.

Wie erwartet, bewegen sich die Regionalzeitungen im mittleren Bereich, wobei es eine leichte Hierarchisierung entsprechend der zweiten Sekundärhypothese gibt: Die Kommentare, die aus den hier untersuchten Regionalzeitungen aus eher urbanisierten Regionen stammen, greifen etwas stärker auf Elemente der Boulevardpresse zurück als die Kommentare, die in den Regionalzeitungen mit stärker ländlichem Verbreitungsgebiet erschienen sind.

Fraglich ist, ob die hier beobachtete und eingeführte „neue Bruchlinie“ bei den Qualitätszeitungen dazu führt, dass der – aktuell noch als *Mainstream* eingeschätzte – ökonomische Erkläransatz durch die zunehmend gerade die Kommentare der (ehemaligen) Qualitätszeitungen prägende personalisierende Argumentationslinie auch gesamtgesellschaftlich an Bedeutung verliert. Dies freilich ist eine umfassendere Frage, die hier nur angedeutet werden kann.

Zu diskutieren ist zudem natürlich auch und weiterhin, ob die Systematisierung überhaupt einen Aussagegewert über die Stichprobe hinaus hat. Insgesamt sind diese Beobachtungen zu punktuell, um zu mehr als diesen Vermutungen Anlass zu geben. Dass auch zufällige und individuelle Variablen mitspielen können, macht ja das Kriterium der Ellipse deutlich, das in keinem erkennbaren Zusammenhang zu anderen Kriterien steht. Weitere Untersuchungen wären daher notwendig.

Literatur

- BOURDIEU, PIERRE (1979): *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Paris.
- EILDERS, CHRISTIANE (2008): Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen – Pressekommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle. In: PFETSCH, BARBARA / ADAM, SILKE (Hrsg.): *Massenmedien als politische Akteure – Konzepte und Analysen*. Wiesbaden, 27–51.
- EILDERS, CHRISTIANE / NEIDHARDT, FRIEDHELM / PFETSCH, BARBARA (Hrsg.) (2004): *Die Stimme der Medien: Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik*. Wiesbaden.
- GIESSEN, HANS W. (2009): *Wegweiser ins benachbarte Luxemburg*. Saarbrücken / Luxembourg.
- HAMMER, FRANÇOISE (2005): Leitartikel der deutschen und französischen Regionalpresse aus phraseologischer Sicht. In: HAMMER, FRANÇOISE / LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.): *Entwicklungen und Innovationen in der Regionalpresse*. Landau, 89–106.
- IVW: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. Berlin, URL: www.ivw.de
- KNAPP, MANFRED (1994): *Die deutsch-amerikanischen Beziehungen nach 1945*. Frankfurt a. M.
- LENK, HARTMUT E. H. (1999): Der Explizitätsgrad von Bewertungen in der Textsorte ‚Pressekommentar‘. In: *Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung* H. 35, 76–115.
- LENK, HARTMUT E. H. (2005): Form und Funktion von Kommentartiteln in deutsch-, englisch- und finnischsprachigen Tageszeitungen. In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim / Zürich / New York, 159–184.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISBAETH u. a. (Hrsg.): *Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009*. Stockholm, 165–181.
- LENK, HARTMUT E. H. (i. Dr. / 2012): Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars. In: *Tekst i dyskurs*. Warschau.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): *Pressesprache*. 2., neu bearb. Auflage. Tübingen.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWSKI, EDMUND (1998): *Kommentar und Glosse*. Konstanz.
- PFEIFFER, HERMANNUS (Hrsg.) (1988): *Die FAZ. Nachforschungen über ein Zentralorgan*. Köln.
- RAMGE, HANS / SCHUSTER, BRITT MARIE (2001): Kommunikative Funktion des Zeitungskommentars. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung von Kommunikationsformen*. Berlin / New York, 1702–1712.

- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN (1993): Wortschatz und Syntax des außenpolitischen Leitartikels. Quantitative Analysen der Tageszeitungen ‚Neues Deutschland‘, ‚Neue Zürcher Zeitung‘, ‚Die Presse‘ und ‚Süddeutsche Zeitung‘. Frankfurt a. M. u. a.
- STAMM, WILLY (2010): Leitfaden durch Presse und Werbung. 63. Ausgabe. Essen.
- WEBER, MAX (1968): Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Herausgegeben von Johannes Winkelmann. Tübingen.

SASCHA DEMARMELS

„Meiner Meinung nach kann man das so
oder anders sehen.“

Der journalistische Kommentar als Lernziel
an einer Wirtschaftshochschule

1. Einleitung

Der journalistische Kommentar ist keine einfache Textsorte, grundsätzlich nicht und erst recht nicht für Wirtschaftsstudierende. Die Bestimmung der Textsorte bietet einige Herausforderungen und die Reproduktion durch Studierende verläuft meist nicht regelkonform. Problematisch sind insbesondere die Objektivität, die Interpretation, die Bewertung und die Emotionalisierung. Es stellt sich aber auch die Frage, was „regelkonform“ heisst, also was überhaupt ein guter journalistischer Kommentar ist.

Ausgehend von der Frage, wie Kommentare eigentlich beschaffen sein müssen, landet man unweigerlich bei der Überlegung, wer denn diese Regeln aufstellt. Es gibt einige normative Ratgeber und Lehrmittel, welche die Textsorte Kommentar behandeln. Daneben existieren deskriptive sprachwissenschaftliche Bestimmungen der Textsorte. Diese sagen aber immer noch wenig aus über die Beschaffenheit von guten Kommentaren.

RAMGE (1994) zeigt anhand von Beispielen aus seinem Unterricht, dass Studierende Kommentare reproduzieren können, obwohl sie keine journalistische Ausbildung haben. Eine unsystematische, qualitative Analyse aus meinem eigenen Unterricht an einer Fachhochschule für Wirtschaft zeigt ein anderes Bild: Studierende liefern entweder Zusammenfassungen von Zeitungsberichten ohne jegliche Meinungen, oder sie packen emotionale Behauptungen ohne sachliche Argumentationen in ihre Kommentare.

Im folgenden Aufsatz gehe ich zunächst auf Beispiele von Studierendenkommentaren der Hochschule Luzern – Wirtschaft ein. Daraus werde ich Regeln ableiten, wie Kommentare aus Studierendensicht beschaffen sein müssen.

ten. Diese Regeln werde ich in Kontrast setzen zu normativen und deskriptiven Regeln aus Wissenschaft und Praxis. Ich werde in diesem Zusammenhang auch danach fragen, ob sich Journalistinnen und Journalisten an diese Regeln halten und wie neuere Formen von Kommentaren aussehen können.

2. Journalistischer Kommentar als Lernziel

2.1 Die Deutsch-Module

Wirtschaftsstudierende an der Hochschule Luzern haben in der Regel wenig Praxiserfahrung mit Textsorten aus dem Alltag: Manche haben eine Berufslehre hinter sich, andere nur ein Praktikum. Die berufsbegleitend Studierenden stehen mitten im Erwerbsleben und haben auch mehr Erfahrung, allerdings nicht unbedingt mit journalistischen Textsorten. Allgemein ist die Motivation, sich mit Texten auseinanderzusetzen, erfahrungsgemäss bei den meisten Wirtschaftsstudierenden nicht sehr gross, das Fach Deutsch hat bei vielen eine geringe Priorität, verglichen mit den mathematischen Fächern.

Die Hochschule Luzern – Wirtschaft setzt dennoch oder gerade deshalb im Grundstudium einen Schwerpunkt in den Kommunikationsmodulen. Alle Studierenden müssen insgesamt vier Module im Fachbereich Deutsch abschliessen (vgl. RAST 2011). Zwei davon behandeln schwerpunktmässig die schriftliche Kommunikation, eines die mündliche und ein weiteres mündliche wie schriftliche Kommunikation.

Das Modul „DEU01: Schreiben für Wissenschaft und Praxis“ absolvieren die Studierenden alle im ersten Semester. Es behandelt die folgenden Themen: Verständlichkeit und Stil, Grundlagen der Textlinguistik, wissenschaftliches Arbeiten, journalistische Texte (Nachricht, Bericht, Kommentar) und betriebliche Textsorten (E-Mail, Thesenpapier, Zusammenfassung).

Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich der journalistischen Textsorten helfen den Studierenden zum einen im späteren beruflichen Alltag, wenn sie Medienmitteilungen schreiben müssen, andererseits aber auch, weil die drei Textsorten Nachricht, Bericht und Kommentar prinzipiell auch in anderen Bereichen vorkommen. Die Nachricht ist eine sehr kurze, sachliche Textsorte, der Bericht ist etwas ausführlicher und verfügt ausserdem über einen Lead – was beispielsweise auch für E-Mails hilfreich sein kann. Im Kommentar wird

im Gegensatz zu den anderen beiden Textsorten eine Meinung geäußert, also Stellung bezogen, beziehungsweise ein Sachverhalt bewertet. Ausserdem wird diese Bewertung durch Argumente gestützt, was ebenfalls in anderen Textsorten, aber auch in mündlichen Diskussionen eine Rolle spielen kann.

2.2 Die Aufgabenstellung

Ich verfolge in meinem Unterricht eine deskriptive Textsortenlinguistik. Die Anwendung eines solchen Verfahrens wird vor allem für die Praxis verschiedentlich kritisiert. Voraussetzung für das Gelingen ist nämlich, dass die Kriterien aus wirklich guten Vertretern der Textsorte abgeleitet werden, weil sich sonst „Fehler“ stillschweigend reproduzieren und so ins System gelangen (vgl. GÖPFERICH 2008, 28). Um grobe Fehler zu vermeiden, steht den Studierenden für die Aufgabe darum zusätzlich ein Skript mit den wichtigsten theoretischen Bestimmungen zur Verfügung. Ausserdem werden die Kriterien im Unterricht besprochen und gegebenenfalls relativiert.

Die konkrete Aufgabenstellung zur Erarbeitung des journalistischen Kommentars beinhaltet folgende Schritte: Die Studierenden sollen als Erstes eine Auswahl an Kommentaren aus Zeitungen zusammenstellen und diese analysieren. Aus der Analyse sollen sie im Weiteren Regeln zur Textsorte ableiten. Zusätzlichen Input zu wichtigen Merkmalen der Textsorte finden sie im Skript. Im Wesentlichen sind dort folgende Informationen enthalten: Ein Kommentar gibt eine Meinung beziehungsweise eine Bewertung eines Themas oder Geschehens wieder. Er soll damit eine Orientierungshilfe bieten und Denkanstöße geben. Seine Struktur ist vorgegeben: Exposition (Problemaufriss, wichtigste Fakten nennen) – Argumentation (sachlich, logisch, nachvollziehbar) – Schlussfolgerung (Lösung). Ausserdem wird darauf verwiesen, dass in der linearen Gedankenführung kein Platz für Abschweifungen ist und dass nicht emotionalisiert werden darf.

Im Rahmen eines „Kriterienrasters“ sollen die Studierenden als Nächstes Kriterien für einen guten Vertreter der Textsorte zusammenstellen. Anhand dieses Rasters, der als Zusammenfassung der bisher geleisteten Arbeit gesehen werden kann, schreiben sie schliesslich einen eigenen Kommentar. Da sich ein Kommentar immer auf einen Bericht in der selben Zeitungsausgabe beziehen soll, erhalten die Studierenden zusammen mit der Aufgabenstellung auch einen entsprechenden Bericht.

2.3 Die Realisierung von Kommentaren durch Studierende

Im Folgenden möchte ich in einem qualitativen Verfahren einige Beispiele von Studierendenkommentaren der letzten Jahre herausgreifen und genauer analysieren. Der beigelegte Bericht erörterte die verbindliche Einführung der neuen Rechtschreibung in der Schweiz im August 2009.

In den nächsten Unterkapiteln werde ich ausschnittsweise Realisationsformen aus den Studierendenkommentaren beschreiben mit dem Ziel, einen vielfältigen Überblick über Mängel der Übungstexte zu bieten. Ich habe die Beispiele dazu thematisch geordnet.

2.3.1 Bezüge

Ein häufiger Fehler in Texten von Studierenden hängt mit falschen Bezugswörtern zusammen. So wird beispielsweise mit falschen Pro-Formen gearbeitet oder der bestimmte statt dem unbestimmten Artikel gesetzt.

- (1) Die Orthografie ist eine der wichtigsten Nebensächlichkeiten unserer Sprache [= Titel] Der Bericht behandelt das Thema Orthografie. Die neue Rechtschreibreform, welche am 1. August 2009 in Kraft getreten ist, hat zu massiven Diskussionen geführt. Ebenso wird durch das Gelesene deutlich, dass das Thema: „Sprache lernen und können“ in der heutigen Zeit wieder enorm an Aufmerksamkeit gewinnt. (STN)¹

Beispiel (1) zeigt gleich mehrere Unklarheiten in den Bezügen. Vielen Studierenden ist auch nach mehrfachen Besprechungen nicht bewusst, dass sie einen Text nicht mit dem Verweis „Der / die / das ...“ beginnen können. Ihre Aufgabe war es, einen journalistischen Kommentar zu einem Bericht zu schreiben, darum referieren sie auf diesen Bericht mit dem bestimmten Artikel. Für ausenstehende Lesende ergibt sich aber sofort die Frage: „Der Bericht? Welcher?“

Weiter ist im Beispiel (1) von „dem Gelesenen“ die Rede. Auch hier ist nicht klar: Wer hat was gelesen? Manche Studierenden können also einerseits nicht von der Aufgabenstellung her abstrahieren (denn es war ihre Aufgabe,

1 Die Abkürzungen nach den Beispielen beziehen sich auf die Studentinnen und Studenten, von denen der jeweilige Kommentar stammt.

den Bericht zu lesen), andererseits können sie sich gelegentlich nicht in ihr Zielpublikum versetzen, das diese Aufgabenstellung nicht kennt, beziehungsweise können sie sich nicht in die Situation hineindenken, einen journalistischen Kommentar ohne Aufgabenstellung zu schreiben.²

2.3.2 Thema

Der vorgelegte Bericht behandelte die Einführung der neuen Rechtschreibung. Dies wäre auch das Thema für den Kommentar gewesen. Zwei weitere Beispiele sollen aufzeigen, dass dieses Thema für manche Studierende keineswegs klar war.

- (2) Die schweizerische Gesellschaft darf sich erst mal glücklich schätzen, dass sie überhaupt über eine Rechtschreiberegulierung verfügen. Ohne eine solche, wäre es äusserst schwierig, schriftlich zu kommunizieren. (DOJ)

Auch im Beispiel (2) sind Bezugsfehler vorhanden: Es ist für Uneingeweihte nicht automatisch klar, wer mit „die schweizerische Gesellschaft“ gemeint ist; ausserdem wird im Nebensatz auf diese Gesellschaft im Plural referiert („verfügen“ statt „verfügt“).

Das angesprochene Thema ist in (2) einerseits, dass es überhaupt Rechtschreibregeln gibt, was auf den ersten Blick nichts mit einer Rechtschreibreform zu tun hat. Diese thematische Beziehung könnte in einem Kommentar durchaus herausgearbeitet werden, was aber im weiteren Verlauf nicht geschieht. Stattdessen wird darauf beharrt, dass das Leben ohne Rechtschreibung schwierig wäre. Dies würden wohl nicht einmal die Gegner der Rechtschreibreform bestreiten. Der Kommentar geht damit am eigentlichen Thema vorbei, ohne diese Abweichung zu begründen. Die Motivation der Themenwahl bleibt im Dunkeln.

- (3) Die Schweizer Wirtschaft bemängelt die Deutschkenntnisse der Jugend. Kein Wunder, wie ich meine. In meiner Schulkarriere ist die deutsche Rechtschreibung dreimal revidiert worden. (SIL)

Im Beispiel (3) werden zum selben Bericht die Themen Wirtschaft und eigene Schulerfahrung etabliert. Implizit lässt sich eine Argumentation erkennen, die

2 Der Text weist im stilistischen Bereich weitere Mängel auf (z. B. Schachtelsatz, Nominalisierung), auf die ich aber nicht eingehen werde.

in etwa besagt: Weil die Rechtschreibung ständig revidiert wird, verfügen die Schülerinnen und Schüler nicht mehr über gute Deutschkenntnisse. Grundsätzlich wäre das eine These, deren Erörterung für einen Kommentar durchaus interessant sein könnte. Die Aussage, dass während der Schulzeit des Studenten SIL die Rechtschreibung dreimal revidiert wurde, ist aber schlichtweg falsch und der Zusammenhang zwischen Wirtschaft, Deutschkenntnissen und Rechtschreibung wird nicht herausgearbeitet.

Hier scheint sich also abzuzeichnen, dass Studierende manchmal zu wenig Wissen über den Kontext haben, darum nicht mit entsprechenden Fakten argumentieren (können) und sich stattdessen von persönlichen Erfahrungen leiten lassen. Ebenfalls zeigt sich immer wieder – auch bei anderen, aktuellen Themen –, dass das mangelnde Hintergrundwissen oder die mangelnde Kenntnis des aktuellen Geschehens bereits die Themenwahl erschweren, weil einige Studierende sich zum Teil verloren fühlen und den Inhalt der vorgelegten Berichte nicht sinnvoll einordnen können.

2.3.3 Bewertungsobjekt

Schon die thematische Ausrichtung des Kommentars hat Probleme bereitet. Diese dehnen sich bei der Bewertung weiter aus.

- (4) Einerseits kann ich nach dem Durchlesen des Berichts nicht ganz nachvollziehen, weshalb grosse Aufregung bezüglich der neuen Rechtschreibreform herrschte. [...] Andererseits wird im Bericht deutlich gemacht, dass es heutzutage immer öfters vorkommt, dass die deutsche Sprache ein grosses Problem darstellt. (STN)

Das Beispiel (4) zeigt eine implizite Bewertung des Berichts selber: Er scheint nicht verständlich geschrieben zu sein, weil die Studentin STN nach der Lektüre nicht nachvollziehen kann, weshalb um die neue Rechtschreibung eine solche Aufregung entstanden ist.

Hier muss angefügt werden, dass die sprachliche Ausdrucksfähigkeit der Wirtschaftsstudierenden teilweise relativ schwach ist, insbesondere im Vergleich mit Studierenden von sprachlichen Fächern. Bei der Bewertung der Kommentare kann ich als Dozentin mich aber nur auf den Text berufen, der vor mir liegt, und nicht auf meinen Verdacht, was die Studierenden vielleicht mit ihren Worten aussagen wollten. Im Falle des Beispiels (4) heisst das: Hier wurde der Bericht bewertet und nicht die Sache.

- (5) Viele Schülerinnen und Schüler kommunizieren untereinander via elektronische Textnachrichten. [...] Das dürfte dazu führen, dass etliche Schülerinnen und Schüler die Rechtschreibung lediglich im Unterricht anwenden. Den Jugendlichen fehlen somit wertvolle Anwendungsbereiche ausserhalb der Schule. (FRB)

Im Beispiel (5) wird unabhängig von den sprachlichen Kompetenzen alles Mögliche bewertet: Schülerinnen und Schüler kommen ausserhalb des Unterrichts nicht mehr mit Rechtschreibung in Berührung, weil sie keine „normalen“ Texte mehr schreiben. Anwendungsbereiche für die Rechtschreibung ausserhalb des Unterrichts wären wertvoll.

Auch hier kommt es zu einer Abschweifung vom Thema: Es geht nicht mehr um die Einführung der neuen Rechtschreibung, sondern darum, dass die Rechtschreibung heute kaum mehr jemand beherrscht. Und es wird nach Lösungen gesucht, wie diesem Phänomen beizukommen wäre. Die Lösungsfindung liegt dabei aber im impliziten Raum: Es werden keine Lösungsvorschläge unterbreitet, sondern das Problem wird detaillierter beschrieben. Daraus liessen sich vage Lösungswege finden, beispielsweise, dass den Jugendlichen ausserhalb des Unterrichts wieder mehr Anwendungsbereiche für die Rechtschreibung geboten werden müssten. Wie solche Anwendungen aussehen könnten, beziehungsweise, was ausserdem getan werden müsste, damit die Jugendlichen sich solcher Anwendungen auch bedienen, wird nicht thematisiert.

2.3.4 Bewertungsstrategie

Auch die Strategien, mit denen ein Sachverhalt bewertet werden kann, sind in den Studierendenkommentaren nicht immer optimal umgesetzt. Am meisten muss bemängelt werden, dass nicht sachlich argumentiert wird.

Eine offensichtliche Emotionalisierung findet sich im Beispiel (6), wo die Diskussion um die neue Rechtschreibung mit „ein unnützes Theater“ beschrieben wird.

- (6) Bei den vielen Diskussionen handelt es sich, wie im Bericht gut beschrieben, um ein unnützes „Theater“. (STN)

Man spürt zum einen die Emotionen der Verfasserin dieses Kommentars (STN), welche die neue Rechtschreibung offenbar nicht für nützlich hält und

sich gleichzeitig von ihr gestresst fühlt. Zum anderen lässt sich auch erkennen, dass sie mit dieser Emotionsäusserung andere mitreissen möchte, das heisst, emotionalisieren will (vgl. DEMARMELS 2009, 93 f.).

Eine weitere problematische Strategie sind Suggestiv- und rhetorische Fragen, die in die gleiche Richtung zielen.

- (7) Wenn man beachtet, dass in den letzten Jahren in manchen Kantonen die Schulstunden der Kernfächer reduziert wurden, wundert diese Zahl niemanden. Wie wollen die jungen Schülerinnen und Schüler etwas lernen, wenn ständig eine Änderung bevorsteht? (SAN)

Auf die Frage im Beispiel (7), wie Schülerinnen und Schüler unter diesen Umständen etwas lernen sollen, wird keine Antwort verlangt, sondern lediglich Zustimmung zu der Aussage, dass es sich um wirklich widrige Umstände handelt.

Schliesslich kommen auch „persönliche Gefühle“ vor, wie im Beispiel (8), wo der Autor bekannt gibt, dass er gespannt ist, ob Reaktionen folgen werden.

- (8) Der Handlungsbedarf ist offensichtlich. Werden Reaktionen folgen? Ich bin gespannt. (STP)

Diese Spannung ist aus dem Bericht heraus nicht nachvollziehbar, denn die Einführung der neuen Rechtschreibung war zwar tatsächlich viel diskutiert worden und umstritten, aber schon lange beschlossen und darum auch unbestritten. Die Ausgangslage (Bericht darüber, dass es nun nach einer mehrjährigen Übergangsfrist ernst wird) lässt nicht darauf schliessen, dass darauf im Moment irgendwelche Reaktionen folgen werden. Neben der Thematisierung der eigenen Gefühle kommt hier damit auch wieder zum Ausdruck, dass der Student STP wohl über zu wenig Hintergrundwissen zum Thema verfügt.

2.3.5 Nähe

Die Studierenden wissen, dass der Kommentar als journalistische Textsorte weniger sachlich ist als eine Nachricht oder ein Bericht. Es stellt sich aber die Frage, wie man diese geringere Sachlichkeit im Text herstellen kann. Viele Studierende versuchen es damit, Nähe zwischen dem Autor oder der Autorin des Kommentars und dem Publikum zu schaffen. LÜGER (2005, 13) wertet sprachliche Mittel der Mündlichkeit als Optimierungsverfahren, wenn der

Kommentator oder die Kommentatorin affektive Hindernisse bei den Lesenden antizipiert.

- (9) Die Leistungen der Jugendlichen in den beiden wichtigen Fächern Mathematik und Deutsch nimmt weiter ab. Wen wundert's? (STM)

Durch den Ausruf „Wen wundert's?“ im Beispiel (9) wird einerseits eine rhetorische Frage in den Raum geworfen. Damit wird zum Mitdenken animiert. Und wenn die Lesenden mitdenken, stellen sie eine grössere Nähe zum Schreiber oder zur Schreiberin her. Zusätzlich ist diese Frage umgangssprachlich formuliert, mit der Elision des *e* als Merkmal für die mündliche Sprache. Auch damit kann generell Nähe geschaffen werden (vgl. z. B. HENNIG 2010, 296 f. oder FEILKE 2010, 212).

- (10) Doch – Warum wird derzeit so heftig über die Wichtigkeit der Rechtschreibung debattiert? Ach ja, am 1. August 2009 gilt die neue Rechtschreibreform als verbindlich. (DOJ)

Ähnliches zeigt sich auch im Beispiel (10). Mit Einwüfen wie „Doch“ und „Ach ja“ wird eine mündliche Sprache suggeriert, der schriftliche Text erhält einen umgangssprachlichen Schliff.³

2.3.6 Meinungsäusserung

Beim journalistischen Kommentar handelt es sich um einen Meinungstext: Es steht nicht die Vermittlung neuer, aktueller Information im Mittelpunkt, sondern es wird Position bezogen. Dabei ist es wichtig, dass aus dem Text klar hervorgeht, um wessen Position beziehungsweise Meinung es sich handelt. Während in einem Bericht Meinungsäusserungen von einzelnen Personen dokumentiert werden können, zum Beispiel in Form eines direkten oder indirekten Zitates, bildet der Kommentar eine Meinung direkt ab.

3 Diese Strategie der Schaffung von Nähe ist auch aus den neuen Medien bekannt – dort wird von konzeptioneller Mündlichkeit gesprochen (vgl. z. B. DÜRSCHIED 2004, KOCH / OESTERREICHER 1994): Nähe und Distanz werden dabei in Zusammenhang gebracht mit konzeptioneller Mündlichkeit und konzeptioneller Schriftlichkeit, wobei das Konzeptionelle nicht mit der medialen Realisation übereinstimmen muss, das heisst: Medial schriftliche Texte wie beispielsweise Chat-Beiträge können konzeptionell mündlich sein.

Die Studierenden verfolgen hierbei Strategien, die sie aus der alltäglichen mündlichen Kommunikation kennen. Dies äussert sich in Formulierungen wie „ich bin der Meinung“ (vgl. Beispiele 11 und 12). Weiter beziehen sich diese Meinungen aber auf sehr unterschiedliche Ebenen.

- (11) Da die Veränderung des Schreibstils einen evolutionären Charakter aufweist, bin ich der Meinung, dass das Geld für eine Rechtschreibreform in Erfrischungskurse eingesetzt werden soll. (SCP)

Im Beispiel (11) handelt es sich um eine Art von „politischem“ Kommentar: Es geht darum, wie Geld besser eingesetzt werden könnte (wobei sich diese Frage aus dem vorgegebenen Bericht gar nicht stellt). Es wird der Vorschlag gemacht, das Geld statt für eine Rechtschreibreform (die allerdings bereits abgeschlossen ist) lieber für Kurse einzusetzen, damit Menschen, die sich nicht sattelfest fühlen, ihre Rechtschreibkenntnisse auffrischen können.

Andere Beispiele zeigen explizite Meinungsäusserungen, die sich eher als „Einschätzungen“ auffassen lassen.

- (12) Ich bin der Meinung, dass die Rechtschreibung eine reine Übungssache ist. (FRB)

So zeigt das Beispiel (12) nicht eigentlich eine Meinung zu einer Sache, sondern eine Bewertung oder Einschätzung eines Sachverhaltes, dass nämlich Rechtschreibung nicht ein Problem des (Er)Lernens ist, sondern der Übung.

Schliesslich gibt es auch Beispiele, in denen keine Meinungsäusserung vorliegt, sondern Allgemeinplätze aufgeführt werden. Nicht ganz klar wird hier jeweils, ob ein Allgemeinplatz als Meinung steht oder als Argument eingesetzt wird.

- (13) Abschliessend ist zu sagen, dass die Sprache einem das ganze Leben verfolgt. Wir drücken damit aus, erklären, vermitteln. (DUU)

In Beispiel (13) steht beispielsweise, dass die Sprache für den Menschen während seines ganzen Lebens wichtig ist. Obwohl das eine sehr plausible Aussage ist, könnte sie auch bestritten werden. Sie wird durch einen weiteren Allgemeinplatz belegt, nämlich dass wir mit Sprache ausdrücken, erklären und vermitteln. Abgesehen von der relativ uneindeutigen Abgrenzung zwischen „ausdrücken“ und „vermitteln“ müssten hier unbedingt noch weitere Erklärungen folgen.

2.4 Die Ableitung von Regeln aus Studierendenkommentaren

Sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus journalistischer Sicht ergeben sich in den Kommentaren der Studierenden ganz klare Unzulänglichkeiten, aus deren Spektrum ich unter 2.3 einige Beispiele aufgezeigt habe. Wollte man dennoch aus den Studierendenkommentaren deduktiv Regeln ableiten, sozusagen eine deskriptive Textsortenlinguistik betreiben, könnte man zu folgenden Handlungsanleitungen für die Textsorte „journalistischer Kommentar“ kommen:

- Schaffe expliziten Bezug zum Bericht.
- Bleibe thematisch möglichst breit.
- Bewerte möglichst alles, was im Text vorkommt. Vergiss nicht, auch den Bericht selbst zu bewerten.
- Emotionalisiere statt zu argumentieren.
- Suggestiere statt zu bewerten.
- Schaffe Nähe durch umgangssprachliche Wendungen.
- Mach klar, dass es sich um deine persönliche Meinung handelt oder lass die Meinung ganz weg. Du darfst dafür Allgemeinplätze als sachliche Fakten verwenden.

Die Auflistung fasst noch einmal die größten Mängel zusammen: Kommentare von Studierenden sind oft nicht auf ein Thema fokussiert und ungenau in ihrer Bewertung. Die Argumentation ist oft nicht stringent und führt nicht auf ein Ziel hin. Dies äussert sich vor allem in emotionalen Äusserungen, aber auch umgangssprachlichen Wendungen. Letztere können ausserdem als Indiz dafür gelesen werden, dass viele Studierende Mühe haben, vom sachlichen, objektiven Stil in eine Meinungstextsorte zu wechseln. Es scheint ihnen an sprachlichen Mitteln zu fehlen, etwas Subjektives auszudrücken.

3. Studierende als nicht-kompetent Handelnde⁴

RAMGE (1994) stellte die Behauptung auf, dass auch nicht-kompetent Handelnde Kommentare reproduzieren können: Wer Kommentare liest, kennt ihr Schema und kann dieses auch selber produzieren. Nach meiner Auswertung von Kommentar-Beispielen ergibt sich ein anderes Bild: Viele Wirtschaftsstudierende können journalistische Kommentare durch deskriptive Ableitung der Textsorte und zusätzlichen Theorie-Input nicht korrekt reproduzieren.

Die Vermutung liegt nahe, dass von der Studienrichtung abhängt, wie gut die Reproduktion beziehungsweise wahrscheinlich bereits die Ableitung von Textmerkmalen aus guten Vertretern der Textsorte klappt. Plausibel scheint der Verdacht, dass Germanistikstudierende etwas mehr Kompetenz in der Ableitung von Textsorten mitbringen als Wirtschaftsstudierende, weil sie sich einerseits im Studium intensiver mit Texten und Textsorten auseinandersetzen und weil viele von ihnen andererseits auch eine höhere Sprachaffinität aufweisen dürften. Auch kann es sein, dass Germanistikstudierende mehr Motivation mitbringen, sich überhaupt mit Textsorten zu beschäftigen.⁵

Weiter könnte hinzukommen, dass Kommentare in Schweizer Tageszeitungen nicht so häufig sind wie in deutschen, und dass die Tradition der Textsorte auch einen anderen Stellenwert hat (LENK 2004, 246 und 2012, i. Dr.). Informelle Umfragen unter den Studierenden zeigen allerdings, dass heute kaum mehr Qualitätszeitungen gelesen werden, was diese Begründung etwas

4 Die Umschreibung „nicht-kompetent Handelnde“ stammt aus den Ausführungen von RAMGE (1994) und bezieht sich m. E. nicht auf Kompetenz im Allgemeinen, sondern lediglich darauf, dass Studierende nicht dem System des Journalismus angehören und entsprechend (meist) nicht über die professionellen Kompetenzen von Journalistinnen und Journalisten verfügen. RAMGE (1999, 97) nennt unter anderem Sach- und Schreibkompetenzen, die von Kommentatorinnen und Kommentatoren erwartet werden.

5 Der Einfluss der Motivation darf dabei wahrscheinlich nicht unterschätzt werden. Untersuchungen zur Verständlichkeit von Texten (vgl. DEMARMELS 2010, DEMARMELS / SCHAFFNER 2011) zeigen, dass die Motivation einen erheblichen Einfluss darauf nehmen kann, wie viel Mühe man sich gibt, einen Text oder einen Sachverhalt überhaupt zu verstehen. Dies liesse sich wahrscheinlich auch darauf übertragen, wie viel Mühe man sich gibt, eine Textsorte zu verstehen, beziehungsweise verstehen zu wollen, wie eine Textsorte funktioniert.

entkräften dürfte.⁶ Verbreitet sind die Gratiszeitungen und zumindest teilweise Onlinezeitungen beziehungsweise Apps von Zeitungen auf Smartphones. Hier müsste systematisch untersucht werden, ob und in welcher Verbreitung überhaupt Kommentare vorkommen und in welcher Qualität diese vorliegen. Es stellt sich darum die Frage, ob die Studierenden bei ihrer Suche nach Beispielen überhaupt auf Kommentare gestossen sind und ob sie die Textsorte korrekt bestimmen konnten.

Sollte sich herausstellen, dass das Ausgangsmaterial mangelhaft ist, liegt der Schluss nahe, dass die deskriptive Textsortenlinguistik keine angemessene Methode für die Aufgabenstellung beziehungsweise zur Erreichung des Lernziels ist. Dies gilt aber nicht unbedingt für alle Medientextsorten: Das Verfahren funktioniert gut bei den einfacheren Textsorten wie „journalistische Nachricht“ und „journalistischer Bericht“. Hier spielt wohl aber mit eine Rolle, dass diese Textsorten einfacher zu realisieren sind und dass die persönliche Meinungsäußerung verbunden mit einer stringenten Argumentation eine grosse Herausforderung an die Studierenden richtet.⁷

FEILKE (2012, 8) beschreibt, wie sich die Schreibfähigkeit aus einer schreibstrategischen Kompetenz (Prozess), einer sozial-kognitiven Kompetenz (Kommunikation) und einer Schreibkompetenz als Textkompetenz (Produktion) zusammensetzt. Die Textkompetenz besteht dabei aus sprachlichen Voraussetzungen, sozusagen dem Wissen darüber, wie sprachliche Handlungen komponiert werden, und darin mit inbegriffen dem Wissen über charakteristische Formulierungen und Textbausteine (FEILKE 2012, 10 f.). Die Schreibroutine besteht aus der Schreibhandlung und beinhaltet individuelle Strategien, beispielsweise der Planung und der Überarbeitung. Die Textroutine dagegen ist die sprachliche Textkompetenz, beispielsweise bezüglich Positionierung, Gliederung und intertextueller Vernetzung. Es handelt sich um eine Art „prozedurales Metawissen“ (FEILKE 2012, 8).

6 Auch Hartmut Lenk hat in einer informellen Umfrage festgestellt, dass nur etwa 50% der Schweizerinnen und Schweizer sowie der Finninnen und Finnen Kommentare lesen, 13,3% der Schweizerinnen und Schweizer lesen Kommentare sogar nie oder nur sehr selten; vgl. LENK / VESALAINEN (in diesem Band).

7 Im Übrigen bestätigen aber auch professionelle Journalistinnen und Journalisten in informellen Gesprächen, dass der Kommentar eine der schwierigsten Zeitungstextsorten überhaupt sei, die auch ihnen selbst zuweilen Mühe bereiten kann. RAMGE (1999, 95) nennt den Kommentar die „Königdisziplin“ des Journalismus.

Die Schreibroutine wird an den Fachhochschulen meist vorausgesetzt und vielleicht im Bereich des wissenschaftlichen Schreibens auch noch einmal thematisiert. Für die Aufgabe „Kommentar“ steht aber die Textroutine im Vordergrund. Dabei sollen sich die Studierenden gemäss Aufgabenstellung eine solche Routine aneignen, jedoch scheint dies nicht optimal zu gelingen. LÜGER (1995, 75) schreibt: „[A]ufgrund unseres **Textsortenwissens** sind wir z. B. in der Lage, gegebene Textexemplare intuitiv als Kommentar, Reportage oder Wetterbericht einzustufen“ [Hervorhebung im Original]. Diese Aussage erfordert allerdings implizit, dass ein solches Textsortenwissen vorhanden ist. Gerade dies muss bei den untersuchten Studierenden aber bezweifelt werden, wobei noch einmal betont werden muss, dass diese Studierenden weder dem Bereich Journalismus noch einem sprachwissenschaftlichen Studium nahe stehen.

4. Regeln für gute Kommentare

In den Kapiteln 2.3 und 3 habe ich gezeigt, dass die Beispiel-Kommentare von Studierenden Mängel aufweisen. Dass auch Nicht-Journalistinnen und -Journalisten dies sofort ins Auge fällt, ist Zeichen dafür, dass es grundsätzlich Regeln gibt, wie ein guter journalistischer Kommentar beschaffen sein muss, und zwar Regeln, die über das „doing on the job“ (informelles Peerfeedback bzw. Feedbacks von der Chefredaktion an einzelne Mitarbeitende, allgemeine Routinen im Journalismusbetrieb) hinausgehen. Neben der wissenschaftlichen Beschreibung der Textsorte gibt es auch Lehrbücher und natürlich die Praxis selber, welche sich mit der Textsorte auseinandersetzt.

Die Regeln sind relativ uneinheitlich, jedoch ergibt sich ein ansatzweise einheitliches Bild beziehungsweise eine tendenzielle Einigkeit bezüglich der Bestandteile, die ein Kommentar enthalten soll: Ein Kommentar nimmt Bezug auf eine Nachricht und liefert gleichzeitig eine Stellungnahme dazu (RAMGE 1994, 105). Damit thematisiert und reflektiert er gleichzeitig. Er besteht zugleich aus Information und Bewertung, wobei es sich bei dieser Bewertung um eine begründete Meinungsäußerung durch belegte Argumente handelt, die zu einer bewertenden Schlussfolgerung führen.

Im Folgenden werde ich normative und deskriptive Regeln für „gute“ Kommentare beschreiben, bevor ich auf die Validität dieser Regeln eingehe.

4.1 Normative Regeln

Neben journalistischer Ratgeberliteratur werden journalistische Textsorten teilweise auch in Lehrbüchern für die allgemeine Ausbildung behandelt. Zu den journalistischen Ratgebern gehören beispielsweise HÄUSERMANN (2005) und FASEL (2008).⁸ Aus dem allgemeinen didaktischen Bereich zur Sprache dient als Beispiel AMOROSO u. a. (2006). Auch wenn sich die Aussagen und Regeln nicht völlig decken, überschneiden sie sich, und vor allem widersprechen sich die Autorinnen und Autoren kaum.

HÄUSERMANN (2005, 24 u. 48) verweist darauf, dass Journalismus nie völlig neutral sein kann, weil schon die Auswahl, dann aber sicher die Interpretation von Ereignissen immer subjektiv ist. Die Wertung schafft Nähe, entweder zu den Akteurinnen und Akteuren oder aber zu den Rezipierenden (HÄUSERMANN 2005, 49). Wertungen sollten darum bewusst und explizit vorgenommen werden.

Zweck eines Kommentars ist die Einordnung eines Geschehens (FASEL 2008, 18), die den Leserinnen und Lesern eine Orientierungshilfe bieten und allfällig auch Denkanstöße geben soll (AMOROSO u. a. 2006, 81). Dies geschieht anhand einer persönlichen Meinung. Als Ausgangspunkt für Kommentare dient also die eigene Meinung einer Journalistin oder eines Journalisten. Dabei gilt, dass man zunächst eine Meinung haben muss, bevor man diese in einen Kommentar umsetzen kann (FASEL 2008, 102). Die Meinung soll dann im Kommentar explizit werden (FASEL 2008, 103), zum einen, weil Medien grundsätzlich objektiv⁹ sein sollen und Meinungen darum kennzeichnen

8 Unter „normativ“ werden hier nicht Werke verstanden, die für die Wissenschaft Normen gesetzt haben, sondern solche, welche Regeln als Normen vorstellen im Gegensatz zu Werken, welche nachvollziehbar Regeln aus konkreten Texten ableiten. Die Auswahl der hier beigezogenen Literatur bezieht sich auf das Kriterium, dass Ausschnitte daraus von Studierenden benutzt werden können, welche sich nicht eingehend einem medienwissenschaftlichen Studium widmen. Aus medienwissenschaftlicher bzw. medienlinguistischer Sicht wären als normsetzende und damit auch schon etwas ältere Werke beispielsweise LAROCHE (2008), MAST (2008) oder NOWAG / SCHALKOWSKI (1998) (vgl. auch SCHALKOWSKI 2011) zu betrachten.

9 FASEL (2008) geht es hauptsächlich darum, primär kommentierende von primär informativen Textsorten abzusetzen. Auf die ausführliche Diskussion darüber, ob Objektivität in den Medien überhaupt realisiert werden kann, soll hier verzichtet

müssen, zum anderen aber auch, weil sich erst durch eine explizite Meinungsäußerung auch die Orientierungsfunktion ergibt, das heisst, die Rezipierenden wissen über die geäußerte Meinung, wie sie einen Sachverhalt bewerten sollen (FASEL 2008, 103) – ob sie dies dann auch so tun, ist aber nach wie vor ihnen selber überlassen. Autorinnen und Autoren eines Kommentars werten also kritisch und subjektiv¹⁰ (AMOROSO u. a. 2006, 81, vgl. auch SCHNEIDER 2001, 255).

Es werden aber nicht nur Ansprüche an die Textsorte Kommentar und ihre Verfasserinnen und Verfasser gestellt, sondern auch an die Situation: Kommentare sollen nur zu gewichtigen Themen geschrieben werden (FASEL 2008, 104) und beziehen sich immer auf einen Bericht, der entweder in einer vorhergehenden oder in derselben Ausgabe der Zeitung erschienen ist. Damit ist auch gewährleistet, dass sich ein Kommentar immer auf ein aktuelles Ereignis oder eine aktuelle Fragestellung bezieht (AMOROSO u. a. 2006, 81).

Aus den oben genannten Werken lassen sich folgende Regeln für gute Kommentare zusammenfassen:

- nur ein Thema behandeln (FASEL 2008, 104)
- genügend Fakten zum Verständnis liefern, zusammenfassen (FASEL 2008, 103; AMOROSO u. a. 2006, 81)
- klar Stellung beziehen, eigene Meinung äussern (FASEL 2008, 18, 102 u. 104; AMOROSO u. a. 2006, 81)
- Meinung sachlich begründen, argumentieren (FASEL 2008, 108 u. 126)
- sachlich und fair bleiben (AMOROSO u. a. 2006, 81)
- nicht emotionalisieren (HÄUSERMANN 2005, 51)
- keine Gerüchte verbreiten (FASEL 2008, 108)
- Text argumentativ aufbauen: Hauptaussage + These + Begründung (HÄUSERMANN 2005, 54; AMOROSO u. a. 2006, 81)

werden. Es sei aber auf folgende Literatur hierzu verwiesen: BENTELE (2008), WAGNER (2012, i. Dr.) und JONES (2009), wobei JONES aus der journalistischen Perspektive erzählt. Die Auseinandersetzung mit der Problematik findet auch in den Medien selber statt, weshalb sich ein Blick ins Internet (Online-Zeitungen, Blogs usw.) lohnt.

10 Unabhängig von den Handbüchern für die Praxis wird in der aktuellen Forschungsliteratur die Subjektivität der Meinungsäußerung in Kommentaren kontrovers diskutiert (vgl. LENK 2012, i. Dr.).

- kurze, prägnante und verständliche Sprache verwenden (Amoroso u. a. 2006, 81)
- zu Lösungen auffordern (Fasel 2008, 108)

Wichtig beim Aufbau ist vor allem der klare Argumentationsstrang. Bei genügend Raum wird dabei auch auf den Entweder-Oder-Kommentar zurückgegriffen: Die unterschiedlichen Argumente werden gegeneinander abgewägt, was den Text auch für solche Leserinnen und Leser attraktiv macht, die eine andere Meinung haben als die Verfasserin oder der Verfasser eines Kommentars (FASEL 2008, 106 f.).

Während einige Kommentare eher abwägen, greifen andere Kommentare eher an. Wichtig aber sei vor allem, dass sie Stellung beziehen und damit Orientierung geben (FASEL 2008, 19). Dabei bediene sich der Kommentar allerdings – verglichen mit anderen wertenden Zeitungstextsorten – einer verhältnismässig niedrigen Subjektivität: Die Schreibenden geben vor allem Argumente für ihre Meinungen (FASEL 2008, 126).

4.2 Deskriptive Regeln

Aus wissenschaftlichen Studien zum journalistischen Kommentar mit einem deskriptiven Ansatz lassen sich Regeln ableiten, die der Methode der deskriptiven Textsortenlinguistik gerecht werden.

In neuerer Zeit wurden Kommentare unter ganz spezifischen Gesichtspunkten untersucht, beispielsweise bezüglich ihrer Titel (LENK 2005) und der Wiederaufnahme von Überschriften im Text (LENK 2009), ihrer kommunikativen Funktion (RAMGE / SCHUSTER 2001) und ihrer Sprachhandlungen (LENK 2011), als Akzeptanzwerbung (LÜGER 2005) oder im Hinblick auf intensivierende Ausdrücke mittels einer korpuslinguistischen Analyse (BUBENHOFER / SPIESS 2012). Ebenfalls liegen Untersuchungen zu spezifischen Gefässen vor wie beispielsweise Kommentare in Boulevardzeitungen (LENK 2004) oder im Fernsehen (RAMGE 2000). Ganzheitliche Textsortenanalysen sind – wahrscheinlich auf Grund der Forschungslage – seltener geworden.

Deskriptive Regeln liefern unter anderem die Studien von LÄZER (1986), TIITULA (1994), RAMGE (1994), LÜGER (1995) und SCHOENKE (1996). In weiteren Arbeiten zu einem breiteren Feld von Textsorten finden sich ebenfalls Abschnitte zum journalistischen Kommentar: BRINKER (2001), GANSEL / JÜRGENS (2002) und BURGER (2005). Aus den genannten Werken bezie-

ungsweise aus den dort gemachten Beobachtungen lassen sich folgende Regeln ableiten: Kommentare

- weisen die namentliche Nennung des Autoren oder der Autorin auf (BURGER 2005, 215),¹¹
- beziehen sich auf aktuelle Themen mit politisch-gesellschaftlicher Bedeutung (BRINKER 2001, 142),
- nehmen (implizit / explizit) Bezug auf eine Nachricht (RAMGE 1994, 109; LENK 2004, 247; BURGER 2005, 87 u. 227),
- ordnen ein Geschehen ein (BRINKER 2001, 80; RAMGE 1994, 109),
- orientieren über den Sachverhalt (LÜGER 1995, 130 u. 139; BRINKER 2001, 80; LENK 2004, 247) vs. setzen Informationen über Fakten voraus (BURGER 2005, 215),
- vertreten eine Meinung und nehmen eine Bewertung vor (BRINKER 2001, 80; BURGER 2005, 48; RAMGE 1994, 101; LÜGER 1995, 130 f.),
- weisen eine argumentative Textstruktur auf (BURGER 2005, 215; GANSEL / JÜRGENS 2002, 55; RAMGE 1994, 109; SCHOENKE 1996, 16; LÜGER 1995, 126 f. u. 132),
- sind oft emotionalisierend und bedienen sich expressiver Sprachelemente (BURGER 2002, 215),¹²
- präsentieren auch die Gegenposition (LÜGER 1995, 126 u. 132),
- beinhalten eine bewertende Schlussfolgerung (SCHOENKE 1996, 16),
- möchten auf die Rezipierenden einwirken (Persuasion, Überzeugung, Einstellungswechsel) (BRINKER 2001, 132; SCHOENKE 1996, 15; LÜGER 1995, 126 u. 128).

Regelmässigen Zeitungslesenden dürfte intuitiv bewusst sein, dass nicht jeder Kommentar gleich ist, dass Zeitungen ihre Textsorten unterschiedlich handhaben, dass es aber auch Unterschiede zwischen einzelnen Journalistinnen und Journalisten gibt. Dies führt wohl auch dazu, dass sich die beschreibenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nicht immer ganz einig sind: Es ist gut vorstellbar, dass manche Kommentare expliziter, andere impliziter sind und dass sie sich strukturell auch leicht unterscheiden. Nicht zu vergessen

11 Dieser generellen Aussage von Burger widersprechen allerdings Erkenntnisse zu deutschen und finnischen Tageszeitungen (LENK 2012, i. Dr.).

12 LENK (2005, 177) stellt allerdings fest, dass deutsche Kommentatoren und Kommentatorinnen eher kritisch-distanziert beobachten.

sind auch kulturelle Unterschiede und möglicherweise sogar der Medienwandel, der Einfluss auf gewisse Realisierungsformen nimmt.

Es zeigen sich bei dieser Auflistung von Regeln aber nicht nur Widersprüche, sondern auch Parallelen, nicht nur zwischen den einzelnen Werken, sondern auch zwischen normativen und deskriptiven Regeln. So wird von beiden Seiten festgehalten, dass der Kommentar eine Einordnungsfunktion übernimmt, neben einer klaren Meinungsäußerung auch sachliche Informationen zum Thema liefert (ausser BURGER 2005, 215) und dass ein Kommentar sachlich argumentiert.

Die Widersprüche zwischen normativen und deskriptiven Regeln zeigen unter Umständen Mängel in der Textrealisierung auf, insbesondere, wenn man beispielsweise an die Beobachtung von BURGER (2005, 215) bezüglich der emotionalen Elemente denkt. Solche Widersprüche werfen die Frage auf, ob sich die Journalistinnen und Journalisten überhaupt an die (normativ, aus ihrem System heraus) aufgestellten Regeln halten.

Den Medienkommentaren werden in der beschreibenden Literatur tatsächlich einige Mängel vorgeworfen. FASEL (2008, 103) befindet, dass viele Kommentare in ihrer Botschaft unklar sind. Dieser Mangel ist den einzelnen Verfasserinnen und Verfassern zuzuschreiben: Sie überlegen sich zu wenig, was ihre Meinung, was ihre Botschaft ist. GANSEL / JÜRGENS (2002, 55) bemerken, dass schlicht nicht alle Journalistinnen und Journalisten die Kunst des Argumentierens beherrschen und dass weiter aber auch nicht alle Zeitungen den nötigen Raum für die Entfaltung einer vollständigen Argumentation bieten. Hierzu ist anzumerken, dass die Zunahme von Gratiszeitungen auch einen Medienwandel und dadurch bedingt wohl auch einen Textsortenwandel in Gang gesetzt hat: Gratiszeitungen bieten kaum mehr Platz für ausführliche, abwägende Kommentare mit Thematisierung und Reflexion (vgl. auch FASEL 2008, 104).¹³

13 Gratiszeitungen sind ausserdem auch mehr auf Unterhaltung ausgelegt und die Textsorte „Kommentar“ mit ihrem relativ intellektuellen Anspruch scheint darum nicht so gut hineinzupassen (vgl. DEMARMELS 2012).

5. Fazit

Ich habe gezeigt, dass sich Studierende einer Schweizer Wirtschaftshochschule mit der Textsorte „Journalistischer Kommentar“ zuweilen schwer tun. Die Probleme sind nicht ausschliesslich auf der Ebene von fehlenden sprachlichen Kompetenzen angesiedelt. Zu erklären sind die Schwierigkeiten auch damit, dass heute weniger Zeitung gelesen wird als früher und dass die Textsorte Kommentar im Vergleich zu anderen Zeitungstextsorten wahrscheinlich sogar nur unterdurchschnittliche Beachtung findet. Kommentare sind in Schweizer Zeitungen ausserdem weniger häufig als in Zeitungen anderer europäischer Länder.

Weiter handelt es sich beim Kommentar um eine schwierige Textsorte. Aus diesen Überlegungen lässt sich auch die Frage ableiten, ob eine deskriptive Textsortenanalyse mit anschliessender Aufgabe zur eigenen Realisation solcher Texte überhaupt angemessen ist und zu den erwünschten Resultaten führen kann.

Auch ist ein möglicher Textsortenwandel einzuberechnen. Dieser würde die deskriptive Textsortenanalyse weiter erschweren, weil die abzuleitenden Regeln sich zur Zeit im Wandel befinden. Auf einen solchen Textsortenwandel deuten übereinstimmende „Regeln“ aus der Wissenschaft und ihr zugehöriger Bruch in der journalistischen Praxis.

Um darüber ein abschliessendes Fazit zu ziehen, müsste m. E. der Stellenwert von Kommentaren und von kommentierenden Textsorten weiter untersucht werden, auch im Hinblick auf die Realisierung in den neuen Medien und in neuen Erscheinungsformen von aktuellen Zeitungen und Zeitschriften.

Literatur

- AMOROSO, GIUSEPPE u. a. (2006): Grundkompetenzen Deutsch. Theorie, Beispiele und Checklisten. Zürich.
- BENTELE, GÜNTHER (2008): Objektivität und Glaubwürdigkeit. Medienrealität rekonstruiert. Wiesbaden.
- BRINKER, KLAUS (2001): Linguistische Textanalyse. 5., durchges. u. erg. Aufl. Berlin.
- BUBENHOFER, NOAH / SPIESS, CONSTANZE (2012): Zur grammatischen Oberflächenstruktur von Kommentaren. Eine korpuslinguistische Analyse typischer Sprachge-

- brauchsmuster im kontrastiven Vergleich. In: GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.), 85–105.
- BURGER, HARALD (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin.
- DEMARMELS, SASCHA (2009): Ja. Nein. Schweiz. Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert. Konstanz.
- DEMARMELS, SASCHA (2010): Was misst man eigentlich, wenn man Verständlichkeit misst? In: GALLIKER, ESTHER / KLEINERT, ANDREA (Hrsg.): *Messen in der Linguistik*. Hohengehren, 105–121.
- DEMARMELS, SASCHA (2012): Gefällt Ihnen die Frisur des Preisüberwachers? Originelle Textsorten in Gratiszeitungen. In: GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.), 197–210.
- DEMARMELS, SASCHA / KESSELHEIM, WOLFGANG (Hrsg.) (2011): *Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln*. Wiesbaden.
- DEMARMELS, SASCHA / SCHAFFNER, DOROTHEA (2011): Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten. In: DEMARMELS, SASCHA / KESSELHEIM, WOLFGANG (Hrsg.), 98–120.
- DÜRSCHIED, CHRISTA (2004): Netzsprache – ein neuer Mythos. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 141–157.
- FASEL, CHRISTOPH (2008): *Textsorten*. Konstanz.
- FEILKE, HELMUTH (2010): Schriftliches Argumentieren zwischen Nähe und Distanz am Beispiel wissenschaftlichen Schreibens. In: HENNIG, MATHILDE / ÁGEL, VILMOS (Hrsg.), 209–231.
- FEILKE, HELMUTH (2012): Was sind Textroutinen? – Zur Theorie und Methodik des Forschungsfeldes. In: FEILKE, HELMUTH / LEHNEN, KATRIN (Hrsg.): *Schreib- und Textroutinen. Theorie, Erwerb und didaktisch-mediale Modellierung*. Frankfurt a. M. u. a., 1–31.
- GANSEL, CHRISTINA / JÜRGENS, FRANK (2002): *Textlinguistik und Textgrammatik*. Wiesbaden.
- GÖPFERISCH, SUSANNE (2008): *Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers*. 3. Aufl. Tübingen.
- GRÖSSLINGER, CHRISTIAN / HELD, GUDRUN / STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.) (2012): *Presetextsorten jenseits der ‚News‘. Medienlinguistische Perspektiven auf journalistische Kreativität*. Frankfurt a. M.
- HÄUSERMANN, JÜRIG (2005): *Journalistisch Texten. Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren*. Konstanz.
- HENNIG, MATHILDE (2010): Mündliche Fachkommunikation zwischen Nähe und Distanz. In: HENNIG, MATHILDE / ÁGEL, VILMOS (Hrsg.), 295–324.
- HENNIG, MATHILDE / ÁGEL, VILMOS (Hrsg.) (2010): *Nähe und Distanz im Kontext variationslinguistischer Forschung*. Berlin / New York.

- JONES, ALEX (2009): *Losing the news. The future of the news that feeds democracy.* New York.
- KOCH, PETER / OESTERREICHER, WULF (1994): *Schriftlichkeit und Sprache.* In: GÜNTHER, HARTMUT / LUDWIG, OTTO (Hrsg.): *Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung.* Berlin / New York, 587–604.
- LAROCHE, WALTHER VON (2008): *Einführung in den praktischen Journalismus.* 18. aktual. und erw. Aufl. Berlin.
- LÄZER, RÜDIGER (1986): *Wirkungsstrategien in Texten der Massenkommunikation. Textlinguistische Untersuchungen zur Textsorte „politischer Kommentar“ in Tageszeitungen der DDR.* Berlin.
- LENK, HARTMUT (2004): *Die Textsorte „Pressekommentar“ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder.* In: JÄNTTI, AHTI / NURMINEN, JARKKO (Hrsg.): *Thema mit Variationen.* Frankfurt a.M., 241–255.
- LENK, HARTMUT (2005): *Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen.* In: LENK, HARTMUT / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.), 159–184.
- LENK, HARTMUT (2009): *Muster der Wiederaufnahme von Überschriften im Text. Eine Untersuchung am Beispiel Deutschschweizer Zeitungskommentare.* In: TATERKA, THOMAS / LELE-ROZENTÁLE, DZINTRA / PAVĪDIS, SILVIJA (Hrsg.): *Am Rande im Zentrum.* Berlin, 285–298.
- LENK, HARTMUT (2011): *Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmodell.* In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): *Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009.* Stockholm, 165–181.
- LENK, HARTMUT (2012, i. Dr.): *Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars.* Erscheint in: *Tekst i diskurs – Text und Diskurs.*
- LENK, HARTMUT / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.) (2005): *Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press.* Hildesheim / Zürich / New York.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): *Pressesprache.* Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2005): *Optimierungsverfahren in Presstexten. Aspekte einer kontrastiven Analyse (deutsch-französisch).* In: LENK, HARTMUT / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.), 1–30.
- MAST, CLAUDIA (2008): *ABC des Journalismus. Ein Handbuch.* 11., überarb. Aufl. Konstanz.
- MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.) (1994): *Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen.* Berlin / New York.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWKI, EDMUND (1998): *Kommentar und Glosse.* Konstanz.
- RAMGE, HANS (1994): *Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren.* In: MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.), 101–120.

- RAMGE, HANS (1999): Vom Verschwinden des Kommentators im Kommentar. In: FOHRMANN, JÜRGEN / KASTEN, INGRID / NEULAND, EVA (Hrsg.): *Autorität der / in Sprache, Literatur, Neuen Medien*. Bielefeld, 94–109.
- RAMGE, HANS (2000): Fernsehkommentare – Kommentieren zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In: FRITZ, GERD / JUCKER, ANDREAS H. (Hrsg.): *Kommunikationsformen im Wandel der Zeit. Vom mittelalterlichen Heldenepos zum elektronischen Hypertext*. Tübingen, 137–158.
- RAMGE, HANS / SCHUSTER, BRITT-MARIE (2001): Kommunikative Funktionen des Zeitungskommentars. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien- und Kommunikationsformen*. Berlin / New York, 1702–1712.
- RAST, VINZENZ (2011): Texten für die Wirtschaft: Ein Ausbildungskonzept. In: DEMARMELS, SASCHA / KESSELHEIM, WOLFGANG (Hrsg.), 150–166.
- SCHALKOWSKI, EDMUND (2011): *Kommentar, Glosse, Kritik*. Konstanz.
- SCHNEIDER, WOLF (2001): *Deutsch für Profis*. München.
- SCHOENKE, EVA (Hrsg.) (1996): *Wirtschaftskommentare. Textlinguistische Analysen, kontrastive Untersuchungen*. Bremen.
- TIITULA, LIISA (1994): Implizites Bewerten in finnischen und deutschen Leitartikeln. In: MOILANEN, MARKKU / TIITULA, LIISA (Hrsg.), 225–239.
- WAGNER, HANS (Hrsg.) (2012, i. Dr.): *Objektivität im Journalismus*. Baden-Baden.

MIKAELA PETKOVA-KESSANLIS

Persuasives Handeln in meinungsbetonten Texten deutschsprachiger Zeitungen im Ausland

1. Einleitung

Das Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, zu beschreiben, wie die Textproduzenten meinungsbetonter Texte in zwei deutschsprachigen Zeitungen, die im südosteuropäischen Ausland (in Griechenland und in Bulgarien) regelmäßig erscheinen, persuasiv handeln.

Unter *persuasivem Handeln* verstehe ich in Anlehnung an HERBIG / SANDIG (1994, 62) den

Versuch, andere mit sprachlichen und nichtsprachlichen Mitteln dazu zu bringen, die eigene Perspektive auf einen in Frage stehenden Sachverhalt zu verändern bzw. anhand der Information über einen schon bewerteten Gegenstand erst eine dementsprechende Perspektive zu gewinnen.

Darauf basierend stützt sich die nachfolgende Darstellung auf folgende Ausgangspositionen:

1) Die Verfasser meinungsbetonter Texte verfolgen mit und in ihren Texten neben illokutiven auch persuasive Intentionen. Dem dafür per Konvention etablierten Textmuster¹ entsprechend, sind die kommunikativen Absichten des Textproduzenten mit einer ganz bestimmten Wirkungsabsicht verbunden, die in der Meinungsbeeinflussung der Leserschaft besteht. Charakteristisch für diese Texte ist demzufolge „ein deutliches Bemühen [...], den Empfänger von der eingenommenen Position zu überzeugen und ihn für eine Übernahme zu gewinnen“ (LÜGER 2001, 207 – in Bezug auf Pressekommentare).

2) Von diesen persuasiven Intentionen geleitet, treffen Textproduzenten bei der Textherstellung bestimmte Entscheidungen bezüglich der Textgestaltung.

1 Ich gehe davon aus, dass es ein übergreifendes Textmuster für meinungsbetonte Presstexte gibt, das in unterschiedlichen Textsorten jeweils anders realisiert wird.

Diese Entscheidungen betreffen die Wahl stilistischer Mittel sowohl auf der globalen als auch auf der lokalen Textebene und sind in der Regel für den Textrezipienten als solche erkennbar.

3) Obwohl im Textmuster angelegt, sind die persuasiven Intentionen immer als „sprecherbezogene Unterstellungen bei Rezipienten“ (SANDIG 2006, 38 f.) anzusehen. D. h. hierbei handelt es sich um Zuschreibungen von Stilwirkungen: Der Textrezipient unterstellt dem Textproduzenten eine bestimmte Einstellung zu der Handlung und zum Handlungsinhalt, d. h. zur Art der Themenbehandlung (vgl. SANDIG 2006, 39).

4) Persuasives Handeln ist ein „erfolgsorientiertes“ (vgl. HOFFMANN 1996, 301), dennoch aber ein tentatives Handeln. Das bedeutet: Die Handlungen des Textproduzenten sind immer lediglich als Versuche zu begreifen, eine Wirkung beim Textrezipienten hervorzurufen. Letzteres ist ein wesentliches Kennzeichen perlokutiven Handelns (vgl. unten 6):

Der Sprecher kann also immer nur versuchen, einen bestimmten perlokutionären Akt zu vollziehen, völlig sicher kann er sich des Eintretens der intendierten Wirkung jedoch nie sein. (HINDELANG 2010, 11)

Die Wahrscheinlichkeit, dass die kommunikative Anstrengung des Textproduzenten misslingt bzw. die intendierte Wirkung eventuell auch nicht eintritt, ist für den Textproduzenten ein zusätzlicher „Ansporn“, bei der Textgestaltung Strategien einzusetzen, die ein optimales Umsetzen des übergreifenden Handlungsziels gewährleisten. Dies bezeichnet LÜGER (2001, 222) – m. E. sehr treffend – als „Mißerfolgs-Prophylaxe“. Daraus folgt:

5) Persuasives Handeln ist ein rhetorisch-kommunikatives, elaboriertes Handeln (vgl. HOFFMANN 1996, 297).

6) Persuasives Handeln ist ein Sonderfall perlokutiven Handelns. Das Ziel perlokutiven Handelns ist, Wirkungen bei dem Rezipienten hervorzurufen. Wenn mit dem sprachlichen Handeln eine „primär kognitive Wirkung“ (HINDELANG 2010, 11) erzielt werden soll, die darin besteht, den Rezipienten von etwas zu überzeugen, dann haben wir es mit persuasivem Handeln zu tun.

7) Aus all dem ergibt sich, dass persuasives Handeln mit HOFFMANN (1996, 296) als „Typ kommunikativen Handelns“ aufgefasst werden kann.

Die Realisierung von Handlungen, die dem Handlungstyp Persuasion zuzuordnen sind, gehört prototypisch zur Handlungsstruktur etlicher Textsorten aus verschiedenen Kommunikationsbereichen: Werbung, Parteiprogramm, Leserbrief, Kommentar, Glosse etc. Im Kommunikationsbereich Presse bilden Kommentare und Leitartikel aufgrund ihrer „exponierten Rolle in der Meinungsbildung der LeserInnen“ „den Kernbereich der meinungsbetonten journalistischen Textformen“ (LENK 2005, 160).² Gegenstand dieses Beitrags sind Kommentare und Editorials. Letztere haben ebenfalls eine betont meinungsbildende Funktion.

Für die nachfolgende Untersuchung ist es wichtig, wie sich die Realisierung dieses Handlungstyps in konkreten Textsortenexemplaren beschreiben lässt. Da persuasives Handeln in schriftlichen Texten nicht nur an einzelne Äußerungen und Äußerungsteile gebunden ist, sondern sich in der Durchführung einer Reihe von sprachlichen Handlungen manifestiert, die in ihrer Gesamtheit und ihrer Relation zueinander im Rahmen eines textuellen Gebildes auf eine bestimmte Wirkung beim Rezipienten abzielen, ist eine ganzheitliche Analyse des betreffenden Textes sinnvoll. Eine Reihe von Untersuchungen, die persuasive Textsorten zum Gegenstand haben, zeigen, dass die Beschreibung der in dem jeweiligen Text realisierten (hierarchischen) Handlungsstruktur gewinnbringende Ergebnisse liefert (vgl. z. B. HERBIG / SANDIG (1994) zu Leserbriefen, SANDIG (1978, 156–166), MOILANEN (1996), LÜGER (2001) und LENK (2011) zum Pressekommentar, MARGREITER (2001) zu Abstimmungserläuterungen, GUTTKE (2010) zum Parteiprogramm). Denn: „Persuasion bildet die Spitze einer ganzen Hierarchie von Handlungszielen, die im Verlauf eines Textes erreicht werden sollen“ (MARGREITER 2001, 11).

Im vorliegenden Beitrag wird ebenfalls davon ausgegangen, dass zuverlässige Ergebnisse in Bezug auf das persuasive Handeln über die Beschreibung der Handlungsstruktur zu erzielen sind. Leitend für die Untersuchung ist die Beantwortung folgender Fragen: Welche ist / sind die wesentliche(n) Texthandlungen³ und wie wird / werden sie durchgeführt, d. h. welche Handlungen dienen als Mittel ihres Vollzugs? Wie sind die Handlungen untereinander relationiert? Welche Wirkung auf die Adressaten soll mit ihrer Durch-

2 Zu den meinungsbetonten journalistischen Textsorten vgl. LÜGER (1995, 125–144).

3 Den Begriff *wesentliche Texthandlung* verwende ich in Anlehnung an VON POLENZ (1988, 328).

führung erzielt werden? Auf welche Art und Weise, d. h. mithilfe welcher sprachlicher Mittel und Strukturen, wird die jeweilige Handlung vollzogen? Im Folgenden werde ich zunächst die beiden Zeitungen, denen die hier untersuchten meinungsbetonten Texte entstammen, kurz vorstellen. Anschließend werde ich auf den Stellenwert dieser Texte in der jeweiligen Zeitung eingehen. Kapitel 3 ist der Beschreibung des persuasiven Handelns in den Kommentaren in der *Griechenland Zeitung* gewidmet. Sie stehen im Mittelpunkt der folgenden Darstellung. In Kapitel 4 werden diese mit den Editorials, die in der Zeitung *Bulgarisches Wirtschaftsblatt* erscheinen, verglichen.

2. Zu den untersuchten Zeitungen

2.1 Allgemeine Informationen

Laut MARTENS (2009, 38) ist die Zahl der deutschsprachigen Zeitungen, die außerhalb des deutschsprachigen Raums erscheinen, seit 1990 um rund 10 Prozent gestiegen. Ihm zufolge beläuft sich zurzeit die Zahl der deutschsprachigen Tages- und Wochenzeitungen im Ausland auf etwa 300 (MARTENS 2009, 33).⁴ Er macht aber auch darauf aufmerksam, dass diese Entwicklung weder von den Medien im deutschen Sprachraum noch in der Forschung ge-

4 Nach Angaben der Internationalen Medienhilfe (vgl. www.imh-deutschland.de) gibt es außerhalb des deutschen Sprachraums über 3000 deutschsprachige Auslandsmedien. Es ist allerdings davon auszugehen, dass in diese Statistik neben Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und TV-Programmen und Internetseiten auch unregelmäßig erscheinende Vereinsmitteilungen, Gemeindepostillen u. Ä. aufgenommen wurden. Auf der oben genannten Internetseite ist lediglich eine Liste mit einer Auswahl deutschsprachiger Auslandsmedien zu finden. Auf der Internetseite www.press-guide.com finden sich neben einem Verzeichnis der deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften, die außerhalb von Deutschland, Österreich und der Schweiz erscheinen, auch Kurzprofile der und zusätzliche Informationen über die Zeitungen und Zeitschriften, die entweder von der Redaktion des jeweiligen Mediums stammen oder auf den Recherchen des Internetseitenbetreibers beruhen. Diese Informationen werden allerdings nicht immer regelmäßig aktualisiert: Das Kurzprofil der Zeitung *Bulgarisches Wirtschaftsblatt* beispielsweise ist seit 2001 nicht mehr erneuert worden.

bührend beachtet wird: „Deutschsprachige Publikationen im Ausland werden von der Literatur und den innerdeutschen Medien weitgehend ignoriert. Die Auslandszeitungen haben oft noch das Image altmodischer Heimatzeitungen“ (MARTENS 2009, 34). Dabei stellen Auslandszeitungen ein interessantes Phänomen in der Medienlandschaft dar. Ihre wichtige Funktion als „Bindeglied zwischen Heimat und neuem Lebensraum“ (MARTENS 2009, 33) hat eine große Themenvielfalt, ein breites Textsortenspektrum und eine besondere Einstellung gegenüber der Leserschaft zur Folge.

Die meinungsbetonten Texte aus dem Textkorporus (insgesamt 55 Texte) entstammen zwei deutschsprachigen Zeitungen, die in Südosteuropa erscheinen: der *Griechenland Zeitung* (im Folgenden: *GZ*) und der Zeitung *Bulgarisches Wirtschaftsblatt und Südosteuropäischer Report* (im Folgenden: *BW*). Die Ausrichtung beider Zeitungen ist unabhängig und überparteilich. Beide Zeitungen werden von professionellen Journalisten geschrieben.

Die *GZ* ist eine Wochenzeitung, die seit Anfang Oktober 2005 in der Hauptstadt Griechenlands Athen in einer Auflage von 10.000 Exemplaren erscheint und pro Ausgabe 16 Seiten umfasst. Sie wird sowohl als Abonnementzeitung wie auch im Einzelverkauf vertrieben. Sie ist die Nachfolgerin der nicht mehr existierenden deutschsprachigen *Athener Zeitung* (1992–2005), die von demselben Journalistenteam gestaltet wurde. Dass es sich hier nicht um ein neues Phänomen in der griechischen Medienlandschaft handelt, sondern um das engagierte Fortführen einer journalistischen Tradition, lässt sich dem Internetauftritt der Zeitung entnehmen.⁵ Dort findet sich z. B. heute noch eine Ankündigung aus dem Gründungsjahr der Zeitung (2005): „Das Team der ‚Athener Zeitung‘ macht weiter!“. Auch in der Abonnentenwerbung, die sich auf der Internetseite findet, wird darauf hingewiesen: „Die *GZ* wird von einem erfahrenen Journalistenteam geleitet, das seit fast 20 Jahren konstant aus Griechenland berichtet“.

Der Adressatenkreis der Zeitung ist breit angelegt: Die *GZ* richtet sich an alle, die sich für Griechenland interessieren. In einer E-Mail an die Abonnenten der *GZ* vom 6.10.2005 schreiben die beiden Herausgeber:

Wir sehen es als unsere journalistische Pflicht an, dem Bedürfnis der zahlreichen Deutschsprachigen in Griechenland sowie der Philhellenen im Ausland nach einer kompetenten und umfassenden Berichterstattung nachzukommen.
(STADLER / HÜBEL 2005)

5 Vgl. www.griechenland.net.

Das Motto der Zeitung lautet: „Griechenland auf Deutsch“. Das Profil des Mediums beschreiben die Herausgeber in der Rubrik *Wir über uns* auf der Internetseite der Zeitung folgendermaßen: „Unser Ziel ist es, alle Griechenland-Interessierten objektiv, aktuell, umfassend und zuverlässig über Griechenland zu informieren“. In einem Interview für die Zeitung *Der Tagesspiegel* betont einer der Herausgeber zudem, dass „seine deutsche Zeitung“ der Völkerverständigung diene (BERKHOLZ 2011).

Die Zeitung *BW* ist eine monatliche Zeitung, die seit 1992 in der bulgarischen Hauptstadt Sofia in einer Auflage von 10.000 Exemplaren erscheint. In der Regel umfasst die Ausgabe der Zeitung 48 Seiten. In Einzelfällen kann sich aber der Umfang auf bis zu 92 Seiten erhöhen. Von 1992 bis 2007 erschien das *BW* auf Deutsch und auf Bulgarisch, d. h. bis 2007 gab es eine deutsch- und eine bulgarischsprachige Ausgabe mit jeweils identischem Inhalt und Umfang. 2007 wurde das Erscheinen der bulgarischen Ausgabe aufgrund sinkender Verkaufszahlen eingestellt (GANEVA 2011).

Die primären Adressaten der Zeitung sind Leser im deutschsprachigen Raum. Die Zeitung wird aus diesem Grund in erster Linie dort vertrieben. Nach Angaben der Herausgeberin hat das *BW* aber einen festen Leserkreis auch im übrigen Europa. Dabei handelt es sich um Leser, die nicht unbedingt deutsche Muttersprachler sind, sondern um solche, die verschiedenen europäischen Nationen angehören, die deutsche Sprache beherrschen und irgendeinen Bezug zu Bulgarien haben (GANEVA 2011). Sekundäre Adressaten der Zeitung sind nicht-bulgarische Leser, die in Bulgarien dauerhaft leben (vor allem aus beruflichen Gründen) und bulgarische Leser, die die deutsche Sprache beherrschen. Im Impressum der Zeitung ist in diesem Zusammenhang zu lesen: „In Bulgarien wird das deutschsprachige Wirtschaftsblatt von Unternehmern, Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Politik sowie Intellektuellen und Studenten gelesen“. Der deutlich eingeschränkte Leserkreis in Bulgarien und die Fokussierung auf eine Lesergruppe mit klar definierten Interessen (vor allem Unternehmer), die sich nicht unbedingt im Land, in dem die Zeitung erscheint, aufhalten, sprechen dafür, dass das *BW* eher als eine untypische Auslandszeitung einzustufen ist. Obwohl nicht explizit als solche deklariert, ist sie in erster Linie eine Abonnementzeitung. Im Einzelverkauf findet man die Zeitung nur an Verkaufsstellen in größeren Hotels in Bulgarien. Ansonsten wird sie kostenlos an Bord von Flugzeugen angeboten, die Ziele in Bulgarien anfliegen, und bei Messen und Veranstaltungen, an denen Vertreter der Wirtschaft teilnehmen.

Das konkrete Ziel, das sich die Zeitung mit ihrer Art von Berichterstattung setzt, besteht darin, „direkte Kontakte zwischen bulgarischen Firmen und Firmen aus Europa herzustellen“ (*BW*-Impressum). Darüber hinaus erhebt die Zeitung den Anspruch,

zur Entwicklung freundschaftlicher Beziehungen und wirtschaftlicher Zusammenarbeit zwischen Bulgarien und den europäischen Ländern vor allem mit Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Luxemburg und Liechtenstein beizutragen. (*BW*-Impressum)

Thematisch bilden die wirtschaftlichen und politischen Verhältnisse in Bulgarien den Schwerpunkt der Zeitung: Bulgarien sind in der Regel 40 Seiten gewidmet. Dies wird auch aus dem Motto des *BW*, das in der Rubrik *Mehr über uns* auf der Internetseite der Zeitung zu lesen ist, deutlich: „Wir erklären Bulgarien auf Deutsch“. Berichte über andere südosteuropäische Länder finden sich in der Beilage mit dem Titel *Südosteuropa*, der die Zeitung einen Teil ihres Namens verdankt (*Bulgarisches Wirtschaftsblatt und Südosteuropäischer Report*). Die Beilage umfasst insgesamt acht Seiten und hat vier Rubriken: *Rumänien*, *Serbien*, *Mazedonien* und *Die Balkanregion*. In der letztgenannten Rubrik finden sich Berichte über andere Länder auf der Balkanhalbinsel, sehr häufig z. B. über Albanien.

Nach MARTENS (2009, 38) gehört die Zeitung „zu den Produkten mit ausgewiesener Fachkompetenz“. Interessant erscheint auch die Tatsache, dass das *BW* „zu den größten Auftraggebern von Printmedientext-Übersetzungen“ in Bulgarien gehört (KILEVA-STAMENOVA 2009, 437). In der Zeitung finden sich sowohl vom Bulgarischen ins Deutsche übersetzte Artikel als auch eigens für das *BW* geschriebene Artikel:

Bei den Beiträgen handelt es sich um Übersetzungen entweder von authentischen bulgarischen Presstexten oder von Berichten und Kommentaren über das wirtschaftliche und politisch-soziale Geschehen in Bulgarien und in der Region, die speziell für das *Wirtschaftsblatt* verfasst werden (KILEVA-STAMENOVA 2009, 438 – Kursivierung im Original).

2.2 Kommentare und Editorials in den beiden Zeitungen

Zum Textkorpus gehören 30 Kommentare aus der *GZ*, erschienen im Zeitraum Februar bis September 2011, und 25 Editorials aus der Zeitung *BW*, erschienen im Zeitraum Juli 2009 bis Juli 2011.

Meinungsbetonte Texte sind ein konstitutiver Bestandteil beider Zeitungen. Für beide Blätter haben sie einen hohen Stellenwert. Dies ist an der besonderen Herausstellung dieser Texte innerhalb der Zeitung zu erkennen. Sie haben eine feste Position: Sowohl in der *GZ* als auch im *BW* befinden sich diese Texte auf Seite 2 (vgl. Abb. 1 und 2).

In der *GZ* erscheint der Kommentar in der Sparte *Politik*. Seite 2 der Zeitung wird immer dreispaltig gesetzt, wobei sich in der linken Spalte der Kommentar und das Impressum der Zeitung befinden. Der Kommentar ist oben positioniert und nimmt etwa zwei Drittel der Spalte ein. Im unteren Drittel der Spalte befindet sich das Impressum. Der Text in der Rubrik *Kommentar* ist durch typographische Mittel deutlich von den anderen Artikeln aus der Sparte *Politik* abgegrenzt: Der Rubriktitle *Kommentar* erscheint in Versalien in weißer Schrift auf einem schwarzen Hintergrund und ist durch Sperrsatz hervorgehoben. Zusätzlich ist der erste Buchstabe *K* fett gesetzt. Unmittelbar vor dem Rubriktitle ist ein schräg liegender schwarzer Füller abgebildet. Der Text des Kommentars ist in einem farbunterlegten Kasten (in einem dunklen Grauton) positioniert. Die Überschrift des Kommentars ist im Fettdruck, der Schriftgrad ist wesentlich größer als der für die Überschriften der anderen Artikel in der Sparte verwendete Schriftgrad, auch größer als die Schrift im Fließtext des Kommentars. Da für gewöhnlich auf dieser Seite keine Fotos positioniert werden, fungieren all diese typographischen Markierungen als Blickfang. Am Ende des Fließtextes steht der Name des Kommentators – meist ist das Dimos Chatzichristou: Die Kommentare in der *GZ* werden in der Regel von ihm geschrieben. Das Textkorpus enthält fünf Texte, die von anderen Mitarbeitern bzw. von einem der Herausgeber geschrieben wurden.

Im *BW* erscheinen die meinungsbetonten Texte in der Sparte *Aktuelles*. Der Rubriktitle lautet *Editorial* und ist fett gesetzt. Der Schriftgrad hier ist wesentlich größer als der Schriftgrad des Fließtextes. Manchmal erscheint als Name der Sparte *Kommentar*, der Rubriktitle bleibt dabei unverändert. Meine ursprüngliche Vermutung, dass die Benennung der Sparte als *Kommentar* auf kritischere Texte hindeuten soll, hat sich nicht bestätigt. Die Chefredakteurin der Zeitung hat Letzteres in dem von mir geführten Interview bestritten und darauf hingewiesen, dass das Kritikpotenzial der Editorials gleichbleibend hoch und völlig unabhängig von der Benennung der Sparte sei. Einen triftigen Grund für die unterschiedliche Benennung der Sparte gäbe es nicht, es handle sich lediglich um eine Entscheidung der Redaktion (GANEVA 2011). Unmit-

KOMMENTAR

Konzentration auf das Wesentliche

Ein Blick in die Schlagzeilen und man könnte fast vergessen, dass man in einem krisengeschüttelten Land lebt. Das Spitzenduo der Regierung, Premierminister Jorgos Papandreu und Vize-Premier Theodoros Pangalos, vergeudet seine Energie für Nebensächlichkeiten, anstatt sich handlungsorientiert auf seine Hauptaufgabe zu konzentrieren: Das Land vor dem Bankrott zu retten.

Bei Pangalos ist dies nur allzu deutlich. Ihm ist vor Monaten die Aufgabe zugewiesen worden, das Werk aller Ministerien zu koordinieren, um die Reformmaschine der Regierung reibungslos am Laufen zu halten. Anstatt sich dieser Aufgabe zu widmen, ließ er sich auf eine kindisch amutende Fehde mit den beiden Linksparteien SYRIZA und KKE ein. Erbozt über linke Protestler, die ihn von Paris bis ins attische Keratea mit verbalen Attacken und Joghurt-Werfen begleitet, tritt er nahezu täglich vor die Medien, um sich über angebliche kommunistische Verschwörungen und Rufmordkampagnen zu beschweren.

Griechenlands Linksparteien mögen tatsächlich an Aggitrop interessiert sein, doch Pangalos erweckt mit seiner scharfen Kritik daran den Eindruck, dass ihm diese Aufgabe mehr Spaß machen könnte, als das Land aus der Krise herauszuführen. Auch Papandreu scheint das banale, tägliche Regierungsgeschäft kein allzu großes Vergnügen zu bereiten. Stattdessen versucht er beharrlich in der großen, internationale Politik mitzumischen. Im vergangenen Monat bemühte er sich erfolglos um eine Vermittlerrolle in der Ägyptenkrise. Presseberichten zufolge unternimmt er jetzt einen ähnlichen Versuch in Libyen. Ein verzweifeltes Suchen nach dem großen diplomatischen Coup? – Selbst wenn ihm ein solcher gelang sollte, hätte sein Land weniger davon zu profitieren als er selbst für eventuelle persönliche Zukunftspläne.

Das Land braucht mehr als je zuvor einen energischen Ministerpräsidenten. An die Minister zu delegieren, ist normalerweise gut, aber in der aktuellen Lage nicht ausreichend. Die Marathonisierung im vergangenen Monat bei der Papandreu für jedes Ministerium Wachstumsziele formulierte, geht in die richtige Richtung. Ohne Wirtschaftswachstum kommt Hellas nicht aus der Sackgasse heraus.

Dimos Chatzichristou

Finanzminister will Zeitung wegen Verleumdung verklagen

Finanzminister Jorgos Papakonstantinou will die Zeitung „Proto Thema“ wegen Verleumdung verklagen. Anlass dafür ist eine Veröffentlichung am Wochenende auf der Titelseite. Unter der Überschrift „Express Service Minister“ wird darin eine Entscheidung von Papakonstantinou kritisiert, er soll seine schriftliche Zustimmung gegeben haben, dem Besitzer des auf Pannehilfe spezialisierten Unternehmens „Express Service“ Steuern in Höhe von 70 Mio. Euro zu erlassen. Durch dieses Vorgehen seien auch die Banknoten der Firma, die das Finanzamt wegen Steuerschulden eingefroren hatte, wieder frei gegeben worden. Das Pressebüro des Finanzministeriums teilte mit, dass es sich um den „Versuch der Einschüchterung und Erschwerung der Untersuchung durch die verantwortlichen Stellen“ handle. Veröffentlicht worden seien im „Proto Thema“ Bruchstücke von Informationen, wichtige Fakten seien hingegen verheimlicht worden. Ziel dieser falschen Darstellungen sei es, den Finanzminister zu verleumdern. (GZdb)

Außenminister in Berlin: Gespräche über Libyen und AKW-Sicherheit

Der griechische Außenminister Dimitris Droutsas traf sich am Dienstag in Berlin mit seinem deutschen Amtskollegen Guido Westerwelle. Im Vordergrund der Gespräche stand vor allem das Vorgehen in Libyen. Nach der Begegnung bekräftigte Droutsas, dass Griechenland im Einklang mit seinen Verpflichtungen gegenüber der entsprechenden UN-Resolution verbündete Länder mit der Bereitstellung verschiedener Einrichtungen unterstütze. Athen werde sich aber im Moment nicht aktiv an den militärischen Aktionen beteiligen. Den Einsatz griechischer Kampfflugzeuge vom Typ F-16 sagte Droutsas aus. Gleichzeitig betonte er, dass von Libyen keine Gefahr speziell für die Insel Kreta oder allgemein für Griechenland ausgehe. Die beiden Minister erörterten angesichts der Reaktor Katastrophe in Japan auch das Thema Atompolitik. Der griechische Gast sprach sich für eine erneute Inspektion aller Atomanlagen in Europa aus und forderte dazu auf, einheitliche und sehr hohe Standards für kerntechnische Anlagen in Europa zu etablieren. (GZdb)

Griechische Fregate vor der libyschen Küste aktiv

An der Durchsetzung des Waffenembargos gegen Libyen beteiligt sich seit Mittwoch voriger Woche die griechische Fregate „Limnos“. Nach einem Treffen zwischen Verteidigungsminister Evangelos Venizelos und dem Vizepräsidenten der größten Oppositionspartei des Landes Nea Dimokratia, Dimitris Avramopoulos, sagte letzterer, dass „Griechenland richtig handelt“, sich als „stabilisierende Kraft in der Region“ an derartigen Aktionen zu beteiligen. Griechenland solle sich aber, so Avramopoulos, von jeglichen kriegerischen Handlungen fern halten. (GZeh)

Zweitägiger Streik von Ärzten und Krankenschwestern

In einem zweitägigen Streik traten am Dienstag die Ärzte der staatlichen Sozialversicherung IKA und die Privatärzte von Athen und Piräus. Am heutigen Mittwoch schlossen sich die Krankenhausräte für 24 Stunden den Aktionen ihrer Kollegen an. Am Donnerstag wiederum streikt das gesamte Personal der öffentlichen Krankenhäuser. Gefordert werden die Erneuerung von Zeitverträgen, die Zusage, dass die öffentlichen Krankenhäuser nicht privatisiert werden und dass die ärztliche Betreuung für alle Patienten kostenlos bleibt. Am Donnerstag schließlich werden die Lehrer streiken. (GZeh)

Gemeinde Athen beschließt 25 Prozent weniger Ausgaben

Ausgabenkürzungen in Höhe von 25 Prozent beschloss am Montag die Stadt Athen für das Jahr 2011. Besonders davon betroffen ist der städtische Radiosender „Athina 9,84“. Ständen diesem im Vorjahr noch 15,5 Mio. Euro zur Verfügung, so muss er in diesem Jahr mit lediglich 3 Mio. Euro auskommen. Mit weiteren 2 Mio. soll der Sender im Juni in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden. Die in diesem Bereich eingesparten Gelder sollen sozialen Einrichtungen, Kindergärten und Schulen zu Gute kommen. Die Stadtratsitzung musste am Montag in einem Athener Hotel durchgeführt werden, weil das Rathaus am Kotzia-Platz seit einer Woche von ehemaligen Angestellten der Gemeinde, deren zeitlich befristete Verträge auslaufen sind, besetzt gehalten wird. Bürgermeister Jorgos Kaminis hatte die Demonstranten am Sonntagabend im Rathaus besucht, es konnte aber keine Einigung erzielt werden. (GZdb)

Namensstreit: Den Haag entscheidet in sechs Monaten

Am Donnerstag dieser Woche wird am Internationalen Gerichtshof in Den Haag (IGH) die Anhörung der Positionen der Früheren Jugoslawischen Republik Mazedonien (FYROM) und Griechenlands abgeschlossen. Ein Urteil wird in etwa sechs Monaten erwartet. Skopje hatte vor dem IGH dagegen geklagt, dass Griechenland im Jahr 2008 das zwischen beiden Staaten geschlossene Interimsabkommen verletzt habe, als es beim NATO-Gipfel in Bukarest sein Veto gegen einen Beitritt der FYROM zum Verteidigungsbindnis einlegte. Athen verwies nun vor dem IGH darauf, dass man Schritte verhindern musste, die die laufenden Schlichtungsbestrebungen der UNO zur Lösung der Namensfrage der FYROM behindert hätten. Außerdem verwies die griechische Seite auf permanente Verletzungen des Abkommens durch Skopje. U. a. sei der nördliche Nachbar auch beim IGH unter seinem in seiner Verfassung festgelegten Namen „Republik Mazedonien“ vorgestellt geworden, anstatt mit der offiziellen UNO-Bezeichnung „Frühere Jugoslawische Republik Mazedonien“ (FYROM). Seine Unterstützung für einen NATO-Beitritt der FYROM brachte unterdessen der türkische Europarlamentar Egemem Bağış zum Ausdruck. Zudem sei die Türkei bereit, die FYROM auch auf ihrem EU-Kurs zu unterstützen. (GZeh)

Zwischenfälle bei Schülerparade vor dem Nationalfeiertag

Anlässlich des Nationalfeiertages am Freitag fand im Athener Zentrum bereits am Donnerstag die traditionelle Schülerparade statt. Dabei kam es zu Auseinandersetzungen zwischen der Polizei und Lehrern. Letztere protestieren u. a. gegen eine bevorstehende Verschmelzung von Schulen und gegen das sogenannte Memorandum, das die Regierung mit der EU und dem Internationalen Währungsfonds unterzeichnet hat, um Milliardenkredite zu erhalten. Die Polizei nahm acht Demonstranten in Gewahrsam. (GZeh)

Fernsehsender Alter produziert keine Live-Sendungen mehr

Der bekannte private Fernsehsender Alter sendet seit dieser Woche keine Live-Sendungen mehr, sondern nur noch Filme. Grund für diese Entscheidung ist die angewachsene Verschuldung des Unternehmens. Der jüngst veröffentlichte Bilanz für das Jahr 2009 zufolge lieferten sich diese bereits damals auf 571 Mio. Euro. (GZjh)

Griechenland Zeitung logo and contact information including phone numbers, email, and website.

Abb. 1: Seite 2 der Griechenland-Zeitung vom 30.3.2011

Aktuelles

Editorial



Liebe Leser,
die meisten Argentinos und Urinachbarnkeiten auf diese Welt und auf Spezialfelder auf die ganz gewöhnliche Misserfolge zurückzuführen, die meistens daher rühren, das jemand sich der Worte allzu willkürlich bedient hat. Sie dürfen dies nicht als Entschuldigung für den Inhalt der Äußerungen auffassen, die ich im „Nationalisten“ machen möchte, aber ich finde, dies ist die philosophische Lesart der Dummheit diese irrgewisse erträglicher macht. Sie dürfen auch nicht denken, dass der Premier, der diese Äußerungen gemacht hat, ein Dummkopf ist, weil das einfach nicht stimmt. Sein Intelligenzquotient mag zwar ziemlich niedrig sein, doch dieses Manko wird durch seine Schlichtheit ausgeglichen. Er ist nämlich selbst ein einfacher. Dies beweist seine unendliche die Tonalität, dass er es hervorragend versteht, die „Lügen“ bulgarischen Medien an der Kontrolle zu halten. Das ist allerdings ein Haken an der Sache, denn Borkov Borissow nicht zu bemerken scheint, und das ist folgerichtig. Deswegen werden die Leute den Premier wie einen Sonnenkugeln vorziehen und von morgens bis abends seine großen Taten loben, werden ihn, wenn der richtige Zeitpunkt kommt, als erste mit Stimmen besetzen. So ist es nicht einmal ihre Moral. Borkov Borissow Verhalten können man mit der Tatsache erklären, dass er nie in der Opposition war. Außerdem ist er mit seinen Jahren Weise geworden, er hat seinen Vater verloren und sein nie keiner da, der ihm väterliche Ratschläge erteilt. Die Medien die manchmal versuchen, als Kontrast aufzutreten, können einen vollen Pfad nicht erschaffen, weil sie weiter unter dem viererleiischen Minderwertigkeit liegen, die eine Demokratie braucht. Und ihre Freizügigkeit bezieht sich viel lieber mit sich selbst als mit den Problemen der Staatsverwaltung.

In dieser Situation, die selbst schädlich ist für die Regierung, hat Borkov Borissow nur seinen eigenen Worten. Er hat schon oft gesagt, dass seine Leiche im Leben der Ex-Diktator Iosif Zivkov und der Ex-Boygen Simone Sakalobogoritsch waren, doch hat keiner der beiden Leiche jemals eine Aussage darüber gemacht, wie gut Borkov Borissow als Schüler war, Leuder von den Schwelgerei, die der Ex-König dem bulgarischen Publikum erschle, scheint der jetzige bulgarische Premier wenig gelernt zu haben. Vielleicht hat er in der Schule gefaselt, weil er gerade auf Manco er war. Manches eine Formic merkt, die Aufgabe des Politikers besteht nicht darin, sich im Schwagen zu üben, sondern Botschaften zu formulieren, die möglichst breite Kreise der Gesellschaft erreichen, damit er seine Politik durchführen kann. Ich möchte das nicht bestreiten, aber manchmal kann Schwagen das ausdrücken, was Worte nicht können.

In seiner Ansprache an die Teilnehmer einer kürzlich durchgeführten Konferenz des Arbeitgeber- und Industriellenverbands ließ sich der bulgarische Premier auf sentimentale Überlegungen darüber ein, was Business sei und ob es Boden hat um ihn.

Als Geschäftstüchtiger wüsste Sie, dass ein Unternehmen, wenn Sie den Strich ziehen, weniger ein Plan von dem Weg abgewandt werden muss. Andernfalls wird es

Dieser Ausgabe erscheint
Ende November 2011. Erscheinungstermin der nächsten
Nummernausgabe ist Ende Dezember 2011.

Bulgarische Wirtschaftsblatt und Südosteuropäische Report ist keine staatlich subventionierte Publikation – es ist als Privatinitiative entstanden und existiert als solche schon seit neunzehn Jahren. Das Wirtschaftsblatt ist bestrebt, zur Entwicklung freundschaftlicher Beziehungen und wirtschaftlicher Zusammenarbeit zwischen Bulgarien und den europäischen Ländern vor allem mit Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Luxemburg und Liechtenstein beizutragen. Es sucht seine Angaben darin, direkte Kontakte zwischen bulgarischen Firmen und Firmen aus Europa herzustellen. Die Zeitung wird besonders in deutschsprachigen Raum verbreitet. In Bulgarien wird das deutschsprachige Wirtschaftsblatt von Unternehmen, Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Politik sowie Intellektuellen und Studenten gelesen.

Firma, der Konzern, die Fabrik, das Werk, die Raffinerie oder was es auch immer ist, pleite gehen. So ist es auch in Europa.
»Nun zu dem Thema, auf das ich so oft zu sprechen komme. Die ausländischen Investitionen. Früher seien ausländische Investitionen reichlich im Land geflossen, jetzt seien sie zurückgegangen, wird immer wieder moniert. Ich muss Ihnen eins sagen: Solche Investitionen brauchen wir nicht, weil sie größtenteils mit 15- oder 20-jährigen Verträgen verbunden sind, die wir auszusenden die vorbestehenden Staatsanbahn davorhin müssen. Bis zum Jahr 2020 müssen wir jährlich mindestens 10 Plan eines bestimmten Anteil an Energie aus erneuerbaren Quellen erzeugen. Eine erneuerbare Quelle ist auch die Wasserkraft, verehrte Herrschaften. Bulgarien verfügt über Flüsse, Stauseen, Schluchten, Kaskaden, die wir nutzen können, um grüne Energie zu produzieren. Das wäre sogar billiger im Vergleich zu den Windparks oder Solaranlagen, für die wir unseren Ackerboden opfern müssten.

Nach dem alten Gesetz, kostete der Solarstrom, glaube ich, 50 oder 60 Cent pro Kilowattstunde, und das alles erstritten die Verbraucher bezahlen. In neuen Gesetz sind die Preise etwas niedriger geregelt, aber das fällt nicht ins Gewicht. Das AKW Kozlevo wird den Strom für 42 Lewa, wir haben früher 800 getarift, jetzt sind es 600. Das alles wird am Stromzähler der Verbraucher zum Streifenkleber der bulgarischen Bürgers abgebucht und muss bezahlt werden. Das ist die eine Typ von Investitionen. Der zweite Typ ist die großen Landkäufe, die momentan die Unternehmen und Investoren in Produktionen starten laufen. Wir müssen uns überlegen, was wir in dieser Richtung tun können. Deshalb habe ich ein Treffen mit den Branchenverbänden für äußerst wichtig. Wir müssen sehen, was aus diesen Ländern helfen und uns aus dem Währungsgriff dieser Firmen befrees können. Dann möchte ich auch die Investitionen in die Bauwirtschaft erwähnen. I wird sich natürlich überaus wichtig, aber die Infrastruktur zu denken. Und die Preise sind spekulativ.

Sie sehen, was in Sofia geschieht. I wird gebaut, zwei, vier, vier Jahre lang, und dann erst wird mit der Errichtung der Infrastruktur in diesen neuen Wohnlagen begonnen, die in letzter Zeit wie Preise aus dem Himmel schweben. Wenn man die Äußerung anstellt, wird ihr werden: das Anteil der Investitionen in den Reaktor, also in Fabriken, Betrieben oder in den Tourismus, mit anderen Worten in Branchen, die Arbeitsplätze schaffen, nicht klein ist. Am häufigsten wird mir investiert, wo man den Mehrwert aus dem Staat herausziehen kann. Das tun die Stromerzeugergesellschaften, die Mobilfunkbetreiber, die großen Landkäufe, wo die Menschen abends hingehen, um einzukaufen. Das ist für mich die größte Enttäuschung, die in erneuerbare Energien investieren, hauptsächlich in Sonne und Windkraftwerke.

Haben Sie denn von einer Umformulierung in irgendeinen anderen Bereich gehort? In der Energiepolitik sind wir nicht die Landläufer von 15 oder 20 Jahren. Levko Harpanitsjan ist Chef der Unicredit Bulbank und stellvertretender Vorsitzender der Vorkommung der Arbeitgeber und der Industriellen in Bulgarien (KRB). Am 1. Juni (Red) weiß ich sehr, dass wir uns verpflichtet haben, letzten Strom aufzukufen. Der Preis laut 174 Lewa betragen, jetzt haben wir ihn auf 114 herabgesetzt. Das staatliche Wirtschaftsamt Marius Trok verkauft den Strom zum Preis von 52 Lewa, den anderen zahlen wir 134, obwohl beide Borkov Borissow aus ein demselben Revier als Roboter verwendet. Das alles wird zu einem Misserfolgsmotiv und das einfache Bürger muss die Rechnung für die laufenden Investitionen bezahlen, die in den vergangenen Jahren ins Land geflossen sind. Wenn wir so etwas für ein bulgarisches Unternehmen tun würden, um ihn unter der Arme zu greifen, würden wir uns lediglich als Falschden beschuldigen. Deshalb freue ich mich, wenn ich sehe, dass die KRB als Organisation erstarkt und immer repräsentativer wird. Wir brauchen die Unterstützung der KRB beim Treffen solcher Entscheidungen. Ich habe nie einen bulgarischen Botschafter in ein Land entsandt, damit er beim Premier dieses Landes

für die Interessen irgendeines bulgarischen Unternehmens lobbyiert.

Ich brauche Ihre Unterstützung bei der Verteidigung der Interessen unserer States. Wir haben die Praxis der Stromverlängerungen unternommen, bestimmte Tätigkeiten auszulagern. Sie wissen ja, was es geschah, aber hier in Bulgarien hatten sie die Hälfte der Tätigkeiten an Tochtergesellschaften ausgelagert. Und die Unternehmen wurden meist erst für den Bau von Umarmungsverkabeln oder Strommasten und auch nicht für die Errichtung des Übertragungsnetzes oder für die Elektrifizierung von Ortschaften verwendet. Sie wurden direkt in die jeweiligen Mutterunternehmen transferiert.

So verhält es sich auch mit den Mobilfunkbetreibern, wie Sie wissen. Und das läuft schon seit 10 oder 15 Jahren so. Mit einem Wort, wir sind ein sehr grauständliches Volk. Das geht aber nicht weiter, weil es, deshalb wiederhole ich noch einmal: Es ist sehr wichtig, dass wir gemeinsam etwas zum Schutz unserer nationalen Interessen unternehmen. Selbstverständlich sind alle Investoren willkommen, in erster Linie jedoch jene, die in der Realwirtschaft investieren. Arbeitsplätze schaffen und Gewinn erzielen, der teuer in Bulgarien bleibt, damit sich unsere Wirtschaft entwickeln können.»

Als Ergänzung zu diesen Überlegungen und emotionalen Betrachtungen Borkovs möchte ich vermerken, dass der IONS-Konzern, was inzwischen bekannt wurde, beschäftigt sich aus Bulgarien zurückziehen Interesse am Erwerb des bulgarischen Unternehmens von ION hat eine staatliche Tochter der Energiegesellschaft angegliedert, nach dem Fall von KRW, aus dem Projekt für den Bau des AKW Belene hatte kein einziger westlicher Investor Interesse am Erwerb der Anlage bekundet. Die Kandidatur wurde Russen. Das sieht jetzt dieselbe Situation abzeichnet, erachtlich wichtig. Westliche Investoren sind weit und breit nicht im Sicht. Für den Protektionismus des Premiers bleibt da nicht viel Platz, es sei denn, die bulgarischen Investoren werden mit den russischen gleichgesetzt. Ich habe die Aussage des Premiers vorliegend zitiert, weil es mir äußerst schwer fällt ihm zuzuhören, was er nicht möchte. Ich möchte nicht den Premier ein paar präzisierende Fragen stellen.

Welche politische Sicherheit garantiert diese Regierung den ausländischen Investoren?
Wie wird Bulgarien aus der Krise herantreten, wenn die Untertunde der Verbrauch auf diesen niedrigsten Stand bleiben?
Zur einem jeder Investoren ist es, den schreien Ruf nach der Investoren Mittel zu sichern. Sie, Herr Petkova, geben am Anfang Ihrer Darstellung ein treffendes Beispiel mit diesem Lewa, der in der Folge der Firma abgeschlossen muss, um sie vor dem Fall zu bewahren. Alle Geschäftsbereichen, von denen Sie sprechen, werden von Staat reguliert. Ich möchte fragen, warum es kein Unternehmen, das Umstände so willkürlich und willkürlich der Welt bedrohen.

Ich können Sie erwarten, dass Investoren nach Bulgarien kommen, nachdem Sie durch solche Äußerungen das politische Risiko erhöhten.
Ich Borkovs seine Antwort auf diese Fragen geben wird, bleibt abzuwarten. Die gute Nachricht aber ist, dass diese Regierung zwar keine nach dem Ansatz einer Debatte über solche Reformen mitteilt hat. Doch scheint das richtige Feld zu sein, auf dem der Premier Willen und Mut demonstrieren kann. Die Reformen befragen politisch die Denkenden im langfristigen Plan, im (mieschred) zu den oben zitierten Aussagen, die in Krassen Widerspruch zur politischen Wahrheit stehen, die Bulgaren getroffen hat. Und diese Wahl heißt freie Verkehr von Menschen, Waren und Kapital im Rahmen Europas.

Wirtschaftsblatt
Unabhängige Monatszeitschrift in deutscher Sprache, gegründet 1992
Verlag und Redaktion: Himmelsweg 39 • P.O. Box 194 • 95-1010 Speyer
Tel.: +359 29124 20 • abonnieren@wirtschftsblatt.de
Fax: +359 29124 34 • E-Mail: redaktion@wirtschftsblatt.de
http://www.wirtschftsblatt.de

Herausgeber: GUTENBERG

Geschäftsführer und Chefredakteur: Betty Kessanlis
Redaktion: Ursula Hesse, Maria Dzheliaz, Maria Georgieva
Layout: Stefan Kessanlis
Vertrieb: Himmelsweg 39
Belegdruck: Himmelsweg 39 • Fax: +359 29124 34
Druck: Druckerei Duma
Abonnement: 1992 Lewa (Bulgarien), 14 Euro (außenlands) Preis inkl. Versandkosten
Bestelltermin: das Verlagsjahr bis Ende Februar. Adress: Bulbank, DE 10245 100 • Tel: +49 30 2500000 • Fax: +49 30 2500001
DRS: 02/2011 • Mitglied im weltweiten BIZ-Netzwerk

Das Wirtschaftsblatt veröffentlicht eigene Beiträge von Mitarbeitern und externen Autoren. Informationen von Nachrichtenagenturen, Tages- und Wochenpresse. Für den Inhalt der Beiträge übernehmen wir keine Haftung. Das Wirtschaftsblatt wird von der Firma Gutenberg 2009 (GUT) herausgegeben. Alle Rechte sind vorbehalten. Der Nachdruck von Materialien ohne schriftliche Genehmigung ist ausdrücklich untersagt. Die Haftung für die Verbreitung des Inhalts liegt bei den Autoren. WIRTSCHAFTSBLATT ist eine Onlinepublikation registriert am Elektronischen Publikationsamt der Nr. 1411 vom 28. 02. 2011

DEISE ZEIUNG WIRD AUF UMWELT FREUNDLICHEM PAPIER HERGESTELLT

Abb. 2: Seite 2 des *Bulgarischen Wirtschaftsblatts* und *Südosteuropäischen Reports* Nr. 12 vom Dezember 2011

telbar unter dem Rubrikttitel findet sich ein farbiges Foto der Chefredakteurin, die die Editorials verfasst.

Charakteristisch für die Editorials ist, dass sie nie mit einer Überschrift versehen sind und dass sie immer mit der Anrede *Liebe Leser* beginnen. Die Anrede ist kursiv gesetzt, ihr folgen ein Komma und ein Zeilenumbruch. Unter dem Editorial ist immer die handschriftliche Unterschrift der Herausgeberin und Chefredakteurin Betty Ganeva abgebildet.

Die Editorials im *BW* sind wesentlich umfangreicher als die Kommentare in der *GZ* (vgl. Abschnitt 4). Der Text ist dreispaltig geordnet und nimmt fast die ganze zweite Seite der Zeitung ein. In dem unteren Fünftel der Seite befinden sich ein Infokasten, der über die Zeitung informiert, und das Impressum.

Dass dem Editorial im *BW* ein hoher Stellenwert beigemessen wird, bestätigt die Herausgeberin der Zeitung. Das Editorial sei das „Aushängeschild“ der Zeitung. Die Editorials seien die am häufigsten gelesenen Artikel der Zeitung, mit ihnen werbe die Zeitung um ihre Leser, mit ihnen zeige die Zeitung, dass sie vollkommen unabhängig sei – Missstände im Land im Allgemeinen und im politischen Leben im Besonderen würden ohne Scheu aufgedeckt, ohne Rücksicht auf den erwartbaren Vorwurf, man würde sein eigenes Land und seine Landsleute vor den deutschsprachigen Lesern blamieren und bloßstellen. Dank der Editorials genieße die Zeitung das Vertrauen zahlreicher Stammkunden außerhalb Bulgariens (GANEVA 2011).

3. Analyse der Kommentare in der *GZ*

Im Folgenden werde ich zunächst an einem Kommentar aus der *GZ*, der – das hat die Analyse des Textkorpus ergeben – als typisch angesehen werden kann, exemplarisch aufzeigen, wie komplex und vielschichtig sich persuasives Handeln in Texten dieser Textsorte gestaltet bzw. gestalten kann. Anschließend werde ich weitere auffällige Merkmale des persuasiven Handelns nennen, die für die Kommentare in der Zeitung ebenfalls typisch sind.

3.1 Exemplarische Analyse eines Kommentars

Bei der Analyse gehe ich folgendermaßen vor: Zunächst werden den einzelnen Äußerungen Illokutionen zugeschrieben. Anschließend sollen die Relationen der Handlungen zueinander sowie ihre Funktion im Rahmen des Gesamttextes bzw. ihr Beitrag zur Realisierung des übergeordneten kommunikativen Zwecks des Textes bestimmt werden.⁶ Mit anderen Worten: Ermittelt und beschrieben werden soll die illokutive Handlungshierarchie.⁷ In einem dritten Schritt wird versucht, die verschiedenen Bewirkungsversuche zu ermitteln, d. h. das persuasive Handeln zu erfassen.

Der zu analysierende Kommentar (T 6 aus dem Korpus) trägt die Überschrift *Konzentration auf das Wesentliche* und stammt aus der *GZ*-Ausgabe Nr. 275 vom 30.3.–5.4.2011. Thema des Textes ist das aktuelle – aus der Sicht des Kommentators – unangemessene Handeln des griechischen Premierministers Jorgos Papandreou und des Vizepremierministers Theodoros Pangalos. Das Thema wird in der Überschrift – zum Zwecke der Lesewerbung (vgl. LENK 2005, 177 f.) – nicht explizit formuliert, sondern lässt sich im Prozess der Textrezeption allmählich aus dem Kontext erschließen. Die nominale Formulierung gibt lediglich den propositionalen Gehalt einer noch auszuführenden illokutiven Handlung wieder: Der Autor FORDERT indirekt von den Politikern, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Das Wesentliche besteht seiner Meinung nach darin, Schritte zu unternehmen, die zur Überwindung der Wirtschaftskrise in Griechenland führen (vgl. unten die Äußerungen [2.3], [7.3], [17]).

3.1.1 Illokutionsanalyse

Folgende Illokutionen können den Äußerungen im Text zugeordnet werden:

- [1] bedingtes FESTSTELLEN mit relativiertem Wahrheitswert: *Ein Blick in die Schlagzeilen und man könnte fast vergessen, dass man in einem krisengeschüttelten Land lebt.*

6 Ähnlich geht LENK (2011) bei der Beschreibung des Sprachhandelns im Zeitungskommentar vor. Er wendet allerdings zunächst das Top-down- und dann das Bottom-up-Verfahren an. Ich gehe hier umgekehrt vor.

7 Vgl. zu diesem Vorgehen ausführlicher PETKOVA-KESSANLIS (2009, 171 ff.).

- [2.1] BEHAUPTEN + NEGATIVBEWERTEN: *Das Spitzenduo der Regierung, Premierminister Jorgos Papandreou und Vize-Premier Theodoros Pangalos, vergeudet seine Energie für Nebensächlichkeiten,*
- [2.2] indirektes FORDERN: *anstatt sich hundertprozentig auf seine Aufgabe zu konzentrieren.*
- [2.3] SPEZIFIZIEREN, bezogen auf *seine Aufgabe* in [2.2]: *Das Land vor dem Bankrott zu retten.*
- [3] EXEMPLIFIZIEREN + INSISTIEREN auf der negativen Bewertung in [2.1] + INTENSIVIEREN der negativen Bewertung in [2.1]: *Bei Pangalos ist dies nur allzu deutlich.*
- [4] INFORMIEREN + implizites NEGATIVBEWERTEN: *Ihm ist vor Monaten die Aufgabe zugewiesen worden, das Werk aller Ministerien zu koordinieren, um die Reformmaschine der Regierung reibungslos am Laufen zu halten.*
- [5.1] indirektes FORDERN + NEGATIVBEWERTEN: *Anstatt sich dieser Aufgabe zu widmen,*
- [5.2] INFORMIEREN + NEGATIVBEWERTEN: *ließ er sich auf eine kindisch anmutende Fehde mit den beiden Linksparteien SYRIZA und KKE ein.*
- [6] INFORMIEREN + NEGATIVBEWERTEN: *Erbost über linke Protestler, die ihn von Paris bis ins attische Keratea mit Verbalattacken und Joghurt-Werfereien begleiten, tritt er nahezu täglich vor die Medien, um sich über angebliche kommunistische Verschwörungen und Rufmordkampagnen zu beschweren.*
- [7.1] ZUGESTEHEN: *Griechenlands Linksparteien mögen tatsächlich an Agitprop interessiert sein,*
- [7.2] negativ-bewertendes VERMUTEN: *doch Pangalos erweckt mit seiner scharfen Kritik daran den Eindruck, dass ihm diese Aufgabe mehr Spaß machen könnte,*
- [7.3] indirektes FORDERN: *als das Land aus der Krise herauszuführen.*
- [8] EXEMPLIFIZIEREN in Bezug auf [2.1] + INSISTIEREN auf der negativen Bewertung in [2.1] + IRONISIEREN: *Auch Papandreou scheint das banale, tägliche Regierungsgeschäft kein allzu großes Vergnügen zu bereiten.*

- [9] INFORMIEREN + NEGATIVBEWERTEN: *Stattdessen versucht er beharrlich in der großen, internationale [sic!] Politik mitzumischen.*
- [10] INFORMIEREN + NEGATIVBEWERTEN: *Im vergangenen Monat bemühte er sich erfolglos um eine Vermittlerrolle in der Ägyptenkrise.*
- [11] INFORMIEREN + NEGATIVBEWERTEN: *Presseberichten zufolge unternimmt er jetzt einen ähnlichen Versuch in Libyen.*
- [12] indirektes Behaupten + NEGATIVBEWERTEN: *Ein verzweifeltes Suchen nach dem großen diplomatischen Coup?*
- [13] EINRÄUMEN: *Selbst wenn ihm ein solcher gelingen sollte, hätte sein Land weniger davon zu profitieren als er selbst für eventuelle persönliche Zukunftspläne.*
- [14] FESTSTELLEN + BEGRÜNDEN der Forderungen in [2.2], [5.1], [7.3], implizites ERMUNTERN: *Das Land braucht mehr als je zuvor einen energischen Ministerpräsidenten.*
- [15.1] ANERKENNEN: *An die Minister zu delegieren, ist normalerweise gut,*
- [15.2] FESTSTELLEN + NEGATIVBEWERTEN: *aber in der aktuellen Lage nicht ausreichend.*
- [16] INFORMIEREN + ANERKENNEN: *Die Marathonsitzung am Montag, bei der Papandreou für jedes Ministerium Wachstumsziele formulierte, geht in die richtige Richtung.*
- [17] FESTSTELLEN + BEGRÜNDEN der ausgesprochenen Anerkennung in [16]: *Ohne Wirtschaftswachstum kommt Hellas nicht aus der Sackgasse heraus.*

Als wesentliche Texthandlungen, d. h. Handlungen, die mithilfe des Gesamttextes vollzogen werden, sind analytisch zwei – im Handlungstyp des Textmusters angelegte – Handlungen voneinander zu unterscheiden: die Handlung KOMMENTIEREN (auf der illokutiven Ebene) und die Handlung MEINUNG BEEINFLUSSEN (auf der perlokutiven Ebene). Beide Handlungen sind für das Textmuster Kommentar konstitutiv.

Charakteristisch für die illokutive Handlung KOMMENTIEREN ist, dass mit ihrer Hilfe Propositionen von einem bestimmten Maßstab aus bewertet werden (vgl. SANDIG 1978, 157). Im allgemeinsprachlichen Verständnis wird bei KOMMENTIEREN zu bestimmten gesellschaftsrelevanten Ereignissen

Stellung genommen. Demzufolge handelt es sich dabei um einen reaktiven Sprachhandlungstyp. Denn KOMMENTIEREN setzt das Ausführen und / oder das Unterlassen sprachlicher und / oder nicht-sprachlicher Handlungen voraus. Die Handlung wird in diesem Textexemplar mustergemäß mittels einer Reihe von Handlungen durchgeführt. Als dominierend ist die illokutive Handlung KRITISIEREN anzusehen. Der negativen Bewertung liegt ein moralisch-ethisches Grundprinzip politischen Handelns zugrunde. Politiker haben den Bürgern gegenüber eine Verantwortung übernommen: Es ist ihre Aufgabe, für das Gemeinwohl aller Mitglieder der Gesellschaft zu sorgen. Die negative Bewertung leitet sich zudem aus der allgemeinen Wertvorstellung für Hilfsbereitschaft ab: Wenn jemand in Not ist, muss ihm geholfen werden.

Die Handlungen, die als Mittel zur Durchführung von KRITISIEREN fungieren, sind die assertiven Handlungen BEHAUPTEN, INFORMIEREN, FESTSTELLEN und das NEGATIVBEWERTEN (vgl. [2.1], [4], [5.2], [6], [9], [10], [11], [12], [15.2]). Wie die Aufstellung oben zeigt, sind die assertiven Handlungen und das NEGATIVBEWERTEN als Gleichzeitighandlungen anzusehen.⁸ In ihrer Gesamtheit übermitteln diese sprachlichen Handlungen dem Textrezipienten, dass das Handeln der beiden Politiker den vom Autor des Kommentars angewendeten Bewertungsmaßstab nicht erfüllt.⁹

Eine subsidiäre Funktion ist m. E. der Handlung FORDERN, die im Text indirekt vollzogen wird, zuzuschreiben. Für die Interpretation der Handlung als FORDERN sprechen die expliziten Hinweise des Kommentators auf einen objektiven Handlungsbedarf¹⁰: Das Land muss vor dem Bankrott gerettet werden (vgl. z. B. [2.2] und [14]). Ebenfalls als subsidiär sind ANERKENNEN, ZUGESTEHEN und EINRÄUMEN einzustufen. Zur Verdeutlichung bestimmter Sachverhalte werden textkonstitutive Handlungen wie EXEMPLIFIZIEREN, SPEZIFIZIEREN und INSISTIEREN eingesetzt.

8 D. h. zwei verschiedene Illokutionen werden mit derselben Formulierung versprochen. Vgl. SANDIG (1986, 60): Gleichzeitighandeln liegt vor, „wenn einer Äußerung zwei Illokutionen zugesprochen werden können“.

9 Zu den Charakteristika des bewertenden Sprachhandlungstyps KRITISIEREN vgl. ZHONG (1995, 46 f.).

10 Das Stellen einer Forderung hat nach ROLF (1997, 178) die vorbereitende Bedingung, „daß es einen objektiven Grund, einen objektiven Bedarf dafür gibt, daß der Adressat tut, was er dem Sprecher zufolge tun soll“.

Wichtig ist, dass die durchgeführten Handlungen mehrfachadressiert sind. Nach SANDIG (1986, 60) liegt auch in diesem Fall Gleichzeitighandeln vor: So richtet sich das KRITISIEREN an die beiden griechischen Politiker, während die Leser darüber INFORMIERT werden, dass der Kommentator ihr Handeln KRITISIERE. Die Handlungen des INFORMIERENS richten sich primär an die Leser der Zeitung. Die vom Kommentar Betroffenen, für die diese Informationen nicht neu sind, werden darüber INFORMIERT, dass der Kommentator die Leser über ihr Handeln in Kenntnis setzt.¹¹

3.1.2 Analyse des persuasiven Handelns

Nach der Erfassung der illokutiven Handlungsstruktur ist es relativ unproblematisch, dem persuasiven Handeln auf die Spur zu kommen. Beantwortet werden soll zu diesem Zweck die Frage: Wie versucht der Autor des Kommentars, die MEINUNG der Textrezipienten zu BEEINFLUSSEN?

In einem ersten Schritt soll die zentrale These des Textes ermittelt werden. In dem vorliegenden Text findet sie sich in [2.1]: *Das Spitzenduo der Regierung [...] vergeudet seine Energie für Nebensächlichkeiten*. In einem zweiten Schritt soll die Frage beantwortet werden, was der Verfasser im Textverlauf unternimmt, um die Leser davon zu überzeugen, dass seine Behauptung richtig ist. Die Analyse der Handlungsstruktur macht deutlich, dass er sich zu diesem Zweck verschiedener Mittel bedient:

Der Textverfasser versucht, die MEINUNG der Leser zu BEEINFLUSSEN und benutzt dafür eine Reihe von sprachlich-kommunikativen Mitteln:

(i) Zur Realisierung des negativ bewertenden Sprachhandlungstyps KRITISIEREN verwendet er sprachliche Mittel, die den illokutiven Gehalt der Handlung (Nicht-Erfüllung des Bewertungsmaßstabs, aus der die negative Bewertung resultiert) für den Leser möglichst TRANSPARENT MACHEN.

Mithilfe bewertender Ausdrücke wird das Handeln der beiden Politiker eindeutig als unangemessen qualifiziert: Bereits in [2.1] wird durch die Verwendung des negativ konnotierten Verbs *vergeuden*, das auf Leichtsinnigkeit und Sorglosigkeit verweist, die negative Einstellung des Textproduzenten deutlich. Besonders kritisch ist der Autor dem Handeln des Vizepremiers

11 Auf die Notwendigkeit, die Bewirkungsversuche im Kommentar im Hinblick auf die Adressaten zu differenzieren, weist BRINKER (2001, 112) hin.

gegenüber: Es ist die Rede z. B. von einer *kindisch anmutenden Fehde*, die der Vizepremier Pangalos offensichtlich allzu ernst nimmt. Mit der Verwendung des Adjektivs *erbozt* unterstellt ihm der Autor zusätzlich eine übertriebene emotionale Beteiligung (Zorn, Wut). Implizit negativ bewertet sind zudem die Häufigkeit seiner Medienauftritte sowie seine Reaktion auf die Provokationen der Linksparteien, vgl. [6]: „tritt er nahezu täglich vor die Medien, um sich über angebliche kommunistische Verschwörungen und Rufmordkampagnen zu beschweren.“ Mit der Verwendung des Adjektivs *angeblich* stellt der Autor die Bedeutung der genannten Aktionen in Frage und bringt implizit zum Ausdruck, dass Pangalos die Situation unnötigerweise überbewertet. Um das Handeln des Premierministers Papandreou negativ zu bewerten, verwendet der Kommentator das umgangssprachliche Verb *mitmischen* und das abwertende bildungssprachliche Adjektiv *banal* (vgl. [8]: der Autor UNTERSTELLT Papandreou, dass für ihn das Regieren etwas Banales ist). Zudem wird Papandreou als „verzweifelt“ (vgl. [12]), sein Bemühen als „erfolglos“ (vgl. [10]) dargestellt. Auch das Adjektiv *beharrlich* in [9] ist hier als stark negativ bewertend (im Sinne von ‘stur’) zu interpretieren.

(ii) Die MEINUNG der Leser sucht der Autor auch zu BEEINFLUSSEN, indem er die von ihm ausgesprochene Kritik am Handeln der beiden Politiker und damit die von ihm aufgestellte These BEGRÜNDET (vgl. [4], [5], [6], [9], [10], [11]). Durch die Argumente wird die These für die Textrezipienten plausibel. Denn: „Der Erfolg von Meinungsbeeinflussungsversuchen hängt davon ab, ob der Empfänger einen logischen Zusammenhang zwischen der These und den ihm dargebotenen Daten in seinem eigenen Kenntnissystem herstellen kann“ (MOILANEN 1996, 183). LÜGER (2001, 214) sieht die Begründungen, Argumentationen als „die auffälligste und typischste Form von Akzeptanzstützung“.

(iii) Des Weiteren realisiert der Autor des Kommentars seinen persuasiven Zweck, indem er auf der ausgesprochenen Kritik INSISTIERT (vgl. [3], [8]). Auf diese Art und Weise wird die negative Bewertung hochgestuft.¹²

(iv) Er sucht die MEINUNG der Leser zu BEEINFLUSSEN, indem er in der Proposition der Handlung INTERESSE WECKEN und NEUGIER ERZEUGEN in [1] das Vergessen thematisiert, auf diese Art und Weise das

12 Vgl. STÜRMER u. a. (1997, 275): „Bewertungen können im Hinblick auf den Adressaten in ihrer Formulierung hoch- oder heruntergestuft, d. h. verstärkt oder abgeschwächt“ werden.

Konzept des Vergessens beim Textrezipienten aktiviert und dadurch dem Leser eine zusätzliche Handlungsinterpretation nahelegt. Auf diese Art und Weise wird hintergründig und implizit die These aufgestellt, dass die beiden griechischen Politiker ihre Aufgabe(n) vergessen haben bzw. vergessen zu haben scheinen. Diese – nur angedeutete – These wird BEGRÜNDET, indem Fakten präsentiert werden, die die These für den Leser plausibel machen sollen. Aus diesem Blickwinkel können die Handlungen in [2.2], [2.3], [4], [7.3], [14] als an das Richtige bzw. Wichtige ERINNERN gedeutet werden. Die Handlungen sind primär an die vom Kommentar Betroffenen adressiert. Die Zeitungsleser als Adressatengruppe werden quasi Zeugen dieses mahnenden ERINNERNES.

(v) Persuasiv handelt der Textautor auch, indem er das generelle stilistische Handlungsmuster KONTRASTIEREN anwendet, um seiner Kritik (noch) mehr Nachdruck zu verleihen: Das NEGATIVBEWERTEN wird dadurch hochgestuft. Durch das KONTRASTIEREN werden zudem die Sachverhalte GEWICHTET.¹³ KONTRASTIERT wird das unangemessene Handeln der Politiker mit dem erwünschten Handeln, das der außergewöhnlichen wirtschaftlichen Situation entsprechen würde. Die besondere Wirkung, die bei der Verwendung dieses stilistischen Musters entsteht, ist auf die verwendeten sprachlichen Mittel zurückzuführen. Die mittels der Konjunktion (*an*)statt verbundenen Propositionen (vgl. [2.1] und [2.2], [5.1] und [5.2], [8] und [9]) sind als zwei Handlungsalternativen anzusehen, die unterschiedlich gewichtet sind. Ausschlaggebend für die Gewichtung ist die Verwendung der Infinitivkonstruktion *anstatt ... zu*: Denn Kommunikationsteilnehmer machen von dieser Konstruktion Gebrauch, um zwei Propositionen „in ihrem Verhältnis zueinander als die jeweils wahrscheinlichere, bessere, moralisch akzeptablere, wünschenswerte usw. von beiden (+) gegenüber der jeweils schlechteren, moralisch weniger akzeptablen oder weniger wünschenswerten (-)“ zu „gewichten bzw. bewerten“ (ZIFONUN / HOFFMANN / STRECKER 1997, 1436). D. h. für den Rezipienten ist relativ problemlos zu erkennen, welche der Handlungsalternativen der Autor präferiert. Um den kommunikativen Erfolg seines Beeinflussungsversuchs zu sichern, führt der Autor zusätzliche Hand-

13 Vgl. MOILANEN (1996, 185): „Durch *Kontrastierung*, Gegenüberstellung von Sachverhalten als unähnlich, kann er [der Autor; M.P.-K] seine Darstellung gewichten“ (Hervorhebung im Original; M.P.-K). Ausführlicher zum Handlungsmuster GEWICHTEN in SANDIG (2006, 231 ff.).

lungen durch. So wird beispielsweise die positive Alternative besonders HERVORGEHOBEN, indem in [2] die attributive Infinitivkonstruktion, die die Hauptaufgabe spezifiziert, nicht lediglich extraponiert, d. h. im Nachfeld positioniert, sondern isoliert wird, indem sie von dem Substantiv, auf das sie sich bezieht, durch einen Doppelpunkt getrennt und durch Großschreibung markiert wird. Auf diese Art und Weise kontrastiert die positiv bewertete Alternative noch stärker mit der negativ bewerteten.

(vi) Danach, die Leser-MEINUNG zu BEEINFLUSSEN, trachtet der Verfasser auch dadurch, dass er das Handlungsmuster KOMISIEREN (vgl. SANDIG 2006, 512 f.) ebenfalls im Dienste des KONTRASTIERENS nutzt. Im Text wird stellenweise eine nicht-ernste Modalität etabliert (vgl. die Lexeme, die der Autor verwendet, um die Provokationen der Linksparteien zu charakterisieren: *kindisch anmutende Fehde, Joghurt-Werfereien, Agitprop, Protestler*). Diese nicht-ernste Modalität KONTRASTIERT stark mit dem geschilderten Ernst der Lage (vgl. [14]: *Das Land braucht mehr als je zuvor* [...]; auch: [2.3], [7.3]). Auch durch das Einbringen des Unterhaltungsaspektes (vgl. [7.2]: *Spaß machen*, [8]: *großes Vergnügen bereiten*) wird eine nicht-ernste Modalität geschaffen. Den beiden Politikern wird auf diese Art und Weise mangelndes Pflichtbewusstsein UNTERSTELLT. Infolgedessen erscheint ihr Verhalten bzw. Handeln besonders unangemessen.

(vii) Seine persuasive Wirkungsabsicht verfolgt der Autor auch, indem er versucht, eine positive Beziehung zu den Lesern/-innen zu konstituieren. Die Beziehungsgestaltung in und mit Texten ist nicht an einzelne Handlungen gebunden: „Die Beziehung entwickelt sich jeweils über mehrere einzelne Sprechakte hinweg“ (SANDIG 1986, 244). Mit der Überschrift und mit dem ersten einleitenden Satz, in denen das Thema des Kommentars und die These des Autors lediglich ANGEDEUTET werden, versucht der Textproduzent, INTERESSE für seinen Text zu WECKEN und NEUGIER zu ERZEUGEN: Aus der nominalen Formulierung *Konzentration auf das Wesentliche* ist der illokutive Gehalt der Handlung nicht erkennbar. Erst im Kontext wird es für den Rezipienten evident, dass die durchgeführte Handlung den illokutiven Gehalt einer Forderung aufweist. In [1] wird implizit die These aufgestellt, dass die beiden griechischen Politiker ihre Hauptaufgabe vergessen haben. Obwohl für die Formulierung der Konjunktiv verwendet wird, ruft sie Wirkung hervor: Bei der Allgegenwart der Wirtschaftskrise in Griechenland erscheint es beinahe surreal, sie zu vergessen. Durch den Vollzug dieser Handlungen zeigt der Autor, dass es ihm wichtig ist, dass der Textrezipient seinen

Text (weiter)liest. Auch die bereits beschriebene Handlung des TRANSPARENTMACHENS, DEUTLICH MACHENS der Bewertungen trägt in hohem Maße zur Gestaltung einer positiven Beziehung bei. Es geht hier darum, „die vorgetragene Argumentation prägnanter, plausibler oder einprägsamer zu machen“, also um „akzeptanzfördernde Aktivitäten“ (LÜGER 2001, 218).

(viii) Persuasiv handelt der Autor auch, indem er sich SELBSTDARSTELLT: a) als kompetent durch den Vollzug der Handlungen KRITISIEREN und FORDERN. Mit diesen Handlungsdurchführungen zeigt er, dass er in der Lage ist, Probleme zu erkennen, zu beschreiben und zu analysieren. Mehr noch: Er zeigt, dass er auch Vorschläge unterbreiten kann, die zur Lösung der von ihm identifizierten Probleme beitragen. Damit erfüllt sein Textangebot – als an die Politiker adressierte Botschaft – eine regulative Funktion (vgl. RAMGE / SCHUSTER 1999, 1706); b) als objektiver, unabhängiger Beobachter, indem er z. B. eine gewisse Distanz zu Land und Landsleuten aufbaut. Auf Griechenland wird im Kommentar mit den Lexemen *das Land* und *Griechenland* Bezug genommen. In [13] heißt es sogar *sein Land*: gemeint ist Papandreous Land. Der objektiven Darstellung der Sachverhalte dienen die unpersönlichen Formulierungen bzw. die Vermeidung von Subjektivitätsformeln sowie die Verwendung des generalisierenden Pronomens *man* (vgl. [1]); c) als glaubwürdig (gleichzeitig als objektiv), indem er nicht lediglich negativ, sondern auch positiv bewertet. Mit der Durchführung der Handlungen ZUGESTEHEN und ANERKENNEN zeigt der Verfasser, dass er – obwohl das Handeln der beiden Politiker seinem Bewertungsmaßstab nicht entspricht – in der Lage ist, das Erreichte positiv zu würdigen. Es handelt sich hierbei um argumentationsergänzende Maßnahmen (vgl. LÜGER 2001, 214).

(ix) Die Absicht, die Leser-MEINUNG zu BEEINFLUSSEN, zeigt sich auch darin, dass der Textproduzent die Beziehung zu den vom Kommentar Betroffenen auf eine bestimmte Art und Weise gestaltet. Während durch die negativ bewertenden Handlungen, die im Text überwiegen, eine negative Beziehungsgestaltung zu den vom Kommentar Betroffenen erfolgt, wird gegen Ende des Textes durch den Vollzug der Handlungen des ZUGESTEHENS und ANERKENNENS implizit eine Beziehungsänderung vollzogen.¹⁴ Es erfolgt eine Beziehungsverbesserung gegenüber den vom Kommentar

14 Vgl. ZIFONUN / HOFFMANN / STRECKER (1997, 950): Ein expliziter Vollzug läge bei Thematisierung der Beziehung vor.

Betroffenen.¹⁵ Eine Beziehungsverbesserung wird auch durch den Vollzug indirekter Handlungen angestrebt. Beispiele dafür sind die Handlung des indirekten FORDERNS in [2.2], [5.1] und [7.3] und die Handlung des indirekten BEHAUPTENS, ausgeführt mittels einer rhetorischen Frage, in [12]. Mittels indirekter Handlungsdurchführungen wird generell „Rücksicht auf den Adressaten genommen“ (SANDIG 1986, 253). Denn auf diese Art und Weise wird die illokutionäre Kraft der betreffenden Handlung in der Formulierung „zurückgenommen“, „abgeschwächt“ (SANDIG 1986, 253). In diesem Fall haben wir es mit kommunikativen Anstrengungen zu tun, die der Beziehungsverbesserung zu den vom Kommentar Betroffenen dienen. D. h. der Textproduzent vollzieht insgesamt einen Balance-Akt: Der Beziehungsverschlechterung, die infolge des KRITISIERENS entstanden ist, versucht er mittels indirekter Handlungsdurchführungen entgegenzuwirken.

(x) Der Kommentator handelt auch persuasiv, indem er selektiv bestimmte Sachverhalte thematisiert und damit auch selektiv über das Handeln der Politiker INFORMIERT. Infolge der Selektion wird die Sachverhaltsdarstellung SIMPLIFIZIERT.

(xi) Die Absicht des Verfassers, die Leser-MEINUNG zu BEEINFLUSSEN, zeigt sich schließlich darin, dass er seinen Text – den Restriktionen des Mediums entsprechend – kompakt gestaltet.

Wie die Ausführungen zeigen, ist die Handlung MEINUNG BEEINFLUSSEN eine elaborierte, äußerst komplexe Handlung. Ich habe hier diese Komplexität zu analytischen Zwecken aufgelöst, um die Realisierung des Handlungstyps PERSUASION in einem konkreten Text aufzuzeigen. Im Prozess der Textrezeption wirken diese Handlungen „bündelweise“ und vermitteln als Ensemble einen Gesamteindruck von der Einstellung des Autors zu den geschilderten Sachverhalten. Aus dem Inventar persuasiver Mittel erarbeitet der Kommentator für den konkreten Kommunikationsfall eine individuelle Strategie. Dabei zeigt sich, dass einzelne Handlungen und ihre sprachliche Realisierung (d. h. auch einzelne sprachliche Äußerungen) persuasionsrelevant sein können, aber besonders die Relationen der Handlungen zueinander und ihr Bezug auf die dominierende illokutive Handlung, die den kommunikativen Zweck evident macht, wichtig sind.

15 Vgl. ZIFONUN / HOFFMANN / STRECKER (1997, 951), die Lob und Anerkennung als – im Vergleich zu anderen Mitteln und Formen der Beziehungsverbesserung – „langfristig solidere Beziehungsverbesserer“ einstufen.

3.2 Charakteristische Handlungstypen in den *GZ*-Kommentaren

Neben den bereits erwähnten persuasiven Handlungen, die für die untersuchten Texte typisch sind, sind noch die im Folgenden darzustellenden Handlungen charakteristisch für die Kommentare, die in der *GZ* erscheinen.

3.2.1 Typische Bewertungshandlungen

Es überwiegt die Realisierung der negativ bewertenden Sprachhandlungstypen i. e. S. KRITISIEREN, VORWERFEN, ZWEIFELN.¹⁶ Von den positiv bewertenden Sprachhandlungstypen i. e. S. (LOBEN, RÜHMEN, ANERKENNEN) findet lediglich der Handlungstyp ANERKENNEN Anwendung.

Im Zusammenhang mit Letzterem fällt auf, dass auch dann, wenn ein gegebenes Handeln den Bewertungsmaßstab des Kommentators zu erfüllen scheint, das Handeln nicht positiv bewertet wird. Ein Beispiel dafür ist T 4, der die Überschrift *Spiel, Satz – aber noch lange kein Sieg* trägt und Entscheidungen der EU, die die Bekämpfung der Schuldenkrise in Griechenland betreffen, zum Thema hat. Zur Herbeiführung dieser Entscheidungen hat die griechische Regierung offensichtlich wesentlich beigetragen. Der Text beginnt mit dem Vollzug der Handlung BERICHTEN, in die das POSITIVBEWERTEN implementiert ist:

[1] Die Beschlüsse des Eurozonen-Gipfels in Brüssel am Wochenende sind unter dem Strich ein Erfolg für die Regierung Papandreou. [2] Trotz der allgemeinen Erwartung, dass dabei nur sehr wenig für Griechenland herausspringen würde, erzielte die Regierung beachtliche Resultate. (T 4)

Bereits hier wird das POSITIVBEWERTEN heruntergestuft: durch die Implementierung in die Handlung BERICHTEN und durch den Hinweis auf die allgemeinen Erwartungen am Anfang von [2].

In den folgenden Äußerungen [3]–[6] wird der Leser über die EU-Beschlüsse im Einzelnen informiert. In der anschließenden Äußerung wird die positive Bewertung ein weiteres Mal heruntergestuft. Infolgedessen verliert sie einen erheblichen Teil ihrer Wirkung:

16 Zu den positiv und negativ bewertenden Sprachhandlungstypen im engeren Sinne vgl. ZHONG (1995, 44 ff.).

[7] Das ist aber immer noch lediglich ein Tropfen auf den heißen Stein. (T 4)

Anschließend wird PROGNOTIZIERT:

[8] Damit wird Griechenland kaum aus der Schuldenfalle gerettet, in der es gerade steckt. (T 4)

Damit büßt die positive Bewertung ihre Wirkung nahezu vollständig ein. Der Kommentar wird mit der indirekten Durchführung der Handlung FORDERN beendet:

[15] Es liegt allein in den Händen der Regierung, die – vielleicht realistische, aber auch gefährliche Option einer Umschuldung zu vermeiden. [16] Dazu müsste sie zunächst radikal privatisieren und die Widerstände in die [sic!] eigenen Reihen überwinden, vor allem aber bei den Gewerkschaften. (T 4)

Dieses Textbeispiel illustriert ein weiteres typisches Merkmal: das Herunterstufen positiv bewertender Handlungen in mehreren Schritten. Der exemplarisch analysierte T 6 illustrierte das Hochstufen negativ bewertender Handlungen, das in den anderen Texten aus dem Korpus ebenfalls besonders häufig erfolgt.

3.2.2 Selbstdarstellung

Die Analyse des Textkorpus zeigt zwei charakteristische Durchführungsarten der Handlung SICH SELBSTDARSTELLEN, die einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg der Handlung MEINUNG BEEINFLUSSEN leisten: das SICH SELBSTDARSTELLEN als kompetente Person, als Sachautorität und SICH SELBSTDARSTELLEN als objektiver, unabhängiger Beobachter der Geschehnisse. Ersteres ist an der äußerst frequenten Realisierung der Handlungen FORDERN, WARNEN, PROGNOTIZIEREN zu erkennen, mit deren Durchführung der Autor zeigen möchte, dass er nicht lediglich Probleme aufdecken, sondern auch Vorschläge zu ihrer Lösung unterbreiten kann. Diese Handlungen werden in der Regel gegen Ende des Kommentars durchgeführt. In T 15 z. B. finden sich alle drei Handlungen. Zu Beginn des Kommentars kritisiert der Autor den fehlenden Konsens unter den griechischen Politikern und verweist auf die Einigkeit der gegen die Sparpolitik der Regierung Demonstrierenden, die seiner Ansicht nach populistisch handeln. Der Text geht folgendermaßen weiter:

[10] WARNEN: Wenn sie [die Politiker; M.P.-K.] das Steuer nicht in die Hand nehmen, wird es das Volk auf seine Weise tun. [Es folgt neuer Absatz.]

[11] eine BEDINGUNG AUFSTELLEN und FORDERN: Wenn sie eine solche Option vermeiden wollen, müssen die beiden Großparteien aufeinander zugehen und gegenseitiges Vertrauen schaffen.

[12] indirektes hypothetisches FORDERN: Die konservative Nea Demokratia könnte sich zum Beispiel öffentlich für ihre desaströse Haushaltspolitik der Jahre 2007–2009 entschuldigen, die das Land erst in diese missliche Lage gebracht hat.

[13] indirektes hypothetisches FORDERN: Und Premierminister Jorgos Papandreou müsste sich auf der anderen Seite öffentlich bei der Nea Demokratia für die destruktive Oppositionspolitik entschuldigen, die er gegen den damaligen Premierminister Kostas Karamanlis betrieb.

[14] PROGNOSTIZIEREN: Solange aus den beiden Parteien keine derartigen selbstkritischen Töne zu vernehmen sind, dürfte der heiß ersehnte und dringend notwendige Konsens ein Traum bleiben [Textende]. (T 15)

Wichtig im Zusammenhang mit dem SELBSTDARSTELLEN als kompetent ist auch, dass alle Texte eine sachliche, ernste Modalität aufweisen.

Das SELBSTDARSTELLEN als objektiv und unabhängig lässt sich in allen Texten feststellen. Der Kommentator sieht es offensichtlich als seine Aufgabe an, seine Meinung zu den dargestellten Sachverhalten als eine Meinung der Allgemeinheit oder wenigstens einer großen Mehrheit der Leser darzustellen. In keinem einzigen Textexemplar wird das Personalpronomen *ich* verwendet. Das Personalpronomen *wir* wird in einem Text verwendet.¹⁷ Um seine Meinung zum Ausdruck zu bringen, verwendet der Verfasser in der Regel das generalisierende *man*. Zudem wird immer eine Distanz zu Griechenland und den Griechen geschaffen: Auf Griechenland wird mit den Ausdrücken *das Land* (sehr oft), *Hellas*, *Griechenland* und *Athen* referiert. Auf die Bevölkerung Griechenlands wird in der Regel mit dem Ausdruck *die Griechen* Bezug genommen. Die folgende Äußerung ist ein Beispiel sowohl für das GENERALISIEREN als auch für die angesprochene Distanz:

[13] Manchmal hat **man** das Gefühl, dass **das Land** seine Reformen eher als Pflichtübungen empfindet, statt als eine tatsächliche Chance [...]. (T 11)

17 Hierbei handelt es sich um ein Editorial (T 27), das die Überschrift „Auf Kurs auch in schwierigen Zeiten“ trägt. Mit diesem Text informiert die *GZ* ihre Leser über eine bevorstehende Preiserhöhung der Zeitung infolge der Anfang September 2011 in Griechenland eingeführten Erhöhung der Postgebühren.

Generalisierend und damit persuasiv sollen auch andere Indefinitpronomen wirken. Mit der Verwendung von *jeder, jedermann, niemand, keiner* etc. wird dem Leser nahegelegt, dass viele andere die von ihm zum Ausdruck gebrachte Einstellung teilen, z. B.

Niemand bestreitet, dass die [...] Kürzung aller Beamtengehälter eine politisch schwierige, eine unpopuläre Maßnahme war. (T 11)

Das überrascht eigentlich **niemanden**. (T 15)

Die Abstufung von Moody's spricht nur das aus, was **jedermann** in Griechenland derzeit denkt und fühlt. (T 3)

Hierbei handelt es sich allerdings nicht um eine nur für den Kommentar typische Vorgehensweise: „Vagheit der Quantifizierung ist überhaupt ein Kennzeichen persuasiver / werbender / überredender Kommunikationstypen und Texte“ (VON POLENZ 1988, 150).

3.2.3 Rhetorisch-stilistische Maßnahmen

Die Bezeichnung *rhetorisch-stilistische Maßnahmen* wird hier in Anlehnung an LÜGER (2001, 218) verwendet. Eine im Textkorpus oft vorkommende argumentationsfördernde Maßnahme ist die Verwendung wirkungsvoller Vergleiche. Hier folgen drei Beispiele dafür:

In T 7 werden Demonstrationen der Bevölkerung anlässlich einer noch zu errichtenden Mülldeponie in einem Athener Stadtviertel mit den Protesten gegen „Stuttgart 21“ verglichen. In T 8 wird ein viertägiger Journalistenstreik, während dessen es weder im Fernsehen noch im Radio Nachrichten gibt und Zeitungen nicht erscheinen, mit der Nachrichtensperre während der Militärdiktatur in Griechenland verglichen:

[1] Das letzte Mal, als die Griechen auf die Deutsche Welle und BBC angewiesen waren, um zu erfahren, was in ihrem Land los ist, war während der Militärdiktatur in den 1970er Jahren. [2] In der vergangenen Woche war es wieder soweit. [3] Diesmal nicht wegen der Obristen, sondern wegen eines Journalistenstreiks, der vom Donnerstag bis zum Sonntag währte. (T 8)

Anlässlich negativer und teilweise sehr spekulativer und damit nicht der Wahrheit entsprechender Berichte über Griechenland in der deutschen Presse empfiehlt der Kommentator in T 12 der griechischen Regierung eine Pressestelle einzurichten, die prompt auf solche Berichte reagiert und sie dementiert.

Der Effekt dieser Reaktion sollte eine ähnlich niederschmetternde Wirkung haben wie beim Tontaubenschießen:

[16] Griechenland ist leider zum Freiwild der internationalen Journalisten geworden. [...] [neuer Absatz] [...] [19] Weit besser, man rüstet sich gegen solche Stories. [20] Etwa dadurch, dass man eine gut funktionierende Pressestelle aufbaut, die alle Agenturen verfolgt und dann autorisierte Sprecher einschaltet, die solche Nachrichten in Sekundenschnelle offiziell dementieren und niederschmettern – wie beim Tontaubenschießen. (T 12)

4. Die Kommentare in der *GZ* und die Editorials im *BW* – ein Vergleich

Im Folgenden werden auf der Folie der erzielten Untersuchungsergebnisse zu den Kommentaren in der *GZ* auffällige Unterschiede zu den Editorials im *BW* aufgezeigt. Der Vergleich bietet sich an aus folgenden Gründen: 1) die Texte entstammen jeweils einer deutschsprachigen Zeitung, die im Ausland erscheint; 2) es handelt sich in beiden Fällen um meinungsbetonte Texte, für die die wesentlichen Handlungen KOMMENTIEREN und MEINUNG BEEINFLUSSEN konstitutiv sind; 3) diese meinungsbetonten Texte haben für beide Zeitungen einen hohen Stellenwert; 4) behandelt werden in beiden Fällen immer Themen, die für die Bürger des jeweiligen Landes eine politisch-gesellschaftliche Relevanz besitzen.

Folgende Unterschiede zwischen den meinungsbetonten Texten in den beiden Zeitungen, die m. E. besonders relevant im Hinblick auf das hier untersuchte persuasive Handeln sind, konnte ich aufgrund der Analyse des zusammengestellten Textkorpus feststellen:

4.1 Textlänge

Die Kommentare in der *GZ* unterscheiden sich von den Editorials im *BW* aufgrund des unterschiedlichen Umfangs. Die Texte im *BW* sind deutlich länger als die Kommentare in der *GZ*. Dass Editorials länger als „klassische“ Kommentare sind, ist nicht unbedingt ungewöhnlich. Auffällig ist hier aber, dass die Texte im *BW* um mehr als das Fünffache länger als die Texte in der

GZ sind: Die Texte im *BW* weisen einen Durchschnittsumfang von 217 Zeilen bzw. 11.394 Zeichen auf, die Texte in der *GZ* bestehen im Durchschnitt aus 43 Zeilen bzw. 2.107 Zeichen. Dies ist für die Gestaltung der Beziehung zu den Adressaten durchaus von Bedeutung. Denn der deutlich größere Textraum, der die Handlungsdurchführung im *BW* einnimmt, erzeugt Nähe zu den Adressaten und trägt zur positiven Beziehungsgestaltung bei.¹⁸ Für das von dem Textproduzenten intendierte persuasive Handeln bedeutet das, dass er viel mehr Textraum zur Verfügung hat, um seinen Meinungsbeeinflussungsversuch durchzuführen bzw. dessen Erfolg zu sichern. Es bedeutet auch, dass das Editorial für die Zeitung einen besonders großen Stellenwert hat.

4.2 Überschriften

Während in der *GZ* alle Kommentare eine Überschrift aufweisen, die mehr oder weniger deutlich das Thema ankündigt bzw. andeutet, sind die Editorials im *BW* nicht mit einer Überschrift versehen. Das Fehlen eines Titels bzw. einer Themenformulierung ist in besonderem Maße stilistisch relevant. Denn auf diese Art und Weise wird INTERESSE GEWECKT und NEUGIER ERZEUGT: Der Leser weiß nicht, was ihn im Folgenden erwartet. Der besondere Leseanreiz besteht darin, herauszufinden, wovon der Text eigentlich handelt. SANDIG (2006, 339) macht in diesem Zusammenhang auf zwei Fälle aufmerksam. Der erste: „Erst am Ende der Textrezeption ist jeweils das Thema klar, die Rezipierenden sollen sich aus Neugier auf den Text einlassen, die Rezeption nicht verweigern können“. Der zweite: „Hier muss das Thema erst rezipierend erschlossen werden“. In den Editorials, die im *BW* erscheinen, ist es oft der Fall, dass das Thema erst mitten im Text als solches erkennbar wird. Ein Beispiel für Letzteres ist T 9. Der Text beginnt unvermittelt mit dem Vollzug der Handlung ZITIEREN; das Zitat steht unmittelbar nach der Leser-anrede. Erzählt wird hier eine Geschichte aus der Zeit vor der Wende¹⁹: Zu-

18 Vgl. SANDIG (1986, 249) analog zu Gesprächen: „langes Miteinandersprechen hat den Sinn ‚Nähe‘, ‚positive‘ Beziehungsdefinition; kurzes Miteinandersprechen den Sinn ‚Distanz‘ und mindestens ‚neutrale‘ Beziehungsdefinition“.

19 Das Ende des kommunistischen Regimes in Bulgarien wurde am 10. November 1989 eingeleitet, als der damalige Staats- und Parteichef der Bulgarischen Kommunistischen Partei Todor Schiwkow durch einen parteiinternen Putsch abgesetzt wurde.

nächst wird ausführlich über Stromabschaltungen im 4-Stunden-Takt in einer bulgarischen Stadt Mitte der 80er Jahre des 20. Jahrhunderts informiert. Die Geschichte wird personalisiert, indem der Autor von dem Schicksal einer der Bürger aus der betreffenden Stadt berichtet: Empört über die ständigen Stromabschaltungen hat dieser Mann jeden Abend um acht Uhr auf dem Balkon seiner Wohnung gestanden und eine Rede gehalten, in der er gedroht hat, sich über die Stromabschaltungen bei den Funktionären der Bulgarischen Kommunistischen Partei und sogar bei dem Staats- und Parteichef persönlich zu beschweren. Eines Abends wurde der Mann von der Staatssicherheit abgeholt und anschließend in eine psychiatrische Klinik eingewiesen. Gleich danach besuchten ihn seine Frau und der Erzähler in der Klinik und stellten fest, dass der Mann völlig normal wirkt und in bester psychischer Verfassung ist. Nach seiner Entlassung aus der Klinik hört er auf, Reden vor der Nachbarschaft zu halten. Die zitierte Geschichte – hier nur in ihren wesentlichen Zügen wiedergegeben – besteht aus insgesamt 38 Sätzen unterschiedlichen Umfangs. Bis zum Ende der Geschichte bleiben die Quelle sowie das Movens der Geschichte für den Leser völlig im Dunkeln. Erst in [39], in der letzten Zeile der ersten Spalte des Textes, erfährt der Textrezipient, dass das Erzählte aus einem Weblog stammt und von einem Blogger, dessen Name nicht genannt wird, verfasst wurde. Anschließend qualifiziert die Verfasserin des Editorials die Geschichte als *sympathisch* und *typisch* für die Zeit des Sozialismus. Dass die Art und Weise der Darstellung für den Leser eine Reihe von Fragen unbeantwortet lässt, ist der Autorin bewusst. Darauf geht sie auch ein, erzeugt aber weiterhin Spannung und Neugier beim Textrezipienten, indem sie dem Leser keine Hinweise auf das Thema gibt:

[40] Sie fragen sich vielleicht, warum ich sie [die Geschichte; M.P.-K.] hier anführe. [41] Seit kurzem verspüre auch ich Angst, genau wie der Held der Erzählung Vitan. [42] Ich fürchte mich jedoch nicht vor einer Stromsperre, sondern davor, dass sich Boiko²⁰ bald wieder auf den Weg nach Berlin machen könnte. [43] Anscheinend hat auch der Premier mit objektiven Schwierigkeiten zu kämpfen bei der Erfüllung bestimmter abgegebener Versprechen. [44] Das war vielleicht der Grund für seine Entscheidung, vor der Abreise nach Berlin endlich auch mich zu verwarnen.

Auch in diesem Teiltexth erhält der Leser wenig Verstehenshinweise, die ihm helfen könnten, sich ein Bild von dem Geschehen zu machen. Mehr noch:

20 Gemeint ist der bulgarische Premierminister Boiko Borisov.

Daraus ergeben sich neue Fragen: Warum verspürt die Autorin Angst? Ist der emotionale Zustand, von dem berichtet wird, ernst oder vielleicht ironisch gemeint? Was hat der bulgarische Premierminister mit dieser Angst zu tun? Was hat eine eventuelle Reise nach Berlin damit zu tun? Was hat der Premierminister wem versprochen? Was für eine Entscheidung hat er vor seiner Abreise nach Berlin getroffen? Wie hat er die Autorin verwarnt und warum? usw. In [45] wird ein „Bruchstück“ der Geschichte „verraten“:

[45] Am Samstag hätte ich, [sic!] zusammen mit dem Premier mit der Regierungsmaschine nach Berlin fliegen sollen.

Danach wird der Erzählstrang unterbrochen, um weitere Sachverhalte mitzuteilen, zu erläutern und – vorausschickend, aber lediglich andeutend – auf die Gründe einzugehen, die zur Vereitelung der Reisepläne der Autorin führten. Erst ab Äußerung [49] wird das Geschehene in allen Details wiedergegeben.²¹

Diese Art von verrätselnder Handlungsdurchführung – nicht nur am Anfang des Textes, sondern auch im Textverlauf – ist typisch für die Editorials im *BW*. In den Kommentaren in der *GZ* kommt sie überhaupt nicht vor.

4.3 Kommunikationsmodalität

In den Kommentaren der *GZ*, für die – wie bereits erwähnt – eine ernste, sachliche Modalität typisch ist, wird die Handlung ATTRAKTIV MACHEN äußerst selten ausgeführt, auch nicht in den Überschriften. In den Texten im *BW* wird die Handlung dagegen besonders oft vollzogen. Für den Anfang des Textes scheint sie konstitutiv zu sein. Charakteristisch ist auch, dass die Handlungen in der Regel mehrere Äußerungen umfassen. Das folgende Beispiel aus T 16 illustriert eine minimale Handlungsdurchführung:

[1] Ein rumänischer Student, der ein paar Tage als Tourist in Bulgarien verbracht hatte, wurde von seinen Kommilitonen gefragt, wie es ihm denn im Nachbarland gefallen habe. [2] Darauf gab er folgende Antwort: „Ein wunderschönes Land, aber leider bevölkert“. (T 16)

Sehr häufig finden sich außerdem Metaphern und ironische Formulierungen. Die Ironie ist ein indirektes Mittel der Beziehungsgestaltung (vgl. SANDIG 1986, 255ff.) und bezieht sich in den hier untersuchten Texten auf die im

21 Ich muss aus Platzgründen auf die Wiedergabe des Textes verzichten.

Editorial Genannten, deren Handeln kritisiert wird. Durch die Verwendung der Ironie gestaltet die Verfasserin eine Distanzbeziehung zu ihnen. Dies ist ebenfalls ein wesentlicher Unterschied zu den Texten der *GZ*. Denn dort ist der Kommentator – wenigstens gegen Textende – um eine Beziehungsverbesserung zu den vom Kommentar Betroffenen bemüht.

4.4 Stringenz vs. Abschweifung

Die Kommentare in der *GZ* zeichnen sich durch thematische Stringenz aus, während die Editorials im *BW* sehr häufig Exkurse bzw. Themaabschweifungen enthalten. Das Thema von T 16 beispielsweise, dessen Anfang oben aufgeführt wurde, ist die umstrittene Äußerung eines Ministers ohne Geschäftsbereich, der für die im Ausland lebenden Bulgaren zuständig ist. Der Anlass dafür war folgendes Geschehen: Archäologen haben bei Ausgrabungen an der Schwarzmeerküste menschliche Knochen entdeckt. Der Minister, der selbst Archäologe ist, hat vorschnell verkündet, es handle sich auf jeden Fall um die Gebeine Johannes des Täufers. Nachdem andere Experten ihre Zweifel diesbezüglich öffentlich vorgebracht hatten, ließ er sich – entrüstet über die skeptischen Reaktionen aus dem In- und Ausland – zu der betreffenden Äußerung hinreißen, die Befremden und Empörung in Bulgarien ausgelöst hat. Im Editorial INFORMIERT die Verfasserin die Leser über das Geschehene und KRITISIERTE die Äußerungen des Ministers. Sie versucht zudem aufzuzeigen, dass die betreffende Äußerung kein einmaliger Ausrutscher war und zitiert weitere Aussagen des Ministers zu anderen Themen, die mit dem Geschehen in keinem Zusammenhang stehen. Abgehandelt werden zudem weitere Angelegenheiten, wie z. B. die Stasi-Vergangenheit des Ministers, das Staatsbürgerschaftsgesetz Bulgariens und seine Auslegung, die Möglichkeiten zum Erwerb der bulgarischen Staatsangehörigkeit, die Regelung zum Erwerb der Staatsbürgerschaft in Montenegro; es wird sogar ein ungelöster Kriminalfall angesprochen, der in Bulgarien viel Aufsehen erregt hat. Diese – im gesamten Textkorpus sehr häufig vorkommenden – Themenabweichungen werden oft metakommunikativ bearbeitet. Gegen Ende des Artikels heißt es:

[61] Doch ich sollte mich langsam dem Ende meiner Ausführungen zuwenden nach der langen Ausschweifung und all diesen Geschichten über [...]. (T 16)

Diese Art der Themenabhandlung findet sich in keinem der *GZ*-Kommentare.

4.5 Selbstdarstellung

Die Art des SELBSTDARSTELLENS in den *GZ*-Kommentaren und in den *BW*-Editorials unterscheidet sich grundsätzlich. Während der Kommentator der *GZ* sich als objektiv darstellen möchte, ist die Verfasserin der Editorials im *BW* geradezu bemüht, Subjektivität zu demonstrieren. In ihren Texten wird durchgehend das Personalpronomen *ich* verwendet, sie erzählt Geschichten, die ihr passiert sind, verrät Privates. Diese Preisgabe von Privatem ist von ihr kalkuliert: Sie verstehe sie als Offenheit, als Transparenz, die es ihr ermögliche, das Vertrauen ihrer Leserschaft zu stärken; infolge dieses gestärkten Vertrauens habe sie „langjährige treue Kunden gewonnen“ (GANEVA 2011).

Auffällig bei der SELBSTDARSTELLUNG als glaubwürdig ist die häufige Durchführung der Handlung ZITIEREN. In der *GZ* finden sich Zitate äußerst selten, während im *BW* sehr oft ZITIERT wird und die Zitate in manchen Fällen sehr umfangreich sind.

4.6 Beziehungsgestaltung

Ein weiterer Unterschied zwischen den *GZ*-Kommentaren und den *BW*-Editorials ist die Art der Beziehungsgestaltung. Wie bereits in Kap. 3 ausgeführt, baut der Kommentator der *GZ* eher eine Distanzbeziehung zu den primären Adressaten des Kommentars auf, besonders zu den griechischen Lesern. Die Verfasserin der Editorials im *BW* dagegen ist um Nähe zu der Leserschaft und damit um eine positive Beziehungsgestaltung bemüht. Charakteristisch ist die direkte Anrede der Leser: Sie erfolgt immer am Anfang, aber oft auch mehrmals im Textverlauf, manchmal auch am Textende. Typisch in diesem Zusammenhang ist die metakommunikative Ankündigung der zu vollziehenden Handlung:

[13] In diesem Kontext will ich einmal **raten** [...] [14] Doch bevor ich **meine Hypothese präsentiere**, möchte ich **Ihnen** von einer Begebenheit **berichten**, die [...] [73] Ich **empfehle Ihnen, liebe Leser**, die Antwort zu lesen. (T 3)
[29] Doch **kommen** wir wieder **auf das Thema** Krieg zu sprechen. [30] Ich möchte **Ihnen** von einem anderen Krieg **erzählen**, weil man daraus einiges lernen kann. (T 23)

D. h. die positive Beziehung bleibt vom Anfang bis zum Ende stabil.

Nähe wird auch durch den häufigen Gebrauch gesprochensprachlicher Elemente konstituiert. Vgl. z. B.:

[62] Halt, das fällt mir noch ein: [...]. (T 16)

[53] Alle Achtung! [...] War auch höchste Zeit. (T 3)

[75] Hm, wenn ich nur daran denke, wie viele [...]. (T 9)

Was die Beziehungsgestaltung zu den von der Kritik im Editorial Betroffenen betrifft, so lässt sich feststellen, dass im *BW* oft eine Beziehungsverschlechterung, aber nie eine Beziehungsverbesserung wie in der *GZ* erfolgt.

Die argumentationsstützenden Maßnahmen in den meinungsbetonten Texten der beiden Zeitungen unterscheiden sich nicht wesentlich voneinander. Auch im *BW* ist die illokutive Handlung des KRITISIERENS dominierend; die am häufigsten durchgeführte subsidiäre Handlung ist FORDERN.

5. Schluss

Wie die Untersuchung zeigt, lassen sich bei den meinungsbetonten Texten in den beiden Zeitungen signifikante Differenzen feststellen. Bezogen auf das persuasive Handeln betreffen diese Differenzen weniger die eingesetzten argumentationsstützenden (das ZITIEREN im *BW* ausgenommen), sondern vor allem die argumentationsergänzenden und -fördernden Maßnahmen (vgl. LÜGER 2001). Die konstatierten Unterschiede in der Art der Handlungsdurchführung sind nicht lediglich generell stilistisch und im Besonderen für das persuasive Handeln relevant, sie lassen außerdem darauf schließen, dass wir es mit zwei verschiedenen Textsorten zu tun haben. Die Gemeinsamkeiten sprechen allerdings dafür, dass Kommentare und Editorials einer Textsortenklasse ‚Meinungsbetonte Presstexte bzw. -textsorten‘ zugeordnet werden können, der auch Textsorten wie Leitartikel, Kolumne, Glosse etc. zuzurechnen sind. Letzteres wiederum deutet darauf hin, dass es ein übergreifendes Muster für meinungsbetonte Presstexte gibt, das eine erhebliche Varianz aufweist. Aus dieser Varianz resultieren die genannten Unterschiede in der Art der Handlungsdurchführung.

In Bezug auf das persuasive Handeln in den beiden deutschsprachigen Zeitungen kann darüber hinaus Folgendes geschlussfolgert werden: Die beiden Zeitungen verwenden verschiedene Textsorten, um persuasiv auf ihre

Leserschaft einzuwirken. Für beide Zeitungen haben die meinungsbetonten Texte einen hohen Stellenwert, aber das *BW* scheint einen größeren Wert auf die Meinungsbeeinflussung seiner Leser zu legen (vgl. Abschnitt 4). Wichtig ist auch, dass mit den Editorials im *BW* ein breiterer Leserkreis angesprochen wird als mit den anderen Artikeln der Zeitung, die sich in erster Linie wirtschaftlich relevanten Themen widmen. Dies ist m. E. ein Indiz dafür, dass die Zeitung eine Erweiterung des Adressatenkreises auf Leser, die kein oder wenig Interesse für wirtschaftliche Themen aufbringen, anstrebt.

Abschließend möchte ich darauf hinweisen, dass die Frage, ob das beschriebene persuasive Handeln im *BW* als typisch oder weniger typisch für Editorials generell einzustufen ist, d. h. ob textmusterbezogene oder individuelle Varianz vorliegt (vgl. PETKOVA-KESSANLIS 2009, 3), an dieser Stelle offenbleiben muss. Interessant wäre in diesem Zusammenhang auch zu untersuchen, ob sich die Realisierung an dem Textmuster in der eigenen oder in der fremden Kultur orientiert und inwiefern (überhaupt) eine Anpassung an die aus einer anderen Kulturgemeinschaft stammenden Adressaten erfolgt.

Literatur

- BRINKER, KLAUS (2001): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 5., durchges. u. erg. Aufl. Berlin.
- GUTTKE, MATTHIAS (2010): Strategien der Persuasion in der schriftkonstituierten politischen Kommunikation. Dargestellt an Parteiprogrammen der Neuen Rechten in Polen. Frankfurt a. M. u. a.
- HERBIG, ALBERT / SANDIG, BARBARA (1994): Das kann doch wohl nur ein Witz sein! Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen persuasiver Strategien. In: MOILANEN, MARKKU / TITTULA, LIISA (Hrsg.): Überredung in der Presse. Texte – Strategien – Analysen. Berlin / New York, 59–98.
- HINDELANG, GÖTZ (2010): Einführung in die Sprechakttheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen. 5., neubearb. u. erw. Aufl. Berlin / New York.
- HOFFMANN, MICHAEL (1996): Persuasive Denk- und Sprachstile. In: Zeitschrift für Germanistik N.F. 6, 293–307.
- KILEVA-STAMENOVA, RENETA (2009): Probleme bei der Übersetzung von Printmedientexten im Sprachenpaar Bulgarisch und Deutsch. In: KALVERKÄMPER, HARTWIG / SCHIPPEL, LARISA (Hrsg.): Translation zwischen Text und Welt. Translations-

- wissenschaft als historische Disziplin zwischen Moderne und Zukunft. Berlin, 437–450.
- LENK, HARTMUT E. H. (2005): Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen. In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim / Zürich / New York, 159–184.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmodell. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, 165–181.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.): Mediensprache – Medienkritik. Frankfurt a. M. u. a., 207–224.
- MARGREITER, RALF (2001): Persuasion in den Abstimmungserläuterungen zur Alpen-Initiative: Das hohe Ross des Bundesrates? In: LeGes. Mitteilungsblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Gesetzgebung (SGG) und der Schweizerischen Evaluationsgesellschaft (SEVAL) 1, 9–44. Online verfügbar unter www.bk.admin.ch. (Letzter Aufruf 30.4.2012).
- MARTENS, STEPHAN (2009): Deutschsprachige Zeitungen im Ausland – Berichte aus dem sprachlichen Exil. In: Deutschunterricht im südlichen Afrika (eDUSA) 4, 33–41. Online verfügbar unter http://www.sagv.org.za/edusa/eDUSA_4-09-2/eDUSA_4-09-2_Gesamtausgabe.pdf. (Letzter Aufruf 30.4.2012).
- MOILANEN, MARKKU (1996): Zur kommunikativ-funktionalen Interpretation von persuasiven monologischen Texten. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien. Tübingen, 165–188.
- PETKOVA-KESSANLIS, MIKAELA (2009): Musterhaftigkeit und Varianz in linguistischen Zeitschriftenaufsätzen. Sprachhandlungs-, Formulierungs-, Stilmuster und ihre Realisierung in zwei Teiltexen. Frankfurt a. M. u. a.
- POLENZ, PETER VON (1988): Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens. 2., durchges. Aufl. Berlin / New York.
- RAMGE, HANS / SCHUSTER, BRITT-MARIE (1999): Kommunikative Funktionen des Zeitungskommentars. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilbd. Berlin / New York, 1702–1712.
- ROLF, ECKARD (1997): Illokutionäre Kräfte. Grundbegriffe der Illokutionslogik. Opladen.
- SANDIG, BARBARA (1978): Stilistik. Sprachpragmatische Grundlegung der Stilbeschreibung. Berlin / New York.
- SANDIG, BARBARA (1986): Stilistik der deutschen Sprache. Berlin / New York.

- SANDIG, BARBARA (2006): *Textstilistik des Deutschen*. 2., völlig neu bearb. und erw. Aufl. Berlin / New York.
- STÜRMER, ANETTE u. a. (1997): Bewerten und Bewertungsinventar: Modellierung und computergestützte Rekonstruktionsmöglichkeiten. In: *Deutsche Sprache* 25, 272–288.
- ZIFONUN, GISELA / HOFFMANN, LUDGER / STRECKER, BRUNO (1997): *Grammatik der deutschen Sprache*. 3 Bde. Berlin / New York.

Weitere Quellen:

- BERKHOLZ, STEFAN (2011): Ouzo mit Wasser. Völkerverständigung: In Athen trotz einer deutschen Zeitung der Krise. In: *Der Tagesspiegel*, 7.8.2011. Online verfügbar unter <http://www.tagesspiegel.de/medien/griechenland-krise-ouzo-mit-wasser/4473750.html>. (Letzter Aufruf 30.4.2012).
- GANEVA, BETTY (2011): Persönliches Interview, geführt von der Verfasserin. Sofia, 19. Dezember 2011.
- Internetpräsenz der *Griechenland Zeitung* unter www.griechenland.net. (Letzter Aufruf 30.4.2012).
- Internetpräsenz der Zeitung *Bulgarisches Wirtschaftsblatt und Südosteuropäischer Report* unter www.wirtschaftsblatt-bg.com. (Letzter Aufruf 30.4.2012).
- Internetpräsenz der *Internationalen Medienhilfe* unter www.imh-deutschland.de. (Letzter Aufruf 10.4.2012).
- Online-Verzeichnis deutschsprachiger Zeitungen und Zeitschriften unter www.pressguide.com. (Letzter Aufruf 10.4.2012).
- STADLER, ROBERT / HÜBEL, JAN (2005): E-Mail an die Abonnenten der Griechenland Zeitung vom 6.10.2005. Online verfügbar unter <http://milos-greece.com/news/14/>. (Letzter Aufruf 30.4.2012).

GREGOR VON DER HEIDEN / ANITA MALMQVIST

„Der Schuldzuweiser“

Zu Personalisierungen und Selbstbezügen in Pressekommentaren
einer schwedischen und einer deutschen Tageszeitung

1. Einführendes

Am 24. Januar 2011 trägt ein Artikel auf der Meinungsseite der *Süddeutschen Zeitung* die Überschrift *Der Schuldzuweiser*. Diese Überschrift lässt die Vermutung zu, es handle sich um einen Text über eine ganz besondere Person. Diese Person wird offensichtlich als jemand angesehen, der bei anderen Personen gerne die Schuld sucht und sich zumeist selbst nicht in der Verantwortung sieht. Wenn in Pressekommentaren die Verantwortung für politische Vorgänge und Entscheidungen bei vorwiegend einem Akteur beschrieben wird, handelt es sich um eine Personalisierung. Dieses Kommentierungsverfahren steht im Fokus des vorliegenden Beitrags, in dem die Pressekommentare zweier Tageszeitungen aus unterschiedlichen Ländern analysiert werden. Die kontrastive Analyse des Materials wurde zudem auf das persuasive Mittel des Selbstbezugs der Verfasser innerhalb der Kommentartexte erweitert. Die leitenden Fragen dabei sind, ob und wie sich der Einsatz dieser persuasiven Mittel in den beiden Zeitungen unterscheidet.

2. Einige Begriffsbestimmungen

2.1 Zur Textsorte Pressekommentar

Die Textsorte Pressekommentar gehört nach der Klassifikation von LÜGER (1995, 125–136) neben Glosse und Kritik zu den meinungsbetonten journalistischen Texten. Eine wichtige Funktion des Kommentars ist bekanntlich,

Tagesereignisse, Zeitströmungen und politische Entwicklungen zu erläutern, zu interpretieren oder zu erklären. Deutungen aus Sicht des Kommentators werden vermittelt mit dem Ziel, den Leser in die eine oder andere Richtung zu beeinflussen, d. h. ihm zu erleichtern, sich eine eigene Meinung zu bilden oder seine schon vorhandenen Einstellungen und Haltungen zu unterstützen oder zu verändern (LÜGER 1995, 126 und BURGER 1990, 135).

Zeitungskommentatoren verfolgen das Ziel, aktuelle Sachverhalte zu bewerten und einzuordnen. Da beim Leser die grundlegende (Vor-)Kenntnis des Sachverhalts zumeist unterstellt wird, sieht der Kommentator es vor allem als seine Aufgabe an, den Leser von seinem Standpunkt zu überzeugen, ihn zumindest zum Nach- oder sogar Überdenken seiner Ansicht zum aktuellen Sachverhalt anzuregen (FASEL 2008, 101–104). Dabei muss er mit unterschiedlichen rhetorischen Mitteln um Akzeptanz beim Leser werben. Die Mittel, die er dafür einsetzt, sind, wenn man LÜGER (2001, 209–222) folgt, argumentative, akzeptanzstützende, argumentationsergänzende und rhetorisch-stilistische Maßnahmen.

2.2 Zum Begriff ‚Personalisierung‘

Im vorliegenden Beitrag richtet sich das Hauptaugenmerk auf die zuletzt genannten Maßnahmen von Kommentatoren. Rhetorisch-stilistische Mittel dienen dazu, den Text für den Leser sowohl attraktiver als auch plausibler zu gestalten. Als Beispiele dafür sind bildhafte Darstellungen, ein bestimmter Textaufbau, die Verwendung von Phraseologismen oder auch von Konstruktionsfiguren zu nennen. Ein weiteres persuasives Mittel, welches zu dieser Gruppe hinzuzählen ist, ist das der Personalisierung. Unter diesem Begriff ist ein Kommentierungsverfahren zu verstehen, bei dem die Verantwortung für das politische Handeln einem einzelnen politischen Akteur zugeschrieben wird beziehungsweise sich (im Kommentar) das politische Handeln anderer, wie zum Beispiel der politischen Gegner, auf lediglich einen Akteur bezieht; und dies, obwohl dieser als Teil einer politischen Gruppierung, staatlichen Organisation oder gesellschaftlichen Gruppe anzusehen ist.

Das Kommentierungsverfahren der Personalisierung kann in politischen Zusammenhängen als ein Gebilde von Relationen verstanden werden (siehe Abb. 1). Die Relationsgrößen von typischen Kommentarformen, die eine personalisierte Ausrichtung haben, sind neben dem politischen (Haupt-)Akteur die Gruppe beziehungsweise die Organisation, zu der sich der Akteur zugehö-

rig fühlt oder zu der er in einem Verantwortungsverhältnis steht, und der politische Sachverhalt, der thematisiert werden soll. Andere Akteure können ebenfalls Auswirkungen auf den Hauptakteur haben und eine Relationsgröße darstellen.

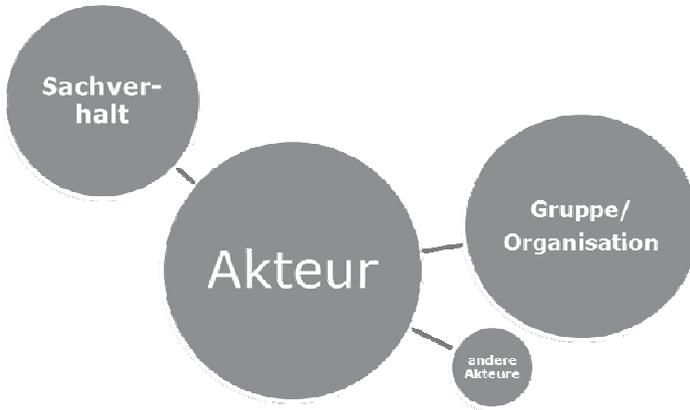


Abb. 1: Relationen bei Personalisierungen

Indem dem *Zoon politikon* durch den Zeitungskommentator bestimmte Sachverhalte, Handlungen, Eigenschaften und Verantwortlichkeiten zugeschrieben werden – EISENEGGER (2010, 15) spricht sogar von einer „Objekt-Personalisierung“ –, kann es gelingen, komplizierte Zusammenhänge, diffizile politische Handlungen oder auch komplexe gesellschaftliche Entwicklungen zu simplifizieren und Einstellungen im Text zuzuspitzen. Eindrücke, die politisch Handelnde bei den Menschen hinterlassen, können leichter dargestellt und auf alltagsweltliche Vorstellungen hin ausgerichtet werden, und dies auch besonders dann, wenn die zu kommentierenden politischen Geschehnisse sich als umfassend erweisen, kulturell vielschichtig sind oder auch geographisch weit entfernt liegen. In der politischen Heimat des Lesers lassen sich mit dem persuasiven Mittel der Personalisierung aber auch individuelle Defizite von politischen Akteuren thematisieren und sogar leicht als Anzeichen für die allgemeine politische Lage deuten.

2.3 Zum Begriff ‚Selbstbezug‘

Selbstbezüge in Presstexten sind ungewöhnlich, in Kommentaren können sie allerdings vorkommen. Dabei beziehen die Kommentatoren Informationen und Entwicklungen auf sich selbst und interpretieren, kommentieren und bewerten sie für den Leser erkennbar vor dem eigenen Erfahrungshorizont. In dem vorliegenden Beitrag soll der Begriff ‚Selbstbezug‘ als ein Kommentierungsverfahren verstanden werden, bei dem der Kommentator explizit, d. h. durch den Gebrauch von Pronomina der ersten Person, oder implizit auf sich selbst Bezug nimmt, während er sich gleichzeitig auf den jeweiligen Sachverhalt bezieht. Explizit als Selbstbezüge impliziter Art betrachten wir Formulierungen, die in unterschiedlichem Ausmaß verallgemeinernd sind, jedoch jeweils den Autor des Kommentars mit einbeziehen. Dazu zählen wir die Verwendung des Indefinitpronomens *man* und den Einsatz von Adverbien wie *bekanntlich* oder Routineformeln wie *so weit bekannt*. Dieses Kommentierungsverfahren verleiht dem Kommentator einen Expertenstatus. Er drückt durch das Beziehen auf die eigene Person seine Einstellung und Bewertung direkt aus und bringt so seine Autorität und seine Einstellung zum kommentierten Sachverhalt zum Ausdruck. Allerdings beinhalten die impliziten Formen von Selbstbezügen gleichzeitig ein appellierendes Element, da sich der Kommentator als einer Gruppe zugehörig darstellt, die bereit wäre, ihn in seiner Auffassung zu unterstützen. Da der Kommentar im Unterschied zu mehr oder weniger anonymen Presstexten als eine „stark autor-bestimmte Textsorte“ charakterisiert werden kann (BURGER 2000, 621), ist zu erwarten, dass sich Selbstbezüge als argumentationsergänzende Maßnahmen gerade in solchen Texten identifizieren lassen. Eine dritte Kategorie machen die textbegleitenden Selbstbezüge aus. Darunter verstehen wir die Fotos und Kurzpräsentationen der Kommentatoren, die in der *DN* obligatorische Elemente bei der Mehrzahl der Kommentare sind.

3. Das Korpus

Das Material für die vorliegende Studie lieferten die zwei überregionalen Abonnement-Tageszeitungen *Dagens Nyheter* (*DN*) und *Süddeutsche Zeitung* (*SZ*). Beide haben im jeweiligen Land eine führende Stellung unter den

Printmedien. Die *SZ* ist mit einer verkauften Auflage von 430.513 Exemplaren die größte überregionale Tageszeitung Deutschlands (IVW). Die *DN* ist zwar mit 298.300 Exemplaren auflagenmäßig kleiner, belegt aber trotzdem den ersten Platz unter den überregionalen Tageszeitungen Schwedens (TS). Eine Berücksichtigung der Bevölkerungszahl Schwedens (9.415.570; SCB) und der der Bundesrepublik Deutschland (81.802.300; DESTATIS) lässt jedoch die Einschätzung zu, die *DN* für das Land Schweden in der meinungsbildenden Funktion als bedeutungsvoller anzusehen als die *SZ* für die Bundesrepublik Deutschland. Die *DN* erscheint täglich, die *SZ* Montag bis Samstag.

Das Korpus setzt sich aus sämtlichen Texten zusammen, die sich in der Zeitspanne vom 21. Januar bis zum 4. Februar 2011, also insgesamt zwei Wochen, in der jeweiligen Zeitung als Kommentar kategorisieren lassen (s. u.). Es handelt sich dabei ausschließlich um Kommentare im Bereich der Politik. Kommentare anderer Bereiche, zum Beispiel solche auf den Sport- oder Wirtschaftsseiten, wurden nicht berücksichtigt. Untersucht wurden 57 schwedische und 70 deutsche Texte (siehe Tab. 1).

Tabelle 1: Übersicht über das Korpus

Zeitraum 21.1. – 4.2.2011	<i>Dagens Nyheter</i>	<i>Süddeutsche Zeitung</i>
Anzahl der Ausgaben	14	12
Anzahl politischer Kommentartexte	57	70
Anzahl Wörter einer Ausgabe	1594	2463

Es lassen sich bei der *DN* vier Kategorien von Kommentaren unterscheiden. Hauptkommentar, *understreckare* ('Kommentar unter dem Strich') und *sido-kommentar* ('Seitenkommentar') erscheinen alle auf Seite vier.¹ Jeder Kommentartext ist mit Name und E-Mail-Adresse des Autors versehen. Hinzu kommen auf der zweiten Seite zwei bis drei Kurzkomentare, versehen mit den Namen der Autoren, aber ohne E-Mail-Adresse.

Der Hauptkommentar erscheint in *DN* täglich außer montags, entweder unter dem Titel *Ledare signerat* ('Leitartikel unterzeichnet') oder *Kolumnen*

1 Die Benennungen stammen von uns – GvdH und AM.

und nimmt vom Umfang her etwa die Hälfte der Seite in Anspruch. *Understreckare* und *sidokommentar* erscheinen täglich außer montags und nehmen jeweils etwa ein Viertel der Seite ein. Sonntags wird der Seitenkommentar durch einen Cartoon ersetzt. Zusammen mit dem Namen des Kommentators wird auch die jeweilige redaktionelle Funktion angegeben: *politisk redaktör*, *ledarskribent* ('Leitartikler'), *fristående kolumnist* ('freier Kolumnist').

Auffällig beim Layout der Meinungsseiten der *DN* ist erstens, dass im Hauptkommentar ein Zitat aus dem Text in stark vergrößerter Form und mit Anführungszeichen wiedergegeben wird. Es fasst in wenigen Worten die Hauptbotschaft zusammen. Zweitens sind die Überschriften generell schlagwortartig formuliert, häufig als direkte Fragen, als Aufforderungssätze oder als Zitate aus literarischen Werken. Drittens wird als Orientierungshilfe für den Leser in allen Kommentaren außer den Kurzkomentaren der Anfang eines Absatzes durch Fettdruck und Versalien markiert. Zwischenüberschriften kommen nicht vor. Außerdem wird im *DN*-Korpus in über zwei Dritteln der Kommentare der Text von einem Bild, in der Regel einem Farbfoto, begleitet.

In der *SZ* befinden sich in jeder Ausgabe die politischen Kommentare auf der vierten, mit der Rubrik *Meinung* überschriebenen Seite. Die Seite ist grob in drei Spalten aufgeteilt. In der linken Spalte befinden sich in der Regel ein *Langkommentar* und drei *Kurzkomentare*. In der Samstagausgabe der *SZ* umfasst der Langkommentar wesentlich mehr Worte sowie Zwischenüberschriften, sodass die Spalte dann nur noch zwei statt der sonst üblichen drei Kurzkomentare fasst. Unter dem Titel des Langkommentars steht der Vor- und Zuname des Verfassers, wohingegen die Kurzkomentare unter dem Text in der letzten Zeile mit einem Namenskürzel versehen sind, beispielsweise „prä“, „kit“ oder „steb“. Die Abbreviationen werden in der Zeitung nicht erläutert, obwohl sich manche Verfassernamen anhand der Angaben im Impressum erschließen lassen.

In der mittleren Spalte der Meinungsseite befindet sich oben in jeder Ausgabe ein Cartoon, der unabhängig von den Kommentartexten zu sehen ist. Unter dem Cartoon befinden sich zwei weitere Langkommentare, die sich von dem Langkommentar in der linken Spalte dadurch unterscheiden, dass sie mit umfangreicheren Schlagzeilen (Headlines) sowie jeweils einem langen Untertitel versehen sind. Die Untertitel sind für gewöhnlich in Form eines vollständigen Satzes geschrieben. Auch bei diesen Langkommentaren werden jeweils zu Beginn die Namen der Verfasser angegeben. Zwischen den beiden Kom-

mentaren steht in jeder Ausgabe ein Text, der mit der Rubrik „Profil“ betitelt wird. Es wird jeweils eine aktuell in der Öffentlichkeit stehende Person thematisiert, charakterisiert und ihr Werdegang oder auch ihre Tätigkeiten werden beschrieben. Ein Profilbild sowie eine Bildunterschrift zieren den Text, der eher deskriptiv angelegt ist und zumeist keine kommentierende oder genuin bewertende Funktion trägt, weshalb er in dieser Studie nicht untersucht wird. Auch die Texte der rechten Spalte, übertitelt mit „Blick in die Presse“, finden keine Berücksichtigung, da es sich um kurze zitierte Kommentarauszüge aus anderen Tageszeitungen handelt.

4. Ergebnisse der Untersuchung

4.1 Analysen der Personalisierungen

Die Analyse des Korpus ermöglicht die Darstellung unterschiedlicher Formen des Kommentierungsverfahrens Personalisierung anhand zahlreicher Belege. Darüber hinaus können die Gestaltungsmerkmale des Verfahrens beschrieben werden. Eine Antwort auf die Frage, welche Folgen die Verwendung von Personalisierungsformen in Pressekommentaren haben können, wird vor dem Hintergrund der Analyse des Materials möglich. Ein wichtiges Ergebnis der Untersuchung ist die Ermittlung von möglichen Gründen für die Wahl des personalisierten Ausdrucks. Sie stehen in enger Beziehung zu den Zwecken, die der Kommentator mit diesem Ausdruck zu erreichen beabsichtigt.

4.1.1 Formen der Personalisierung

In unserem Datenmaterial ließen sich drei Formen von Personalisierungen finden. Bei der eindeutigen Form wird die Verantwortung des politischen Akteurs über die irgendeiner politischen Gruppe gestellt. Der Akteur ist als Person aus Sicht des Kommentators beispielsweise verantwortlich für die Missachtung von politischen Grundregeln. Unzureichende Amtsführung, wenig Sensibilität, mangelnde Informationsbeschaffung oder Geringschätzung politischer beziehungsweise staatlicher Institutionen werden unter anderem dabei genannt. Die eindeutige Form zeichnet sich also dadurch aus, dass es in

erster Linie um das Handeln der Person geht, z. B. um den Umgang mit politischer Verantwortung. Auch wenn Strukturschwierigkeiten benannt werden, steht das Handeln des politischen Akteurs, z. B. des Ministers und nicht seines Ministeriums oder der Regierung, im Vordergrund der Kommentierung (Beleg 1).

(1) Guttenbergs Amtsführung (SZ, 28.1.2011)

Die vage oder schwache Form der Personalisierung ist als solche zu bezeichnen, da beispielsweise einer ganzen Organisation Verantwortung zugewiesen wird und nicht lediglich einem einzelnen Akteur. Die Belege (2) und (3) sollen dies veranschaulichen.

(2) Erst vor zwei Wochen hatte die pro-iranische Schiiten-Partei die alte Regierung in Beirut gestürzt [...]. Sie [Hisbollah, die Verf.] ist nicht mehr nur die heimliche Macht, sie trägt nun auf Regierungsebene die volle Verantwortung und kann durch ihr Verhalten die staatliche Einheit riskieren. (SZ, 26.1.2011)

(3) Der Satz ‚gemeinsam sind wir stark‘ ist dem Bundesverfassungsgericht anscheinend zuwider. Es degradiert sich lieber selbst. Richterlicher Mut wandert ab nach Straßburg. (SZ, 27.1.2011)

Bei dieser Form ist von einer – wenn auch schwachen – Personalisierung zu sprechen, da der Verfasser auch einen Akteur benennt und als Teil (s)einer Gruppe darstellt. Im Text zu Beleg (2) wird beispielsweise zum Geschehen im Libanon ein politischer Akteur genannt. Nadschib Mitaki soll Kandidat für das Amt des Ministerpräsidenten werden. Der Kommentator stellt diesen Akteur nicht nur als Teil (s)einer Organisation, der Hisbollah, dar, sondern gibt an, dieser sei sogar als abhängig von ihr zu sehen. Hier wird also differenziert kommentiert und eine Sichtweise eingenommen, die trennt zwischen der Verantwortung und der politischen Handlungsfähigkeit des Akteurs und der Gruppe, zu der sich der Akteur zugehörig (aber auch von ihr abhängig) fühlt und die er letztlich repräsentiert.

Eine andere vage oder auch schwache Form der Personalisierung lässt sich in Beleg (4) finden. Sie ist nicht eindeutig ausgeprägt, da nicht das Handeln des Akteurs bewertet, sondern eher die Persönlichkeit oder ein Charakterzug zur Diskussion gestellt wird. Die Entscheidung des Kommentators, einem Akteur das politische Handeln zuzuschreiben, dient hier also zum Beispiel nicht der Simplifizierung politischer Vorgänge. Vielmehr liegt das zu

erörternde Problem für den Kommentator in der persönlichen Schwäche des Akteurs begründet, Verantwortung für bestimmte, gegebenenfalls negative Konsequenzen des politischen Handelns zu übernehmen.

- (4) Zum Offizier taugt der Minister nicht. Im Umgang mit Soldaten gebricht es dem Politiker Guttenberg an militärischer Führungstugend. (SZ, 29.1.2011)

Wie in Beleg (5) ersichtlich, kann sich eine schwache Personalisierung auch dadurch zeigen, dass nur eine singuläre Aktion des Akteurs, für die dieser Verantwortung trägt, herausgestellt wird, wohingegen im sonstigen Kommentartext eine Verantwortung bei der politischen Organisation gesehen wird.

- (5) Thomas de Maizière wollte und will aus politischen Überlegungen kein Alarmist sein. Seine Terrorwarnung vom November begründete er allein mit der Gefahrenlage. (SZ, 2.2.2011)

Bei der besonderen Form der Personalisierung findet der Kommentator die Verantwortung für das Handeln nicht bei einem einzelnen Akteur, sondern bei der Gruppe, aus der der Akteur erwachsen ist. In einem Kommentar zur Politik Hamburgs (Beleg 6) wird die Meinung vertreten, dass die politische Gruppierung (die Hamburger CDU) eine politische Tat in der Vergangenheit, nämlich die Koalition mit der GAL, auf die Person des ehemaligen politischen Akteurs (Ole von Beust) zurückführen möchte. Das heißt, die politische Tat ist keine gemeinschaftliche, sondern eine des damalig in Verantwortungsposition befindlichen Akteurs.

- (6) Ole? Wir kennen keinen Ole. Hamburgs CDU gibt sich so, als wäre Beust ihr heute peinlich – daher steht sie vor dem Machtverlust (SZ, 25.1.2011)

Sprachlich wird diese Einschätzung in der Argumentationsfolge des Kommentartextes mit „Privatsache des Ole von Beust“ tituliert und dazu benutzt, die politische Gruppierung negativ zu bewerten. Der politische Akteur verkörpert aus Sicht des Kommentators die positive Seite (war „moderner Politiker“, wagte „Experiment“, verfügte über „unideologische Art“), während die Gruppierung die negative darstellt (war „nie [...] moderne Partei“, hat „Machtoption [...] nie gelebt“, „ignoriert“ Hilfe von Beust). Der Kommentator geht im letzten Teil seines Artikels sogar so weit, dass er der Gruppierung indirekt anrät, die Haltung gegenüber ihrem ehemaligen Akteur zu verändern.

In einem anderen Kommentar (Beleg 7) ließ sich eine Besonderheit der Personalisierung ausmachen, indem der zunächst genannte politische Sachverhalt, die deutsche Entwicklungshilfe im Allgemeinen, die bestimmten Menschen in der Ferne dienlich sein soll, nur vorgeschoben wird, um zu einer personalisierenden Haltung zu kommen.

- (7) Die deutsche Entwicklungshilfe soll zwar bedürftigen Menschen in fernen Ländern zugute kommen [...] aber das bedeutet nicht, dass der Entwicklungshilfeminister kein Gespür für das heimische Publikum hat. (SZ, 28.1.2011)

Dem Akteur wird in Form der doppelten Verneinung eine Eigenschaft zugesprochen, die dem Verfasser zufolge unabhängig von der Zielausrichtung der allgemeinen Entwicklungspolitik ist. Der Artikel behandelt also nicht die allgemeine Politik im und für das Ausland, sondern das Bild des Akteurs im Inland. Um ein positives Image geht es – so lautet die Unterstellung in diesem Satz – dem Akteur, dessen politische Handlung erst im weiteren Verlauf des Textes thematisiert wird. Somit ist eine Personalisierung eingeleitet, die den gesamten Kommentartext prägt.

4.1.2 Zur Gestaltung der Personalisierungen

Die allgemeine Gestaltung von insbesondere eindeutigen Formen von Personalisierungen in den beiden untersuchten Tageszeitungen lässt sich anhand mehrerer Merkmale beschreiben. So wird die Überschrift samt Untertitel häufig dafür genutzt, eine personalisierte Form der Kommentierung anzukündigen. Es werden dazu Hinweise gegeben, was im Text zu erwarten ist (Belege 8–10; siehe auch Beleg 1 oben). Bei Personalisierungen finden sich in den meisten Fällen Andeutungen einer personalisierten Haltung des Kommentators bereits in der Überschrift.

- (8) Beust, Koch, Müller. Saarlands Ministerpräsident tritt zurück, will aber weiter Politik machen – nur eben jetzt in Karlsruhe. (SZ, 24.1.2011)
- (9) Niebel und der böse Fonds (SZ, 28.1.2011)
- (10) Feg, fegare, Assange (‘Feig, feiger, Assange’) (DN, 1.2.2011)
- (11) Silvio mot Vatikanen (‘Silvio gegen den Vatikan’) (DN, 22.1.2011)

Dabei halten sich die Kommentatoren der deutschen wie auch der schwedischen Tagespresse mit der Nennung des Vornamens, Beleg (11) und (6), allerdings zurück. Wenn dies geschieht, dann nur in der Überschrift. Im eigentlichen Kommentartext wird ausschließlich der Nachname verwendet, was lediglich auf *attention getters* der Verfasser hinweist.

Neben der Gestaltung der Überschrift lassen sich weitere Merkmale ausmachen. So ist zuweilen ein klarer sprachlicher Aufbau zu verzeichnen, der die Hinwendung zum Akteur im Verlaufe des Textes für den Leser immer deutlicher werden lässt. Bei einem Kommentar zu einem Akteur, der in der Verteidigungspolitik Verantwortung trägt (SZ, 24.1.2011), wird im ersten Teil des Textes im Allgemeinen von „ein[em] Minister“, dann im Weiteren von „ein[em] Politiker“ gesprochen. Im darauf folgenden Teil wird der Akteur mit Vor- und Zunamen genannt und die Funktionsbezeichnung hinzugefügt („Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg“). Im gesamten letzten Textteil wird ausschließlich der Nachname des Akteurs („Guttenberg“) verwendet.

Bei der üblichen Gestaltung von personalisierten Kommentaren ist auffällig, dass diese zumeist in Verbindung mit rhetorischen Figuren stehen, die, wie von BURGER (1990, 333) vermerkt, als ein fundamentaler Bestandteil des Kommentierungsverfahrens zu gelten haben. Dies lässt sich bestätigen, denn das Korpus weist die Verwendung zahlreicher rhetorischer Figuren im Zusammenhang mit personalisierenden Kommentaren aus. Bei Darstellung eines Akteurs wird in metaphorischer Weise dieser als „Anker“ für eine bestimmte geographische Region bezeichnet (Beleg 12). Über einen Anker zu verfügen, bedeutet Gewicht zu haben oder auch Sicherheit und Stabilität gewährleisten zu können. In Beispiel (13), das sich auf ein im Besitz des Akteurs befindliches Gebäude bezieht, kann der Kommentator eine enge Verzahnung von Akteur und „seiner“ Organisation zum Ausdruck bringen. Diese Personifikation kann beim Leser Assoziationen zu einem „Hausherrn“ auslösen, der über die Regeln und Pflichten zu wachen hat und anderen „ein Dach über dem Kopf“ bietet. Auf asyndetische Reihungen (Belege 8 und 10) als Mittel der Zuspitzung wurde bereits hingewiesen. Mit Hilfe einer Allegorie (Beleg 14) wird ein politischer Akteur in der Überschrift als jemand dargestellt, der sich zum einen umtriebiger zeigt und zum anderen andere Akteure zur Erreichung politischer Ziele antreibt. Die euphemistische Formulierung in (15) hebt das positive Image, den Habitus beziehungsweise das Handeln des Akteurs hervor. Der Kommentar besteht darin, dass sich nun aufgrund der eingetretenen

Lage für andere Akteure die Gelegenheit bietet, das Image zu entkräften, den Habitus zu kritisieren beziehungsweise das Handeln zu konterkarieren.

(12) Anker für arabische Welt (*SZ*, 31.1.2011)

(13) Niebels Haus (*SZ*, 28.1.2011)

(14) Weltentreiber (*SZ*, 25.1.2011)

(15) Strahlemann der Union (*SZ*, 28.1.2011)

4.1.3 Folgen der Verwendung von Personalisierungen

Unter Verwendung des Kommentierungsverfahrens können politische Akteure abgewertet werden. Die personalisierte Ausrichtung der Kommentare führt, wie die Belege (16) und (17) zeigen, dazu, dass beim Leser Zweifel hinsichtlich der Bedeutung, der persönlichen Integrität oder Ehrlichkeit, des Anstands oder auch der politischen Handlungsfähigkeit des Akteurs entstehen können.

(16) I det stora och längre försvarsdramat är Sten Tolgfors blott en statist, som med finansminister Anders Borgs goda minne fått medverka i slutscenerna.

(‘Im großen und längeren Verteidigungsdrama ist Sten Tolgfors ein bloßer Statist geworden, der mit dem guten Gedächtnis von Finanzminister Anders Borg in den Schlussszenen mitspielen durfte.’) (*DN*, 23.1.2011)

(17) Es ist vielleicht noch der geringste Einwand gegen Müllers Vorgehen, dass ‚man‘ so etwas nicht macht: mitten in der Amtsperiode einfach aufzuhören und sich zu gerieren wie ein Fußballprofi, dem ein Vertrag nur so lange etwas bedeutet, wie er keine noch bessere Alternative hat. (*SZ*, 24.1.2011)

Als Beispiel dafür, wie in einem Kommentartext verschiedene Charaktereigenschaften desselben Akteurs besprochen werden können, sei der Kommentartext mit der Überschrift „Der Schuldzuweiser“ (*SZ*, 24.1.2011) angeführt. Dem Akteur wird vorgeworfen, er tendiere zur Selbstverteidigung (Beleg 18), während in (19) seine wohl für übertrieben gehaltene Selbstständigkeit angesprochen wird, ein Kommentar, der im Hinblick auf das später nachgewiesene Plagiat in seiner Dissertationsschrift umso ironischer erscheint. In (20) sowie (21) wird die Selbstdarstellung des Akteurs thematisiert. Dessen emotionale

Haltung zum Sachverhalt (des Generalverdachts bei der Bundeswehr) wird in (22) ironisierend beschrieben.

- (18) Zugleich ist er ein Meister der Selbstverteidigung. Stets betont er, dass er die Verantwortung trägt. Übernehmen lässt er sie aber gern von anderen, wie jetzt wieder von [...]. (SZ, 24.1.2011)
- (19) Guttenberg macht alles selbst. (SZ, 24.1.2011)
- (20) Gleichwohl gibt der fränkische Freiherr den unbeirrbaren Krisenmanager. (SZ, 24.1.2011)
- (21) Wenn es um den guten Eindruck geht, nimmt Guttenberg auch Brüche in seiner Argumentation in Kauf. (SZ, 24.1.2011)
- (22) Wie betroffen den Minister das alles macht, kann man dann auch wieder in der Bild am Sonntag besichtigen. Dort zeigt sich ein strahlender Minister mit dem ebenfalls fröhlichen Chefredakteur des Blattes auf dem Rücksitz seines Dienstwagens. (SZ, 24.1.2011)
- (23) Ein Guttenberg duldet keine Götter neben sich. (SZ, 24.1.2011)

Die Folge dieser Darstellung von Charaktereigenschaften ist, dass der Leser den Eindruck gewinnt, der Akteur stehe nicht zu seinem Wort und übernehme persönlich keine Verantwortung. Darüber hinaus informiere er sich nicht gut genug, treffe vorschnell Entscheidungen, habe keine Führungskompetenz, etc. Dieser erzeugte Eindruck wird vom Kommentator angereichert, denn dieser erläutert die Charaktereigenschaften nicht ohne die örtliche sowie familiäre Herkunft und die gesellschaftliche Stellung („der fränkische Freiherr“) zu erwähnen (20). Die Darstellung von Charaktereigenschaften geht mit der Überhöhung der Person zu einer Transzendenz einher. In Beleg (23) wird der Akteur in sarkastischer Weise als über den Dingen und Menschen stehend und einer Gottheit gleich beschrieben. Neben dieser deutlich negativen Wertung lassen sich, wenn auch weniger frequent, positive Charakterbewertungen im Datenmaterial nachweisen, auch wenn es nur, wie im Beleg (28) ersichtlich, darum geht, dass ein Akteur zu einer Erkenntnis gekommen ist, die der Kommentator als positiv ansieht.

4.1.4 Mögliche Gründe für den personalisierenden Ausdruck

Aufgrund der Analyse des Textmaterials werden Hinweise formulierbar, die Rückschlüsse über den Grund des Einsatzes von Personalisierungen zulassen. Vorwiegend sind politische Verhältnisse der Grund für die Wahl einer personalisierenden Kommentierung. Handelt es sich bei der Auseinandersetzung mit einer anderen Gesellschaft um einen aus Sicht des Kommentators nur bedingt demokratischen Rechtsstaat oder vielmehr um die Staatsform einer Diktatur, dann ist offenbar die Wahl, sich mit dem Akteur als Person zu beschäftigen, leicht zu treffen. In zahlreichen Fällen werden autokratische Verhältnisse als Freibrief dafür gesehen, das Handeln eines einzelnen Akteurs zu kommentieren, auch wenn sich die Verhältnisse auf politische Gruppen, wie zum Beispiel machthabende Parteien, beziehen. Im Korpus ließen sich unter anderem Beispiele bei der Kommentierung von Geschehnissen in Weißrussland (Beleg 24) und Ägypten (Beleg 25) finden. Diese – nach Meinung der Kommentatoren bestehende – Berechtigung zu einem personalisierenden Ausdruck wird auch bei Kommentaren anderer Zeitungen konstatiert (LÜGER 2001, 220–221).

- (24) Sedan decemberprotesterna slogs ned står det en gång för alla klart att Lukasjenko inte är intresserad av demokrati.
(‘Seit der Niederschlagung der Dezemberproteste ist es ein für alle Mal klar, dass Lukaschenko an Demokratie nicht interessiert ist.’) (*DN*, 3.2.2011)
- (25) Aber selbst die deutsche Außenpolitik vertraute Mubarak und fand sich mit dem Deal ab, den der Potentat anbot: Stabilität in der Region [...] und [...] Stillschweigen bei den Menschenrechten, bei der politischen und gesellschaftlichen Modernisierung, bei Korruption und Intransparenz. (*SZ*, 31.1.2011)

Die Entscheidung des Kommentators für eine Personalisierung kann aber auch andere Gründe haben. In (26) und (27) ist ersichtlich, dass der jeweilige Verfasser eine deutliche menschliche Schwäche beim Akteur erkennt. Die Schwäche liegt bei (27) darin, dass laut Ansicht des Kommentators der Akteur keine Verantwortung für negative Konsequenzen des eigenen politischen Handelns und das anderer übernimmt. Dass dabei der Akteur als Person eine Organisation anführt, deren interne Führung anders auszusehen hat, eine Art

der Führung, die Loyalität, Kameradschaftlichkeit etc. im Umgang mit „Untergebenen“ oder „Mitarbeitern“ fordert, ist Gegenstand des vagen Kommentars.

- (26) Ein Minister, der eigentlich im Bilde hätte sein sollen, lässt sich von den Medien überraschen – und reagiert, ganz schnell. Man muss hier nicht unbedingt an Herrn Guttenberg und den des Kommandos entbundenen Gorch-Fock-Kapitän denken. (SZ, 28.1.2011)
- (27) In der Gorch-Fock-Affäre wurde deutlich, dass man, wäre Guttenberg Offizier und man selbst Soldat, nicht unter ihm dienen möchte. Solange schönes Wetter herrscht, übernimmt er gern Verantwortung. [...] Im Falle eines Problems aber, vor allem wenn es öffentlich wird [...], findet Guttenberg stets rasend schnell Schuldige, die er mit Trara suspendiert, hinauswirft oder schlechtredet. (SZ, 29.1.2011)

Sich für einen personalisierenden Stil im Kommentartext zu entscheiden, kann sich auch auf die Vorstellung gründen, dass aus der Perspektive des Kommentators der Akteur grundlegende politische Vorgaben macht. Da der Kommentator der Ansicht ist (Beleg 28), der politische Akteur liege hinsichtlich einer bestimmten Sachfrage (Regulierung der Wirtschaft) richtig, stellt er die Schwierigkeiten dar, vor die der politische Akteur gestellt ist, und argumentiert für eine „Dennoch“-Haltung, die sich der Akteur zu eigen machen sollte. Die Darstellung des handelnden Akteurs als Person ist für den Kommentator nötig, da der handelnde Akteur die grundlegende politische Richtung vorzugeben hat. An ihm liegt es, andere politische Akteure vom richtigen Weg zu überzeugen und zu einem Beschluss dazu zu bewegen.

- (28) Dennoch tut der französische Präsident gut daran, die Staatengruppe anzutreiben. Allenfalls die G 20 sind derzeit in der Lage, die drängenden Wirtschafts- und Entwicklungsprobleme der Erde anzupacken. [...] Der neue G-20-Präsident Sarkozy hat das erkannt. (SZ, 25.1.2011)

Ein weiterer Zweck der Verwendung von Personalisierungen liegt darin, die Relation von Sachverhalt und Akteur hervorzuheben. Allein der Titel eines Kommentars (Beleg 9) ist dahingehend aussagekräftig. Der politische Akteur („Nebel“) steht in einem nebengeordneten Verhältnis („und“) zu einer Sache („Fonds“), die personifiziert dargestellt wird. Der Sache wird eine humane Eigenschaft des Böse-Seins zugeordnet. Die Vermenschlichung der Sache lässt nun Assoziationen beim Leser zu, ob auch der Akteur mit dieser Eigen-

schaft etwas zu tun hat – beziehungsweise, inwiefern er dieser Eigenschaft als *Zoon politikon* oder einfach als Handelnder eigentlich gegenübersteht. Die Hervorhebung der Relation von Akteur und Sachverhalt weckt Neugierde, denn der Titel lässt offen, ob das Ziel verfolgt wird, dem Leser eine Übertragung des negativen Adjektivs der Sache auf die Person Niebel nahe zu legen oder ob der Kommentator vielmehr die Bewertung der Sache – es handele sich um einen schlechten Fonds – karikiert und ironisch verstanden wissen will.

4.2 Analyse der Selbstbezüge

Da sich der Kommentar, wie von BURGER (2000, 621) vermerkt, als „stark autor-bestimmte Textsorte“ charakterisieren lässt, ist zu erwarten, dass der Autor oder das Autorenteam in unterschiedlichem Maße in einem greifbaren Sinn identifizierbar ist. Dies kann auf verschiedenen Ebenen der Textbildung und durch verschiedene Mittel sichtbar werden. In den folgenden Abschnitten sollen die oben (2.3) beschriebenen drei Formen von Selbstbezügen kurz dargestellt und anhand von Textbeispielen veranschaulicht und kommentiert werden.

4.2.1 Explizite Selbstbezüge

Auffällig ist im Material der *DN* der häufige Gebrauch des Personalpronomens *jag* ('ich'), aber auch die Pluralform *vi* ('wir') und die Possessivpronomina *min* ('mein') und *vår* ('unser') lassen sich mehrmals belegen.

- (29) Häromdagen läste jag i den tyska veckotidningen Der Spiegel [...].
(‘Neulich habe ich im deutschen Wochenmagazin Der Spiegel [...] gelesen [...]'). (*DN*, 22.1.2011)
- (30) Utan att veta särskilt mycket om Tunisien har jag mina tvivel.
(‘Ohne sonderlich viel von Tunesien zu wissen, habe ich meine Zweifel.’) (*DN*, 22.1.2011)
- (31) [...] jag tycker att Rädga Barnens ordval förfelar sitt syfte.
(‘[...] ich meine, die Wortwahl von Rädga Barnen verfehlt ihr Ziel.’)
(*DN*, 2.2.2011)

Nicht selten findet sich, wie die Beispiele (29) und (30) zeigen, ein derartiger expliziter Selbstbezug direkt am Anfang des Kommentars als eine Art Einstieg ins Thema. Hierbei können Ähnlichkeiten mit der Textsorte Glosse festgestellt werden (MALMQVIST 2010, 178), bei der häufig ein direkter Bezug zu Erfahrungshorizont und Gemütslage des Autors den Text einleitet. In (31) signalisiert der Selbstbezug eine Art Zusammenfassung der davor geführten Argumentation und verdeutlicht gleichzeitig die Einstellung des Kommentators zum kommentierten Sachverhalt. Diese Art von Selbstbezügen fehlt im Korpus der *SZ* gänzlich.

4.2.2 Implizite Selbstbezüge

Neben den expliziten Selbstbezügen finden sich aber auch zahlreiche implizite Selbstbezüge im untersuchten Material. Dazu ist der Gebrauch des Indefinitpronomens *man* zu zählen, welches eine Verallgemeinerung der Aussage bewirkt, die aber auch den Kommentator mit einbezieht. Dieser stellt sich als Vertreter einer Einstellung dar, die mit einer größeren Gemeinschaft geteilt wird und somit entsteht der Eindruck einer breiten Zustimmung, die den Rezipienten dazu anregen kann, sich dieser Einstellung anzuschließen. Die Belege (32)–(38) sind Beispiele dafür, dass diese Kategorie von Selbstbezügen sowohl im deutschen als auch im schwedischen Material vorkommt.

- (32) Man kan tycka vad man vill om den historiska rättvisan, men om man [...] kompenserar palestinierna med annan mark blir problemet mer hanterbart.
(‘Man mag denken, was man will zur historischen Gerechtigkeit, aber wenn man [...] den Palästinensern anderes Land als Ersatz bietet, lässt sich das Problem besser bewältigen.’) (*DN*, 26.1.2011)
- (33) Man ska dock ta dessa teorier med en stor nypa salt.
(‘Man sollte jedoch diese Theorien mit einer großen Prise Salz nehmen.’) (*DN*, 28.1.2011)
- (34) Ibland får man bara nog.
(‘Manchmal hat man einfach genug.’) (*DN*, 27.1.2011)
- (35) Man kann das verstehen. (*SZ*, 24.1.2011)
- (36) So kennt man ihn. (*SZ*, 24.1.2011)

(37) Man hätte dem Minister gewünscht, etwas genauer hinzuschauen, was auf der Gorch Fock passiert ist. (SZ, 24.1.2011)

(38) Auch fragt man sich [...]. (SZ, 24.1.2011)

Dabei geht es nicht selten, wie die Beispiele (32), (33) und (34) zeigen, um feste Wortverbindungen, die sich in den zitierten Beispielen der Kategorie ‚Routineformeln‘ zuordnen lassen. Routineformeln können laut BURGER (2010, 56) unter anderem als Markierung kritischer Formulierungen, als äußerungskommentierende Metakommunikation oder als Aufmerksamkeitssteuerung fungieren. Im untersuchten Material lässt sich die ersterwähnte Funktion bei (33) feststellen, während (32) und (34) die zweite illustriert. Routineformeln haben folglich in diesen Kommentartexten ihren festen Platz.

Andere Formen impliziter Selbstbezüge finden sich in den unten aufgeführten Beispielen (39)–(42).

(39) Einen Katalog der besonderen Vorkommnisse, über die er selbst und sofort zu unterrichten ist, hat Guttenberg, so weit bekannt, noch nicht aufgestellt. (SZ, 24.1.2011)

(40) Och som bekant kan man ju inte bryta mot en lag som inte finns.
(‘Und bekanntlich kann man ja nicht gegen ein Gesetz verstoßen, das es nicht gibt.’) (DN, 2.2.2011)

(41) Denn wer derzeit die Verhältnisse in Baden-Württemberg oder auch in Nordrhein-Westfalen anschaut, der stellt schnell fest, dass aus dem gegenwärtigen Fünf-Parteien-System flott ein Drei-Parteien-System werden könnte. (SZ, 24.1.2011)

(42) Den som inte sjunger i total harmoni med änglarna utpekas som rasist [...].
(‘Wer nicht ganz in Harmonie mit den Engeln singt, der wird als Rassist bezeichnet [...].’) (DN, 25.1.2011)

Verallgemeinernde Aussagen wie *so weit bekannt*, *bekanntlich* oder *wer [...] die Verhältnisse [...] anschaut, der stellt [...] fest*, und *den som inte sjunger* lassen die Person des Kommentators nahezu völlig in den Hintergrund treten. Man kann als Zeitungsleser den Eindruck gewinnen, dass der Kommentator zu einem äußerst kleinen Teil dieser die Allgemeinheit bestimmenden Ansicht wird. Diese Ansicht wird bloß durch den Kommentator im Text wiedergegeben. Er verschwindet wie jeder andere mehr oder weniger Beteiligte in der

emergenten Einheit, ohne gesondert hervortreten. Er ist und bleibt jedoch derjenige, der dies so darstellt. Der Selbstbezug ist als stark implizit zu bezeichnen und scheint nahezu zu verschwinden.

Gänzlich verschwindet der Selbstbezug allerdings bei (43) und (44), die Versuche eines Kommentators darstellen, durch den epistemischen Gebrauch der Modalverben (*will/ska*) den Selbstbezug regelrecht zu vermeiden, indem auf Äußerungen und Meinungen anderer Bezug genommen wird (vgl. SCHENNER 2010, 169).

(43) Von den Vorgängen auf der Gorch Fock will Guttenberg erst in dieser Woche erfahren haben. (SZ, 22.1.2011)

(44) Själv ska han ha varit så rädd för att förföljas av amerikanska agenter att han iklätt sig kvinnoperuk.

(‘Er selbst soll solche Angst gehabt haben, von amerikanischen Agenten verfolgt zu werden, dass er sich eine Frauenperücke aufsetzte.’) (DN, 1.2.2011)

Wie anhand des kurzen Textauszugs (Beleg 43) erkennbar wird, hegt der Verfasser deutlich Zweifel an den Aussagen des politischen Akteurs und somit auch an seiner Ehrlichkeit. Das sprachliche Handeln wird in Frage gestellt und von einem ausbleibenden Handeln zu einem früheren Zeitpunkt ausgegangen beziehungsweise dies dem Akteur unterstellt. Anstatt in einer expliziten Darstellungsform zu schreiben: „Ich gehe davon aus, dass Guttenberg schon zu einem früheren Zeitpunkt informiert wurde ...“ oder anstatt in einer vorsichtig impliziten Form anzugeben, es sei davon auszugehen, dass Guttenberg von den Vorgängen früher erfahren habe, wählt der Kommentator in diesem Fall eine noch distanziertere Haltung zu seiner eigenen Person, Rolle oder Funktion als Kommentator. In (44) bezieht sich der Kommentator auf Aussagen anderer zum Verhalten des jeweiligen Akteurs und signalisiert somit, dass er für die Aussage keine eigene Verantwortung übernimmt. Anscheinend schafft nur die gewählte Ausdrucksweise die Voraussetzung dafür, dass man als Leser nicht über den Bewertenden nachdenkt, sondern lediglich über die Bewertung. Wie der Kommentator zu dieser Bewertung gekommen ist, bleibt offen und wird nicht angegeben. Der Kommentator tritt in der Sub-

ektivität seiner Bewertung hinter die Formulierung zurück, sodass sich hier sogar von einer Art Vermeidungshandlung sprechen lässt.²

4.2.3 Textbegleitende Selbstbezüge

Als eine zusätzliche Kategorie von Selbstbezügen sollen die Fotos und Kurzpräsentationen der Kommentatoren betrachtet werden, die in der *DN* bei allen Kategorien mit Ausnahme der Kurzkommentare eine obligatorische Komponente sind. Das jeweilige Foto wird mit Angaben zum Namen, der Funktion, eventuell zu einem akademischen Titel sowie mit Angaben zum redaktionellen Status des Kommentators versehen. Generell ist der Einsatz von Bildern eine argumentationsergänzende Maßnahme, um beim Rezipienten Einstellungen zu beeinflussen und Reaktionen hervorzurufen (BURGER 2000, 622). Die Fotos von den Kommentatoren in der *DN* erfüllen eine wichtige Funktion, da sie Voraussetzungen für die Argumentation schaffen, indem sie den Kommentatorverfasser beispielsweise als erfahren, formell kompetent und zuverlässig oder sogar als attraktiv, flexibel und innovativ erscheinen lassen. Das kann den Leseprozess steuern und die Aufnahme des Inhalts beeinflussen. Die Angaben zur jeweiligen Position des Kommentators innerhalb der Redaktion können eine wertende Wirkung haben, da es Statusunterschiede gibt.³ Hierbei ist ein wichtiger Unterschied zwischen den beiden Zeitungen festzustellen, da

2 Hierbei kann natürlich nicht, wie bei einem Vis-à-vis-Gespräch, von einer Vermeidungshandlung gesprochen werden, bei der ein bestimmtes Redethema, welches den individuellen Zwecken des Agierenden entgegenwirkt, nicht zum Gegenstand des Gesprächs gemacht, aufgenommen oder weitergeführt wird (vgl. VON DER HEIDEN 2006, 175). Dennoch trägt diese Formulierung ähnliche Merkmale wie die genannte kommunikative Strategie, und zwar nicht bei der Nicht-Behandlung eines Redethemas, sondern auf der Ebene des Selbstbezugs.

3 Der höchste Status kommt dem *politisk redaktör* als Redaktionsleiter und dem *fristående kolumnist* zu. Dieser gilt meist als erfahrener Journalist, verfügt als Universitätsprofessor über Spezialwissen oder hat eine besondere Stellung auf der politischen Bühne. Sein Sonderstatus wird durch Nennung des Namens im Untertitel des Kommentars verstärkt. *Unga arga män. Kolumnen: Richard Swartz om den moderna revolutionens ovissa slut.* ('Böse junge Männer. Die Kolumne: Richard Swartz über das ungewisse Ende der modernen Revolution.') (*DN*, 22.1.2011)

textbegleitende Selbstbezüge dieser Art in der *SZ* überhaupt nicht vorhanden sind.

5. Fazit

Im Fokus der Analyse von politischen Kommentaren der *Süddeutschen Zeitung* sowie der *Dagens Nyheter* standen die persuasiven Mittel der Selbstbezüge und der Personalisierungen. Im Datenmaterial der *SZ* konnten keine expliziten Selbstbezüge festgestellt werden. Es liegt der Schluss nahe, dass es sich hierbei um eine Konvention handelt, Selbstbezüge nicht explizit zu gestalten. Die einzige persuasive Möglichkeit eines *SZ*-Kommentators scheint darin zu liegen, Selbstbezüge zu kaschieren und in allgemeine Einschätzungen einzubinden. Im Unterschied zum Leser der *DN* kann von daher ein Leser der *SZ* auch keine Rückschlüsse auf die Informationsquellen und Bewertungsgrundlagen des Textverfassers ziehen. Wie etwas in welche Richtung und mit welchen Argumenten stützend kommentiert wird, ist auf Seiten der *SZ* bedeutsam, in den Hintergrund tritt aber offensichtlich die Art und Entstehung des Bewertungsprozesses. Aufschluss darüber, wie der Kommentator zu seiner Sichtweise gekommen ist, ob dies beispielsweise mit seinem (persönlichen) Interesse in Verbindung zu bringen ist, gegebenenfalls seiner sozialen Herkunft, der Ausbildung, seinem Alter, der Geschlechtszugehörigkeit oder auch seinem journalistischen Status zusammenhängt, bekommt der Leser nicht. Die Unabhängigkeit, das Urteilsvermögen, das selbstständige Denken und die fundierte journalistische Arbeit, z. B. durch angemessene Recherche und ausreichende Wissensaneignung, werden vorausgesetzt. Hinweise darauf werden dem Leser nicht gegeben, sieht man von der reinen Darstellung und Kommentierung der Sache im Kommentartext ab.

In der *DN* hingegen konnten zahlreiche explizite wie auch implizite Selbstdarstellungsformen der Kommentatoren ausfindig gemacht werden. Offenbar gehört es zur Kommentarkonvention, die Subjektivität der geäußerten Meinung des Verfassers innerhalb seines Kommentartextes darzustellen. Mit direkter Anknüpfung daran, welche Quellen und Aussagen von anderen Grundlage für das Verfassen des Textes waren, gibt der Kommentator dem Leser einen Einblick in die individuelle Meinungsfindung oder zumindest Einblick in die Aneignung von Wissen durch den Autor zum politischen

Sachverhalt. Zugleich räumt diese Art der Offenlegung persuasive Möglichkeiten auf verschiedenen Ebenen ein. So kann zum Beispiel der Leser entdecken, dass er zuweilen auf ähnliche Quellen seiner eigenen Meinungsbildung zurückgreift, auf die auch der Kommentator rekurriert. Auch außerhalb des Kommentartextes werden in der *DN* zahlreiche Maßnahmen getroffen, um die Selbstdarstellung des Kommentators gewährleisten zu können. Diese Konvention von textbegleitenden Selbstbezügen führt dazu, dass Kommentatoren der *DN* nicht nur durch argumentative und andere journalistische Kompetenzen um Akzeptanz werben können. Sie können sich als Person in einer bestimmten gesellschaftlichen Stellung oder aber auch mit ihrem journalistischen Status darstellen. Eine Folge dieser Konvention könnte allerdings sein, dass die Argumentationsführung an sich zweitrangig wird, während persönliche Eigenschaften des Kommentators in den Vordergrund treten. Für das Publikationsorgan kann damit die Gefahr des Verlusts von Glaubwürdigkeit, Ansehen und publizistischer Bedeutung einhergehen. Darüber hinaus könnte die meinungsbildende Funktion von Zeitungen zu gesellschaftsrelevanten politischen Sachverhalten mehr und mehr in den Hintergrund treten.

Bei der zweiten Analysekategorie, dem persuasiven Mittel der Personalisierung, ist abschließend festzustellen, dass die politischen Kommentare der *SZ* häufig eine personalisierte Ausrichtung aufweisen. Es ließen sich unterschiedlich ausgeprägte Formen voneinander trennen. In variiert Ausformung und aus unterschiedlichen Gründen werden Personalisierungen in politischen Kommentaren eingesetzt. Sie werden mit dem Ziel verfasst, individuelle Defizite oder persönliche Schwächen von Akteuren thematisieren zu können. Neben der Auseinandersetzung mit dem Akteur kann die Personalisierung der Simplifizierung des politischen Sachverhalts dienen. Eine Gefahr, die mit der Simplifizierung einhergeht, wird bei einem Langkommentar der *SZ* mit der Headline „Der heilige Vater und der unheilige Premier“ (*SZ*, 22.1.2011) deutlich. Bei Durchsicht des gesamten Textes ist offensichtlich, dass der Kommentator die Aussagen von zwei Personen, die des Papstes und die des Kardinalstaatssekretärs, zusammensetzt und sie geschickt als Ansicht des Vatikans darstellt. Die Gefahr der Vermengung von politischem Sachverhalt und einer Person wird hier zunächst durch Formulierungen wie „Berlusconis PDL“, „Berlusconis Regierung“ oder auch „es gibt Unmut an der katholischen Basis“ galant umgangen. In späteren Abschnitten des Textes allerdings gelingt dies nicht mehr. Dort steht dann: „Es heißt, in Kirche und Vatikan habe es bereits vor dem jüngsten Skandal Erwägungen gegeben, langsam Distanz zu Berlus-

coni zu suchen.“ Am Ende des Artikels heißt es dann unerwartet: „Nun wiegt das Wort des Papstes besonders schwer [...]“, obwohl noch kurz zuvor zwei Vertreter des Vatikans genannt wurden. Wer also als Kommentator zwischen den verschiedenen Relationen von politischen Zusammenhängen (Sachverhalt, Akteur, Gruppe etc.) trennen will, muss die Gefahren, die damit offenbar einhergehen, sehen und dann gegebenenfalls auf zu viele personalisierte Handlungszuschreibungen verzichten.

Die Analyse des Korpus ließ eine Auffälligkeit deutlich zu Tage treten: Ein personalisierender Stil ist in Kommentaren der *DN* seltener zu belegen als in der *SZ*. Darüber hinaus sind die Personalisierungen dort weniger eindeutig formuliert und treten zudem in der Regel verdeckter auf. So ließen sich keine Beispiele aus dem schwedischen Teilkorpus als Formen typisieren. Dass dieser Unterschied so offen zu Tage tritt, kann verschiedene Ursachen haben. So kann es an den politischen Themen liegen, die im Zeitraum der Untersuchung debattiert und gesellschaftlich relevant gesetzt wurden. In der Bundesrepublik stand in diesem Zeitraum ein Akteur stets im öffentlichen Interesse: Verteidigungsminister Guttenberg. Ein Pendant auf schwedischer Seite fehlte. Dennoch ist im Ergebnis dieser Studie die Tendenz zu vermerken, dass das Mittel der Personalisierung auf Seiten der schwedischen Zeitung geringer ausfällt als auf der deutschen. Für die Kommentatoren der *SZ* scheint von daher die Möglichkeit akzeptierter zu sein – um es zugespitzt zu formulieren –, die Rolle des Schuldzuweisers selber einzunehmen und nicht nur darüber zu schreiben.

Literatur

- BURGER, HARALD (1990): Sprache der Massenmedien. 2., durchgesehene und erweiterte Auflage. Berlin / New York.
- BURGER, HARALD (2000): Textsorten in den Massenmedien. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband. Berlin / New York, 614–628.
- BURGER, HARALD (2010): Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 4., neu bearbeitete Auflage. Berlin.
- EISENEGGER, MARK (2010): Eine Phänomenologie der Personalisierung. In: EISENEGGER, MARK / WEHMEIER, STEFAN (Hrsg.): Personalisierung der Organisationskommunikation. Theoretische Zugänge, Empirie, Praxis. Wiesbaden, 11–26.
- FASEL, CHRISTOPH (2008): Textsorten. Konstanz.

- HEIDEN, GREGOR VON DER (2006): ‚Der Herr Professor wollte mich sprechen.‘ Über die Verwendung von kommunikativen Strategien im Umgang mit Wissenschaftlern. In: SCHIRRMEISTER, CLAUDIA / SCHMITZ, H. WALTER (Hrsg.): ‚Was soll nur aus dir einmal werden ...‘. Berufsfelder und Perspektiven für Absolventen der Kommunikationswissenschaft an der Universität Duisburg-Essen. Aachen, 173–181.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2., neu bearbeitete Auflage. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.): Mediensprache. Medienkritik. Frankfurt a. M. u. a., 207–224.
- MALMQVIST, ANITA (2010): *Jag blir plötsligt litet tagen*. Uttryck för känslor och inställningar i några kåserier. In: NISSLÄ, NINA / SIPONKOSKI, NESTORI (Hrsg.): Språk och känslor. VAKKI-Symposium XXX. Vasa universitet, 12.–13.2.2010, 176–186.
- SCHENNER, MATTHIAS (2010): Embedded Evidentials in German. In: DIEWALD, GABRIELE / SMIRNOVA, ELENA (Hrsg.): Linguistic Realization of Evidentiality in European Languages. Berlin, 157–185.

Elektronische Quellen:

- DESTATIS (Statistisches Bundesamt Deutschland):
<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigation/Statisiken/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Bevoelkerungsstand.psml>, eingesehen am 10.12.2011.
- IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.): <http://www.ivw.eu/>, eingesehen am 7.6.2011.
- SCB (Statistiska centralbyrån): www.scb.se/Pages/TableAndChart___308468.aspx, eingesehen am 6.12.2011.
- TS (Tidningsstatistik AB):
<http://www.ts.se/Medierevision/Tryckta-medier/Dagstidningar-och-tidskrifter.aspx>, eingesehen am 29.8.2011.

MARIANN SKOG-SÖDERSVED

Zu den Bewertungen in deutsch- und schwedischsprachigen Leitartikeln

Eine wortorientierte Analyse am Beispiel von *Berliner Zeitung* und *Hufvudstadsbladet*

1. Einleitung

Den Lesern von Leitartikeln ist bewusst, dass die Artikel bestimmte Meinungen vertreten. BURGER (2005, 215) formuliert diesen Umstand für Kommentare in folgender Weise: „Eine subjektive, perspektivische Sicht ist nicht nur toleriert, sondern erfordert. Allerdings deckt sich diese oft zugleich mit derjenigen der Redaktion.“ Auch wenn eine Zeitung sich nicht durch Angaben wie unabhängig, liberal, sozialistisch o. Ä. politisch einordnet, hat der Durchschnittsleser normalerweise eine Auffassung von ihrer politischen Zugehörigkeit. Wie „streng“ die Leitartikel die Linie der Zeitung vertreten, dürfte daran zu erkennen sein, ob der Name des Autors angegeben ist oder nicht. Zum Beispiel findet sich am Ende des Leitartikels (*Ledare*) auf Seite 2 der schwedischen überregionalen Tageszeitung *Dagens Nyheter* nur das Initialwort *DN* (für *Dagens Nyheter*).¹ Dieser Leitartikel vertritt folglich nicht die Meinung eines einzelnen Journalisten, sondern eindeutig die der Redaktion.

Es ist anzunehmen, dass Leser auf direkte und indirekte bewertende Elemente weniger reagieren, wenn sie die im Leitartikel vertretene Meinung teilen. Andererseits können sie auch Ansichten, die sie nicht unbedingt teilen, beim unreflektierten Lesen übernehmen. Weiter spielt vielleicht der Umstand eine Rolle, ob der Leser sich durch die Lektüre mehrerer Zeitungen, die unter-

1 *Dagens Nyheter* enthält noch einen zweiten Leitartikel (auf Seite 4), nämlich *Ledare signerat*, der mit dem Namen des Autors versehen ist. Bei diesen Artikeln handelt es sich manchmal um Übersetzungen, was ein Grund dafür ist, warum sie in vorliegender Studie nicht berücksichtigt werden.

schiedliche politische Meinungen vertreten, informiert. Dies könnte ihn für bewertende Elemente sensibilisieren, da dasselbe Geschehen je nach politischer Einstellung unterschiedlich bewertet werden kann.

Für Leitartikel kann die Bewertungskomponente als konstitutiv angesehen werden. Denn ohne sie hätten wir es nicht mit einer meinungsbetonten Textsorte zu tun.² Die Versprachlichung der Bewertungen kann in unterschiedlicher Weise geschehen und mit unterschiedlichem Explizitätsgrad. Das Ziel dieses Beitrags ist es, vorhandene Bewertungen anhand von den vom Artikelautor gewählten Wörtern und Ausdrücken nachzuweisen. Die Analyse ist also wortorientiert. Die als wertend eingeordneten Elemente werden jedoch nicht isoliert, sondern in ihrem kontextuellen Zusammenhang betrachtet. Ein anderes Vorgehen wäre kaum sinnvoll, denn es sind die aktualisierten Bedeutungen, die letztendlich für die Einordnung als ein explizit oder implizit bewertendes Element ausschlaggebend sind. Die Titel der Artikel werden nicht näher analysiert, d. h. die in ihnen enthaltenen wertenden Einwort- oder Mehrwortlexeme werden in die Tabelle mit den Bewertungsmitteln nicht aufgenommen, aber kurz kommentiert.³

2. Zu Material und Methode

Wie aus dem Untertitel dieses Beitrags hervorgeht, besteht das Korpus der kleinen Studie aus Leitartikeln zweier Abonnementzeitungen, nämlich der deutschen regionalen Tageszeitung *Berliner Zeitung* (*BZ*) und der finnland-schwedischen überregionalen Tageszeitung *Hufvudstadsbladet* (*HBL*). Die beiden Zeitungen sind mit jeweils sieben Leitartikeln repräsentiert.

Die *BZ* erscheint seit Mai 1945, heutzutage mit sechs Ausgaben pro Woche von Montag bis Sonnabend. Sie ist die größte Abonnementzeitung der Region Berlin-Brandenburg. Die Ausgabe am Sonnabend ist eine Doppelnnummer für das Wochenende. Zur Zeit der Materialsammlung betrug die

2 Zu meinungsbetonten Texten s. z. B. LÜGER (1995, 125–144).

3 Wie Überschriften von Artikeln zu behandeln sind, ist keine ganz einfache Frage. Einerseits werden sie nicht unbedingt vom Artikelautor geschrieben, andererseits können sie durch die Wortwahl die im Artikel vertretene Einstellung signalisieren.

verkaufte Auflage knapp 140.000 Exemplare. Die *BZ* hat eine wechselhafte Geschichte und wurde mehrmals an unterschiedliche Verlage und Mediengruppen verkauft. Seit April 2010 ist sie Teil der DuMont-Redaktionsgemeinschaft.⁴ Die Online-Version der Zeitung⁵ ist frei zugänglich.

Der Leitartikel ist in der *BZ* auf Seite 4 unter der Rubrik „Meinung“ zu finden. Neben dem Leitartikel erscheinen in derselben Rubrik „Kommentare“, „Kolumne“ und „Auslese“. Der Leitartikel hat seinen festen Platz in der Mitte der Seite. Es handelt sich meist um die Seite vier; nur selten wird davon abgewichen.⁶ Dank der freien Zugänglichkeit hätte mühelos ein umfangreiches Korpus zusammengestellt werden können, aber die Wahl fiel auf eine begrenzte Anzahl von Artikeln, die dafür etwas gründlicher untersucht werden.⁷ Die sieben ausgewählten Artikel stammen von sieben Personen, unter denen sich auch der Chefredakteur der *BZ* (Uwe Vorkötter) findet. Seine Stellvertreter (Jutta Kramm und Ralph Kotsch) sind dagegen im Material nicht repräsentiert. Die Länge der Artikel variiert etwas und liegt zwischen 642 und 711 graphischen Wörtern.⁸ Das *BZ*-Korpus umfasst insgesamt 4.701 graphische Wörter.

Auch wenn *HBL* die einzige in Finnland auf Schwedisch erscheinende unter den überregionalen Tageszeitungen ist, kann man doch festzustellen, dass sie vor allem im Hauptstadtgebiet und in den vorwiegend schwedischsprachigen Regionen im Lande rezipiert wird und so in der Praxis einer Regionalzeitung gleichzusetzen ist. *HBL* wurde schon im Jahr 1864 gegründet und hat eine Auflage von etwa 50.000 Exemplaren. Sie erscheint mit wenigen Ausnahmen (gewisse Feiertage) mit sieben Nummern wöchentlich. Seit 2004 versuchen die zuständigen Redakteure die Zeitung bewusst zu entwickeln und

4 Dieser gehören auch die *Frankfurter Rundschau*, der *Kölner Stadt-Anzeiger* und die *Mitteldeutsche Zeitung* an (http://de.wikipedia.org/wiki/Berliner_Zeitung).

5 www.berlinonline.de/berliner-zeitung.

6 Eine solche Ausnahme kommt am 16.3.2011 vor. An diesem Tag sind die ersten sieben Seiten dem Erdbeben in Japan gewidmet und der Leitartikel ist erst auf Seite 8 zu finden.

7 Für diese Untersuchung wurde mir freundlicherweise die Printausgabe der *BZ* für die Zeit vom 19.2.2011–26.2.2011 zur Verfügung gestellt.

8 Die durchschnittliche Länge beträgt 671,6 Wörter.

stärker zu profilieren.⁹ Ein äußerliches Zeichen dieser Bestrebungen ist das im März 2004 eingeführte Tabloid-Format (<http://www.ksfmedia.fi/tidning/hbl>).

In *HBL* ist der Leitartikel nicht immer auf einer bestimmten Seite zu finden, was mit dem Umfang der jeweiligen Nummer zusammenzuhängen scheint. Die Rubrik, in der der Leitartikel veröffentlicht wird, nennt sich *Opinion* ('Meinung'), was der Rubrik in der *BZ* entspricht. Diese Rubrik ist meistens auf Seite 12 f. oder 14 f. zu finden, was auch für das ausgewählte Untersuchungsmaterial zutrifft. Sie kann aber auch erst auf Seite 16 oder 18 anfangen. Die wechselnden Seiten fallen auf, da der Leitartikel in vielen Zeitungen seinen festen Platz auf einer bestimmten Seite hat.¹⁰ Unter der Überschrift *Ledare* ('Leitartikel') sind bis zu drei Artikel zu finden, es handelt sich bei den anderen eher um Kommentare o. Ä., und es besteht kein Zweifel, welcher Artikel der eigentliche Leitartikel ist.

Die Anzahl der Autoren von Leitartikeln in *HBL* ist begrenzt. Es wurden alle Leitartikel im Zeitraum 30.10.2010–30.6.2011 gesammelt. Diese wurden von insgesamt sieben Autoren verfasst. Von diesen erscheint die eine Autorin erst gegen Ende der Periode. Es werden Leitartikel der Zeitung *HBL* aus demselben Zeitraum, aus dem die Leitartikel der *BZ* stammen, für die Studie verwendet. Der erste Artikel erschien wie im *BZ*-Korpus am 19.2.2011, der letzte am 2.3.2011. Im *HBL*-Korpus sind sechs Journalisten vertreten, unter ihnen auch der Chefredakteur (Hannu Olkinuora) und seine Stellvertreterin (Marit af Björkesten).¹¹ Auch wenn ein Journalist durch zwei Leitartikel vertreten ist, dürfte das Material den „Stil“ der Leitartikel in *HBL* relativ gut decken. Die Artikel in *HBL* sind kürzer als in der *BZ*, und ihre Länge variiert zwischen 505 und 643 graphischen Wörtern.¹² Der Umfang dieses Teilkorpus beträgt 3.876 Wörter.

9 Die Leitbegriffe der Entwicklung sind der Zeitung nach *kvalitet, närhet, nytta* und *nöje* ('Qualität, Nähe, Nutzen und Unterhaltung') (www.ksfmedia.fi/tidning/hbl).

10 In einer persönlichen E-Mail vom 6.3.2012 hat Jens Berg, der jetzige Chefredakteur von *HBL*, bestätigt, dass der Platz der Meinungsseite von dem Umfang der davorstehenden Teile, die Nachrichten und Anzeigen umfassen, abhängig ist.

11 Theoretisch wäre es also möglich gewesen, auch für *HBL* sieben Journalisten auszuwählen, aber mir war der Zeitraum wichtiger. Die Angaben des Chefredakteurs und seiner Stellvertreterin gelten für die untersuchten Nummern.

12 Die durchschnittliche Länge beträgt 553,7 Wörter.

Für das gesamte Untersuchungsmaterial gilt, dass in beiden Teilkorpora Journalistinnen und Journalisten vertreten sind (*BZ*: 2 Frauen, 5 Männer; *HBL*: 3 Frauen, 3 Männer) und dass sowohl innen- als auch außenpolitische Themen behandelt werden.

Es stellt sich in diesem Zusammenhang eine methodische Frage. Müssten die Teilkorpora nicht vom Umfang her möglichst gleich groß sein, da es sich um einen kontrastiven Vergleich handelt? In diesem Fall fiel die Entscheidung zugunsten der Anzahl der Artikel und nicht der Wörter. Dafür gibt es mehrere Gründe, von denen einer mit der Struktur der beiden Sprachen zusammenhängt. Obwohl sie eng verwandt sind, unterscheidet sich z. B. die Form des bestimmten Artikels, der im Schwedischen meistens als eine ans Substantiv angeschlossene Endung erscheint, was beim Zählen von graphischen Wörtern einen nicht unbeachtlichen Einfluss hat.¹³ Ein zweiter offener Grund ist, dass das ganze Korpus weit umfangreicher sein müsste, damit verallgemeinerbare Schlüsse gezogen werden könnten. Dieser Beitrag soll ein erstes Bild der lexikalischen Bewertungen in den Leitartikeln der gewählten Zeitungen ermitteln und gewisse Tendenzen sichtbar machen.

Die ausgewählten Artikel wurden mehrmals gelesen und auf wertende Ausdrücke überprüft, d. h. auf Ausdrücke, die die Einstellung des Journalisten zum Vorschein kommen lassen. Es ist zuzugeben, dass es nicht einfach ist, in der Textanalyse konsistente Zuordnungen vorzunehmen. Beim ersten Durchlesen fallen nur wenige Belege auf, beim zweiten recht viele, beim dritten wäre man bereit, fast alles als wertend einzustufen. Bei der Analyse wurde aus diesem Grund getestet, was passiert, wenn ein als bewertend eingestuftes Wort gegen ein anderes ausgetauscht wird, um zu überprüfen, wie dies den Inhalt der Äußerung beeinflusst. Für die Analyse ist, wie schon erwähnt, der Ko(n)text von großer Bedeutung, da ein Wort in einem bestimmten Zusammenhang als „neutral“ aufgefasst werden kann, während es in einem anderen wertend wirkt. Es wird bei der folgenden Analyse keine Einteilung in negativ bzw. positiv wertende Komponenten vorgenommen.

13 In diesem Zusammenhang kann auf den Artikelgebrauch und die bestimmte Form von Substantiven im Schwedischen nicht näher eingegangen werden. Ausführlich dazu in SVENSKA AKADEMIENS GRAMMATIK (1999).

3. Zum Bewerten in den Leitartikeln

Die Struktur der untersuchten Leitartikel ist nicht das Hauptthema des vorliegenden Beitrags, aber es ist zu erwähnen, dass in beiden Teilkorpora der erste oder die zwei bis drei ersten Absätze der Texte darstellenden Charakter haben. Danach wird interpretiert / argumentiert und im letzten Absatz erfolgt eine Schlussfolgerung / Feststellung bzw. ein Lösungsvorschlag. Der beim Lesen entstandene Eindruck ist, dass die Struktur der Leitartikel in der *BZ* etwas deutlicher zu erkennen ist. Wie schon einleitend erwähnt, haben Leser gewisse Erwartungen beim Rezipieren der Leitartikel, und RAMGE (1994, 105 f.) macht darauf aufmerksam, dass sowohl Rezipienten als auch Sender über die nötigen Schemastrukturen verfügen müssen, damit die Kommunikation gelingt.

Da die vorliegende Analyse wortorientiert ist, werden Bewertungshandlungen, die aus Äußerungen bestehen, wie *Men det är kortsynt politik* ('Aber das ist eine kurzsichtige Politik') (*HBL*, 20.2.2011) nicht als ganze Äußerungen betrachtet, sondern nur gewisse Elemente werden besprochen. Das Hauptgewicht liegt also auf zusätzlichen Bewertungskomponenten (LENK 1999, 92–96). Bei der Entscheidung darüber, ob ein Wort markiert oder nicht markiert ist, ist eine gewisse Subjektivität kaum zu vermeiden, obwohl angestrebt wurde, das Material möglichst nach gleichbleibenden Kriterien zu analysieren und Konnotationen auch in Wörterbüchern und Konkordanzen zu überprüfen.

3.1 Überblick

Bei der Lektüre der ausgewählten Artikel wurden Wörter und Ausdrücke markiert und in Gruppen eingeteilt. Sämtliche Texte wurden mindestens dreimal durchgelesen. Dies erwies sich als notwendig, um die wertenden Elemente besser erkennen zu können, da die Vertrautheit mit dem Textinhalt eine gezielte Analyse dieser Elemente erleichtert. Die Analyse ergab eine Liste mit lexikalischen Bewertungsmitteln, die im Großen und Ganzen nach der Wortklassenzugehörigkeit eingeordnet wurden. Eine Gruppe fällt in der untenstehenden Tabelle jedoch aus dem Rahmen, nämlich die Gruppe „Adverbialbestimmungen“. Es handelt sich hier um Präpositionalkonstruktionen mit der syntaktischen Funktion der Adverbialbestimmung und um Adverbien

(bzw. Adjektive) in derselben Funktion. Es wäre zwar möglich gewesen, die Wörter und Ausdrücke der Gruppe auf die anderen aufzuteilen, aber mit Hinblick auf das Ziel, Bewertungen auf der lexikalischen Ebene nachzuweisen, schien es sinnvoll, diese Abweichung vorzunehmen. Der gemeinsame Nenner, die syntaktische Funktion, war also für die Einteilung ausschlaggebend. Es wurde überprüft, ob auch beim Adjektiv und Substantiv eine weitere Einteilung nach den syntaktischen Funktionen gewinnbringend gewesen wäre, aber die Unterteilung hat sich als für diesen Zweck unnötig kompliziert erwiesen. Nur beim Verb wäre sie unproblematisch, da Verben das Prädikat des Satzes bilden. Das Substantiv übernimmt dagegen mehrere syntaktische Funktionen (Subjekt, Objekt, Teil einer Adverbialbestimmung), während das Adjektiv im Material vorwiegend als Gliedteil (Adjektivattribut) oder als Prädikativ auftrat.¹⁴ Die im Korpus vorhandenen Phraseologismen wurden nicht getrennt aufgeführt, sondern mithilfe der Einteilung in phraseologische Wortklassen in dieselben Gruppen wie die entsprechenden Einwortlexeme eingeordnet („Adverbialbestimmung“, „Substantiv“, „Verb“). Die nach den erwähnten Kriterien entstandene Einteilung der Bewertungsmittel sieht wie folgt aus¹⁵:

Tab. 1: Bewertungsmittel im Korpus

Mittel	<i>BZ</i>		<i>HBL</i>	
	abs.	%	abs.	%
Adjektiv (Adverb) ¹⁶	68	34	58	46
Adverbialbestimmung	22	11	13	10
Partikel ¹⁷	15	8	5	4
Substantiv/subst. Adjektiv	68	34	29	23
Verb	27	13	22	17
Insgesamt	200	100	127	100

14 Beim Adjektiv wurde eine Aufteilung in syntaktische Funktionen zwar durchgeführt, in Tabelle 1 jedoch nicht eingetragen.

15 Die Prozentangaben sind auf- bzw. abgerundet und die Zahlen bzw. Prozentangaben für die größten Gruppen im Material durch Fettdruck markiert.

16 Es handelt sich um jeweils ein Adverb, das die Funktion des Prädikativs hat.

17 Die Einteilung in Partikeln folgt der DUDEN GRAMMATIK (2005, 594–606) sowie SVENSKA AKADEMIENS GRAMMATIK (1999, 101–112).

Aus der Zusammenstellung geht hervor, dass in der *BZ* absolut gesehen mehr Wörter als bewertend eingeordnet wurden. Das ist jedoch zu relativieren, denn das *BZ*-Korpus umfasst nahezu 1.000 Wörter mehr als das *HBL*-Korpus. Prozentual erfüllen 4,3 % (*BZ*) bzw. 3,3 % (*HBL*) der Wörter und Ausdrücke in den beiden Teilkorpora eine bewertende Funktion. Dieses Ergebnis deutet also an, dass ein größerer Anteil des Wortschatzes in Leitartikeln der *BZ* als wertend eingestuft werden kann als in *HBL*. Weiter geht aus der Tabelle hervor, dass das Adjektiv unter den wertenden Ausdrücken in *HBL* eindeutig dominiert, während das Adjektiv und das Substantiv sich in der *BZ* in diesem Material die Waage halten. Die Adverbialbestimmungen scheinen im ganzen Material praktisch in demselben Maß als Bewertungsmittel eingesetzt zu werden.

Die hervortretende Rolle des Adjektivs ist vielleicht wenig überraschend im Hinblick auf die wichtige semantische Aufgabe dieser Wortklasse. Es ordnet Personen oder Sachen eine Eigenschaft zu (qualifizierende Adjektive; s. DUDEN GRAMMATIK 2005, 346), oder, wie SCHLAEFER (2009, 36) aus kategorialemantischer Sicht die Aufgabe des Adjektivs für lexikologische Zwecke beschreibt, bezeichnet es allgemein, „wie etwas ist, geschieht, eingeschätzt wird“. Untersuchungen zu den Bewertungen in deutschsprachigen Buchbesprechungen weisen auch auf die Bedeutung des Adjektivs als lexikalisches Mittel bei den Bewertungshandlungen hin (ZHONG 1995 und SKOG-SÖDERSVED / MALMQVIST 2012). In beiden Zeitungen sind also Adjektive in hohem Maße direkt an den Bewertungen beteiligt. Es ist jedoch interessant, dass die Dominanz in *HBL* erheblich größer ist als in der *BZ*. In diesem Rahmen ist es nicht möglich, eine statistische Untersuchung durchzuführen, um festzustellen, ob es signifikante Unterschiede in der Verwendung der Adjektive in Leitartikeln bzw. generell im Deutschen und Schwedischen gibt. Angesichts der Tatsache, wie eng verwandt und in vieler Hinsicht ähnlich die Sprachen sind, sind größere generelle Unterschiede eher unwahrscheinlich. In dieser kleinen Studie liefert vor allem der Umfang des Materials eine denkbare Erklärung für den Unterschied. Ein größeres Untersuchungsmaterial könnte ihn schrumpfen lassen. Aber es ist trotz dieser Relativierung nicht zu übersehen, dass im Material ein deutlicher Unterschied zwischen den beiden Sprachen in Bezug auf den Einsatz des Adjektivs als lexikalisches Bewertungsmittel in Leitartikeln zutage tritt. Eine umfangreichere Studie könnte hier Klarheit schaffen.

3.2 Bewertung durch lexikalische Mittel

Die Verteilung der bewertenden Adjektive auf syntaktische Funktionen unterscheidet sich etwas in den beiden Zeitungen der Pilotstudie. Das Adjektiv kommt in der *BZ* vorwiegend als Adjektivattribut (39 Belege) und nicht selten mit einem auch als wertend markierten Substantiv vor, wobei sich diese in Bezug auf die Wertung gegenseitig bedingen können. In *HBL* dagegen ist das Adjektiv vor allem in der Funktion als Prädikativ (25) bzw. als Adjektivattribut (26) mit einem unmarkierten Substantiv kombiniert zu belegen.¹⁸

- (1) Sein Chef, Silvio Berlusconi, hatte vor drei Jahren mit Gadaffi ein **schäbiges** Abkommen geschlossen [...] (*BZ*, 22.2.2011)
- (2) [...] hat Europa einen **erbärmlichen Opportunismus** zutage gelegt [...] (*BZ*, 22.2.2011)
- (3) Er spielt mit der **unterschwelligem Intellektuellenfeindlichkeit**, [...] (*BZ*, 23.2.2011)
- (4) Det är åtminstone intellektuellt **ärligare** än [...] (*HBL*, 22.2.2011)
[‘Das ist wenigstens intellektuell **ehrlicher** als [...]’]¹⁹
- (5) Men även om Fine Gaels partiledare [...] berättat om sina avsikter, är det ett **egendomligt** vallöfte. (*HBL*, 27.2.2011)
[‘Aber auch wenn der Leiter der Partei Fine Gaels [...] von seinen Absichten erzählt hat, ist es ein **merkwürdiges** Wahlversprechen.’]
- (6) Att det skulle kosta mer att hjälpa Irland [...] blir inte **populärt** ute i Europa. (*HBL*, 27.2.2011)
[‘Dass es teurer werden würde, Irland zu helfen [...] wird nicht **populär** werden in Europa.’]

Am zweithäufigsten kommen Substantive als wertende Elemente in den untersuchten Leitartikeln vor, in 34 % (*BZ*) bzw. 23 % (*HBL*) der Belege. Da ja Substantive einen großen Teil des Wortschatzes ausmachen, ist auch dieses Ergebnis nicht ganz unerwartet. Der Unterschied zwischen dem deutschen

18 Hervorhebungen in den Belegen von mir [M. S.-S.].

19 Die Übertragungen der schwedischen Beispiele ins Deutsche dienen einer möglichst treuen Wiedergabe der Belege, worunter die Idiomatizität manchmal leiden kann.

und dem schwedischen Material fällt trotzdem auf. Weiter fällt auf, worauf schon oben hingewiesen wurde, dass in *HBL* der Anteil der Substantive (bzw. substantivierten Adjektive) an den lexikalischen Bewertungsmitteln nur die Hälfte von dem der Adjektive beträgt. Wegen des Umfangs der Studie sind diese Unterschiede kaum verallgemeinerbar, jedoch als Tendenzen festzuhalten.

- (7) Das deutsche Demonstrationsrecht, das ein **Segen** ist, [...] (*BZ*, 19./20.2.2011)
- (8) Er setzt auf **Erpressung**. (*BZ*, 22.2.2011)
- (9) Guttenberg ist nicht nur ein **Blender**. Er ist ein **Menschenverführer**. (*BZ*, 23.2.2011)
- (10) Men någon **promenadseger** kan Obama knappast vänta sig. (*HBL*, 20.2.2011)
 [‘Aber einen **besonders leichten Sieg** kann Obama kaum erwarten.’]
- (11) **Skräckscenariot** är att en hög av populistiska förslag [...] (*HBL*, 23.2.2011)
 [‘Das **Schreckensszenario** ist, dass ein Haufen von populistischen Vorschlägen [...].’]
- (12) [...] men det är en **önskedröm** att tänka sig att få tillbaka sådana tider [...] (*HBL*, 28.2.2011)
 [‘[...] aber es ist ein **Wunschtraum** sich vorzustellen, dass solche Zeiten zurückkehren würden [...].’]

Ein weiterer festzuhaltender Unterschied in der Verwendung von lexikalischen Mitteln in den wertenden Formulierungen ist das Vorkommen von Partikeln. Sowohl relativ als auch absolut betrachtet wird diese Möglichkeit in der *BZ* merkbar häufiger verwendet. Der Unterschied dürfte wenigstens teilweise sprachbedingt sein. Der Vorrat an und auch der Gebrauch von Partikeln im Deutschen übersteigt jenen im Schwedischen. Vor allem für Modalpartikeln können Entsprechungen im Schwedischen zum Teil fehlen (FREUND / SUNDQVIST 1988, 473 und ANDERSSON u. a. 2002, 305 f.), was aus kontrastiver Sicht sowohl beim Produzieren als auch beim Rezipieren von Leitartikeln von Interesse ist. In den Beispielen (13) bzw. (14) hat *überhaupt* eine verstärkende Funktion (Gradpartikel), während *selbst* einen Teil des Informationskerns ausmacht und eine fokussierende Funktion erfüllt.

- (13) Aber wenn sie **überhaupt** in den Medien auftauchen, [...] (*BZ*, 19./20.2.2011)
- (14) [...] **selbst** die Arabische Liga war schneller. (*BZ*, 25.2.2011)
- (15) Därför spelar det **förmodligen** en mindre roll [...] (*HBL*, 19.2.2011)
[‘Deswegen spielt es **wahrscheinlich** eine kleinere Rolle [...].’]

Bei den Verben verhält es sich umgekehrt. Sie kommen in *HBL* häufiger zum Einsatz als in der *BZ*. Der Unterschied ist jedoch kleiner als bei den Partikeln. Eine Erklärung dieses Unterschieds könnte bei der Häufigkeit der Substantive zu finden sein, d. h. es würden z. B. etwas öfter in der *BZ* Verbalsubstantive verwendet werden, was in gewissen Konstruktionen das Einsparen des Verbs ermöglichte. Der Stil des Leitartikels in den beiden Zeitungen kann noch eine weitere Erklärung bieten. *HBL* bedient sich eventuell kürzerer Sätze mit weniger Substantivkonstruktionen und würde aus diesem Grund vielleicht etwas häufiger finite Verben benutzen. Eine stichprobenartige Kontrolle der Satz­längen weist jedoch keine bemerkenswerten Unterschiede auf. In beiden Textkorpora wechseln sich kürzere und längere Sätze ab, was aber nicht gegen eine frequentere Verwendung von (finiten) Verben in der einen Zeitung spricht, da die Satz­länge nicht direkt etwas über das Vorkommen einzelner Wortklassen aussagt. Es folgen einige Belege, in denen die Einstellung der Autoren jeweils durch die Wahl des Verbs zum Vorschein kommt.

- (16) Die Jagdbomber, die Gaddafi auf Demonstranten **hetzt**, werden ihn nicht retten. (*BZ*, 24.2.2012)
- (17) In Wirklichkeit **verharmlosen** wir damit [...] (*BZ*, 24.2.2011)
- (18) Det **lider** låginkomsttagarna mest av [...] (*HBL*, 22.2.2001)
[‘Darunter **leiden** die Kleinverdiener am meisten [...].’]
- (19) [...] det råder meningsskiljaktigheter om hur mycket den tillfälliga krisfonden kan **gödas**. (*HBL*, 27.2.2011)
[‘[...] es herrschen unterschiedliche Meinungen darüber, wie stark der Krisenfond **gemästet** werden kann.’]
- (20) Fyra av tio anställda eller 16 000 personer inom koncernen har **hivats ut**. (*HBL*, 2.3.2011)
[‘Vier von zehn Angestellten oder insgesamt 16.000 Personen im Konzern wurden **hinausgeworfen**.’]

Bevor auf die Phraseologismen und die Überschriften der Artikel separat kurz eingegangen wird, folgen noch einige Beispiele für Bewertungen durch Adverbialbestimmungen. Hier ist zwischen den beiden Teilkorpora, wie schon erwähnt, kein nennenswerter Unterschied festzustellen. Weiter ist zu betonen, dass es sich bei den Adverbialbestimmungen vorwiegend um adverbial verwendete Adjektive handelt, was die Rolle des Adjektivs unter den wertenden Ausdrücken noch hervorhebt.

- (21) Scholz [...] hat das Super-Wahljahr 2011 **perfekt** eingeläutet. (*BZ*, 21.2.2011)
- (22) Über Libyen schwieg man **beharrlich** bis vor wenigen Tagen. (*BZ*, 22.2.2011)
- (23) [...] så det finns redan en skattereform som **bombsäkert** kommer att genomföras. (*HBL*, 22.2.2011)
 [‘[...] so es gibt schon eine Steuerreform, die **bombensicher** durchgeführt wird.’]
- (24) Det kommer **allvarligt** att påverka [...] bolagets [...] utsikter. (*HBL*, 28.2.2011)
 [‘Das wird die Aussichten des Unternehmens **ernsthaft** beeinflussen.’]

Es wurde bereits darauf aufmerksam gemacht, dass die Phraseologismen nach den sogenannten phraseologischen Wortklassen eingeordnet wurden und dementsprechend in der Tabelle unter der jeweiligen Gruppe aufgeführt sind. Sie sollen im Folgenden kurz behandelt werden. Zuerst wird das Vorkommen ermittelt und dann einige Belege angeführt.

Die Phraseologismen machen 8 % (16 Belege) in der *BZ* und 7 % (9 Belege) in *HBL* aller bewertenden Lexeme aus. In der *BZ* verteilen sie sich gleichmäßig auf die Kategorien (Verben 5, Substantive 5 und Adverbialbestimmungen 6 Belege). In *HBL* erfüllen fünf Phraseologismen die Funktion des Verbs, während die restlichen vier aus Substantiven und Adverbialbestimmungen bestehen. In Anbetracht des begrenzten Korpus können hier keine Schlussfolgerungen gezogen werden, da sowohl die Frequenz als auch die Verteilung auf phraseologische Wortklassen reiner Zufall sein können.

- (25) Europa **drückte beide Augen zu**. (*BZ*, 22.2.2011)
- (26) **Bei Weitem** befremdlicher ist, dass ausgerechnet der unverfrorenste von ihnen [...] (*BZ*, 26./27.2.2011)

(27) **På gott och ont** befinner sig EU-modellen långt från den schweiziska direktdemokratin [...] (HBL, 23.2.2011)

[‘**Im Guten wie im Schlechten** befindet sich das EU-Modell weit entfernt von der schweizerischen Direktdemokratie [...]’]

(28) Att ändra på den finska lagstiftningen var det ingen som **höjde ögonbrynen över**.²⁰ (HBL, 28.2.2012)

[‘Über die Änderungen in der finnischen Gesetzgebung hat keiner **die Augenbrauen hochgezogen**.’]

Die belegten Phraseologismen sind praktisch nicht modifiziert. Belegt werden konnten lediglich Formen, die weniger häufig oder vorwiegend mit gewissen Bereichen verknüpft sind, wie *höja ögonbrynen* in Beispiel (28) und *gegen bessere Einsicht* statt des weitaus häufigeren Ausdrucks *wider bessere Einsicht*.

Einleitend wurde erwähnt, dass die Wörter in den Überschriften der Artikel beim Sammeln der bewertenden Ausdrücke nicht näher berücksichtigt wurden. Ein Grund hierfür ist der unterschiedliche Charakter von Titel und laufendem Text. Hinzu kommt noch, dass die Überschriften der Texte besondere Aufgaben erfüllen, vor allem sollen sie zum Lesen anregen, und dass sie nicht mit Sicherheit von den Autoren der Leitartikel formuliert sind. Das heißt aber nicht, dass sie keinen bewertenden Charakter hätten.

Die Überschriften der Leitartikel im Material sind wie zu erwarten kurz. In der *BZ* sind sie sehr knapp formuliert und enthalten maximal vier Wörter. Nicht selten enthalten sie Teile, die dem Leser bekannt vorkommen bzw. Assoziationen hervorrufen.

(29) Jenseits der NPD (*BZ*, 19./20.2.2011)

(30) Die gute alte SPD (*BZ*, 20.2.2011)

(31) Die Hauchdünnbrett-Bohrer (*BZ*, 26./27.2.2011)

Davon abgesehen, dass die Wortverbindung *jenseits der ...* überhaupt häufig auftritt, könnte die Überschrift *Jenseits der NPD* z. B. mit dem Titel des mehrmals preisgekrönten deutschen Films *Jenseits der Stille* aus dem Jahr

20 Weitaus häufiger ist *höja på ögonbrynen*. Der Ausdruck *höja ögonbrynen* wird oft in der konkreten Bedeutung verwendet, d. h. die Augenbrauen werden einer Schönheitsoperation unterzogen.

1996 assoziiert werden. Gerade aus Filmen u. Ä. stammen heutzutage häufig geflügelte Worte (BURGER 2010, 38), die dank ihrer Festigkeit leicht variiert werden können. Die Überschrift *Die gute alte SPD* kann mit *die gute alte Zeit* assoziiert werden, während *Hauchdünnbrett-Bohrer* eine „Steigerung“ des Substantivkompositums *Dünnbrettbohrer* darstellt und die abwertende Komponente verstärkt.

In *HBL* sind die Überschriften etwas länger und betragen drei bis sechs Wörter. Die Überschriften im schwedischsprachigen Material sind relativ nüchtern und wecken nicht in der gleichen Weise Assoziationen. Eine Ausnahme ist vorhanden, nämlich die Modifikation des Titels des bekannten Dramas *Så tuktas en argbigga* (*The Taming of the Shrew*; *Der Widerspenstigen Zähmung*) von Shakespeare.

(32) Hur tuktas en argbigga? (*HBL*, 19.2.2011)

[‘Wie ist eine zänkische Frau zu zähmen?’]

Im Artikel werden die Erfolge der populistischen finnischen Partei der *Perussuomalaiset / Sannfinländarna* (‘Wahre Finnen’) behandelt. Schon der Titel informiert über den Ton im Leitartikel. (Dasselbe gilt für die beiden letzt erwähnten Überschriften in der *BZ*.) Dieser sowie alle anderen Leitartikel im *HBL*-Material werden von einer Karikatur begleitet.²¹ Das Bild fasst den Inhalt des jeweiligen Artikels treffend zusammen und lässt die im Text zum Vorschein kommende Einstellung noch stärker hervortreten. Auch die restlichen Artikelüberschriften enthalten meistens einzelne Wörter oder Kollokationen, die den Inhalt umreißen und auf die Wertung des Autors hindeuten, obwohl ihre lexikalische Bedeutung an sich unkonnotiert sein kann. Beispiele hierfür sind *bryta dödläge* (‘den toten Punkt überwinden’) (*HBL*, 20.2.2011) und *synvilla* (‘optische Täuschung’) (*HBL*, 28.2.2011).

4. Schlusswort

Beim Lesen von Leitartikeln ist es nicht ganz einfach, die Komponenten, die wertend sind, zu isolieren, obwohl die Texte eindeutig Meinungen vertreten

21 Auch in der *BZ* erscheint eine mit dem Leitartikel verbundene Karikatur, die sich mehr oder weniger indirekt auf den Inhalt des Artikels bezieht.

und zum Ausdruck bringen. In dieser wortorientierten Analyse einiger Leitartikel in der *BZ* und in *HBL* stellte sich heraus, dass Bewertungen mithilfe von lexikalischen Mitteln vor allem durch die Adjektive erfolgen. Aus kontrastiver Sicht ist festzuhalten, dass das Adjektiv in *HBL* in dieser Funktion eine größere Rolle spielt als in der *BZ*. Beim Substantiv, der zweitwichtigsten Möglichkeit im Material, die eigene Einstellung lexikalisch auszudrücken, verhält es sich umgekehrt.

Bei der Verbverwendung in wertender Funktion konnte festgestellt werden, dass in *HBL* die Verben häufiger für diesen Zweck eingesetzt werden. Das deutet darauf hin, dass die Bewertung auf lexikalischer Ebene im deutschen Material insgesamt stärker substantivorientiert ist als im schwedischen, in dem immerhin 17 % der Belege Verben sind. Weiter zeigte sich im Untersuchungsmaterial ein kontrastiver Unterschied, der als sprachbedingt erklärt werden kann, nämlich das häufigere Erscheinen von Partikeln als wertende Elemente in der *BZ* als in *HBL*.

Abschließend sei festgestellt, dass Bewertungen in Leitartikeln anhand von einzelnen Wörtern und Ausdrücken nachweisbar sind. Diese lexikalischen Mittel sind Teil eines Textes und sind in diesem Zusammenhang zu betrachten. Es kommen zwar im Wörterbuch z. B. als negativ konnotiert aufgeführte Wörter im Material vor, aber viele Wörter können erst unter Beachtung des Ko(n)textes als bewertend eingestuft werden, wobei die Funktion der Leitartikel eine grundlegende Rolle spielt.

Im Beitrag wurde kontrastiv anhand deutsch- und schwedischsprachiger Leitartikel gearbeitet, ohne zu ihrer Vergleichbarkeit näher Stellung zu nehmen. In seinem Artikel „Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars“ geht LENK (2012) näher auf Probleme beim interkulturellen Vergleich der Textsorte Kommentar ein. Den Leitartikel sieht er dabei als eine besonders herausgehobene Variante des Kommentars. Es besteht kein Zweifel, dass die Familie²² Meinungstexte in der deutschen und schwedischen Presse große Ähnlichkeiten aufweist, aber das muss nicht heißen, dass sie ohne Weiteres als identische Muster zu betrachten und deswegen direkt vergleichbar wären. (Auch innerhalb des jeweiligen Sprachgebiets dürften zwischen einzelnen Zeitungen Unterschiede feststellbar sein.) In diesem Beitrag wurde z. B. als äußerlicher Unterschied festgestellt, wie deutlich

22 Terminus nach GANSEL / JÜRGENS (2009, 71).

die Leitartikel in der Rubrik gekennzeichnet sind. Hinzu kommt eine unterschiedlich deutliche Strukturierung der Artikel.

Literatur

Primärliteratur

- BZ*, 19./20.2.2011 = FÖRSTER, ANDREAS (2011): Jenseits der NPD.
BZ, 21.2.2011 = VORKÖTTER, UWE (2011): Die gute alte SPD.
BZ, 22.2.2011 = SCHMID, THOMAS (2011): Reif für die Demokratie.
BZ, 23.2.2011 = FEHRLE, BRIGITTE (2011): Gefährliche Machtpolitik.
BZ, 24.2.2011 = WIDMANN, ARNO (2011): Gaddafis irrsinnige Welt.
BZ, 25.2.2011 = SCHOELLER, OLIVIA (2011): Obamas Kairo.
BZ, 26./27.2.2011 = BOMMARIUS, CHRISTIAN (2011): Die Hauchdünnbrett-Bohrer.
HBL, 19.2.2011 = BJÖRKESTEN, MARIT AF (2011): Hur tuktas en argbigga?
HBL, 20.2.2011 = GRÜNE, YRSA (2011): Svårt för Fatah att bryta dödläge.
HBL, 22.2.2011 = KOSK, MIKAEL (2011): Ett val mellan olika skattelinjer.
HBL, 23.2.2011 = KOSK, MIKAEL (2011): Direktdemokratin tar sina första steg.
HBL, 27.2.2011 = BJON, SYLVIA (2011): Ödets soldater flyr Irlands slagfält.
HBL, 28.2.2011 = OLKINUORA, HANNU (2011): Nokias starka synvilla.
HBL, 2.3.2011 = LINDÉN, CARL-GUSTAV (2011): Bruksdöden, Nokia och vallöften.

Sekundärliteratur

- ANDERSSON, SVEN-GUNNAR u. a. (2002): Tysk syntax för universitetsnivå. Lund.
 BURGER, HARALD (2005): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Mit einem Beitrag von Martin Luginbühl. 3., völlig neu bearb. Aufl. Berlin / New York.
 BURGER, HARALD (2010): Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. 4., neu bearb. Aufl. Berlin.
 DUDEN GRAMMATIK (2005) = Duden. Die Grammatik. 7., völlig neu erarb. und erw. Aufl. Mannheim u. a.
 FREUND, FOLKE / SUNDQVIST, BIRGER (1988): Tysk grammatik. Stockholm.
 GANSEL, CHRISTINA / JÜRGENS, FRANK (2009): Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. 3., unver. Aufl. Göttingen.
 LENK, HARTMUT E. H. (1999): Der Explizitätsgrad von Bewertungen in der Textsorte ‚Pressekommentar‘. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 35, 76–115.

- LENK, HARTMUT E. H. (2012): Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars. Manuskript. In: tekst i diskurs – Text und Diskurs 5, 2012. Zugang: www.tekst-diskurs.pl/indexDhtml.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen.
- RAMGE, HANS (1994): Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren. In: MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.): Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Berlin / New York, 101–120.
- SCHLAEFER, MICHAEL (2009): Lexikologie und Lexikographie. Eine Einführung am Beispiel deutscher Wörterbücher. 2., durchges. Aufl. Berlin.
- SVENSKA AKADEMIENS GRAMMATIK (1999). Svenska Akademien (Hrsg.). 4 Bde. Stockholm.
- SKOG-SÖDERSVED, MARIANN / MALMQVIST, ANITA (2012): *Fabelhaftes Buch* und *Verdienstvolle Werke*. Zu Bewertungen am Anfang und Ende von Buchrezensionen. In: SKOG-SÖDERSVED, MARIANN / PARRY, CHRISTOPH / SZURAWITZKI, MICHAEL (Hrsg.): Sprache und Kultur im Spiegel der Rezension. Ausgewählte Beiträge der GeFoText-Konferenz vom 29.9. bis 1.10.2010 in Vaasa. Frankfurt a. M. u. a. (Finnische Beiträge zur Germanistik. 29), 105–114.
- ZHONG, LIANMIN (1995): Bewerten in literarischen Rezensionen. Linguistische Untersuchungen zu Bewertungshandlungstypen, Buchframe, Bewertungsmaßstäben und bewertenden Textstrukturen. Frankfurt a. M. u. a.

Elektronische Quellen

- http://de.wikipedia.org/wiki/Berliner_Zeitung (Stand 30.8.2011).
- <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/> (Stand 30.8.2011).
- <http://www.ksfmedia.fi/tidning/hbl> (Stand 30.8.2011).

IWONA SZWED

Persuasive Kommunikation im polnischen und deutschen Wirtschaftskommentar der Online-Presse

1. Vorbemerkungen

Die Online-Presse ist seit einiger Zeit schon keine besonders moderne Erscheinung mehr. Sie gehört inzwischen vielmehr zur regelmäßigen Lektüre von vielen von uns und ist aus dem Alltag wohl kaum wegzudenken. Von großem Interesse scheint daher die Frage zu sein, mit welchen persuasiven Mitteln die Leser in den Online-Zeitungen konfrontiert werden, wobei das kontrastiv angelegte Verfahren zu Schlussfolgerungen hinsichtlich der sprachlichen Behandlung von schwierigen Themen in der polnischen und der deutschen Gesellschaft führen kann. Im Zentrum der Diskussion steht hier der Wirtschaftskommentar, der sich mit der Aufarbeitung der wirtschaftlichen Krise befasst, wie sie in den deutschen und polnischen elektronischen Medien erfolgt.

Die ständige Entwicklung der Online-Medien bringt Fragen nach den Grenzen der darin eingesetzten Textsorten und deren Klassifikation mit sich. Daher wird im Folgenden diskutiert, ob der Online-Kommentar als Hypertext bezeichnet werden kann.

Den Ausführungen liegt eine exemplarische Untersuchung von polnischen und deutschen Online-Wirtschaftskommentaren zu Grunde, in der die Illokutionsstrukturanalyse mit der Analyse von Argumentationsstrukturen verbunden wird, wobei die Begründetheit und die Vorteile einer solchen Vorgehensweise dargestellt werden. Abschließend werden Schlussfolgerungen in Bezug auf Persuasionsstrategien in Kommentaren in beiden Sprachen gezogen.

2. Persuasive Kommunikation als überredende oder überzeugende Kommunikation?

Die im pragmalinguistischen Ansatz wurzelnde Auffassung des Sprachgebrauchs als zielgerichtetes Handeln erlaubt es, die persuasive Wirkung des Textes aufzuzeigen. Bei der Persuasion geht es dabei nicht vorrangig (oder gar nicht) um die Vermittlung von Information, sondern vielmehr um die Beeinflussung von Menschen hinsichtlich ihrer Meinung, ihrer Einstellung oder ihres Verhaltens (vgl. LEWANDOWSKI 1994, 790). Auch wenn wir der obigen Annahme zustimmen, dass die persuasive Kommunikation keine Informationsvermittlung mit sich bringt, müssen wir gerade im Falle des Pressekommentars das von HABERMAS (1962, 222) angesprochene „Janusgesicht der Aufklärung und der Lenkung, der Information und der Manipulation“ immer im Auge behalten.

Persuasiv handeln bedeutet im alltäglichen Gebrauch der Sprache „eigene Ziele zu den Zielen anderer zu machen“ (MIKOŁAJCZYK 2004, 35). Interessant ist dabei, dass unter den Begriff ‚persuasiv‘, der vom lateinischen *persuadere* abgeleitet wird, in der Linguistik¹ sowohl ‚überreden‘ als auch ‚überzeugen‘ subsumiert werden (vgl. GANSEL 2011, 98). MIKOŁAJCZYK (2004) führt aus, dass in der Rhetorik bisher tatsächlich nicht unterschieden wurde,

wie der persuasive Effekt erreicht wird, ob der Empfänger durch reflektierte Übernahme von vorgebrachten Argumenten zu einer bestimmten Handlung überzeugt wurde, oder ob er durch nicht-reflektierte, ihn oft überfordernde oder manipulierte Methoden überredet wird. Bedeutend ist lediglich die Etablierung des eigenen Anliegens beim Rezipienten. (MIKOŁAJCZYK 2004, 35)

Auch LEWANDOWSKI (1994, 791) nimmt keine eindeutige Abgrenzung zwischen Überredung und Überzeugung vor, indem er die persuasive Kommunikation als „[ü]berredende Kommunikation, Überzeugen als sprachlich-argumentative Form der Beeinflussung mit dem Ziel, durch Meinungswandel Konsens herzustellen“ auffasst. Der persuasive Effekt, also der Grad der

1 In der Kommunikationswissenschaft wird dagegen stärker zwischen Überredung und Überzeugung unterschieden, wobei das Überreden als Funktion und Wirkung von Kommunikation angesehen und der Werbung zugeschrieben wird, und das Überzeugen als Grundfunktion von Public Relations erscheint (vgl. MERTEN 1999, 261).

Überredbarkeit von Gruppen oder einzelnen Personen kann allerdings sehr unterschiedlich sein.

Bei LEWANDOWSKI (1994, 790) handelt es sich bei der Persuasion „um Sprachsignale, die durch affektiv-konnotative Ausnutzung von Wortbedeutungen und Satzbedeutungen auf eine bestimmte Affektstruktur zielen“.

Wenn wir, wie in den obigen Ausführungen, die persuasive Handlung hauptsächlich auf das Endergebnis beziehen, wobei sich der Produzent möglicherweise auch unerlaubter, verdeckter Mittel bedient, kann die Persuasion mit der Manipulation gleichgesetzt werden. Auf eine solche negative Besetzung² des Begriffs „Persuasion“ deutet beispielsweise GANSEL (2011, 98 f.) hin und erklärt sie mit der Annahme, dass „eine direkte persuasive Wirkung im Kopf des Hörers / Lesers zu erwarten ist und mögliche eigentlich ungewollte Anschlusshandlungen folgen“.

Im vorliegenden Beitrag neige ich jedoch dazu, der negativen Einschätzung von Persuasion nicht zu folgen, denn dies würde den Begriff der Persuasion unnötig reduzieren und zugleich die Frage nach „der Grenze zwischen dem aufrichtigen Überzeugen und dem manipulativen Überreden“ (MIKOŁAJCZYK 2004, 39) aufwerfen. In der Regel arbeiten die beiden Strategien in einem Text zusammen – „angeführte Argumente werden durch Emotionen hervorruhende Mittel unterstützt“ (MIKOŁAJCZYK 2004, 39). Mit PARSONS (1963, 38) ist die Persuasion „a way of having an effect on the attitudes and opinions of others through intentional (though not necessarily rational) action“. Als persuasiv kann somit nur eine solche Wirkung bezeichnet werden, die auf gezielte Kommunikation zurückzuführen ist.

Mit MIKOŁAJCZYK (2004, 39 f.) kann die Persuasion präziser „als eine vielschichtige, *informative, argumentative, emotive* und *ästimative* Handlung mit *appellativem* Charakter definiert werden.“

Festzuhalten bleibt, dass die Persuasion immer wirkungsorientiert ist. Interessante Ergebnisse zur Wirkung der Kommunikation auf den Rezipienten haben die sogenannten „Yale-Studies“ zu Tage gebracht, die zwischen 1946 und 1961 von dem Sozialpsychologen Carl Hovland und seinem Forschungsteam an der Yale University durchgeführt wurden (vgl. KUNCZIK / ZIPFEL

2 Zu der negativen Besetzung des Begriffs der Persuasion vgl. auch die Definition in BUBMANN (2002, 508), nach der „persuasiv“ die Eigenschaft einer sprachlichen Handlung ist, „durch die der Adressat gegen seinen tatsächlichen oder angenommenen Widerstand von einer Meinung überzeugt oder zu einer Handlung veranlasst werden soll.“

2005, 294). Die Forscher haben wesentliche Einflussfaktoren im kommunikativen Wirkungsprozess identifiziert: Inhalt, Kommunikator, Medium und Situation, die sich auf den Rezipienten abhängig von seinen individuellen Prädispositionen und seiner Interaktion mit Kommunikationsstimuli in unterschiedlicher Weise auswirken und verschiedene Resultate hervorrufen können.³ Im Falle des Online-Kommentars scheinen neben den Eigenschaften des Inhalts, den Eigenschaften des Kommunikators und den situativen Bedingungen die Eigenschaften des Mediums, wie beispielsweise die Art der Bedeutungsvermittlung (vgl. HOVLAND / JANIS 1970, 225), von besonderer Bedeutung zu sein. Das Internet bietet nämlich den Rezipienten fast unzählige Auswahlmöglichkeiten an Texten und Inhalten, stellt sie jedoch zugleich vor die große Herausforderung, die erwünschten Inhalte aus den verfügbaren Modulen selber zusammenzubasteln. Das Angebot ist zusätzlich um einschlägige Bilder, Filme, Links zu Blogs von Kommentarauctoren, zu Erklärungen von schwierigen Begriffen, zu Expertenaussagen oder auch zur Werbung (wenn auch unauffällig) bereichert, worauf unten noch näher eingegangen wird. In einem solchen Auswahlprozess wird der Rezipient zum Mitgestalter des Textes und trägt somit auch die Verantwortung für den Text.

Die sogenannte „Yale-Gruppe“ hat drei Etappen der persuasiven Wirkung unterschieden: 1. Aufmerksamkeit des Rezipienten finden; 2. Verständnis schaffen; 3. akzeptiert werden; nach KUNCZIK / ZIPFEL (2005, 294) hat McGuire ihnen zwei weitere Stufen hinzugefügt: die Stufe der Erinnerung und die des Verhaltens.

Die obigen Stufen finden im Falle der Werbetexte in den persuasiven Teilfunktionen der übergeordneten Funktion der Persuasion ihre Widerspiegelung. In STÖCKL (1997, 67 ff.) werden folgende persuasive Teilfunktionen von Werbetexten⁴ genannt:

-
- 3 Die Arbeiten der Forschergruppe um Hovland sind inzwischen von Kritik nicht verschont geblieben (z. B. Kritik an der Künstlichkeit der Laborsituation), wobei sie sich zum Teil dadurch erklären lässt, dass die Arbeiten der sog. „Yale-Gruppe“ schon lange zurückliegen und vor dem Hintergrund der heutigen Erkenntnisse der Persuasionsforschung anders als zur Entstehungszeit betrachtet werden können – vgl. dazu PÜRER (2003, 449).
 - 4 Zu einzelnen Stufen der Werbewirkung vgl. auch das AIDA-Modell nach Elmo Lewis (mit vier Phasen der Werbewirkung: Aufmerksamkeit, Interesse, Verlangen / Wunsch und Handeln) in KOTLER / BLIEMEL (1995, 917) bzw. das AIDCA-

- Aufmerksamkeit und Interesse aktivieren;
- Verständnis schaffen;
- Akzeptanz sichern;
- Memorisierung ermöglichen;
- Vorstellung (mentale Bilder) aktivieren;
- von Strategie und Argumentation ablenken;
- Attraktivität des Kommunikationsdesigns garantieren.

Für die im vorliegenden Beitrag untersuchten Pressekommentare sind von den oben genannten v. a. die Funktion der Akzeptanzsicherung und der Schaffung von Verständnis charakteristisch.

3. Wirtschaftskommentar in der Online-Presse

Da wirtschaftliche Fragen heutzutage immer häufiger ins Zentrum des Interesses eines durchschnittlichen Lesers rücken, wird im Folgenden das persuasive sprachliche Handeln vor allem im Wirtschaftskommentar untersucht. Beim Kommentar ist es immer wichtig, dass er einen Bezug zum aktuellen Ereignis hat, daher fiel hier die Wahl gerade auf die Online-Presse als Übertragungsmedium dieser Textsorte. Die Online-Presse bietet den Lesern einen schnellen Zugang zu Informationen über Tagesereignisse sowie eine breite Wahlmöglichkeit an Themen, die rezipiert werden. Zunächst wird der Kommentar als Textsorte kurz umrissen.

3.1 Kommentar als Presetextsorte

Zwar orientiert sich das Analyseverfahren im vorliegenden Beitrag an der Sprechakttheorie, zur Klassifikation von Presetextsorten ist jedoch das sprechakttheoretisch fundierte Vorgehen nicht ausreichend. Als Beispiel möge die an der Sprechakttheorie orientierte Klassifikation der Gebrauchstextsorten in ROLF (1993) dienen, in der auch Medientexte berücksichtigt wurden. Seine

Modell von Rowse und Fish mit der zusätzlichen Stufe der Vertrauensgewinnung in TROPP (2011, 601).

Annahme, dass das Arsenal an Textsortenbezeichnungen der Gemeinsprache eine konventionelle Sortierung oder mindestens Vorsortierung der in der deutschen Kommunikationsgemeinschaft relevanten Textsorten darstelle (BURGER 2000, 616),

erweist sich heute unter medienspezifischen Aspekten als unzureichend.

Auf dem Kriterium der dominierenden Textintention aufbauend, hat LÜGER (1995) die bis heute wohl meistzitierte Beschreibung von Textsorten der Tagespresse vorgenommen. So stellt BURGER (2005, 208) in Bezug auf die Klassifikation der Presstexte Folgendes fest: „Lüger (1995) bietet, soweit ich sehe, die derzeit elaborierteste und am stärksten linguistisch ausgerichtete Typologie, die er handlungstheoretisch begründet“.

Ausgehend von den mit Presstexten realisierten Intentionen werden in LÜGER (1995, 66 ff.) fünf grundlegende Textklassen unterschieden: informationsbetonte Texte, meinungsbetonte Texte, auffordernde Texte, instruierend-anweisende Texte, kontaktorientierte Texte. Innerhalb der genannten Textklassen werden dann einzelne Presstextsorten ausgegliedert und beschrieben. Da der Kommentar den meinungsbetonten Texten zugeordnet wird, wird eben diese Klasse hier kurz charakterisiert.

In den meinungsbetonten Texten wird „eine Einstufung, eine Kommentierung eines gegebenen Sachverhalts“ (LÜGER 1995, 67) zum Ausdruck gebracht. Der zu Grunde liegende Intentionstyp ist hier BEWERTEN oder EVALUIEREN. Die Intensionskomponente der Bewertung wird durch verschiedene Bewertungsdimensionen spezifiziert, wie Einschätzung der Durchführbarkeit, moralische oder ästhetische Qualität, Relevanz, Nützlichkeit für den Adressaten bzw. für bestimmte soziale Gruppen, Quantität. Bei der Bewertung der Sachverhalte wird normalerweise in den meinungsbetonten Texten ein Vorwissen über die Bewertungsgegenstände beim Leser vorausgesetzt, meistens beinhaltet der Text nur eine Kurzfassung mit Anknüpfung an das Vorwissen. Das Ziel der Presstexte mit der dominierenden Intention BEWERTEN lässt sich mit LÜGER (1995, 69) folgendermaßen formulieren: Der Adressat soll erfahren und damit wissen, „wie ein Sachverhalt zu interpretieren ist, wie man ihn aus der Sicht des betreffenden Mediums oder Autors beurteilt“. Die Bewertung soll nicht nur zur Kenntnis genommen, sondern vom Empfänger auch übernommen werden (LÜGER 1995, 69). Damit das obige Ziel erfüllt und die sprachliche Handlung als erfolgreich eingestuft werden kann, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden, darunter die Verste-

hensbedingung.⁵ Daher werden in den meinungsbetonten Texten Begründungen und Erklärungen geliefert, die beim Leser ein „affirmatives Verhalten“ (LÜGER 1995, 71 mit Bezug auf Ernst Ulrich Große) bewirken und potenzielle Widerstände gegen die Übernahme der Bewertung mildern sollen. Solche Vorbehalte des Lesers werden vom Autor oft im Text antizipiert und dann mit Gegenargumenten ausgeräumt, was noch unten am Beispiel von konkreten Wirtschaftskommentaren gezeigt wird.

Die oben genannten Merkmale der meinungsbetonten Texte finden wir im Kommentar deutlich wieder. Für BURGER (2005, 211) lässt sich der Kommentar als die wichtigste eindeutig meinungsbetonte Textsorte charakterisieren.

Die Funktion der Pressekommentare ist „unabhängige Interpretation, Erklärung und Erläuterung von Tagesereignissen, Zeitströmungen und politischen Entwicklungen“ (LÜGER 1995, 126) und das Ziel liegt in der Regel in der Förderung bzw. Veränderung der evaluativen Einstellungen beim Adressaten bezüglich eines bestimmten Sachverhalts (vgl. LÜGER 1995, 126 f.). Dabei wird meistens auf einen vorausgehenden Text mit Darstellung des zu bewertenden Sachverhalts (und zugleich Vorwissen des Lesers darüber) Bezug genommen. Daher wird der Kommentar in BURGER (2005, 215) als eine „unselbständige“ Textsorte bezeichnet, die zum Bericht komplementär ist. Die dominierenden sprachlichen Handlungen sind oft mit Emotionalisierung verbunden, was auf der sprachlichen Ebene mit „expressiven“ Elementen wie Metapher oder Idiomen zum Ausdruck kommt. Als Komponenten des Kommentars können mit LÜGER (1995, 126) kurze Orientierung über den zugrunde liegenden Sachverhalt und argumentativer Kern genannt werden. Die vorherrschende argumentative Textentfaltung hängt im Zeitungskommentar mit der appellativen Funktion zusammen. BURGER (2005, 215) weist jedoch zu Recht daraufhin, dass als Adressaten des Appells nicht nur die Rezipienten selbst, sondern auch Politiker oder Institutionen in Frage kommen.

5 Für den Erfolg sprachlicher Handlungen lassen sich drei generelle Typen von Voraussetzungen unterscheiden: Verstehensbedingungen, Akzeptierensbedingungen und Ausführbarkeitsbedingungen (vgl. LÜGER 1995, 60), von denen die Verstehensbedingungen im Falle der meinungsbetonten Texte von besonderer Bedeutung sind.

3.2 Zur Spezifik der Online-Presse

Ganz allgemein lassen sich die Online-Medien als publizistische Angebote bezeichnen, die über die Infrastruktur Internet zur Nutzung bereitgestellt werden. Sie streben eine möglichst große Reichweite in unterschiedlichen Zielgruppen an und weisen Kontinuität auf. Das Angebot der Online-Presse umfasst regelmäßig neue Inhalte, was (im Gegensatz zu den Printmedien) durch permanente Aktualisierbarkeit möglich ist (vgl. DAHINDEN / TRAPPEL 2005, 415 f.).

Die Entwicklung der Online-Presse ist der Entwicklung des Internets als Übertragungsmedium zu verdanken. Die Neuartigkeit des Internets lässt sich mit BUCHER (1999, 9 f.) mit folgenden Stichworten charakterisieren:

- 1) Multimedialität, d. h. das Internet „fasst schriftliche, auditive, visuell-dynamische, fotografische und grafische Dokumente zusammen, ist also Hörfunk, Fernsehen, Video, Zeitung, Bildband und Computeranimation in einem“ (BUCHER 1999, 9 f.).
- 2) Interaktivität, die sich hauptsächlich auf unbegrenzte Selektionsmöglichkeiten für den Nutzer sowie auf spezifische interaktive Kommunikationsformen wie E-Mail-Leserbriefe, Chatforen oder Diskussionsgruppen bezieht. Es muss dabei auf die Notwendigkeit der Unterscheidung zwischen der Interaktivität im informationswissenschaftlichen Sinne und der im linguistischen Sinne hingewiesen werden, was im nächsten Unterkapitel bei den Ausführungen zu Hypertexten noch aufgegriffen wird.
- 3) Virtualität, die für das Entfallen von für Printzeitungen typischen Raum-Zeit-Begrenzungen entscheidend ist. So ist eine Online-Zeitung jederzeit verfügbar und aktualisierbar, zusätzlich kommen die digitalen Möglichkeiten der gezielten Suche und Abfrage der elektronischen Datenbank hinzu.
- 4) Nicht-Linearität – in der Internetkommunikation ist die Rezeptionsabfolge nicht vorgegeben (wie bei den Medien Buch, Hörfunk und Fernsehen), sondern sie wird vom Nutzer selbst bestimmt.

Mit den oben genannten Merkmalen des Internets gehen einerseits große Vorteile, andererseits jedoch auch gewisse Schwierigkeiten (z. B. bei Gestaltungsmustern von einzelnen Textsorten, beim Festlegen von Grenzen zwischen ihnen, bei der Kohärenzbildung und -planung in den im Internet angebotenen Hypertexten) einher.

Es werden die unbegrenzten Möglichkeiten der „Online-Medien“ hervorgehoben:

In Internet communication we *first* do not have the limitations of space: there are no borders for circulation and there is unlimited memory space for content. This dimension of disembedding constitutes the globalisation of the medium. *Second*, we have no time limitations, which means messages can be posted at any time, communicators do not have to wait for datelines of publishing. (BUCHER 2002, o. S.)

Das Internet als Plattform für den Meinungs Austausch bietet den Rezipienten auch die Möglichkeit, unterschiedliche Rollen zu übernehmen, nach BUCHER (2002) haben wir in dieser Kommunikationsform „no limitations on the roles of communicators and participants“.

Die obigen Möglichkeiten unterliegen jedoch auch im Internet den Grenzen der einzelnen Textsorten. So treffen sowohl die für die Globalisierung charakteristische „Entbettung“ (*disembedding* – im Gegensatz zur Einbettung – *embedding*) als auch das Fehlen von Zeitgrenzen für die Online-Presse nicht immer zu. Die Textsorten der Online-Presse sind nämlich immer in einen konkreten gesellschaftlich-politischen aktuellen Kontext eingebettet und beziehen sich meistens auf die Tages- bzw. Wochenereignisse. Der Leser kann zwar im Rahmen des Online-Angebots vieler Zeitungen neben den eigentlichen Artikeln auch nach Fotos, Filmen, Grafiken, Statistiken, Worterklärungen und nach dem Diskussionsforum greifen oder aber eine Leser-E-Mail mit seiner Stellungnahme abschicken. Im Rahmen von einzelnen Kommunikationsformen werden jedoch die darin realisierten Textsorten nach den für sie typischen Gestaltungsprinzipien aufgebaut.

Auch die Rollenübernahme und der Wechsel zwischen Individual- und Massenkommunikation werden durch die Grenzen von einzelnen Textsorten bedingt.

Dass Individual- und Massenkommunikation verwischt werden, trifft in einem bestimmten Sinn zu. Man denke etwa an die Website – gemeint ist damit die Gesamtheit aller Webseiten, die unter einer Internet-Adresse zu finden sind – einer Zeitung, welche neben tagesaktueller Information auch die Möglichkeit eines Chats zwischen Leserinnen und Lesern bietet sowie die Möglichkeit eröffnet, E-Mails an einzelne Mitglieder der Redaktion zu senden. Dass die Unterscheidung von Individual- und Massenkommunikation damit obsolet wird, scheint aus analytischer Sicht aber nicht gerechtfertigt: die Merkmale der ein-

zelen Textsorten können ohne Rückgriff auf diese Unterscheidung wohl kaum zufrieden stellend analysiert werden. (LUGINBÜHL 2005, 426 f.)

Andererseits unterliegen die in den Online-Zeitungen angebotenen Textsorten ständigen Änderungen und manche Linguisten weisen auf das Fehlen von klaren Textsortenmustern im Netz hin:

Ein zentrales Problem bei der Gestaltung von Hypertexten ist das Fehlen etablierter Textmuster und Textsorten. Gerade im WWW haben sich noch keine einheitlichen Gestaltungsmuster herausgebildet, was u. a. auch daran liegt, dass sich die technischen Randbedingungen stets verändern und erweitern. (STORRER 1999, 45)

Die unbegrenzten Möglichkeiten des Internets und die große Wahlfreiheit des Rezipienten bei der Zusammenstellung der verfügbaren Wissensmodule erfordern von ihm ständige Entscheidungen. Die hohe Menge an angebotenen Informationen kann dabei zu der Gefahr führen, sich auf der Suche nach immer neuen Inhalten zu verlieren, was als *lost in cyberspace* bezeichnet wird (vgl. LUGINBÜHL 2005, 430 und BUCHER 1999, 14).

Die oben genannten Vorteile der Online-Presse tragen zu ihrer immer besseren Zugänglichkeit und dadurch zu den starken Wirkungsmöglichkeiten bei. Daher wurden im vorliegenden Beitrag gerade die Kommentare der Online-Presse als Basis der Korpuserstellung gewählt. Solche Online-Kommentare sind einerseits Träger und Widerspiegelung von gesellschaftlichen Einstellungen und Meinungen, andererseits stellen sie ein Mittel der Beeinflussung von gesellschaftlichen Meinungen dar. Die analysierten Kommentare entstammen ausgewählten polnischen und deutschen Online-Zeitungen und Online-Zeitschriften, wobei die oben genannten Merkmale der Online-Presse für sie zutreffen.

3.3 Der Online-Kommentar als Hypertext?

Da die Geschichte des Hypertextes zum großen Teil mit den Entwicklungen in der Informatik zusammenhängt⁶, kann der Begriff des Hypertextes entweder

6 Zur 1945 von Vannevar Bush entwickelten Hypertextidee und deren Aufgreifen durch Theodor Holm Nelson in den 1960er und 1970er Jahren sowie zur Weiterentwicklung dieser Idee vgl. z. B. STORRER (2007, 209 ff.) bzw. LUGINBÜHL (2005, 427).

als Gegenstand der Linguistik (mit Hervorhebung der semiotisch medialen Aspekte einer Vertextung von Sprache) oder als Gegenstand der Informationswissenschaft (mit Berücksichtigung relevanter Aspekte einer Implementierung von Datensystemen im Computer) definiert werden (vgl. SAGER 2000, 587). In diesem Beitrag rückt der textlinguistisch relevante Gesichtspunkt in den Vordergrund.

Die Merkmale des Hypertextes im Internet resultieren aus den in Abschnitt 3.2 genannten Merkmalen des Internets und decken sich zum Teil mit ihnen. So kann ein Hypertext als

ein kohärenter, nichtlinearer, multimedialer, computerrealisierter, daher interaktiv rezipier- und manipulierbarer Symbolkomplex über einem jederzeit vom Rezipienten unterschiedlich nutzbaren Netz von vorprogrammierten Verknüpfungen

definiert werden (SAGER 2000, 589).

Im Folgenden soll entschieden werden, ob auf Grund der durchgeführten Analyse der Online-Kommentar als Hypertext bezeichnet werden kann. Daher scheint es angebracht zu sein, die genannten Merkmale des Hypertextes kurz zu diskutieren.

Eine rege Diskussion verursachte unter Linguisten die Frage, inwieweit der Hypertext etwas mehr als eine bloße Ansammlung von Teiltexten und anderen medialen Elementen ist, also ob er eine mediale Ganzheit darstellen kann (vgl. SAGER 2000, 587). Die für Kohärenz oft benutzte Metapher des roten Fadens lässt sich auf Hypertext nicht so einfach beziehen, weil er nicht als eine sequenzielle, linear geordnete Abfolge von Teiltexten zu sehen ist (vgl. STORRER 1999, 33). Der Rezeptionspfad ist somit nicht vorgegeben und nicht vorhersehbar, da die Informationseinheiten auf Module verteilt sind, die durch sogenannte Hyperlinks miteinander verknüpft sind. Der Hypertextnutzer kann selbst entscheiden, welche Module er in welcher Reihenfolge abrufen möchte. Solche nutzerbestimmten (und nicht autorenbestimmten) Sequenzmuster der Rezeption sind für die Fragen der Kohärenzplanung und der Kohärenzbildung von entscheidender Bedeutung. Die Kohärenz muss hier also nicht aus der produktbezogenen, sondern aus der prozessbezogenen Perspektive (vgl. STORRER 1999, 40 f.) betrachtet werden. Somit erscheint die Kohärenz nicht nur als eine Eigenschaft des Textes, sondern als ein übergreifender Sinnzusammenhalt, der sich durch einen Kommunikationsprozess hindurchzieht. Sie wird also erst während des Produktions- bzw. Rezeptionsprozesses (wie im Hypertext) herausgebildet.

Die nicht-lineare Organisation des Hypertextes ist dabei keine völlig neue Erscheinung. Als Beispiele für Entlinearisierung sind mit LUGINBÜHL (2005, 429) nicht nur Wörterbücher und Lexika anzugeben, sondern auch beispielsweise die Existenz von kleinen Zusammenfassungen oder Marginalien im 12. Jahrhundert. In der Mediengeschichte sind die Delinearisierungstendenzen in den Printmedien schon seit etwa 100 Jahren zu beobachten (vgl. BUCHER 1999, 10). Ebenso stellt die Multimedialität in Hypertexten, also die Verflechtung von Daten unterschiedlicher semiotischer Systeme (wie Text, Bild, Ton, Film) im Grunde genommen nichts Neues dar. Mit der Verbindung von Text und Bild hatte man schon in barocken Emblemen zu tun, und in den heutigen Printmedien werden Text, Bild und Grafik auch oft miteinander verbunden (vgl. LUGINBÜHL 2005, 428). Das Einzige, was am Hypertext völlig neu ist, wie es ADAMZIK (2002, 178) feststellt, ist die elektronische Verknüpfung der Einheiten miteinander, die verursacht, dass sowohl zur Herstellung als auch zur Rezeption Software benötigt wird (vgl. auch LUGINBÜHL 2005, 428). Somit ist das Merkmal ‚computerbasiert‘ ein

zentrales Unterscheidungsmerkmal, durch das sich nicht-linear organisierte Hypertextdokumente gegenüber modular organisierten gedruckten Dokumenten (z. B. Wörterbücher, Enzyklopädien oder modulare Formen der Zeitungs-gestaltung) abheben (STORRER 2007, 213).

Der Gebrauch der in der obigen Definition genannten Bezeichnung „interaktiv“ kann in Bezug auf Hypertext manchmal irreführend sein. Im informationswissenschaftlichen Sinne bedeutet nämlich Interaktivität die Eigenschaft der Software, auf Eingaben eines Anwenders in vorprogrammierter Weise zu reagieren (vgl. STORRER 2007, 213). Die Verknüpfungstechnik erlaubt es dem Benutzer, durch auf dem Bildschirm entsprechend markierte Verbindungen zu unterschiedlichen medialen Einheiten zu gelangen. Dadurch eröffnet sich für den Benutzer erst die Möglichkeit der Interaktion im linguistischen Sinne, verstanden als „ein sozialer Prozess, bei dem Menschen wechselseitig ihre sprachlichen Handlungen aufeinander beziehen“ (LUGINBÜHL 2005, 428). Solche Möglichkeiten sind z. B. beim E-Mail-Austausch oder Chat gegeben. Es kann hier jedoch nicht ganz LUGINBÜHL (2005, 428) zugestimmt werden, wenn er behauptet, dass der interaktive Prozess im Falle der Nutzung von Hypertext nicht vorliegt. Der Hypertext bietet nämlich die interaktiven Möglichkeiten auch im linguistischen Sinne, indem der Hypertextnutzer ständig dazu eingeladen wird, durch zahlreiche Links zu einem E-Mail-Austausch oder aber zu einem Diskussionsforum „hinüberzuspringen“. Man müsste sich hier

natürlich die Frage stellen, wo die Grenzen eines Hypertextes liegen, eine Frage, die gar nicht so leicht zu beantworten ist. Ich würde sie sogar als eine der wichtigsten Fragen der Zukunft der Textlinguistik auffassen. Bei der ständigen Entwicklung der Informationsmodule im Internet kann nicht immer eindeutig festgestellt werden, wo der Hypertext endet und z. B. ein Hypertextnetz beginnt.

Das oben Ausgeführte legt zugleich die Frage nahe, inwieweit die interaktiven Möglichkeiten in den analysierten Online-Kommentaren angeboten werden,⁷ und ob sie als Hypertexte oder eher als E-Texte bezeichnet werden sollten. Am Beispiel der untersuchten Texte kann gesagt werden, dass die Online-Kommentare in größere modulare Einheiten integriert sind, die als Hypertexte aufgefasst werden können und sich mit der Zeit erweitern, indem sie auch Verknüpfungen zu Foren oder E-Mail-Austausch anbieten. In den Kommentaren⁸ wurden Verknüpfungen zu folgenden weiteren Informationsmodulen gefunden: Bilder, Filme, Darstellung des Kommentarautors, Expertenaussagen, Blogs von Kommentatoren, Erklärungen von Begriffen (darunter auch mit Möglichkeit der Modifizierung der Einträge), andere Kommentare bzw. andere Presse-Textsorten (wie Nachricht mit Hintergrundinformationen zum kommentierten Ereignis), Werbetexte (wenn auch nur unauffällig). Der Rezipient hatte auch die Möglichkeit, eine Leser-E-Mail an die Redaktion abzuschicken, um seine Meinung zu äußern. Somit war das Merkmal der Interaktivität gegeben, jedoch nicht direkt im Kommentar, sondern erst durch Überschreiten der Textgrenzen des Kommentars. Zugleich haben die untersuchten Kommentare die Merkmale des Pressekommentars im Sinne von LÜGER (siehe Abschnitt 3.1), sie weisen auch die Eigenschaften eines E-Textes auf, sind also online publiziert, aber linear organisiert. E-Texte werden hier mit STORRER (2007, 213) als linear organisierte Texte verstanden, die in ein Hypernetz eingebunden sind und interne sowie externe Links enthalten können, aber nicht müssen. Sie können also ohne Wertverlust auf Papier gedruckt werden, oft sind sie sogar Parallel- oder Vorversionen von Printpublikationen (vgl. STORRER 2008, 323). Da E-Texte Linearität aufweisen, sind sie keine Hypertexte, können aber durch Links mit anderen Modulen verknüpft

7 In LÜGER / LENK (2008, 15) werden die interaktiven Nutzungsmöglichkeiten als das Merkmal angegeben, das die Online-Ausgaben von den Printausgaben der Zeitungen unterscheidet.

8 Zur näheren Darstellung des Korpus siehe Abschnitt 4.

und somit Teil eines Hypertextes sein. So könnten gerade die Online-Kommentare bezeichnet werden. Sie sind nämlich etwas mehr als E-Texte. Die in LÜGER (1995, 126) als Komponente des Kommentars genannte kurze Orientierung über den zugrunde liegenden Sachverhalt wird nämlich in den Online-Kommentaren oft durch einen Verweis (Link) zu einer Nachricht mit entsprechenden Informationen realisiert. Die zweite Komponente bei LÜGER (1995) – der argumentative Kern – wird manchmal durch eine Bezugnahme (auch mit Links) auf einen vorhergehenden Kommentar eines anderen bzw. desselben Autors ergänzt. Daher würde ich die Online-Kommentare als ein Grenzphänomen zwischen dem Hypertext und dem E-Text bezeichnen, das mit der Zeit wahrscheinlich weiteren Änderungen unterliegen wird und möglicherweise einmal in der Zukunft ebenfalls als Hypertext definiert werden kann. Diese Entwicklung braucht jedoch noch Zeit, und ihr Nachweis erfordert zahlreiche empirische Analysen an einem umfangreicheren Korpus von Online-Kommentaren.

4. Polnische und deutsche Wirtschaftskommentare in der Online-Presse – Ergebnisse der kontrastiven Analyse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der kontrastiven Analyse von polnischen und deutschen Wirtschaftskommentaren in ausgewählten Online-Zeitungen und Online-Zeitschriften exemplarisch dargestellt. Zu Analysezielen wurden Kommentare gewählt, die sich auf wirtschaftliche Fragen beziehen, weil das Wirtschaftsgeschehen heutzutage einen starken Einfluss auf das Leben der Menschen hat. Daher erwecken wirtschaftsbezogene Texte ein immer größeres Interesse, auch in den Online-Medien. Die kontrastive Analyse gibt zusätzlich die Möglichkeit, unterschiedliche, manchmal sogar entgegengesetzte Reaktionen der polnischen und der deutschen Gesellschaft auf die Folgen der Wirtschaftskrise offenzulegen.

Die persuasive Kommunikation kommt in den untersuchten Kommentaren vor allem als überzeugende Kommunikation zustande. Wie oben schon angemerkt (vgl. Abschnitt 2), sind für Kommentare die Funktion der Akzeptanzsicherung und die der Verständnisschaffung kennzeichnend. Im Folgenden soll gezeigt werden, welche Unterschiede in dieser Hinsicht zwischen den polnischen und den deutschen Kommentaren festgestellt werden können. Da

sich die persuasive Kommunikation einerseits in der illokutiven Struktur des Textes, andererseits in dessen argumentativer Struktur manifestiert, wurden in der Analyse zwei Modelle parallel eingesetzt – die Argumentationsanalyse von Toulmin und die Illokutionsstrukturanalyse.

4.1 Das Korpus

In der Analyse wurden insgesamt 15 Texte berücksichtigt, die als Wirtschaftskommentare in den Online-Ausgaben der polnischen Wochenzeitschrift *Polityka* (3 Texte aus *Polityka.pl*) und des deutschen Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* (2 Texte aus *Spiegel online*) sowie der polnischen überregionalen Tageszeitung *Rzeczpospolita* (5 Texte aus *rp.pl*) und der deutschen überregionalen Tageszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (3 Texte aus *faz.net*) und *Süddeutsche Zeitung* (2 Texte aus *süddeutsche.de*) im Zeitraum vom 23.6.2011 bis 9.8.2011 erschienen sind. Das alle Kommentare durchziehende Thema ist die Finanzkrise; damit verbunden sind u. a. Fragen des Ratings der USA sowie des damals rasch steigenden Wechselkurses des Schweizer Franken.

Das Ziel der Analyse lag in der Feststellung von Ähnlichkeiten und Unterschieden in der sprachlichen Beeinflussung der gesellschaftlichen Meinung zu Wirtschaftsfragen in den beiden Gesellschaften (der polnischen und der deutschen).

4.2 Formale Charakteristik

Im Hinblick auf den formalen Aufbau der untersuchten Online-Kommentare war die unterschiedliche Länge der polnischen und der deutschen Texte auffallend (siehe Tab. 1).

Tab. 1: Unterschiedliche Länge der polnischen und der deutschen Online-Kommentare

	polnische Kommentare	deutsche Kommentare
Anzahl der Zeichen	1534–3004	2216–6855
Durchschnittliche Anzahl der Zeichen	2227	4295
Wortanzahl	244–477	362–1041
Durchschnittliche Wortanzahl	360	694

Schon auf den ersten Blick lässt sich der obigen Tabelle entnehmen, dass die deutschen Kommentare wesentlich länger sind als die polnischen. Sowohl die durchschnittliche Anzahl der Zeichen als auch der Wörter sind in den deutschen Kommentaren doppelt so hoch wie in den polnischen. Dabei ist freilich auch zu beachten, dass schon die Wörter selbst in der deutschen Sprache oft länger sind als die im Polnischen. Das Deutsche zeichnet sich durch Zusammensetzungen aus, die im Polnischen in der Form nicht vorkommen.

Es muss also festgestellt werden, dass die deutschen Leser schon durch die Länge des Textes selbst vor eine größere Herausforderung gestellt werden.

4.3 Inhaltliche Charakteristik

Auch die inhaltliche Struktur der polnischen und der deutschen Online-Kommentare weist ziemlich große Unterschiede auf. So sind in den deutschen Kommentaren viel mehr Bezüge auf die allgemeine Situation in der Welt zu finden, was mit folgenden Beispielen belegt werden kann:

- (1) Diese Umverteilung ist ein Aspekt der Globalisierung: Betriebe China auch heute noch eine Politik der Abschottung und nicht die der Einbettung in die weltwirtschaftlichen Zusammenhänge, wäre es nicht auf dem Sprung zur Weltmacht des 21. Jahrhunderts; würde es nicht Rivale der Vereinigten Staaten werden, wäre es nicht ihr größter Gläubiger. (*faz.net*, 8.8.2011)
- (2) Die Welt erlebt in diesem Sommer einen Systemwechsel: Bei den Investoren setzt sich die Erkenntnis durch, dass immer neue Milliarden zur Rettung von Staaten nicht helfen, das Grundübel der maßlosen Verschuldung zu beseitigen. (*süddeutsche.de*, 8.8.2011)
- (3) Das bedeutet, dass die Schuldenkrise die Welt noch auf Jahre beschäftigen wird. (*süddeutsche.de*, 8.8.2011)
- (4) Die Sorgen, dass die Vereinigten Staaten und die Länder der Europäischen Währungsunion vor ähnlichen Grenzen stehen, ist gut begründet. Einen Spielraum für neue fiskalische Stimulanzen gibt es weder hier noch dort. Eine weitere geldpolitische Lockerung ist denkbar, aber sie wird keine große Wirkung haben und nur das wachstumsschädliche Risiko einer inflationären Entschuldung erhöhen. (*faz.net*, 8.8.2011)

Nur in einem der deutschen Kommentare konnte ein direkter Bezug auf die Situation in Deutschland festgestellt werden, wie im Beispiel unten:

- (5) Das ganze Wochenende telefonierten Regierungschefs und Notenbanker hektisch, die Börsianer bereiteten sich auf den Absturz zum Handelsbeginn in der neuen Woche vor, und was machen die Börsenkurse in Deutschland? Sie steigen erst einmal und gehen erst dann nach unten. (*süddeutsche.de*, 8.8.11)

Die polnischen Kommentare weisen dagegen mehr lokal ausgerichtete Bezüge auf, z. B. auf die aktuelle Lage in Polen (wie den Einfluss der Krise auf die Kreditrückzahlung), was den folgenden Beispielen zu entnehmen ist:

- (6) *Nikła nadzieja dla kredytobiorców*
(‘Kaum Hoffnung für Kreditnehmer’⁹) (*rp.pl*, 3.8.2011)
- (7) *Źle się stało, że frank tak bardzo się umocnił w ostatnich miesiącach wobec złotego. [...] Jeszcze gorzej, że posłowie to umocnienie franka – wciąż najpopularniejszej waluty wśród Polaków spłacających kredyty mieszkaniowe – postanowili wykorzystać w kampanii wyborczej i spróbowali zdjęć z kredytobiorców ciężar spreadów walutowych.*
(‘Es ist schlimm, dass der Franken in den letzten Monaten im Verhältnis zum Zloty so stark geworden ist. [...] Es ist noch schlimmer, dass die Abgeordneten die stärkere Position des Schweizer Franken – der immer noch populärsten Währung unter polnischen Immobilienkreditzählern – in der Wahlkampagne genutzt haben, indem sie den Kreditnehmern die Last durch Spreads zu nehmen versuchten.’) (*rp.pl*, 29.7.2011)
- (8) *Teraz uczymy się na spreadach. Instytucje finansowe szukają kolejnych możliwości zarabiania, więc na tym się nie skończy.*
(‘Wir lernen nun an Spreads. Finanzinstitute suchen nach weiteren Gewinnmöglichkeiten, es wird wohl also nicht damit enden.’) (*rp.pl*, 29.7.2011)

In den polnischen Kommentaren haben wir es auch mit mehr direkt geäußerten Bewertungen zu tun, wie: *„Nikła nadzieja [...]“* (‘Kaum Hoffnung [...]’) oder *„Źle się stało, że ...“* (‘Es ist schlimm, dass ...’). Auch direkt geäußerte

9 Die Übersetzung dieses Beispiels und aller anderen Beispiele im vorliegenden Text stammt von mir – I. S.

Empfehlungen und Ratschläge in Bezug auf den Umrechnungskurs des Schweizer Franken sind in den polnischen Kommentaren anzutreffen.

In den deutschen Kommentaren lässt sich dafür eine sehr kritische Einstellung zu den USA und zur amerikanischen Politik beobachten (siehe Beispiele (9)–(12) unten), was in den polnischen Texten kaum festzustellen ist.

- (9) Präsident Barack Obama muss den Wahlkampf nun mit dem historischen, aber wenig schmeichelhaften Etikett führen, Amerika in die Zweitklassigkeit geführt zu haben. Das ist die Strafe für fehlende Führungskraft und unbelehrbares Beharren auf immer weiteren Fiskalimpulsen. (*faz.net*, 8.8.2011)
- (10) Das politische Washington ist derzeit nicht fähig, einen soliden Weg aus dem Schuldendilemma aufzuzeigen. (*faz.net*, 8.8.2011)
- (11) Die These vom Niedergang der Vereinigten Staaten von Amerika kann sich auf ein (weiteres) Datum stützen: den 5. August 2011. [...] Ist das der Anfang vom Ende der amerikanischen Supermacht? (*faz.net*, 8.8.2011)
- (12) Der peinliche Streit um das US-Sparpaket hat gezeigt, dass das politische System der USA derzeit nicht besonders effektiv und verlässlich funktioniert. (*Spiegel online*, 7.8.2011)

In den deutschen Kommentaren wird darüber hinaus auch häufiger eine Handlung empfohlen oder sogar zu einer Handlung aufgerufen:

- (13) Rettet den Euro! (*Spiegel online*, 23.6.2011).

Damit zeigt sich ein größeres Bemühen um die Akzeptanzsicherung, während die polnischen Kommentaraufsteller sich mehr um eine Verständnissicherung kümmern, indem sie den Lesern viele Erklärungen liefern. Auf die eingesetzten sprachlichen Handlungen wird unten noch bei der Darstellung der Ergebnisse der Illokutionsstrukturanalyse (Abschnitt 4.5) eingegangen.

4.4 Charakteristik der Argumentationsstruktur

Die Argumentationsstrukturen weisen in den Online-Kommentaren in beiden Sprachen gewisse Unterschiede auf. Die Aristotelische Dialektik¹⁰ manifestiert sich in den untersuchten Kommentaren beispielsweise in der Frage-Antwort-Komposition. Diese Komposition ist in den polnischen Texten etwas seltener anzutreffen.

(14) Co dalej? Są dwie drogi. ('Wie geht es weiter? Es gibt zwei Wege.')
(*rp.pl*, 9.8.2011)

In den deutschen Kommentaren kommt sie dagegen häufiger vor:

(15) Musste das sein? Musste die weltgrößte Agentur [...]. Ja, sie musste.
(*Spiegel online*, 7.8.2011).

Auch die Darstellung der Gegenposition ist in den deutschen Kommentaren etwas stärker vertreten.

In den beiden Sprachen halten sich die Kommentaraufsteller in der Regel an den Textrahmen, indem sie die am Anfang gelieferte Information am Ende des Textes wieder aufgreifen. Ebenso hat man es in den beiden Sprachen mit rhetorischen Fragen zu tun, wie im polnischen Kommentar: „Ale czy te wszystkie zabiegi wystarczą?“ ('Werden all die Bemühungen ausreichend sein?'), oder im deutschen: „[...] soll man von Politikern mehr erwarten?“ Die Ironie ist als Argumentationsmittel in den deutschen Kommentaren etwas stärker vertreten.

Die untersuchten Kommentare wurden auch auf das Vorgehen nach dem pragmatisch orientierten Schema (vgl. LEWANDOWSKI 1994, 86) der Argumentation von TOULMIN (1975) geprüft.

Das Toulminsche Argumentationsmodell lässt sich gut auf die Texte in beiden Sprachen anwenden, was mittels der Abb. 1 und 2 verdeutlicht wird.

10 Zur Dialektik bei Aristoteles vgl. EGGS (2000, 406) mit Verweis auf eine frühere Arbeit des Autors.

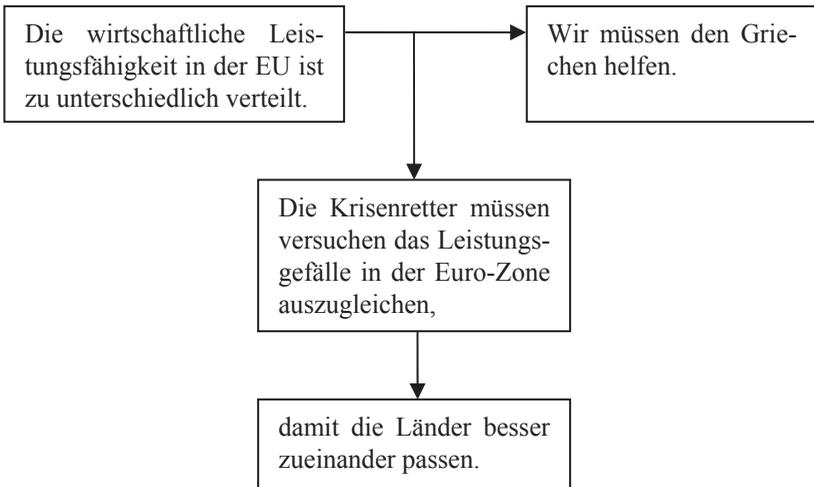


Abb. 1: Die typische Argumentationsstruktur in deutschen Online-Kommentaren zur Finanzkrise

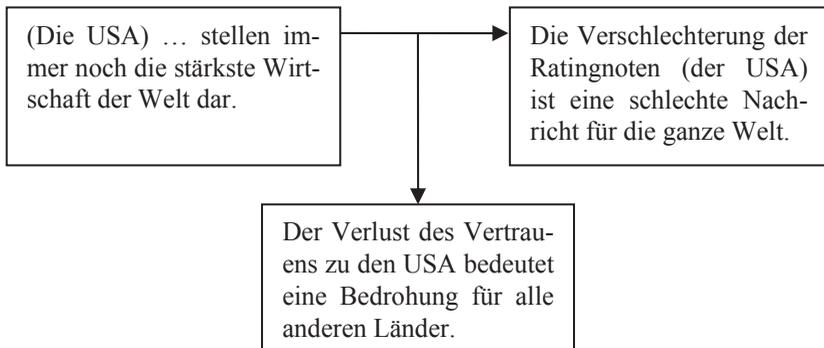


Abb. 2: Die typische Argumentationsstruktur in polnischen Online-Kommentaren zur Finanzkrise

4.5 Zur Analyse der Illokutionsstruktur

Die im handlungstheoretischen Ansatz wurzelnde Illokutionsstrukturanalyse basiert auf der Annahme, dass den Illokutionsstrukturen von Texten Zielhierarchien des Autors zugrunde liegen. Der Text wird dabei als eine hierarchisch strukturierte Abfolge von elementaren Handlungen (d. h. illokutiven Handlungen) definiert (vgl. MOTSCH 2000, 424). Das Gesamtziel eines Textes wird über Teilziele realisiert, die ihrerseits Voraussetzungen zur Erreichung des Gesamtziels darstellen (vgl. BAUMANN 1998, 410).

Dank der Ausrichtung der Illokutionsstrukturanalyse (im Folgenden: ISA) auf die Zielkomponente sind die Methoden der ISA besonders für die Analyse von Texten mit klar durchdachter Senderstrategie gut geeignet.¹¹ In der Textlinguistik wurde die ISA zwar kritisiert,¹² die Kritik bezog sich aber hauptsächlich auf deren Anwendung bei der Analyse von literarischen und wissenschaftlichen Texten. Hier wird ein Versuch unternommen, die Illokutionsstrukturanalyse auf die Untersuchung von Kommentaren anzuwenden, da dieser Textsorte meistens auch eine klare und gut durchdachte Strategie des Textverfassers zu Grunde liegt.

11 Das auf der Illokutionshierarchie beruhende Analysevorgehen, in dem man von Einzelillokutionen der niedrigsten Ebene ausgeht, um zu der Textillokution der höchsten Ebene zu gelangen, wurde beispielsweise in MOTSCH / VIEHWEGER (1981) an einem Appelltext gut illustriert und in KOCH / ROSENGREN / SCHONEBOHM (1981) zur Analyse des Geschäftsbriefes angewendet. Zu anderen Analysen mit Anwendung der ISA vgl. auch die Arbeiten der sog. „Lunder Gruppe“ (um Inger Rosengren u. a. – z. B. ROSENGREN 1983), in denen an Hand der Illokutionsstruktur im Text die Strategie des Textverfassers verfolgt wird. Zur handlungstheoretisch ausgerichteten Analyse von Pressekommentaren vgl. LENK / TIITTULA (1990) und LENK (2011).

12 Zur Kritik der ISA vgl. z. B. die Bemerkungen in HEINEMANN / HEINEMANN (2002, 86) über die „Atomisierung“ von Textganzheiten in der illokutiven Textauffassung oder die Ausführungen in BRINKER (2000, 172) zu Abgrenzungs- und Klassifikationsproblemen bei Texten, die in Einzelillokutionen aufgelöst wurden. Zu beachten sei in dieser Hinsicht auch, dass die Bestimmung der illokutiven Rollen einen interpretativen Charakter hat.

Unter der Illokution wird hier die Zielkomponente der Aussage verstanden.¹³ Zur Klassifizierung von einzelnen Illokutionen wurden Klassifizierungsvorschläge von SEARLE (1971), WUNDERLICH (1976) und SCHMITT (2000) herangezogen, wobei Bewertungshandlungen als Evaluativa in den genannten drei Ansätzen nur bei Schmitt eine eigene Hauptklasse bilden. Dabei ist für die Zuweisung der illokutiven Rolle / Funktion zu Äußerungen die Kenntnis der Illokutionsindikatoren unentbehrlich.¹⁴

Das Zusammenwirken von einzelnen Illokutionen im Text deckt die darin enthaltene Hierarchisierung von Illokutionen auf, in der dominierende und stützende Illokutionen einander beeinflussen. Die Illokutionsstruktur gilt dabei als Widerspiegelung der Strategie des Textverfassers.

Die zentrale These / Konklusion eines Beitrags kann man dabei als dominierende Sprachhandlung betrachten; Rechtfertigungen, Begründungen und Schlußregeln bilden subsidiäre Handlungen [...] (LÜGER 1995, 128).

Nach BRANDT / ROSENGREN (1992) werden die stützenden Illokutionen in subsidiäre (wie verstehensstützende, motivationsstützende, akzeptanzfördernde, ausführungssichernde) und komplementäre (wie sachverhaltsklärende und kooperationssichernde) Illokutionen eingeteilt.

Als Ergebnis der Analyse bleibt festzuhalten, dass BEWERTEN sowohl in den deutschen als auch in den polnischen Kommentaren häufig die Rolle der dominierenden Illokution erfüllt, wie den Beispielen (16)–(18) zu entnehmen ist.

(16) Warum Standard & Poor's richtig liegt (*Spiegel online*, 7.8.2011).

(17) Źle się stało, że frank tak bardzo się umocnił w ostatnich miesiącach wobec złotego

(‘Es ist schlimm, dass der Franken in den letzten Monaten im Verhältnis zum Zloty so stark geworden ist’) (*rp.pl*, 29.7.2011).

13 Die Illokutionen können auch als „kodierte Intentionen“, d. h. konventionalisierte sprachliche Mittel zur Verwirklichung von Sprecherintentionen definiert werden – vgl. dazu LIEDTKE (1998), WAGNER (2001), HEINEMANN / HEINEMANN (2002).

14 Unter Illokutionsindikatoren werden hier sowohl Basis- als auch Sekundärindikatoren (darunter auch Kontextindikatoren) verstanden. Vgl. dazu u. a. SÖKELAND (1980) und LIEDTKE (1998).

(18) Ale pogorszenie ich ratingu to zła wiadomość dla całego świata.

(‘Die Verschlechterung der Ratingnoten (der USA) ist eine schlechte Nachricht für die ganze Welt.’) (*Polityka.pl*, 6.8.2011)

In einem der polnischen Kommentare hat BEZWEIFELN die Rolle der dominierenden Illokution übernommen – siehe Beispiel (19), und in einem deutschen Kommentar ist es FORDERN, begleitet durch eine negativ bewertende Prognose – siehe Beispiel (20).

(19) Nikła nadzieja dla kredytobiorców

(‘Kaum Hoffnung für Kreditnehmer’) (*rp.pl*, 3.8.2011)

(20) Wir müssen den Griechen helfen, und es wird teuer – für uns alle. (*Spiegel online*, 23.6.2011)

In den deutschen Kommentaren können eine stärker ausgebaute Struktur von stützenden Illokutionen sowie stärker polarisierte Meinungen, mit Darstellung der Gegenposition und deren Entkräftung festgestellt werden:

(21) Natürlich bleiben Zweifel an ihrer Arbeit: Warum sollten ausgerechnet die Mitarbeiter einer Rating-Agentur bewerten können, ob die USA nun genug und an der richtigen Stelle sparen? Aber das ist eine andere Frage. Solange die Investoren – und im übrigen auch die staatlichen Aufsichtsbehörden und Notenbanken – die Meinung der Rating-Agenturen hören wollen, sollten diese sie auch ehrlich äußern – ohne Rücksicht auf politische Einflussnahme und mögliche Reaktionen an den Finanzmärkten. (*Spiegel online*, 7.8.2011)

Darüber hinaus sind Empfehlungen in den deutschen Kommentaren eindeutiger ausgedrückt, es herrscht in der Regel eine sehr kritische Einstellung vor und Bewertungen werden meistens durch Begründungen begleitet, wie in den Beispielen (22)–(24).

(22) Die Erklärung der Finanzminister ist der Lage dennoch angemessen. Wenn die Akteure auf den Märkten nicht wissen, welche Folgen der Verlust des Spitzenratings des Gläubigers Vereinigte Staaten haben wird, soll man von Politikern mehr erwarten? (*faz.net*, 8.8.2011)

(23) Im Umgang mit der Staatsschuldenkrise ist den Rating-Agenturen bisher ohnehin wenig vorzuwerfen. Während sie im Vorfeld der Finanzkrise noch krass versagt haben, weil sie die gebündelten US-Hauskredite viel

zu lange viel zu gut bewertet hatten, haben sie diesmal früher reagiert und die Investoren vor dem Bonitätsverlust einzelner Staaten gewarnt. (*Spiegel online*, 7.8.2011)

- (24) Aber viel ist die Intervention nicht mehr wert: Nach der kurzen positiven Reaktion brachen die Aktienkurse in Deutschland doch noch ein. (*süd-deutsche.de*, 8.8.2011)

Die stützenden Illokutionen sind v.a. als akzeptanzfördernd (wie im Beispiel (25) unten) einzustufen; in der Rolle der stützenden Illokutionen treten auch Aufrufe auf (was in den polnischen Kommentaren gar nicht der Fall ist). Dabei lässt sich eine stärkere Vermischung der Situationsdarstellung mit der Situationsbewertung beobachten.

- (25) Was S&P und die anderen da machen, ist keine Hexerei. (BEWERTEN). Sie stützen ihre Bewertungen auf längst bekannte Fakten, die allen zugänglich sind. (BEGRÜNDEN). [...] Was die Fakten angeht, überbringt S&P den Anlegern auch diesmal keine Neuigkeit. Die USA sind nicht Zypern oder Kasachstan, wo ein Rating-Bericht vielleicht noch für Überraschungen sorgen kann. Kein Kapitalmarkt der Welt wird von den Investoren so genau beobachtet wie der amerikanische. Wer erst jetzt auf die Idee kommt, dass die USA ein Problem mit ihrer Verschuldung bekommen könnten, dem ist einfach nicht mehr zu helfen. (BEHAUPTEN mit der Funktion der Akzeptanzsicherung) (*Der Spiegel*, 7.8.11).

In den polnischen Kommentaren sind dagegen weitaus häufiger verstehensstützende Illokutionen anzutreffen – siehe Beispiel (26).

- (26) Teoria ekonomii mówi, że ceny kształtują się w efekcie swobodnej gry popytu i podaży. To, czy, kiedy i ile ktoś chce kupować albo sprzedawać, zależy przede wszystkim od oceny aktualnej sytuacji i prognoz na przyszłość.

(‘In der Wirtschaftslehre heißt es, die Preise werden als Folge des freien Zusammenspiels zwischen Nachfrage und Angebot gestaltet. Ob, wann und wie viel jemand kaufen bzw. verkaufen will, hängt hauptsächlich von der Einschätzung der jeweiligen Lage und von den Zukunftsprognosen ab.’) (FESTSTELLEN unter Berufung auf allgemein geltende Erkenntnisse der Wissenschaft)

Jeżeli np. związki zawodowe w kopalni miedzi zaczynają strajk, który nie wiadomo, jak długo potrwa, to cena metalu wzrośnie, bo jego dostępność niedługo może się zmniejszyć. A kiedy państwo ogłasza, że wkrótce w kasie zabraknie mu pieniędzy, to ceny jego obligacji spadną, bo lepiej je szybko sprzedać, żeby ocalić chociaż część zainwestowanych środków.

(‘Wenn beispielsweise die Gewerkschaften in einem Kupferbergwerk einen Streik beginnen, dessen Dauer schwer vorhersehbar ist, dann wird der Metallpreis steigen, weil seine Zugänglichkeit bald zurückgehen kann. Und wenn ein Staat die Knappheit der Mittel in der Staatskasse bekannt macht, dann werden seine Schuldverschreibungen gleich weniger wert. Es wird sich nämlich lohnen, sie möglichst schnell zu verkaufen, damit wenigstens ein Teil der angelegten Finanzmittel verschont bleibt.’ (SPEZIFIZIEREN an Beispielen zur Verstehensstützung)

(*rp.pl*, 14.7.2011)

Es gibt in den polnischen Kommentaren auch viel weniger Bewertungen als in den deutschen Kommentaren, dafür aber mehr Erklärungen (vgl. dazu auch Beispiel (23) oben). Empfehlungen sind häufiger an konkrete Adressaten gerichtet, z. B. an Kreditnehmer, darüber hinaus haben wir es hier mit mehr Anspielungen zu tun.

4.6 Schlussfolgerungen

Durch den Einsatz der ISA konnte für die deutschen Kommentare festgestellt werden, dass sie eine stärker ausgebaute Illokutionsstruktur aufweisen, was in Verbindung mit der Länge der Kommentare die Schlussfolgerung nahe legt, dass die Rezeption der deutschen Kommentare anspruchsvoller ist als die der polnischen. Zugleich sind die deutschen Kommentaraufsteller bei ihren persuasiven Handlungen mehr bestrebt, die Akzeptanz der Leser für ihre Bewertungen zu gewinnen. Währenddessen sind die polnischen Autoren stärker auf die Verständnissicherung konzentriert. Ihre Bewertungen werden mit vielen verstehensstützenden Illokutionen untermauert.

Die in den deutschen Kommentaren vorherrschenden Bezüge auf die Weltlage lassen darauf schließen, dass hier die persuasiven Mittel mit dem Ziel eingesetzt werden, bei den Lesern eine bestimmte Einstellung der Welt-politik gegenüber zu fördern. Die Autoren von polnischen Wirtschaftskom-

mentaren erscheinen eher als Ratgeber, die den Blick mehr auf die lokale Situation richten und ihre Leser für konkrete Ideen gewinnen möchten, wie Rückzahlungsmöglichkeiten bei Krediten in Schweizer Franken.

Somit kann die Persuasion in den polnischen Online-Wirtschaftskommentaren als mehr verständnis- bzw. entscheidungsorientiert und zugleich praxisorientiert bezeichnet werden, während in den deutschen Kommentaren hauptsächlich die reflexionsorientierte bzw. meinungsorientierte Persuasion eingesetzt wird.

Bei der Anwendung der Illokutionsstrukturanalyse muss beachtet werden, dass darin sprachliche Handlungen als Interpretationskonstrukte betrachtet werden (vgl. LÜGER 1995, 54, mit Bezug auf LENK 1978, 295). Die Beschränkung auf die Zuweisung von Illokutionsrollen zu den einzelnen Äußerungen kann dazu führen, dass Ironie und Anspielungen (die in den polnischen Kommentaren viel häufiger auftreten als in den deutschen) nicht die gebührende Beachtung finden. Da „argumentative Texte als Ganzes eine Antwort auf ein Problem darstellen“ (EGGS 2000, 400), wurde hier versucht, Kommentare auch aus ihrer Argumentationsstruktur heraus zu erklären. Die Untersuchung beschränkte sich jedoch auf eine relativ kleine, thematisch eingegrenzte Auswahl von polnischen und deutschen Kommentaren aus der Online-Wirtschaftspresse. Um in einer kontrastiven Perspektive zu allgemeiner geltenden Schlussfolgerungen zu gelangen, müssten weitere Untersuchungen an einem breiteren Korpus unter Verbindung der Illokutionsstrukturanalyse und der Argumentationsstrukturanalyse vorgenommen werden.

Literatur

- ADAMZIK, KIRSTEN (2002): Zum Problem des Textbegriffs. Rückblick auf eine Diskussion. In: FIX, ULLA u. a. (Hrsg.): Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage. Frankfurt a. M., 163–182.
- BAUMANN, KLAUS-DIETER (1998): Textuelle Eigenschaften von Fachsprachen. In: HOFFMANN, LOTHAR / KALVERKÄMPER, HARTWIG / WIEGAND, HERBERT-ERNST (Hrsg.): Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Bd. 1. Berlin / New York, 408–416.
- BRANDT, MARGARETA / ROSENGREN, INGER (1992): Zur Illokutionsstruktur von Texten. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. H. 86, 9–51.

- BRINKER, KLAUS (2000): Textstrukturanalyse. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 164–175.
- BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.) (2000): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Bd. 1. Berlin / New York.
- BUCHER, HANS-JÜRGEN (1999): Die Zeitung als Hypertext. Verstehensprobleme und Gestaltungsprinzipien für Online-Zeitungen. In: LOBIN, HENNING (Hrsg.), 9–32.
- BUCHER, HANS-JÜRGEN (2002): Crisis Communication and the Internet: Risk and Trust in a Global Media. In: First Monday 7. Online unter: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/943/865>
- BURGER, HARALD (2000): Textsorten in den Massenmedien. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 614–628.
- BURGER, HARALD (2005): Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin / New York.
- BUBMANN, HADUMOD (Hrsg.) (2002): Lexikon der Sprachwissenschaft. 3. Aufl. Stuttgart.
- DAHINDEN, URS / TRAPPEL, JOSEF (2005): Mediengattungen und Medienformate. In: BONFADELLI, HEINZ / JARREN, OTFRIED / SIEGERT, GABRIELE (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. 2. Aufl. Bern / Stuttgart / Wien.
- EGGS, EKKEHARD (2000): Vertextungsmuster Argumentation: Logische Grundlagen. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 397–414.
- GANSEL, CHRISTINA (2011): Textsortenlinguistik. Göttingen.
- HABERMAS, JÜRGEN (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a. M.
- HEINEMANN, MARGOT / HEINEMANN, WOLFGANG (2002): Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs. Tübingen.
- HOVLAND, CARL I. / JANIS, IRVING L. (1970): An Overview of Persuability Research. In: SERENO, KENNETH K. / MORTENSEN, C. DAVID (Hrsg.): Foundations of Communication Theory. New York, 222–233.
- KOCH, WOLFGANG / ROSENGREN, INGER / SCHONEBOHM, MANFRED (1981): Ein pragmatisch orientiertes Textanalyseprogramm. In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.): Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1980. Lund, 155–203.
- KOTLER, PHILIP / BLIEMEL, FRIEDHELM (1995): Marketing-Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung. Stuttgart.
- KUNCZIK, MICHAEL / ZIPFEL, ASTRID (2005): Publizistik. 2. Aufl. Köln.
- LENK, HANS (1978): Handlung als Interpretationskonstrukt. In: LENK, HANS (Hrsg.): Handlungstheorien interdisziplinär, Bd. II, 1. München, 279–350.
- LENK, HARTMUT E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmo-
dell. In: WÄGHÄLL NIVRE, ELISABETH u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, 165–181.
- LENK, HARTMUT E. H. / TIITTULA, LIISA (1990): Die implizite Botschaft. Eine kontrastive Untersuchung zum Explizitätsgrad von Bewertungshandlungen in Pressekom-

- mentaren / Leitartikeln. In: Der Gingko-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 10. Folge, 160–181.
- LEWANDOWSKI, THEODOR (1994): Linguistisches Wörterbuch. 6. Aufl. Heidelberg / Wiesbaden.
- LIEDTKE, FRANK (1998): Grammatik der Illokution. Über Sprechhandlungen und ihre Realisierungsformen im Deutschen. Tübingen.
- LOBIN, HENNING (1999) (Hrsg.): Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering. Opladen / Wiesbaden.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen. In: LÜGER, HEINZ-HELMUT / LENK, HARTMUT E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, 11–27.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2005): Neue Medien. In: BURGER, HARALD (2005), 425–461.
- MERTEN, KLAUS (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster.
- MIKOŁAJCZYK, BEATA (2004): Sprachliche Mechanismen der Persuasion in der politischen Kommunikation. Frankfurt a. M. u. a.
- MOTSCH, WOLFGANG (2000): Handlungsstrukturen von Texten. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 414–424.
- MOTSCH, WOLFGANG / VIEHWEGER, DIETER (1981): Sprachhandlung, Satz und Text. In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.): Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1980. Malmö, 125–153.
- PARSONS, TALCOTT (1963): On the Concept of Influence. In: Public Opinion Quarterly 27, 37–62.
- PÜRER, HEINZ (2003): Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Konstanz.
- ROLF, ECKART (1993): Die Funktion der Gebrauchstextsorten. Berlin / New York.
- ROSENGREN, INGER (1983): Die Textstruktur als Ergebnis strategischer Überlegungen des Senders. In: ROSENGREN, INGER (Hrsg.): Sprache und Pragmatik. Lunder Symposium 1982. Stockholm, 157–191.
- SAGER, SVEN F. (2000): Hypertext und Hypermedia. In: BRINKER, KLAUS u. a. (Hrsg.), 587–603.
- SCHMITT, HOLGER (2000): Zur Illokutionsanalyse monologischer Texte. Ein Konzept mit Beispielen aus dem Deutschen und Englischen. Frankfurt a. M. u. a.
- SEARLE, JOHN R. (1971): Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay. Frankfurt a. M.
- SÖKELAND, WERNER (1980): Indirektheit von Sprechhandlungen. Tübingen.
- STORRER, ANGELIKA (1999): Kohärenz in Text und Hypertext. In: LOBIN, HENNING (Hrsg.), 33–65.
- STORRER, ANGELIKA (2007): Hypertext und Texttechnologie. In: KNAPP, KARLFRIED u. a. (Hrsg.): Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch. 2. Aufl. Tübingen, 207–228.
- STORRER, ANGELIKA (2008): Hypertextlinguistik. In: JANICH, NINA (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen, 315–331.

- STÖCKL, HARTMUT (1997): Werbung in Wort und Bild. Textstil und Semiotik englischsprachiger Anzeigenwerbung. Frankfurt a. M. u. a.
- TOULMIN, STEPHEN E. (1975): Der Gebrauch von Argumenten. Kronberg.
- TROPP, JÖRG (2011): Moderne Marketing-Kommunikation. System-Prozess-Management. Wiesbaden.
- WAGNER, KLAUS R. (2001): Pragmatik der deutschen Sprache. Frankfurt a. M. u. a.
- WUNDERLICH, DIETER (1976): Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt a. M.

AGNIESZKA MAC

Bewertungsmittel in deutschen und polnischen Kommentarüberschriften aus kontrastiver Sicht

1. Einleitung

Obwohl der Kommentar als journalistische Textsorte länder- und sprachraumübergreifend durch dieselben Funktionen gekennzeichnet ist (vgl. beispielsweise LÜGER 1995; NOWAG / SCHALKOWSKI 1998; STRABNER 2000; WOLNY-ZMORZYŃSKI / KALISZEWSKI / FURMAN 2006; BAUER / CHUDZIŃSKI 2008), muss berücksichtigt werden, dass Textsorten in unterschiedlichen Sprachen und Kulturen durch voneinander abweichende Normen und Traditionen geprägt sein können. Solche interkulturellen Differenzen manifestieren sich in relevanten Merkmalen eines jeden Textsortentyps, beispielsweise in den sprachlichen Mitteln zum Ausdruck bestimmter Sprachhandlungstypen. Hinzu kommt, dass die Konkurrenz zwischen Print- und anderen Medien zu Entscheidungen führt, die sich u. a. in der Kreativität und Originalität der Titelgestaltung in den erscheinenden Beiträgen widerspiegeln, die auch für die Aufmerksamkeitslenkung bzw. Rezipientensteuerung eine immer größere Rolle spielen. Damit das Interesse der Rezipienten an einem Text geweckt wird, bedarf es u. a. des Einsatzes von Schlagwörtern, d. h. die Hauptproblematik muss in der Überschrift bzw. im Titel und oft auch im Untertitel durch eine besondere Wortwahl im Zusammenspiel mit einer korrelierenden Formgestaltung markiert und herausgehoben werden.

In dem vorliegenden Beitrag sollen anhand eines Vergleichs von Kommentarüberschriften in ausgewählten deutschen und polnischen Tageszeitungen Besonderheiten in ihrer Formulierung anhand der Bewertungsmittel exemplarisch herausgearbeitet werden. Die folgenden Fragestellungen werden an den Untersuchungsgegenstand herangetragen:

- 1) Welche Illokutionstypen können den Überschriften zugeschrieben werden und in welcher Häufigkeit kommen sie vor?

- 2) Welche Bewertungsmittel werden in den untersuchten Überschriften verwendet und wie unterscheidet sich das sprachliche Bewertungsinventar aufgrund der Vergleichsergebnisse in den beiden Korpora bzw. inwiefern weist es gemeinsame Merkmale auf?
- 3) Welche kulturspezifischen Besonderheiten lassen sich beim Vergleich der deutschen und polnischen Kommentarüberschriften konstatieren?

Zur Beantwortung dieser sprach- und kulturkontrastiven Fragenkomplexe werden zwei Korpora erstellt. Jedes besteht aus Überschriften der in den populärsten Tageszeitungen in Deutschland und Polen publizierten Kommentare (Online-Version), wobei der Fokus auf den dominanten Weltereignissen des Erfassungszeitraums liegt.

Die Ergebnisse dieser sprach- und kulturkontrastiven Studie sollen eine Basis für die Interpretation sowie weitere Untersuchungen aktueller Tendenzen einer kreativen Gestaltung von Überschriften bezüglich ihrer Attraktivität und aufmerksamkeitssteigernden Wirkung bereitstellen.

2. Kommentare als meinungsbetonte Textsorte

Der Kommentar stellt eine Textsorte dar, in der verstärkt aus subjektiver Sicht über aktuelle Ereignisse berichtet wird, wobei die Meinung der Kommentatoren meistens mit dem Ausdruck der allgemeinen politischen Linie des Blattes übereinstimmt. Er wird gewöhnlich durch eine konkrete, über oder unter dem Text angegebene Person (ein Journalist / eine Journalistin oder ein Fachmann bzw. eine Fachfrau auf dem jeweiligen Gebiet) verfasst, die ihre Meinung zu einem gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Ereignis von Relevanz äußert. Dabei werden sowohl gegenwärtige Zusammenhänge sichtbar gemacht oder angedeutet, als auch Auswirkungen für die Zukunft erwogen sowie mögliche Nexus mit vergangenen Entwicklungen hergestellt (vgl. KURZ u. a. 2002, 301). In einem Kommentar werden ein Ereignis oder eine Entwicklung thematisiert, indem man das Phänomen evaluiert und dabei Subjektivität, interpretative wie persuasive Sprachmittel (unter anderem Bewertungsmittel) in den Vordergrund stellt. Laut LÜGER (1995, 126) zielen die dabei vermittelten Deutungen und Wertungen „in der Regel auch darauf ab, beim Adressaten

bestimmte Einstellungen zu fördern oder zu verändern.“ Des Weiteren meint er:

Mit einem Kommentar [...] wird der Adressat zunächst einmal darüber informiert, wie die betreffende Zeitung oder der Journalist ein Ereignis bzw. ein gegebenes Thema einstufen. Gleichzeitig kann (oder soll) der Leser mit dem Text aber auch in seiner Haltung beeinflusst oder bestärkt werden. In der Regel sind entsprechende Beiträge so angelegt, daß von seiten des Textproduzenten ein deutliches Bemühen erkennbar ist, den Empfänger von der eingenommenen Position zu überzeugen und ihn für eine Übernahme zu gewinnen. (LÜGER 2001, 207)

KURZ u. a. weisen auf die Ähnlichkeiten zwischen dem Kommentar und der Nachricht hin. Ihrer Meinung nach hat der Kommentar mit der Nachricht zweierlei gemeinsam: „erstens die unbedingte Aktualität, zweitens die grundsätzliche Bedeutung für den Journalismus, die ihm als meinungsbildendem Genre einen wichtigen Platz neben informierenden Genres zuweist.“ (KURZ u. a. 2002, 301)

Textlinguistisch betrachtet, handelt es sich bei Kommentaren laut BURGER (1990, 135–136) „um primär argumentative Texte, sekundär angereichert mit narrativen Elementen, soweit es die Darlegung faktischer Hintergründe der Ereignisse betrifft.“ In Bezug auf ihre stilistische Ebene behauptet WOJAK (2008, 83–84), dass man kaum von einer einheitlichen stilistischen Form dieser Textsorte sprechen kann. Die Kommentatoren streben danach, einerseits ihre Äußerungen präzise und einfach zu formulieren, andererseits setzen sie kunstvolle sprachliche Tricks und Mittel ein, um dieses Ziel zu erreichen. Das führt dazu, dass in einem Kommentar unterschiedliche stilistische Ebenen konvergieren, etwa sowohl Fach- als auch Umgangssprache. Vieles hängt von der Kreativität des Kommentators ab (vgl. auch WOLNY-ZMORZYŃSKI / KALISZEWSKI / FURMAN 2006, 97–98). Derselben Meinung sind KURZ u. a., die behaupten, dass der Autor in den Kommentaren stärker als bei sachlich informierenden Texten stilistisch in Erscheinung trete (vgl. KURZ u. a. 2002, 301–325).

In Bezug auf den Textaufbau eines Kommentars lässt sich im Rückgriff auf LÜGER (2001, 218–219) folgendes Ablaufmuster skizzieren, das seiner Meinung nach vielen Kommentaren zugrunde liegt:

- Titel und Obertitel mit der Angabe des Themenbereichs, einschließlich einer Situationsbewertung,

- Sachverhaltsdarstellung mit den eingefügten Positionsmarkierungen,
- Beispiele,
- Argumentation, in der versucht wird, mit verschiedenen Begründungen die beim Adressaten noch nicht als gegeben angenommene Gültigkeit einer These durchzusetzen; dabei können zusätzlich auch eine oder mehrere konträre Meinungen argumentativ bearbeitet werden.
- Im Schlussteil wird das Begründete knapp resümiert und in den meisten Fällen als Forderung, Empfehlung oder Fazit zu einer Konklusion zusammengefasst.

Darüber hinaus betont LÜGER (2001, 219), dass

in Pressekommentaren Einleitung und Schluß [...] einen kompositorischen Rahmen bilden, dem Text damit zusätzlich Kohärenz verleihen und so bereits mit dem Textaufbau die Stringenz, die Schlüssigkeit des gewählten Vorgehens unterstreichen [...].

WOJTAK (2004, 171) schlägt zwei weitere Ablaufmuster des Kommentars vor, wobei in beiden die Überschrift unberücksichtigt bleibt. Ihre Textaufbaumuster betreffen nur den eigentlichen Kommentartext. Im ersten Schema unterscheidet sie vier Konstituenten: die einführende Meinung des Autors, Diagnose, Argumentation und Schlussfolgerung; im zweiten Schema: Beschreibung des Sachverhalts, Prognose, Bewertung des Sachverhalts, Argumentation und zusammenfassende Bewertung. Ihrer Meinung nach kann jedes dieser Ablaufmuster des Kommentars modifiziert werden: und zwar vom Autor in konkreter Situation durch zusätzliche Konstituenten ergänzt oder um überflüssige Elemente reduziert.

BURGER (1990, 332) hält dagegen, dass der Kommentar keine konventionalisierte Struktur habe.

Sowohl wegen der geschichtlichen Entwicklung (man denke etwa an die sozialistisch-kommunistischen Länder in Osteuropa, in denen es jahrzehntelang nur schwer möglich war, eine freie Meinungsäußerung zu praktizieren) als auch aus kulturellen Gründen und Zusammenhängen und nicht zuletzt vor dem Hintergrund der gegenwärtigen journalistischen Praxis wird einsichtig, dass es längst nicht nur eine einzige Form des Kommentars gibt. Zwar gibt es die eine Textsorte, genannt Kommentar, sehr wohl aber diversifiziert, mit unterschiedlichen Ausprägungen, kulturspezifischen Idiosynkrasien, sprach- und kulturkontrastiven Fragekomplexen etc. Auf dieses Cluster an Kommentarspezifika wird im empirischen Teil des Beitrags näher eingegangen.

3. Bewertung und Bewertungsinventar

Die Bewertung ist ein unentbehrlicher Bestandteil der menschlichen Wahrnehmung. „Die Bewertung begleitet alle menschliche Weltbetrachtung und alles menschliche Welterleben“ (PAJDZIŃSKA 1991, 135 – Übersetzung aller Zitate und Beispiele von mir, A.M.). Sie besteht darin, dass man einem Objekt, einer Person, einer Handlung, einem Prozess etc. bestimmte Eigenschaften zuschreibt, die auf einer Skala zwischen positiv und negativ platziert sind (vgl. SICIŃSKA 1999, 103; PAJDZIŃSKA 1991, 15).¹ Wenn wir eine Sprache verwenden, können wir es nicht vermeiden, dass wir – sei es bewusst oder unbewusst – bewerten (vgl. BARTMIŃSKI 2003, 64).

Die Problematik des Bewertens ist sehr umfangreich und vielseitig. Nach einer Antwort auf die Frage, was eigentlich ‚Bewerten‘ sei, wird in vielen Wissensdisziplinen gesucht, so in der Philosophie, Soziologie oder Linguistik. Im Folgenden gehe ich auf den Begriff kurz ein und schneide nur einige Aspekte an, die für die Analysen im empirischen Teil relevant sind.

Laut ZILLIG (1982, 216) ist das ‚Bewerten‘ „ein eigenständiges und grundlegendes sprachliches Handlungsschema, mit dem ein Sprecher A ein gegebenes Objekt den Kategorien POSITIV / NEGATIV zuordnet.“

Diese Erklärung ist allgemein formuliert und deckt sich mit dem schon Gesagten. RIPPFL (1987, 155) offeriert ebenfalls eine allgemeine Definition, die ihrer Meinung nach für alle Disziplinen zutreffend ist:

Eine Person (BS) bewertet zu einem bestimmten Zeitpunkt t_i einen Bewertungsgegenstand (BG), indem BS BG im Hinblick auf bestimmte durch die Vergleichsbasis (V) vorgegebene Bewertungsaspekte (BA) anhand diesen zugeordneten Einordnungsskalen (ES) einordnet und die Einordnungsergebnisse (EE) relativ zu in V vorgegebenen Sollergebnissen (SE) verbunden mit einer Gewichtung (G) auszeichnet.

STÜRMER u. a. (1997, 272) betonen in ihrer Definition Bewertungshandlungstypen:

Bewertungen werden von Sprechern (Bewertungssubjekten) für Adressaten im Rahmen spezieller Bewertungshandlungstypen vollzogen: KRITISIEREN, LOBEN, FREUDE ÄUSSERN ÜBER usw. Bewertungshandlungen sind ein-

1 Siehe dazu auch ZILLIG (1982, 88–90).

gebunden in Situationen verschiedenen Typs und in der Regel auch in Texte oder direkte Interaktionen verschiedenen Typs.

So lässt sich ‚Bewerten‘ mit den Worten von SANDIG (2006, 249) wie folgt zusammenfassen: „Bewertet wird zu einem bestimmten Zweck auf der Grundlage bestimmter Werte und Wertmaßstäbe (Ripfel 1987), im Rahmen bestimmter Textmuster, für bestimmte Adressaten(gruppen) [...].“

Laut PUZYNINA (1991, 129) kann sich das Bewerten in zwei Modi vollziehen. Zum einen kann es das Feld der Untersuchungen umfassen, mittelbarer die Art und Weise und der Umfang der Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens durch die Elemente einer Sprache, die als System aufgefasst wird, zum Ausdruck gebracht werden (Bewertung als Fähigkeit eines Sprachsystems) (*langue*-Ebene). Zum anderen impliziert der Bewertungsvorgang den Modus seiner Realisierung (Ausdrucksmittel von Bewertungen) (*parole*-Ebene). Die für den vorliegenden Beitrag durchgeführte Untersuchung bezieht sich auf die zweite Ebene.

Nach STÜRMER u. a. (1997, 277) werden alle Typen sprachlicher Einheiten, die beim ‚Bewerten‘ relevant sind, als Bewertungsinventar zusammengefasst:

Dazu gehören alle sprachlichen Möglichkeiten, Bewertungen auszudrücken, sowie sprachliche Zeichen, die auf die zugrundeliegenden mentalen Operationen und die Wissensvoraussetzungen bzgl. des zu bewertenden Gegenstandes verweisen und solche, die das Bewerten systematisch begleiten.

Die Autoren nennen fünf Perspektiven, unter denen bewertungsrelevante Eigenschaften zu beschreiben sind. Meine Analyse stützt sich auf zwei Perspektiven aus diesem vorgeschlagenen Cluster: Zunächst werden bewertende Sprachhandlungen in den Kommentarüberschriften identifiziert, um im Anschluss sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens zu untersuchen.

Als Grundlage für die Identifikation von bewertenden Sprachhandlungen in der Analyse wird die von J. L. Austin und J. R. Searle begründete Sprechakttheorie herangezogen (vgl. SEARLE 1971). Die in der Klassifikation genannten Illokutionstypen wurden von LENK (2005a, 2005b) übernommen und teilweise ergänzt.

Innerhalb der sprachsystematischen Differenzierung werden folgende Beschreibungsaspekte berücksichtigt (vgl. STÜRMER u. a. 1997, 278):

- Lexeme (einschließlich Wortbildungen),
- Phraseolexeme oder Formeln,

- Sprichwörter, Gemeinplätze usw. (syntaktisch selbstständige Einheiten),
- Syntax.

Es muss auch darauf hingewiesen werden, dass Bewertungen oft nicht eindeutig oder – mit anderen Worten – unvollständig formuliert, d. h. verschieden explizit verbalisiert werden. SCHLOBINSKI (1996, 178–179) spricht in diesem Zusammenhang von expliziten und impliziten Bewertungen. Explizite Bewertungen werden direkt zum Ausdruck gebracht, implizite „über Implikaturen, Ironisierungen, Umschreibungen.“ TIITTULA (1994, 229) plädiert für eine dynamische Auffassung der Explizitheit von Bewertungen und behauptet, dass „keine Äußerung an sich explizit ist, sondern der Grad der Explizitheit mit dem jeweiligen Rezipienten variiert.“

Die eigentliche Bedeutung der Bewertungen resultiert in vielen Fällen erst aus dem Kontext. PUZYNYNA (1992, 58) differenziert dies dahingehend, dass „[s]prachliche Ausdrücke [...] eine Bewertung entweder konstant und obligatorisch übermitteln [können] (wie *schön* und *nützlich*) oder nur fakultativ und kontextbedingt (wie *der Kuchen ist angebrannt*).“ Ähnlicher Meinung ist auch SAGER (vgl. 1982, 41–42), der zu Bedenken gibt, dass die Einschätzung, ob ein Ausdruck eine Bewertung ist oder nicht, oft nicht an dem Ausdruck selbst abgelesen werden kann, sondern sich erst durch den Handlungskontext ermitteln lässt. RIFFEL (1987, 169) differenziert in diesem Zusammenhang zwischen Bewertungen, bei denen a) die Einordnungsergebnisse bei den Bewertungsaspekten eindeutig ermittelbar sind und b) bei denen diese Einordnung nicht eindeutig erfolgen kann und c) bei denen die Einordnung bei einigen Bewertungsaspekten eindeutig erfolgen kann und bei einigen nicht.

Darüber hinaus wird, wie LENK (2005a, 155) zu Recht ausführt, „[d]ie Entscheidung darüber, ob eine Äußerung als bewertend oder nicht einzustufen sei, [...] von verschiedenen RezipientInnen höchst unterschiedlich vorgenommen [...]. Von Eindeutigkeit kann bei der Zuschreibung illokutiver Funktionen also keine Rede sein.“

In Bezug auf das Bewerten in den Zeitungskomentaren konstatiert RAMGE (1994), dass in ihnen auf zweierlei Weise bewertet wird:

[E]xplicit durch das KOMMENTIEREN selbst mit seinen Bestandteilen THEMATISIEREN und BEWERTEN oder DEUTEN, andererseits durch ‚gutes‘ Schreiben, durch einen ‚gekonnten, anspruchsvollen Text‘ (1994, 111 f.). Er nennt diese ‚textstrukturelle Bewertung‘ mittels ‚Eloquenz‘ und ‚möglichst guter Präsentation‘ ‚sekundäres Bewerten‘. (1994, 111–113). D. h. ein Bewertungsmanagement erfolgt über den Stil; dies dient in Kommentaren

allerdings nicht nur der Aufbereitung für die Leser, sondern auch der Selbstdarstellung als schreibkompetent [...]. (SANDIG 2006, 252)

4. Rolle der Kommentarüberschriften

Den Überschriften kommt bei der Rezeption von Texten aller Art eine wichtige Rolle zu. Deswegen ist auch ihre Formulierung „nicht einfach journalistische Routine wie das Verfassen eines Sachberichts, das auch einem begabten Laien gelingen kann“ (KURZ u. a. 2002, 379). Laut KURZ u. a. sollte die Überschrift „wo immer es angeht, nicht bloßes Handwerk, sondern Kunsthandwerk, ja, als Ausdruck von abstrahierender Denkformulierung und von Kreativität, gelegentlich Kunst selber sein“ (KURZ u. a. 2002, 379). Die Formulierung von Titeln hängt untrennbar mit den Funktionen zusammen, die sie zu erfüllen haben. Im Folgenden möchte ich daher einleitend kurz auf die allgemeinen Funktionen von Titeln eingehen.

HELLWIG (1984, 5–6) nennt sechs Funktionen von Überschriften²:

1. Der Titel „informiert zunächst darüber, als was für ein Sprechakt der Ko-Text³ zu gelten hat.“ Dies kommt zum Ausdruck dadurch, dass im Titel bzw. Untertitel die Illokution oder das Genre des Ko-Textes direkt angegeben wird.
2. Oft weist ein Titel nur indirekt darauf hin, „als was der Ko-Text pragmatisch zu nehmen ist, indem nämlich der Leser Überschriften eines bestimmten Typs unwillkürlich mit einer bestimmten Textsorte assoziiert.“
3. Die nächste Funktion des Titels ist es, über den Inhalt des Textes zu informieren. Diese Funktion hat viel Gemeinsames mit der Werbung, „d. h. mit dem Bestreben des Autors und des Verlegers, durch den Titel das Interesse des Lesers für den Inhalt des Buches zu wecken und ihn dadurch zum Kauf zu bewegen.“
4. Als eine weniger wichtige Funktion des Titels betrachtet Hellwig die der Abgrenzung des Ko-Textes von anderen.

2 Die Ausdrücke ‚Überschrift‘ und ‚Titel‘ werden synonym verwendet (vgl. ROLOFF 1978, 55).

3 Als ‚Ko-Text‘ bezeichnet Hellwig sinnvollerweise einen Text, der zu einem Titel gehört (vgl. HELLWIG 1984, 5).

5. Mit Überschriften werden auch Abschnitte oder Kapitel eines längeren Textes versehen. Ihre Aufgabe ist dabei, erstens den Inhalt des nachfolgenden Textteils anzuzeigen, zweitens den Gesamttext in gleich- oder verschiedenrangige Teile zu gliedern.
6. Das Setzen einer Überschrift hat schließlich noch einen formalen Effekt. Es wird dadurch die aktuelle Zuordnung von Titel und Ko-Text gestiftet, was entfernt einem Namensgebungsakt gleicht.

Für ROLOFF (1978, 55) ist eine Überschrift zunächst

[r]ein äußerlich, also typographisch, [...] ein Instrument für die Strukturierung und Akzentuierung für die nachrichtliche Einordnung der Textbeiträge und Gegengewicht zu den Illustrationen. Außerdem dient die Überschrift zur Trennung einzelner Artikel; zusammen mit dem nachfolgenden Text wird sie als Informationseinheit begriffen. Was die sprachliche Aufgabe betrifft, so soll die Überschrift [...] die prägnante Kurzfassung des weiteren Inhalts sein. Zum anderen soll mit dem Titel ein Anreiz geschaffen werden, den Rest des Textes mit all seinen Einzelheiten zu lesen.

Ähnlicher Meinung ist LÜGER, der betont, dass die Überschrift Vor-Informationen auf den zu lesenden Text liefert und die erste Entscheidungsinstanz für den Lesenden darstellt, ob er dem Text seine Aufmerksamkeit widmen soll oder nicht. Die Überschrift fungiert somit als eine Art Präsignal und erfüllt drei wichtige rezeptionssteuernde Funktionen (vgl. LÜGER 1987, 88–95):

- Signalisierung des Textthemas: Der Titel soll „dem Leser das Thema, von dem der Text handelt, ankündigen.“
- Signalisierung der Textintention: Die sprachliche Form der Titel vermittelt dem Rezipienten nicht nur Hinweise auf das Textthema, sondern signalisiert gleichermaßen, ob die folgende Mitteilung tatsachenorientiert oder meinungskundgebend ist.
- Kontaktherstellung oder Textwerbung: Titel sollen oft den Kontakt zum Leser herstellen, „also darauf abzielen, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und damit das Interesse für die Lektüre des Textes bzw. für den Kauf der betreffenden Ware zu wecken.“

Zu diesen drei Funktionen fügt LENK (2005b, 178) noch eine vierte hinzu: Provokation, d. h. die Überschrift soll den Leser irritieren und somit auf den ganzen Text neugierig machen.

Um das Verhältnis von Titel und Text näher zu beschreiben, unterscheidet Hellwig zudem drei Haupttypen von Überschriften: die Schlagzeile, den Titel

als Beschreibung des Ko-Textes, den Titel als indirekte Charakterisierung des Ko-Textes (vgl. HELLWIG 1984, 8). Für die Kommentare sind laut Hellwig die zwei letzten Typen von Überschriften geeignet. Erstens sind es beschreibende Titel, die „sachlich Auskunft über Thema, Illokution, Textsorte, äußere Form, Autor, Zielgruppe und / oder Verwendungszweck des Ko-Textes“ geben (HELLWIG 1984, 2). Zweitens können Ko-Texte auf vielfältige Weise indirekt durch alles irgendwie mit ihnen Assoziierbare in der Überschrift charakterisiert werden, wie z. B. ein Motto, eine Moral, eine Allegorie, eine Anspielung und vieles andere (vgl. HELLWIG 1984, 2 u. 10).

Darüber hinaus weist Hellwig (im Zusammenhang mit den von ihm genannten Funktionen von Titeln und Typen von Überschriften sowie pragmatischen Zwecken, denen Ko-Texte dienen) darauf hin, dass mit bestimmten Textsorten nur bestimmte Typen von Überschriften kompatibel sind. Aus diesem Grund teilt er Ko-Texte in drei Gruppen ein: Nachrichtentexte, theoretische und literarische Texte (vgl. HELLWIG 1984, 11). Kommentare werden dabei zur zweiten Gruppe gezählt. Hellwig beschreibt theoretische Texte als Texte

die das Bedürfnis des Lesers nach Erklärung und Bewertung der Fakten [befriedigen]. Zu theoretischen Texten passen die beschreibenden Titel am besten. Indirekt charakterisierende Titel können zusätzlich vorkommen. Schlagzeilen sind als Überschriften zu theoretischen Texten wenig geeignet. (HELLWIG 1984, 2)

In journalistischen Texten kommen die indirekt charakterisierenden Titel aber öfter vor und dies ist mit einer Funktion von Titeln verbunden, die schon oben erwähnt wurde. Hellwig meint dazu:

Der Grund wird wohl darin liegen, dass Zeitungsartikel meist das aktuelle Geschehen kommentieren und zum alsbaldigen Verbrauch bestimmt sind. Die Funktion des Titels, einen bestimmten Text unter vielen anderen auffindbar zu machen, entfällt hier weitgehend. Statt dessen gewinnt das Bestreben, durch einen kryptischen Titel den Leser neugierig zu machen, die Überhand. (HELLWIG 1984, 12)

WOJTAK (2004, 177) ist der Meinung, dass die Überschriften laut den Normbeschreibungen als Aufforderung, Einladung und Ansporn zum Lesen gelten sollen, aber darüber hinaus auch provozieren und dadurch anlocken möchten. Die am häufigsten eingesetzten Formen bei der Formulierung von Überschriften sind ihrer Meinung nach das Spiel des Titels mit dem Leser und mit dem

Text (vgl. WOJTAK 2004, 177–179). Typisch für Kommentare hält WOJTAK (2004, 179) Überschriften mit Bewertungskomponenten.

WOLNY-ZMORZYŃSKI / KALISZEWSKI / FURMAN (2006, 187) nennen folgende Mittel, die heute ihrer Meinung nach am häufigsten bei der Formulierung von Überschriften in journalistischen Texten benutzt werden:

- Titel von bekannten Werken und ihre Paraphrasen,
- Wortspiel, Kalauer, weitere linguistische Sprachspiele,
- Zitate, Paraphrasen von Sätzen,
- Interessante bekannte Äußerungen (von berühmten Personen),
- Zitate von Personen einer Reportage bzw. eines Gesprächs.

Laut KURZ u. a. müssen alle Titel sachlich treffend und auf den überschriebenen Textinhalt bezogen sein. Aus gedanklich-sprachlicher Sicht sollen Titel im Journalismus

- klar sein, auch wenn sie bewußt etwas offenlassen;
- knapp und ökonomisch sein;
- bewerten, wo eine Bewertung ratsam ist und wo diese sich nicht aus mitgeteilten Fakten und Äußerungen von selbst ergibt;
- zur Rezeption anreizen, pointiert und nach Möglichkeit originell wirken;
- sprachlich und sprachästhetisch ohne Fehl sein. (KURZ u. a. 2002, 379)

Darüber hinaus weisen KURZ u. a. (2002, 379 f.) auf eine wichtige Eigenschaft von journalistischen Überschriften hin, und zwar, dass sie aktuelles Wissen aktivieren und „ohne dieses aktuelle Wissen oft nicht oder nicht voll verstanden oder in ihrer gedanklich-sprachlichen Qualität geschätzt werden“ können. Sie betonen zudem, dass sie stärker als andere Titel der Sprach- und Stilentwicklung unterworfen sind.

Außerdem darf man nicht vergessen, dass erst ein Vergleich von Kommentarüberschriften aus unterschiedlichen Sprachen und Kulturen viele ihrer Merkmale offenlegt, die sich aus kulturspezifischen Besonderheiten herleiten lassen.

5. Untersuchungsgegenstand und Analysen

5.1 Form der untersuchten Kommentare und Kommentarüberschriften

Für die Analyse wurden Kommentarüberschriften aus den Online-Ausgaben der jeweils vier wichtigsten Tageszeitungen in Deutschland und Polen untersucht.⁴ Die Kommentarüberschriften betreffen zwei Ereignisse in Europa, die in den beiden Ländern ausgiebig thematisiert und kommentiert wurden: die Attentate in Norwegen am 22.7.2011 (die gesammelten Kommentarüberschriften beziehen sich auf den Zeitraum vom 23.7.2011 bis zum 3.8.2011) und die Finanzkrise in Griechenland im Frühjahr und Sommer 2011 (die gesammelten Kommentarüberschriften beziehen sich auf den Zeitraum vom 1.6.2011 bis zum 31.7.2011).

Wie sich aus der Zusammenstellung des Korpus ergibt, sind zunächst bezüglich der Anzahl der Kommentare in der deutschen und polnischen Online-Presse in besagtem Zeitraum große Unterschiede zu verzeichnen (siehe Tabelle 1). In den deutschen Tageszeitungen wurden beide Ereignisse fast doppelt so häufig wie in Polen kommentiert.

Tab. 1: Anzahl der Kommentare in den deutschen und polnischen Tageszeitungen (Online-Ausgaben)

Ereignis	Anzahl Kommen- tare in dtn. Ztgn.	Anzahl Kommen- tare in poln. Ztgn.
Attentate in Norwegen	25	15
Finanzkrise in Griechenland	37	21

Bevor ich zur Analyse der Bewertungsmittel komme, möchte ich auf einige Formaspekte der Kommentarüberschriften eingehen, die für die Ergebnisse der Untersuchung relevant sind.

4 Statt des vollständigen Namens der Tageszeitungen verwende ich hier die folgenden Abkürzungen: *SZ* – *Süddeutsche Zeitung*, *FAZ* – *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *TAZ* – *Die Tageszeitung*, *DW* – *Die Welt*, *GW* – *Gazeta Wyborcza*, *RP* – *Rzeczpospolita*, *DZ* – *Dziennik*, *PT* – *Polska The Times*.

In den polnischen Online-Beiträgen wird nur der Haupttitel angegeben. Es gibt keine Dachzeilen, Rubrikittel, Obertitel etc. und auch keine Untertitel. Dafür enthalten alle Kommentare in den untersuchten Zeitungen einen Vorspann, z. B.

- (1) [Titel:] Psychologia domina. Od Grecji po Włochy
 [Vorspann:] Kryzysy finansowe działają jak choroba zakaźna. Rozprzestrzeniają się, atakując najpierw słabe organizmy – nadmiernie zadłużone państwa, banki, które prowadziły ryzykowne operacje. (*GW*, 12.7.2011)
 ([Titel:] ‘Psychologie des Dominos
 [Vorspann:] Finanzielle Krisen sind wie ansteckende Krankheiten. Sie breiten sich aus, indem sie zuerst schwache Organismen angreifen – die überschuldeten Staaten, Banken, die risikoreiche Transaktionen durchgeführt haben.’)
- (2) [Titel:] Pętla się zaciska
 [Vorspann:] Kryzys finansowy dopiero teraz zaczął zbierać prawdziwe żniwo. Wcześniej ofiarami padały płotki – teraz grube ryby. Grecja jest pierwszą z nich. (*RP*, 22.6.2011)
 ([Titel:] ‘Die Schlinge zieht sich zu
 [Vorspann:] Die finanzielle Krise beginnt erst jetzt, einen hohen Tribut zu fordern. Früher wurden kleine Fische zu Opfern – jetzt große Fische. Griechenland ist der erste davon.’)

In den Online-Ausgaben der deutschen Tageszeitungen verhält es sich etwas anders. In der *SZ*, *FAZ* und *TAZ* gibt es einen Obertitel, der auf das Thema hinweist oder zusätzliche Informationen zu der Überschrift liefert, aus denen in vielen Fällen erst extrapoliert werden kann, wovon der Kommentar handelt, weil der Haupttitel oftmals sehr allgemein gehalten ist, z. B.

- (3) Rettungspaket für Griechenland
In der Geiselschaft der Finanzmärkte (*SZ*, 1.7.2011)
- (4) Krise in Griechenland
Das abschreckende Beispiel (*TAZ*, 20.6.2011)
- (5) Dass die Wohlhabenden Griechenlands ihren Staat sanieren, ist eine Illusion
Die Reichen werden nicht reichen (*TAZ*, 14.6.2011)

(6) Wege aus Finanzkrise

Am Schuldenwesen kann man genesen (*FAZ*, 12.7.2011)

Nur in der Online-Ausgabe der Tageszeitung *DW* wird die Überschrift mit dem Rubrikittel *Kommentar* versehen, z. B.

(7) Kommentar

Zeit für die Wahrheit (*DW*, 30.7.2011)

(8) Kommentar

Nur eine Atempause (*DW*, 22.7.2011)

Im Unterschied zu den polnischen Tageszeitungen enthalten nur die Kommentare in der *FAZ* einen Vorspann, während die Kommentare in den anderen von mir untersuchten Medien keinen Lead vorweisen, z. B.

(9) Wege aus Finanzkrise

Am Schuldenwesen kann man genesen

Ein Blick in die Geschichte zeigt: Vor hundert Jahren flogen die Griechen schon einmal aus einer Währungsunion heraus. Man sollte sie jetzt dennoch nicht zum Sparen zwingen, sondern ihnen Finanzexperten ins Land schicken. (*FAZ*, 12.7.2011)

(10) Europäische Union

Österreich profitiert von der Schuldenkrise

In der zurückliegenden Woche haben Anleger von österreichischen Staatsanleihen von den Unsicherheiten in Griechenland und Italien profitiert: Die Kurse der österreichischen Schuldpapiere sind gestiegen, die Zinsen gesunken. (*FAZ*, 14.7.2011)

In Bezug auf Länge und Aufbau der Kommentare sind sie in der *SZ* und *FAZ* umfangreicher und haben oft Zwischenüberschriften (ihre Länge beträgt durchschnittlich 720 Wörter für das Thema Finanzkrise in Griechenland und 625 für das Thema Attentate in Norwegen). Die Kommentare in der *TAZ* und *DW* umfassen ca. 326 Wörter (Finanzkrise in Griechenland), aber hinsichtlich des Themas Attentate in Norwegen gibt es fast keinen Unterschied: die Wortanzahl ist annähernd gleich, sie beträgt hier 607.

In den polnischen Kommentaren gibt es keine Zwischenüberschriften und ihre Länge ähnelt den Kommentaren in den deutschen Blättern *TAZ* und *DW*.

In den deutschen Zeitungen sind die Kommentarüberschriften im Durchschnitt ebenfalls länger als in den polnischen. Während sie in den beiden deutschen Korpora 7,8 bzw. 8,1 Wörter umfassen, zählen die Titel im polnischen Material lediglich 4,6 bzw. 4,2 Wörter.

5.2 Analyse der Bewertungsmittel – illokutive Funktionen

Die Analyse der Überschriften hinsichtlich der Bewertungsmittel wurde für beide Ereignisse / Themen getrennt durchgeführt, weil sich in den Analyseergebnissen der beiden thematischen Korpora zwar nicht sehr große, aber doch gewisse Unterschiede feststellen lassen. Bei den Illokutionstypen habe ich mich auf die Klassifikation von LENK gestützt (2005a, 2005b), die ich um einen Illokutionstyp ergänzt habe (3.8):

- 1) Isolierte Referenzteilakte
 - 1.1) Reine Bezugnahmen (ohne präzisierende Elemente)
 - 1.2) Explikativ präzisierende Bezugnahmen (mit sachlich erläuternden / präzisierenden Zusätzen)
 - 1.3) Evaluativ präzisierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)
- 2) Isolierte Prädikationen
 - 2.1) Isolierte Prädikationen ohne Bewertungskomponente
 - 2.2) Isolierte Prädikationen mit Bewertungskomponente
- 3) Informationshandlungen (Repräsentativa einschließlich Evaluativa)
 - 3.1) Berichte
 - 3.2) Sachbetonte Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen
 - 3.3) Zustandsbeschreibungen ohne Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente
 - 3.4) Bewertungshandlungen
 - 3.5) Prognosen einschließlich der Darstellung möglicher Entwicklungen
 - 3.6) Hypothetische Annahmen und konditionale Konstruktionen
 - 3.7) Ironisierung / Verächtlichmachung / Provokation / Sarkasmus
 - 3.8) Zitat / Anspielung
- 4) Fragen (Interrogativa)
 - 4.1) Echte Fragen
 - 4.2) Provokative Fragen und zweifelndes Nachfragen
- 5) Aufforderungen (Direktiva), gerichtet an mehrere andere Menschen oder an Institutionen

- 6) Grüße, Glückwünsche, Ausrufe, Entschuldigungen u. Ä. (Expressiva)
- 7) Direkte Anreden

5.2.1 Finanzkrise in Griechenland

In den 37 Kommentarüberschriften der deutschen Tageszeitungen wurden insgesamt 63 Illokutionen identifiziert, davon 54 bewertende oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten (das entspricht 86 % aller Illokutionen).

In den 21 Kommentarüberschriften der polnischen Tageszeitungen (Online-Ausgaben) wurden insgesamt 22 Illokutionen identifiziert, davon 18 bewertende oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten (das entspricht 82 % aller Illokutionen).

Tab. 2: Anzahl der Illokutionen in den gesammelten Überschriften in den deutschen und polnischen Tageszeitungen

Tageszei- tungen in	Anzahl Über- schriften	Illokutio- nen	bew. Illok. / mit Bew.-Komp.	Anteil
Deutschland	37	63	54	86 %
Polen	21	22	18	82 %

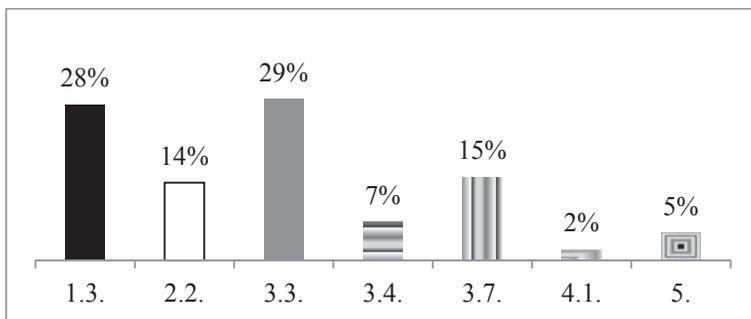


Abb. 1: Anteil der Illokutionstypen im deutschen Korpus zum Thema Finanzkrise in Griechenland

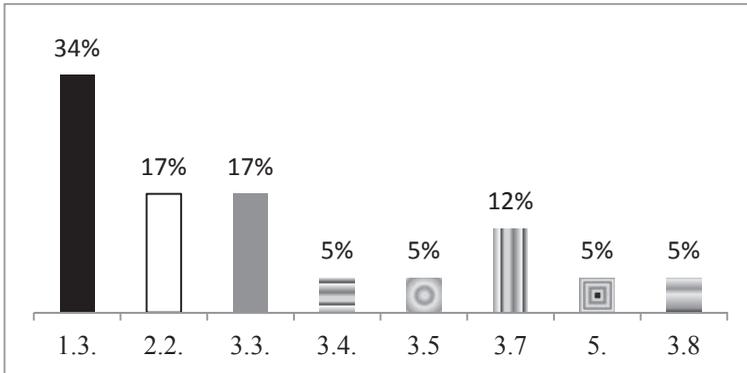


Abb. 2: Anteil der Illokutionstypen im polnischen Korpus zum Thema Finanzkrise in Griechenland

Der Anteil von bewertenden Illokutionen und Illokutionen mit Bewertungskomponenten ist in den Kommentarüberschriften der Tagespresse in den beiden Korpora fast gleich.

Die nahezu doppelte Anzahl von Illokutionen im Vergleich zu der Anzahl der Überschriften in dem deutschen Korpus resultiert daraus, dass – wie schon oben erwähnt – die meisten Überschriften in den deutschen Tageszeitungen mit Ausnahme von *DW* noch mit einem Obertitel versehen sind. Diese Tatsache hatte meines Erachtens auch Einfluss darauf, dass als dominierende Illokution unter den bewertenden Illokutionen oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten der Illokutionstyp ‚Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente‘ identifiziert wurde (der etwa ein Drittel aller Illokutionen ausmacht). So, wie bereits angesprochen, enthalten die Obertitel zusätzliche erklärende Informationen zu den Haupttiteln, und diese Informationen werden meistens in Form von syntaktisch selbständigen Einheiten vermittelt.

Fast die gleiche Anzahl der Bewertungsmittel manifestiert sich in Form des Illokutionstyps ‚Evaluativ prädicierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)‘. Nennenswert ist auch der Anteil von ‚Isolierten Prädikationen mit Bewertungskomponente‘ und ‚Ironisierung / Verächtlichmachung / Provokation / Sarkasmus‘ in den Überschriften der deutschen Tageszeitungen.

Beispiele:

- (11) 3.3) Österreich profitiert von der Schuldenkrise (*FAZ*, 14.7.2011)
 Ein Schuldenschnitt bringt nichts (*TAZ*, 13.7.2011)
 1.3) Das Drama der Solidarität (*FAZ*, 13.7.2011)
 Absurdes Theater (*DW*, 17.6.2011)
 2.2) Europa im Leerlauf (*DW*, 18.6.2011)
 3.7) Eine Pleite wird vergoldet (*TAZ*, 7.6.2011)
 Die Reichen werden nicht reichen (*TAZ*, 14.6.2011)

Die Verteilung der Illokutionstypen in dem polnischen Korpus sieht teilweise anders aus. Der bei weitem dominierende Illokutionstyp ist ‚Evaluativ präzisierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)‘. Das lässt sich dadurch erklären, dass die Überschriften in den polnischen Tageszeitungen eingliedrig sind und in der Mehrzahl nicht als syntaktisch selbständige Einheiten identifiziert werden können. Erwähnenswert sind auch die weiteren zwei Illokutionstypen ‚Isolierte Prädikationen mit Bewertungskomponente‘ und ‚Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente‘.

Beispiele:

- (12) 1.3) Psychologia domina (*GW*, 12.7.2011) (‘Psychologie des Dominos’)
 2.2) Bankructwo zachodniego świata (*DZ*, 31.7.2011)
 (‘Bankrott der westlichen Welt’)
 3.3) Kryzys nie może uzasadniać wszystkiego (*RP*, 22.7.2011)
 (‘Die Krise kann das Ganze nicht rechtfertigen’)

Die meisten Illokutionstypen, in denen sich Bewertungsmittel manifestieren, können zu den Repräsentativa einschließlich Evaluativa gezählt werden. Einen relativ geringeren Anteil nehmen in beiden Korpora Interrogativa und Direktiva ein: In dem deutschen Korpus wurden Bewertungen nur einmal durch Fragen und zweimal durch Aufforderungen zum Ausdruck gebracht, in dem polnischen dagegen gibt es nur eine bewertende Illokution in Form einer Aufforderung.

Beispiele:

- (13) Interrogativa: Was ist uns Europa wert? (*DW*, 29.6.2011)
 Direktiva: Weg mit der Salamatik (*DW*, 19.7.2011)

5.2.2 Attentate in Norwegen

In den 25 Kommentarüberschriften der deutschen Tageszeitungen (Online-Ausgaben) wurden insgesamt 47 Illokutionen identifiziert, davon 39 bewertende oder solche mit Bewertungskomponenten (das entspricht 83 % aller Illokutionen).

In den 15 Kommentarüberschriften der polnischen Online-Zeitungen wurden insgesamt 15 Illokutionen identifiziert, davon 11 bewertende Illokutionen oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten (das entspricht 73 % aller Illokutionen).

Tab. 3: Anzahl der Illokutionen in den untersuchten Überschriften in den deutschen und polnischen Tageszeitungen (Online-Ausgaben)

Tageszeitungen in	Anzahl Überschriften	Illokutionen	bew. Illok. / mit Bew.-Komp.	Anteil
Deutschland	25	47	39	83 %
Polen	15	15	11	73 %

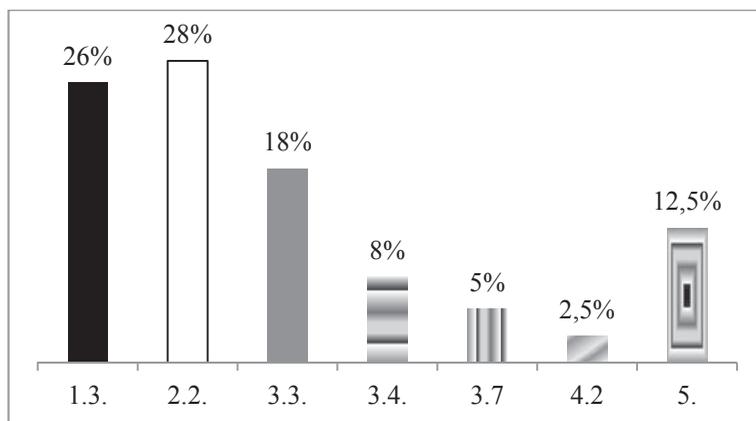


Abb. 3: Anteil der Illokutionstypen im deutschen Korpus zum Thema Attentate in Norwegen

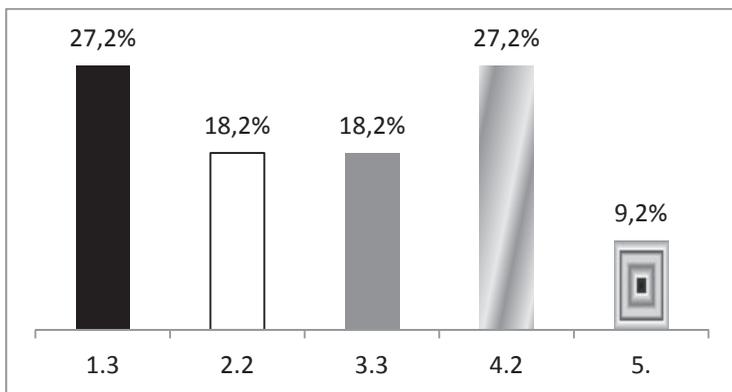


Abb. 4: Anteil der Illokutionstypen in dem polnischen Korpus zum Thema Attentate in Norwegen

Der Anteil von bewertenden Illokutionen und / oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten ist in den Kommentarüberschriften der deutschen Tagespresse im Vergleich mit der polnischen Tagespresse um 10 % höher.

Aber auch in diesem thematischen Teilkorpus weisen die deutschen Überschriften fast die doppelte Anzahl von Illokutionen auf.

Als häufigste Illokutionen unter den bewertenden Illokutionen oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten wurden in dem deutschen Korpus zwei Illokutionstypen identifiziert: ‚Isolierte Prädikationen mit Bewertungskomponente‘ und ‚Evaluativ präzisierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)‘. Einen großen Anteil an Bewertungen hat auch der Illokutionstyp ‚Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente‘. Im Vergleich zu dem Thema Finanzkrise in Griechenland nimmt der Illokutionstyp ‚Ironisierung / Verächtlichmachung / Provokation / Sarkasmus‘ stark ab, was mit größter Wahrscheinlichkeit am Thema liegt.

Beispiele:

- (14) 2.2) Die Tat eines Irrsinnigen (*FAZ*, 25.7.2011)
 1.3) Terrorismus (*DW*, 31.7.2011)
 Anschlag in Norwegen (*DW*, 24.7.2011)
 3.3) Wie virtueller Hass zu echtem Terror wird (*SZ*, 25.7.2011)
 Es wurde der größtmöglich anzunehmende Unsinn erzählt (*TAZ*, 24.7.2011)

Die Verteilung der Illokutionstypen in dem polnischen Korpus sieht auch hier wieder etwas anders aus. Die zwei mit Abstand häufigsten Illokutionstypen sind ‚Evaluativ präzisierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)‘ und ‚provokative Fragen und zweifelndes Nachfragen‘. Erwähnenswert sind auch zwei weitere Illokutionstypen, nämlich ‚Isolierte Prädikationen mit Bewertungskomponente‘ sowie ‚Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente‘.

Beispiele:

- (15) 1.3) Norweska magia (*GW*, 2.8.2011) (‘Die norwegische Magie’)
 Śludzy szatana (*GW*, 26.7.2011) (‘Satansdiener’)
- 4.2) Czy to początek fali prawicowego terroru w Europie?
 (*GW*, 23.7.2011) (‘Ist das der Anfang des rechtsorientierten Terrors in Europa?’)
 Winny nadmiar demokracji i tolerancji? (*GW*, 24.7.2011) (‘[Ist] Das Übermaß an Demokratie und Toleranz schuld?’)
- 2.2) Utracona niewinność spokojnego kraju (*GW*, 23.7.2011) (‘Verlorene Unschuld eines friedlichen Landes’)
- 3.3) Ksenofobia dobrze się broni (*GW*, 27.7.2011) (‘Fremdenhass verteidigt sich gut’)

Die meisten Illokutionstypen, in denen sich die Bewertungsmittel manifestieren, können den Repräsentativa einschließlich Evaluativa zugerechnet werden. Einen relativ großen Anteil nehmen in dem polnischen Korpus Interrogativa ein. Aufforderungen sind in den beiden Korpora unterrepräsentiert, ähnlich wie beim Thema Finanzkrise in Griechenland.

5.3 Sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens

Die sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens habe ich, in Anlehnung an STÜRMEYER u. a. (1997, 278) und PUZYŃNINA (2004, 179), vier Gruppen zugeordnet:

- Lexeme,
- Phraseolexeme oder Formeln,
- Sprichwörter, Gemeinplätze usw. (als syntaktisch selbständige Einheiten),
- Syntax.

Da die Analyseergebnisse für beide thematische Korpora in vielen Punkten übereinstimmen, werden sie hier zusammengefasst.

Tab. 4: Finanzkrise in Griechenland: Sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens – deutsche und polnische Tageszeitungen im Vergleich

Bewertungsmittel	D	PL
Lexeme	30	7
Phraseolexeme / Formeln	14	6
Sprichwörter / Gemeinplätze etc.	15	7
Syntax	0	0

Tab. 5: Attentate in Norwegen: Sprachliche Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens – deutsche und polnische Tageszeitungen im Vergleich

Bewertungsmittel	D	PL
Lexeme	26	7
Phraseolexeme / Formeln	7	4
Sprichwörter / Gemeinplätze	7	1
Syntax	0	0

Das Bewerten manifestiert sich in den Kommentarüberschriften der deutschen Tagespresse hauptsächlich in den Lexemen: Etwa die Hälfte der identifizierten sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens sind Einzelwörter. Erwähnenswert sind auch die zwei weiteren Gruppen, d. h. Phraseolexeme / Formeln und Sprichwörter / Gemeinplätze etc. In allen Korpora wurden keine Beispiele entdeckt, in denen syntaktische Strukturen die Bewertung zum Ausdruck bringen.

Beispiele:

(16) Lexeme:

Wege aus **Finanzkrise** (*FAZ*, 12.7.2011)

Das **abschreckende** Beispiel (*TAZ*, 20.6.2011)

Die Tat eines **Irrsinnigen** (*FAZ*, 25.7.2011)

Massenmörder (*DW*, 25.7.2011)

(17) Phraseolexeme oder Formeln:

Europa **kurz und klein halten** (*TAZ*, 30.6.2011)

Wie die Banken **sich um** die Rettung **drücken** (*FAZ*, 13.7.2011)

Rettung des Euro – **um jeden Preis** (*SZ*, 18.6.2011)

Norwegen darf jetzt nicht **die Schotten dicht machen** (*TAZ*, 24.7.2011)

(18) Sprichwörter, Gemeinplätze:

Am Schuldenwesen kann man genesen (*FAZ*, 12.7.2011)

Wir üben den Staatsbankrott (*TAZ*, 10.6.2011)

In den Überschriften der polnischen Tagespresse sind die Anteile der sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten des Bewertens bei dem Thema Finanzkrise in Griechenland gleichmäßig verteilt, mit Ausnahme der syntaktischen Strukturen. Bei dem Thema Attentate in Norwegen werden Bewertungen hauptsächlich durch Lexeme zum Ausdruck gebracht. Beispiele:

(19) Lexeme:

Kryzys nie może uzasadniać wszystkiego (*RP*, 22.7.2011) ('Die Krise kann das Ganze nicht rechtfertigen')

Śludzy szatana (*GW*, 26.7.2011) ('Satansdiener / Teufelsdiener')

Czy Zachód potrzebuje debaty o **karze śmierci**? (*DZ*, 26.7.2011)

('Braucht der Westen eine Debatte über die Todesstrafe?')

Warzecha **oskarża ofiary** (*GW*, 31.7.2011) ('Warzecha beschuldigt die Opfer')

(20) Phraseolexeme oder Formeln:

W Europie **finansowa zaraza** (*GW*, 7.7.2011) ('In Europa finanzielle Seuche')

Unia **europejskiego interwencjonizmu** (*DZ*, 11.7.2011) ('Die Union des europäischen Interventionismus')

Piekło pod przykrywką raj (*PT*, 24.7.2011) ('Die Hölle unter dem Deckmantel des Paradieses')

Zamach na krainę szczęśliwości (*RP*, 23.7.2011) ('Anschlag auf das Land der Glückseligkeit')

(21) Sprichwörter, Gemeinplätze:

Pętla się zaciska (*RP*, 22.6.2011) ('Die Schlinge zieht sich zu')

Ksenofobia dobrze się broni (*GW*, 27.7.2011) ('Fremdenhass verteidigt sich gut')

Erwähnenswert sind noch zwei Überschriften aus der polnischen Tagespresse:

- (22) Postępująca **grecjanizacja Europy** (Neologismus) (*DZ* 29.6.2011)
(‘Europa wird griechenlandartig’)

Nie udawaj Greka, bo ciebie też to czeka (eine Zeile aus einem bekannten polnischen Lied, Intertextualitätsrelation) (*PT* 4.7.2011) (‘Spiele keinen Griechen, denn es erwartet dich sowieso das Gleiche’)

6. Fazit

In dem Beitrag wurde der Versuch unternommen, an Kommentarbeiträgen zu zwei Weltereignissen in der Online-Presse aktuelle Tendenzen in der Gestaltung von Überschriften sprach- und kulturkontrastiv aufzuzeigen. Dabei stand die Frage im Vordergrund, wie die Medienproduzenten die sprachliche Gestaltung und den Aufbau von Kommentarüberschriften bezüglich der Bewertungsmittel variieren.

Hinsichtlich der Form von Kommentaren lässt sich festhalten, dass die Überschriften in den polnischen Tageszeitungen meistens eingliedrig und weder mit einem Ober- noch mit Untertiteln versehen sind, ihnen folgt dagegen ein Vorspann. Die meisten Überschriften in den deutschen Zeitungen sind umfangreicher, beinhalten einen Obertitel, seltener eine Rubrikbezeichnung. Nur in einer der analysierten Zeitungen enthalten Kommentare auch einen Vorspann.

Der Anteil von bewertenden Illokutionen und Illokutionen mit Bewertungskomponenten ist in den Kommentarüberschriften der Tagespresse in beiden Ländern annähernd gleich. Die häufigsten Illokutionstypen unter den bewertenden Illokutionen oder Illokutionen mit Bewertungskomponenten sind im deutschen Korpus zum Thema Finanzkrise in Griechenland die sog. ‚Zustandsbeschreibungen oder Ereignisdarstellungen mit Bewertungskomponente‘ (etwa ein Drittel aller Illokutionen), in jenem zum Thema Attentate in Norwegen die sog. ‚isolierten Prädikationen mit Bewertungskomponente‘. In beiden polnischen Korpora dominiert dagegen bei weitem der Illokutionstyp ‚Evaluativ prädicierende Bezugnahmen (mit Bewertungskomponenten)‘. Das liegt sicherlich zum Teil an der Länge der Überschriften.

Das Bewerten manifestiert sich in den Kommentarüberschriften sowohl der deutschen als auch der polnischen Tagespresse hauptsächlich in den Lexemen: Etwa die Hälfte der identifizierten sprachlichen Ausdrucksmöglich-

keiten des Bewertens sind Einzelwörter. Beachtenswert sind auch die zwei anderen Gruppen, d. h. Phraseolexeme / Formeln und Sprichwörter / Gemeinplätze etc.

Ich entschied mich, die Überschriften zu zwei unterschiedlichen Ereignissen zu analysieren, um feststellen zu können, dass es sich bei den Analyseergebnissen zu dem jeweiligen Ereignis nicht um Merkmale / Besonderheiten der Überschriften handelt, die nur für dieses Ereignis typisch wären, obwohl sich auch in Bezug auf die Art des Ereignisses leichte Differenzen verzeichnen lassen. Anhand von Überschriften zu zwei Ereignissen lässt sich aber mit größerer Sicherheit eine Tendenz für ihre Formulierung in dem Land identifizieren, aus dem die Zeitungen stammen.

Literatur

- BARTMIŃSKI, JERZY (2003): Miejsce wartości w językowym obrazie świata. In: BARTMIŃSKI, JERZY (Hrsg.): *Język w kręgu wartości*. Studia semantyczne. Lublin, 59–86.
- BAUER, ZBIGNIEW / CHUDZIŃSKI, EDWARD (2008) (Hrsg.): *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków.
- BURGER, HARALD (1990): *Sprache der Massenmedien*. Berlin.
- HELLWIG, PETER (1984): Titulus oder über den Zusammenhang von Titeln und Texten. Titel sind ein Schlüssel zur Textkonstitution. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 12, 1–20.
- KURZ, JOSEF u. a. (2002): *Stilistik für Journalisten*. Wiesbaden.
- LENK, HARTMUT E. H. (2005a): Funktionen des Texttitels in Deutschschweizer Zeitungskommentaren. In: HAMMER, FRANCOISE / LÜGER, HEINZ-HELMUT (Hrsg.): *Entwicklungen und Innovationen in der Regionalpresse*. Landau, 147–170.
- LENK, HARTMUT E. H. (2005b): Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen. In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): *Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press*. Hildesheim / Zürich / New York, 159–184.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1987): Titel und Textverstehen. Zur Rezeptionssteuerung in italienischen Gebrauchstexten. In: *Italienisch* 17, 88–98.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): *Pressesprache*. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2001): Akzeptanzwerbung in Pressekommentaren. In: BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.): *Mediensprache – Medienkritik*. Frankfurt a. M. u. a., 207–224.

- MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.) (1994): *Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen*. Berlin / New York.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWSKI, EDMUND (1998): *Kommentar und Glosse. Konstanz*.
- PAJZIŃSKA, ANNA (1991): Wartościowanie we frazeologii. In: *Język a kultura*. Bd. 3, 15–28.
- PUZYNINA, JADWIGA (1991): Jak pracować nad językiem wartości? In: *Język a kultura*. Bd. 2, 129–137.
- PUZYNINA, JADWIGA (1992): *Język wartości*. Warszawa.
- PUZYNINA, JADWIGA (2004): Problemy wartościowania w języku i tekście. In: BARTMIŃSKI, JERZY (Hrsg.): *Etnologwistyka* 16. Lublin, 179–189.
- RANGE, HANS (1994): Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren. In: MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.), 101–120.
- RIPFEL, MARTHA (1987): Was heißt bewerten? In: *Deutsche Sprache* 15, 151–177.
- ROLOFF, ECKART KLAUS (1978): Warnung vor Schlagzeilen. In: *Der Deutschunterricht* 5, 55–60.
- SAGER, SVEN FREDERIK (1982): Sind Bewertungen Handlungen? In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 10, 38–57.
- SANDIG, BARBARA (2006): *Textstilistik des Deutschen*. Berlin / New York.
- SCHLOBINSKI, PETER (1996): *Empirische Sprachwissenschaft*. Opladen.
- SEARLE, JOHN R. (1971): *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. Frankfurt a. M.
- SICIŃSKA, KATARZYNA (1999): O sposobach wartościowania w tekstach o funkcji nakłaniającej (na przykładzie tekstów politycznych). In: *Acta Universitatis Lodzianensis, Folia Linguistica* 39, 103–123.
- STRABNER, ERICH (2000): *Journalistische Texte*. Tübingen.
- STÜRMER, ANETTE u. a. (1997): Bewerten und Bewertungsinventar: Modellierung und computergestützte Rekonstruktionsmöglichkeiten. In: *Deutsche Sprache* 25, 282–288.
- TIITTULA, LISA (1994): Implizites Bewerten in finnischen und deutschen Leitartikeln. In: MOILANEN, MARKKU / TIITTULA, LIISA (Hrsg.), 225–240.
- WOJTAK, MARIA (2004): *Gatunki prasowe*. Lublin.
- WOJTAK, MARIA (2008): *Analiza gatunków prasowych*. Lublin.
- WOLNY-ZMORZYŃSKI, KAZIMIERZ / KALISZEWSKI, ANDRZEJ / FURMAN, WOJCIECH (2006): *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa.
- ZILLIG, WERNER (1982): *Bewerten. Sprechakttypen der bewertenden Rede*. Tübingen.

HANNELE KOHVAKKA

Zur argumentativen Struktur finnisch- und deutschsprachiger Glossen

1. Einleitung

Die ersten Züge der Glosse als Stilbezeichnung können schon in der Literatur der Antike gefunden werden, aber vom Ende des 16. Jahrhunderts an begann ihre eigentliche Entwicklung und sie stabilisierte sich als Textsorte / Genre. In der Mitte des 19. Jahrhunderts hatte der französische Literaturkritiker Charles Augustin Sainte-Beuve mit seinen *Causeries du Lundi* eine europäische Moderscheinung geschaffen und in England haben besonders Richard Steele und Joseph Addison Anfang des 18. Jahrhunderts in ihren Zeitschriften *The Tatler* und *The Spectator* ein Modell der journalistischen Glosse etabliert. Der französische Begriff etablierte sich als *Causerie* im Deutschen, *kåseri* im Schwedischen und *koseria* im Finnischen. Das Wort *koseria* wurde später in der immer stärker werdenden finnischsprachigen Presse durch *pakina* ersetzt (MANNINEN 1987, 12–13).

Heutzutage ist die Glosse oder die finnische *pakina* nicht mehr in allen Sprachgebieten als Pressetextsorte oder überhaupt als Begriff bekannt; sie ist gerade für den deutschen und den finnischen (sowie als *kåseri* für den schwedischen) Kulturraum typisch, was einer kontrastiven Untersuchung der deutschen Glosse und finnischen *pakina* einen vielversprechenden Ausgangspunkt bietet.

In KOHVAKKA (2000) kam ich zu dem Ergebnis, dass sich die Ironie der finnisch- und deutschsprachigen Glossen in ähnlicher Weise entfaltet und problemlos mit der gleichen Methode, in der die argumentative Struktur des Textes ermittelt wurde, analysiert werden kann: Der außersprachliche Grund der Ironie ist ja universell, und in der textuellen Ironie liegt er in der Zerstörung der Logik der Argumentation (vgl. KOHVAKKA 1997, wo die konklusive, also argumentative Struktur von Texten, darunter auch Glossen, analysiert wurde). Dabei war es interessant festzustellen, wie ähnlich die sprachliche Beschaffenheit von ironischen Glossen im Deutschen und Finnischen war.

Die Entfaltung der Argumentation in der Glosse und *pakina* wurde damals aber nicht näher miteinander verglichen bzw. kontrastiert, obwohl schon nachzuweisen war, dass in Glossen argumentiert wird. Hier soll nun das Augenmerk vergleichend auf den genaueren Aufbau der Argumentation in finnish- und deutschsprachigen Glossen gerichtet werden. Ich gehe von der Annahme aus, dass sie auch für die Persuasion eine Rolle spielt – um jemanden zu etwas zu überreden, werden i. d. R. stets Argumente irgendeiner Art gebraucht. Es gilt aber zuerst der Definition der Textsorte Glosse nachzugehen. Hierbei wird besonders die Frage der Argumentation thematisiert.

2. Glosse und *pakina*

Die Glosse ist eine der meinungsbetonten Presstextsorten. Die erste umfassende wissenschaftliche Betrachtung der Textsorte Glosse wurde im Jahr 1984 von Rainer Camen veröffentlicht. Er hat auf der Basis umfassender empirischer Analysen die Glosse wie folgt definiert: „Die Glosse ist ein kurzer, pointiert geschriebener Meinungsbeitrag, der sich satirischer Mittel bedient, der in der Sprache feuilletonistisch und in der Sache universell ist.“ Die Glosse bezieht immer Stellung und äußert eine Meinung, die aber nicht unbedingt angreifend, verletzend, zerstörerisch oder aggressiv sein muss – wie es vor CAMEN noch gesehen wurde (CAMEN 1984, 219).

Der Ideenreichtum, die sprachschöpferische Kraft und die Eleganz einer gelungenen Glosse können sogar bei denjenigen, die vom Inhalt eigentlich anders denken, positive Gefühle und Gedanken hervorrufen und somit ihren Widerspruch dem Thema gegenüber mildern. Hier sieht CAMEN die größte Wirkungsmöglichkeit der Glossen. Er meint, dass die Glosse gerade dank der Form auch einem Andersdenkenden gefallen kann, wodurch eventuell auch der Inhalt für ihn akzeptabler wird. Auf diese Weise können Glossen auch eine meinungsändernde Wirkung haben. – Anders verhält es sich bei Leitartikeln und Kommentaren: Sie provozieren in ihrer klaren Meinungsäußerung entweder zur Zustimmung oder zum Widerspruch, wirken also eher meinungsstabilisierend (CAMEN 1984, 220).

CAMEN (1984, 187) hat eine Typologie von Glossen aufgestellt: Erstens werden als Ziele und Motive genannt: a) Äußerung von Meinung oder Kritik; b) Bewirken von Meinungsänderung; c) angreifen, verspotten, lächerlich

machen, Schadenfreude äußern; d) zum Nachdenken anregen; e) erfreuen oder belustigen. Zweitens werden Mittel und Methoden der Glossen ermittelt: a) karikierende Glosse; b) ironische, sarkastische, zynische Glosse; c) Vexierglosse; d) Zitatglosse; e) Sprachglosse; f) groteske Glosse; g) literarisch-fiktiv-satirische Glosse.

Bei der folgenden Sichtung der in der Literatur vorhandenen Forschungsergebnisse wird das Augenmerk vor allem darauf gerichtet, wie in ihnen das zentrale Thema dieser Untersuchung, die Rolle des Argumentierens in der Glosse, aufgefasst wird.

HOPPE (2000) hat sich ausführlich mit der Glosse beschäftigt, wobei sie von deren Unterscheidung vom Kommentar ausgeht: Im Kommentar soll der Leser logisch mit rationalen Argumenten überzeugt werden, es wird ein Konsens zwischen der Meinung des Autors und dem Leser angestrebt. In der Glosse wird kein Konsens angestrebt, sondern vorausgesetzt.

Die Glosse will den Leser nicht mit vernünftigen Erklärungen, belegten Bewertungen und schlüssigen Argumenten davon überzeugen, dass und warum ein Phänomen zu kritisieren ist – sie zeigt es ihm, indem sie die zu kritisierenden Punkte des Phänomens aus dem Zusammenhang löst

und in neu konstruierter Form und Umgebung darstellt (HOPPE 2000, 46 f.). In der Glosse wird für die vertretene Meinung mit „scheinbar spielerischen Assoziationen, überraschenden Verbindungen, phantasievollen Geschichten“ (HOPPE 2000, 46 f.) geworben mit dem Ziel, den Leser zu überlisten. Die Argumentation ähnele also nicht derjenigen in Kommentaren, sie könne sogar ganz fehlen. Im Kommentar müsse man argumentieren, aber in einer Glosse nicht, ebenso sei die Basis der Argumentation unterschiedlich. Weiter ist HOPPE der Meinung, dass die Argumentation in Glossen eine Funktion als Stilmittel hat (z. B. wenn eine ironische These durch mehrere nacheinander folgende absurde Argumente begründet wird). Die Meinung werde in der Glosse indirekt geäußert, durch Bilder, Verfremdung, neue Zusammenhänge. Die Glosse arbeitet auf die kritische Darstellung der Widersprüche und Mängel der Wirklichkeit hin, indem sie sie nachahmt.

In der Glosse werde nicht logisch argumentiert, sondern konstruiert, die Realität werde dabei satirisch angegriffen, damit der kritisierte Sachverhalt stärker hervortrete und die Widersprüche bloßgelegt würden (HOPPE 2000, 51). Durch die in komischer Form geäußerte Kritik sollen neben dem Verstand auch die Emotionen stimuliert werden. Der Leser wird aufgeklärt und

unterhalten, und wenn der Inhalt keinen Eindruck auf ihn macht, so hat die Form bestimmt eine Wirkung auf ihn (HOPPE 2000, 54). Die Glosse will Widersprüche benennen, zeigen, sinnfällig machen. Es wird immer das Bestehende angegriffen, kritisiert, verspottet. Die Kritik wird indirekt, verfremdet vorgetragen, wobei Ironie, Karikierung, Parodie usw. benutzt wird. Die Glosse könne auch als Kurzform der Satire gesehen werden (HOPPE 2000, 61).

Die Glosse ist nach HOPPE (2000, 59) also ein Meinungstext, der konstruiere bzw. zeige und der folglich nicht argumentiere. Dagegen kann man mit einiger Berechtigung einwenden, dass eine ironisch-parodistische Darstellung, die die kritische Darstellung der Widersprüchlichkeiten der Realität anstrebt, durchaus schon als (implizite) Argumentation verstanden werden kann. Ich betrachte Glossen als im Wesentlichen ironische und daher als zumindest implizit bzw. indirekt argumentative Texte. Es wird hier davon ausgegangen, dass in Glossen eben argumentiert und nicht nur gezeigt bzw. konstruiert wird, es handelt sich bei Glossen also nicht um reines Anspielen. Die Konstruktion der Realität in satirisch verfremdeter oder verfälschender Form für sich genommen darf man als Anspielung (Allusion) deuten. Aber darin erschöpfen sich Glossen eben nicht.

Ein grundlegendes Element der Glosse ist die Pointe, der Höhepunkt und Abschluss, in der die aufgebaute Spannung kulminiert und mit deren Hilfe die den Text charakterisierende Verfremdung entschlüsselt werden kann. Im Text werden eine Spannung und Erwartungen aufgebaut, die in der Pointe als Gegenpunkt zum bisher Gesagten gelöst werden. Dadurch wird der Leser zu einem abrupten Blickwechsel gezwungen. Die Pointe sollte überraschend, geistreich und hintergründig sein, sie muss jedoch nicht unbedingt witzig sein (HOPPE 2000, 77; vgl. auch CAMEN 1984, 165).

Anders als HOPPE sehen NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 187) die Glosse als eine Spezialform des Kommentars. In der inhaltlichen Charakterisierung stimmen sie mit CAMEN und HOPPE weitgehend überein. Darüber hinaus schreiben NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 205) der Glosse inhaltlich auch eine gesellschaftlich-politische Funktion zu: Die Glosse stehe nie auf der Seite der Machthabenden. Sie sei immer gegen die Privilegierten und für die Unterdrückten und Benachteiligten, wobei nicht von vornherein feststeht, wer die Starken und wer die Schwachen sind. Genau wie HOPPE halten NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 213) Glossen für Texte, in denen mit (sprachlichen)

Bildern gezeigt oder konstruiert und implizit Stellung genommen wird¹ – im Gegensatz zu Kommentaren, in denen mit Begriffen explizit argumentiert wird.

LA ROCHE (2003, 160) vergleicht die Glosse mit dem Kommentar und sieht den entscheidenden Unterschied in dem Stil, den er, den Journalisten Reinhardt Stumm zitierend, „nicht argumentierend, sondern bloßstellend, nicht abwägend, sondern hart, ironisch, witzig, listenrein“ definiert.

In Bezug auf die Argumentation in Glossen lässt sich also bisher feststellen, dass sie bei CAMEN nicht explizit erwähnt wird, aber seine Ausführungen schließen die Möglichkeit einer Art verdeckter Argumentation nicht aus. Im Gegensatz dazu definieren HOPPE, NOWAG, SCHALKOWSKI und LA ROCHE die Glossen als nicht argumentierende Texte. Im Unterschied zu ihnen schreiben wiederum WOLFF / PALM (2006, 87) der Glosse, die sie als satirischen oder sarkastischen Kurzkomentar definieren, einen argumentativen Charakter zu. Als textuelle Funktion der Glosse nennen sie das intelligente Unterhalten des Lesers. Die textuelle Struktur der Glosse besteht aber darin, dass sich dem am Anfang der Glosse beschriebenen Ereignis die eigentliche Argumentation anschließt.

Auch bei LÜGER (1995, 137–138) wird die Glosse eindeutig mit Argumentation zusammengebracht, doch will diese Argumentation eher unterhalten als überzeugen. Glossen – bei denen ein Konsens zwischen dem Autor und Leser vorausgesetzt wird – zielen zwar nicht auf eine Veränderung der evaluativen Einstellung, aber mit Glossen kann „die Verstärkung einer als gegebenen angenommenen Einstellung“ angestrebt werden – deshalb ist für Glossen nach LÜGER auch eine argumentative Themenbehandlung typisch.

Auf der Basis des gemeinsamen Hintergrundwissens mit den Lesern kann sich der Autor eine distanziert-spöttische Modalität in seinem Stil erlauben. Die unernste Modalität ist auch in der argumentativen Struktur der Glosse zu sehen: Die Makrostruktur ähnelt der der Kommentare, ein argumentativer Kern scheint zu existieren. Wegen der unernsten Modalität der Sprache (z. B. im Falle von Ironie) kann die These jedoch nicht aus dem wörtlichen Text abgeleitet werden, sondern die Äußerungen müssen uminterpretiert werden. Diese Art „verdeckte Argumentation“ zwingt den Leser zur Ableitung der These aus dem Nicht-Wörtlichen (LÜGER 1995, 137–138).

1 Implizite Stellungnahmen können auch als implizite oder verdeckte Argumente gesehen werden.

Aus dem oben Dargestellten geht hervor, dass für die Existenz eines argumentativen Textaufbaus in Glossen eine wissenschaftlich fundierte Grundlage nachweisbar ist. Bei STRABNER (2000, 67) ist aber zusätzlich zu den oben genannten Textmerkmalen noch ein weiterer interessanter Punkt zu finden: Ihm zufolge wird in der Überschrift der Glosse das zu behandelnde Thema nur angedeutet. Obwohl dieser Punkt auf den ersten Blick nebensächlich wirkt, scheint er mir aber gerade in Bezug auf die Argumentation als wichtig, da z. B. in Bezug auf die Überschriften der finnischen und deutschen Leitartikel und Kommentare in früheren Untersuchungen schon Unterschiede festgestellt worden sind (vgl. LENK 2005), die u. a. auch auf eine besonders zentrale Rolle der Überschrift in der Argumentation der finnischen Leitartikel hinweisen (vgl. KOHVAKKA 2009).

Die finnische Glosse, d.h. *pakina*, wird im Großen und Ganzen ähnlich wie die Glosse in den deutschen Quellen definiert. Im Wörterbuch der finnischen Gegenwartssprache (NYKYSUOMEN SANAKIRJA 1992, 171) wird *pakina* als ein relativ leichter, normalerweise humoristischer Presstext definiert. Nach MANNINEN (1987, 12) wurde das Wort *pakina* in dieser Bedeutung zum ersten Mal im Jahr 1877 gebraucht. Die ersten finnischen Texte dieser Art wurden im 18. Jahrhundert geschrieben, und am Anfang des 20. Jahrhunderts unterschied man im Finnischen drei Typen von *pakina* – je nachdem, in welchem Themenbereich sie sich bewegten: geistreich-kulturell, jovial-humoristisch und polemisch-politisch. MANNINEN (1987, 18) meint, dass die Textsorte *pakina* am besten mit funktional-stilistischen Kriterien zu charakterisieren sei. Die typischen Merkmale der *pakinas* jeder Art werden auf der Basis der kommunikativen Funktion und der Kommunikationssituation bestimmt: Der Autor stellt seine Sache in einer Weise dar, die die Aufmerksamkeit und das Interesse des Lesers weckt, den Leser dazu bringt, über etwas zu lachen, und gleichzeitig die Gefühle, Auffassungen und das Weltbild des Lesers beeinflusst (MANNINEN 1987, 21). Zentrales Element der *pakina* sind Normabweichungen auf verschiedenen Ebenen der Sprache: thematische, semantische, lexikalisch-grammatische. Wenn sie auf eine kontextuelle Beziehung verweisen, werden sie als Signale bezeichnet. Jede *pakina* enthält ein eigenes Signalsystem, das aus diesen kontextuellen Signalen besteht. Das Erfassen des Signalsystems ist die Voraussetzung des Verstehens und der Interpretation der *pakina* (MANNINEN 1987, 27–30). Ohne Normabweichungen ist ein Text keine *pakina* (MANNINEN 1987, 295).

MANNINEN (1987, 289–294) unterscheidet erstens zwischen faktischer und fiktiver *pakina*. Die fiktive verweist auf die Wirklichkeit über erfundene Situationen und symbolische oder metaphorische Erzählungen. Faktische Texte betrachten die Wirklichkeit direkt, ohne erfundene Situationen oder Ereignisse, ohne Allegorien usw. In einem fiktiven Text wird auf die Wirklichkeit über erfundene Situationen und metaphorische Erzählungen verwiesen, die Wirklichkeit wird indirekt beschrieben. Wirkliche Ereignisse oder Personen sind in erfundenen Konstellationen, Märchen, Erzählungen usw. situiert. Durch die Erzeugung von fiktiven Dokumenten (Reden, Gutachten, Reportagen, Meldungen, Interviews usw.) wird etwas real Geschehenes ironisiert. Zweitens nimmt MANNINEN eine Unterteilung der *pakina*-Texte in rationale und emotionale vor. Weitere Kriterien zur Klassifizierung sind: die Merkmale beobachtend (die Sprache ähnelt derjenigen der Leitartikel und Meldungen, wobei sie von Kolumnen kaum zu unterscheiden sind (MANNINEN 1987, 300)), anarchistisch (die Behandlung kann vollkommen irrational sein: irrationale Fiktion, Nonsense). Es werden die wesentlichen Züge sprachlicher Ausdrucksweisen und verschiedener Denkweisen imitiert oder parodisiert. Der Autor ist ein Außenseiter und beeinflusst das Weltbild des Lesers indirekt (MANNINEN 1987, 314–315), empathisch (der Autor ist dem Leser ein Freund, es wird gemeinsam über das Pech und Unglück im Leben gelacht (MANNINEN 1987, 309)), polemisierend (der Autor versucht, den Gegner und dessen Meinung lächerlich zu machen (MANNINEN 1987, 305)). Ein zusätzlicher Beschreibungsfaktor ist die Vorkommensdichte der Normabweichungen, der über dem zweidimensionalen Vierfeldschema die Beschreibung in der dritten Dimension ergänzt (vgl. Abb. 1).

Laut MANNINEN (1987, 338) gibt es kaum noch Autoren, die emotionale *pakinas* schreiben. Argumentierende findet man noch in politischen Zeitungen oder in Zeitungen, die an bestimmte Interessengruppen gerichtet sind. Empathische *pakinas* sind im Ressort Familie der Tageszeitungen, in Zeitschriften für Eltern oder Frauen vorzufinden. Die emotionale *pakina* hat eine Metamorphose durchgemacht, in der aus den *pakina*-Autoren (fi. *pakinoitsija*) Kolumnisten geworden sind, die offen aus ihrer eigenen Perspektive und mit ihren emotionalen Argumenten die Meinungen der Leser beeinflussen und verändern wollen.

Nach ihrer umfassenden empirischen Untersuchung kommt MANNINEN (1987, 341) zu dem Ergebnis, dass in der Praxis vier verschiedene Typen von *pakinas* vorkommen:

- 1) faktisch und rational,
- 2) faktisch und emotional-polemisch,
- 3) fiktiv und emotional-empathisch sowie
- 4) fiktiv und rational-anarchistisch.

Das Klassifizierungssystem von MANNINEN scheint auch für eine vergleichende empirische Untersuchung vielversprechend zu sein, weshalb es auch in dem hier zugrunde gelegten Analyseverfahren Berücksichtigung findet.

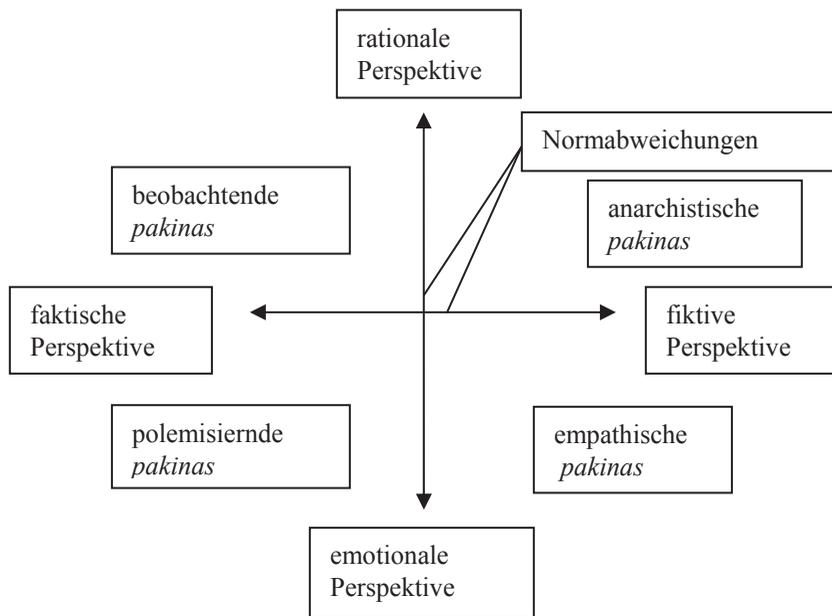


Abb. 1: Typen der *pakina* im Vierfelderschema der Einstellung nach MANNINEN (1987, 295)

Laut HUOVILA (2005, 133–134) sind *pakinas* meinungsorientierte bzw. subjektive Texte, die oft unter Pseudonym veröffentlicht werden, und in denen jeweils ein aktuelles Ereignis in leichtem, persönlichen Stil und in abwechslungsreicher Sprache vom Standpunkt des Autors her und aufgrund seiner Beobachtungen und Empfindungen behandelt wird. Das Ziel der mei-

nungsorientierten Texte sei es, dem Leser eine Meinung anzubieten, mit der er nach entsprechender Reflexion entweder übereinstimmen oder sie ablehnen kann. Weiter soll mit den Texten der Leser von der Richtigkeit der geäußerten Meinung überzeugt werden, wozu Argumente nötig sind. Das Weltbild von Gleichdenkenden wird also verstärkt, aber Andersdenkende können als Folge des Textes noch stärker an ihrer abweichenden Anschauung festhalten. Um Einstellungen zu verändern, sollte ein meinungsorientierter Text möglichst rational argumentieren.

Nach verschiedenen Ratgebern und Informationsquellen im Internet² wird die finnische *pakina* als Presstextsorte in der Regel als ein kurzer humoristischer, oft satirischer oder parodistischer Text definiert, in dem mit leichtem Geplauder und Erzählen operiert wird. Was die Form betrifft, ist erstens die Überschrift nicht informativ, zweitens besteht der Text aus kurzen Aussagesätzen und einer Darstellung von Gegensätzen. In der *pakina* werden Meinungen zu aktuellen Ereignissen geäußert und sie enthält literarische Züge. Komik, Ironie, Satire und Parodie sind der *pakina* eigen. Die *pakinas* sind sprachlich geistreich und reich an Wortwitz. Es wird kritisiert, aber nicht geschimpft oder geschmäht. Abweichungen von sprachlichen und stilistischen Normen, Übertreibung und Verzerrung sind typisch für die *pakina*. Z. B. kann ein Politiker in eine völlig fiktive Situation versetzt werden. Am Ende der *pakina* soll der Leser überrascht werden.

Insgesamt lässt sich in den deutschen und finnischen Textsortendefinitionen also eine weitgehende Übereinstimmung von Merkmalen finden, so dass eine gemeinsame Basis für die Untersuchung der Glossen dieser Sprachräume hier leicht gefunden werden kann.

3. Persuasion

Nach MERTEN (2006, 215) ist Persuasion „ein Prozess, der situationsgebunden und unter affektivem Einsatz zu einer Entscheidung [...] führt.“ Dadurch soll die Art, jemandem oder auf etwas zu antworten / reagieren, beeinflusst,

2 http://kielikompassi.jyu.fi/opetus/kirjoitus/kirjoituskurssi/kann_pakina.shtml und <http://fi.wikipedia.org/wiki/Pakina> und auch http://www.sanomalehdet.fi/files/22/lehtikurssi_.pdf (29.8.2011).

geformt oder geändert werden. Es müssen dabei aber keine langfristigen Überzeugungen entstehen. MERTEN unterscheidet die Persuasion von der logischen Argumentation, die, bezogen auf einen fixen Schwellenwert oder eine Norm, uneingeschränkt wiederholt werden kann und immer zum gleichen Ergebnis, zu einer logischen Entscheidung, führt. In der Persuasion wird dagegen die Entscheidung „durch aufzubringenden affektiven Druck“ anhand eines verschobenen inneren Schwellenwerts erzeugt. Dieser Druck könne nicht dauerhaft aufrechterhalten werden, weswegen auch Persuasion nicht lange anhalte – im Gegensatz zur Überzeugung (MERTEN 2006, 215).

Die kommunikative Situation und die Kommunikationsrichtung werden wiederum in den folgenden Beiträgen thematisiert: JOWETT / O'DONNELL (2006) beschreiben die Persuasion als wechselseitige Kommunikation, die darauf zielt, beiden Teilnehmern Nutzen zu bringen. Nach PRATKANIS / ARONSON (1992, 21–14) ist das Objekt der Persuasion kein passiver Adressat, sondern ein aktiver Teilnehmer an der Kommunikation. Er beeinflusst durch seine Interpretationen und mit seinen Reaktionen den Fortgang der Persuasion.

Nach LENK (1991, 269) ist die Persuasion als Überredungs- oder Überzeugungsabsicht zu definieren, auch haben die meisten Texte in der Massenkommunikation seiner Ansicht nach in der Regel einen persuasiven Charakter.

Es gibt also unterschiedliche Meinungen dazu, ob der Einfluss der Persuasion von einer kurz- oder langfristigen Dauer ist, ob damit nur kurzfristige Ziele erreicht werden sollen, längerfristig Einstellungen verändert werden oder auch neue Überzeugungen erreichbar sind und so eine Beeinflussung des Handelns angestrebt wird. Insgesamt scheint es mir berechtigt, im Zusammenhang von Glossen anzunehmen, dass mit ihnen sowohl Persuasion als auch Argumentation verbunden ist. Die persuasiv fundierten Entscheidungen beeinflussen – zumindest Schritt für Schritt – das langfristige Verhalten und können schließlich zur Überzeugung führen.

4. Argumentationsmodell

Wie wir oben gesehen haben, gibt es unterschiedliche Anschauungen unter den Forschern sowohl dazu, ob in Glossen überhaupt argumentiert wird, als auch dazu, ob im Zusammenhang von Persuasion statt von bloß kurzfristigem Überreden eher von Überzeugen durch Argumentation gesprochen werden

kann. Beide Fragen sind für meine Untersuchung von zentraler Bedeutung. Am überzeugendsten erscheinen mir in diesen Punkten die Ausführungen von LÜGER (1995, 137) und von CAMEN (1984, 220). Nach LÜGER wird auch argumentiert, um eine als gegeben angenommene Einstellung zu verstärken, wie es in der Glosse der Fall ist. Laut CAMEN kann die Glosse auch eine meinungsändernde Wirkung haben. Für weitere Forscher scheint das Argumentieren selbstverständlich zur Glosse zu gehören (u. a. WOLFF / PALM 2006, 87).³ Von diesem Ausgangspunkt her wird im Folgenden das Argumentationschema von NOWAG / SCHALKOWSKI insofern referiert, als ihre Ausführungen für diese Untersuchung von Relevanz sind – auch wenn ihr Schema für Kommentare ausgearbeitet wurde und die Autoren der Meinung sind, dass in Glossen eben nicht argumentiert wird (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 213).

Laut NOWAG / SCHALKOWSKI spricht man von Argumentation „immer dann, wenn etwas, das zwischen zwei oder mehreren Menschen strittig ist, mit Hilfe eines sprachlichen Verfahrens in Unstrittiges überführt werden soll oder wird“ (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 129). Die Argumentation wird auch von der Begründung abgegrenzt: Mit Begründungen beziehen NOWAG / SCHALKOWSKI sich „nur noch auf die Begründung von Handlungen und auf die Begründung des eigenen Meinens und Glaubens“ (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 129). Darüber hinaus ist das Argumentieren auch vom Erklären zu unterscheiden: Mit Erklärungen wird nur erläutert, warum, wie oder wozu etwas geschehen ist (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 130).

NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 131) gehen in ihren Ausführungen zur argumentativen Struktur von Kommentaren von dem Argumentationsmodell von TOULMIN (2003, 88 ff.) aus, so wie es auch bei SCHMIDT-FABER (1985, 19 ff.) modifiziert vorkommt: „Eine vollständige Argumentation besteht aus der These, dem Argument, einer Argumentregel und einer Stütze“ (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 135).⁴ Die Plausibilität der Argumentation wird an der

3 Vgl. auch KOHVAKKA (1997): Argumentation/Scheinargumentation ist konstitutiv für Ironie, die wiederum für Glossen kennzeichnend ist; die argumentative Struktur von Glossen habe ich schon damals expliziert.

4 Auf der gleichen Basis habe auch ich es in KOHVAKKA (1997, 60 ff. u. 72 ff.) angewandt, nur wurden darin die Begriffe *Konklusion*, *Konklusionssatz* und *Konklusionsregel* verwendet, wobei die *Stütze* von NOWAG / SCHALKOWSKI bei mir in der Konklusionsregel inbegriffen ist als der Grund, der die Akzeptierung der Regel rechtfertigt – z. B. Allgemeinwissen, Naturgesetz, Norm, die die Konklusion *schlüssig* machen. – Ähnlich auch in NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 133).

Richtigkeit und Relevanz der Argumente für die These bemessen. Für die Plausibilität ist es wiederum ausschlaggebend, dass das Zielpublikum die Bewertungsmaßstäbe mit dem Autor teilt (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 134–135).

Es erübrigt sich, hier weitere Einzelheiten des an sich universalen Argumentationsmodells darzustellen;⁵ das konkrete Verfahren wird im Folgenden an Beispielen demonstriert. Die von NOWAG und SCHALKOWSKI differenzierten unterschiedlichen Argumentationsweisen scheinen aber eine fruchtbare Basis für den Vergleich der Argumentationen in finnisch- und deutschsprachigen Glossen zu bieten. Im Folgenden werden diese Argumentationsweisen etwas genauer behandelt.

In der Praxis kann die Argumentation auf verschiedene Weisen geführt werden, von denen als erste die am häufigsten gebrauchte *indizielle Argumentation mit Beispielen* zu nennen ist. Dabei werden Hilfssachverhalte dadurch auf das strittige Urteil bezogen, dass strukturgleiche oder -ungleiche Beispiele für konkrete Phänomene aufgezählt werden, die die These stützen. Jedes Beispiel vertritt schon die aufgestellte These in konkreter Form. Für die Verallgemeinerung der These ist je nach Fall eine unterschiedliche Anzahl von Beispielen nötig. Dieses Verfahren wird quasi-induktiv genannt. Zweitens gibt es ein umgekehrtes, quasi-deduktives bzw. wahrscheinlichkeitsorientiertes Verfahren, das darin besteht, dass eine konkrete Erscheinung argumentativ gestützt wird. Hierbei geht es also um indizielle Argumentation mit Wahrscheinlichkeiten. Es wird eine variierende Anzahl von expliziten Argumenten vorgeführt, in denen auch implizite Argumente und eine implizite Regel zu finden sind, woraufhin eine Schlussfolgerung gezogen und gestützt werden kann (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 137–145).

Als drittes Verfahren wird die Argumentation mit Quellen bzw. Zeugen beschrieben. Hier sollten der Zeuge und sein Hintergrund zumindest so weit bekannt gemacht werden, dass der Leser sich ein Bild von dem Wissensstand des Zeugen machen kann. Eine besonders schlagende Wirkung ergibt sich, wenn der Autor des Textes einen Experten bzw. Zeugen der die Gegenposition vertretenden Seite für die Stützung der eigenen These einsetzen kann.⁶ Die vierte Argumentationsart ist die Argumentation mit Geboten bzw. Nor-

5 Genaueres zum Argumentationsmodell in NOWAG / SCHALKOWSKI (2009, 129 ff.), KOHVAKKA (1997) und SCHMIDT-FABER (1986).

6 Dies scheint Glossenschreibern geradezu köstliche Möglichkeiten zu bieten.

men. Dazu zählen u. a. Alltagsnormen, moralische Sätze und das Grundgesetz. Der Inhalt eines Gebotsarguments deckt sich oft mit dem Inhalt der Argumentregel, das Gebot befindet sich also nicht in dem Argument – wie es in der Gebotsargumentation eigentlich sein sollte –, sondern in der Argumentregel. Allerdings kann in diesen Fällen oft eine Lesart gefunden werden, die dafür spricht, dass von einer eigenen Argumentationsart geredet werden kann. Als fünfte wird die sehr häufig verwendete Argumentation mit Vorteilen bzw. Handlungsergebnissen erwähnt: Dabei wird ein aufgestellter Normsatz gestützt durch Erwähnung eines Vorteils, der sich aus der Befolgung oder Verwirklichung des in der Norm ausgedrückten Appells o. Ä. ergibt (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 145–151).

In den Kommentaren setzt sich der Autor mit Normen, Empfehlungen und den daraus folgenden Handlungen argumentativ auseinander. Gegenüber dem Handelnden kann der Autor drei unterschiedliche Positionen einnehmen: Der Handlungsträger kann von ihm gelobt, kritisiert oder verteidigt werden (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 152–155). Bei Glossen geht es meistens – aber nicht immer – um ein Kritisieren, Verspotten usw. (NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 187).

5. Untersuchungsmaterial

Die in den finnischen Zeitungen heute erscheinenden insgesamt recht wenigen politikbezogenen Glossen sind selten von den eigenen Redakteuren verfasst, sondern eher von professionellen Autoren (fi. *pakinoitsija*). Heute werden, dem allgemeinen (anglo-amerikanischen) Trend folgend, eher Kolumnen und Kommentare bevorzugt. Lokalglossen in regionalen und lokalen Zeitungen sind schon üblicher, in ihnen werden aber rein lokale Themen behandelt. Deswegen ist es problematisch, finnische Texte zu finden, die der deutschen (politischen) Glosse entsprechen.

Bisher wurden hier insgesamt 13 deutschsprachige Glossen aus der *Berliner Zeitung* (Druckauflage Ende 2011 war 193 945⁷) analysiert: 10 von André Mielke (erschienen 2010) und drei von Holger Schmale (erschienen 2010 und

7 <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true> (8.3.2012).

2011). Die Glossen sind jeweils ca. 180–200 Wörter lang und in ihnen werden aktuelle politische Themen behandelt.

Das finnische Material besteht erstens aus 15 *pakinas* aus *Kaupparehti* (überregionale Wirtschaftszeitung mit einer Auflage von 68 252 im Jahr 2011⁸), die alle von Markku Paretsoi stammen, 2010 und 2011 erschienen sind und jeweils ca. 350–400 Wörter umfassen. In ihnen werden aktuelle politische Themen, aber auch die Sprache an sich behandelt. Zweitens gehören zum finnischsprachigen Material vier *pakinas* von Pekka Vuoristo, einem Journalisten der größten finnischen Tageszeitung *Helsingin Sanomat* (überregionale Zeitung mit einer Auflage von 383 361⁹ im Jahr 2010). Diese Texte erschienen im Jahr 2009, sind ca. 180–220 Wörter lang und behandeln die Innenpolitik des Landes.

Die Schlussfolgerungen dieser Untersuchung basieren zwar auf diesem Gesamtmaterial, aber im Folgenden wird aus Platzgründen das Analyseverfahren exemplarisch anhand nur einer deutsch- und einer finnischsprachigen Glosse veranschaulicht.

6. Zur Methode

Das Analyseverfahren basiert auf den oben referierten Theorien und besteht aus den sechs Schritten A–F.

Schritt A: Es wird die argumentative Struktur ermittelt. Dabei wird das Modell der alltäglichen Argumentation zu Grunde gelegt, so wie es in SCHMIDT-FABER (1986), KOHVAKKA (1997) und NOWAG / SCHALKOWSKI (2009) beschrieben wird. Dabei besteht die vollständige Argumentation aus einer **These**, einem **Argument**, das an seiner Relevanz oder Richtigkeit beurteilt wird, aus einer **Argumentationsregel**, deren Akzeptabilität das entscheidende Kriterium ist, und aus einer **Stütze**, d. h. der Rechtfertigung der Akzeptabilität der Argumentregel anhand des allgemeinen Weltwissens, eines Naturgesetzes oder einer Norm. Die Argumentation ist insgesamt entweder plausibel oder

8 <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php> (8.3.2012).

9 <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=119> (8.3.2012).

nicht-plausibel. Als Voraussetzung für die Beurteilung der Plausibilität sind gemeinsame Bewertungsmaßstäbe entscheidend.

Schritt B: Die Rolle der Überschrift in der Argumentation wird betrachtet.

Schritt C: Die Funktion der Pointe wird näher analysiert.

Schritt D: Die sprachlichen Besonderheiten, wie z. B. Ironie, kühne Metaphern und Vergleiche, spöttische Anredeformen, idiomatische Ausdrücke, Variationen von Phraseologismen, Wortspiele und andere rhetorische Elemente werden ermittelt.

Schritt E: Die Texte werden jeweils nach der Art der Argumentation eingeordnet (vgl. NOWAG / SCHALKOWSKI 2009, 145–151). Dabei scheinen für die Glossen die folgenden fünf Arten wesentlich zu sein: 1) indizielle Argumentation mit Beispielen, 2) indizielle Argumentation mit Wahrscheinlichkeiten, 3) Argumentation mit Quellen bzw. Zeugen, 4) Argumentation mit Geboten bzw. Normen und 5) Argumentation mit Vorteilen bzw. Handlungsergebnissen.

Schritt F: Die Glossen werden einem der vier Typen der *pakina* nach MANNINEN (1987) zugeordnet. Diese Typen lauten:

- (i) faktisch (= auf Fakten beruhend, nicht-fiktiv) und rational,
- (ii) faktisch und emotional-polemisch,
- (iii) fiktiv (z. B. wirkliche Ereignisse oder Personen werden in erfundene Situationen versetzt) und emotional-empathisch und
- (iv) fiktiv und rational-anarchistisch (irrationale Fiktion oder scheinbar rational, Nonsense).

7. Beispielanalysen

Im Folgenden werden ein deutscher und ein finnischer Text in voller Länge wiedergegeben. Die Argumentanalyse wird hier jedoch aus Platzgründen jeweils nur für eine These durchgeführt. Die sprachlichen Besonderheiten sind jeweils unterstrichen, die Analyseschritte werden jeweils nach der Argumentanalyse zusammengefasst.

Beispielanalyse 1

Text 1: André Mielke, *Berliner Zeitung*, 7.6.2010

Ein warmer Ölstrom

Was, wenn es mit der Absaugglocke auch nicht funktioniert? Nun, dann verhält sich der Bohrinselexplosionsveranstalter BP so wie die Bundesregierung: Er wird sein Versagen, wie wir PR-Fuzzis sagen, „besser kommunizieren“. So könnte man positiv herausstellen, dass das Öl bald mit dem Golfstrom nach Nordosten reisen wird, Richtung Europa. Das ist doch eine Alternative zu teuren und gefährlichen Transporten per Schiff und Pipeline. Immerhin lassen Flößer seit Menschengedenken Rohstoffe vom Wasser ans Ziel befördern. Bald können direkt an Algarve-Stränden moderne Raffinerien entstehen. Da bekommen Länder Zugang zu fossilen Rohstoffen, die bisher davon nur träumen konnten. Es gibt keine Öko-Katastrophen durch leckende Tanker mehr, ganz zu schweigen von der besseren Kohlendioxidbilanz: So ein Ölteppich bewegt sich ohne Treibstoffverbrauch. So sieht aktiver Umweltschutz aus. Wenn alles klappt, läuft die erste Lieferung in fünf Jahren im Hamburger Hafen ein. Wissenschaftler machen zwar darauf aufmerksam, dass das Öl sich unterwegs erheblich verdünnisieren wird. Aber BP ist angeblich bereit, weitere Bohrlöcher zu öffnen, um die Konzentration zu erhöhen. Selbstverständlich kann das schwarze Gold am Zielort nicht für lau entnommen, sondern muss bezahlt werden. Der Konzern will großzügig sein und einen Teil der Transportkostensparnis auf die Abnehmer umlegen.

Beispiel 1 für die Argumentanalyse, These 1 des Textes 1:

So könnte man positiv herausstellen, dass das Öl bald mit dem Golfstrom nach Nordosten reisen wird, Richtung Europa. Das ist doch eine Alternative zu teuren und gefährlichen Transporten per Schiff und Pipeline.

These 1: Es gibt positive Seiten an dem Ölunglück.

Argument: Gefährliche und teure Tanker- bzw. Pipelinetransporte fallen aus, was an sich, auf wörtlicher Ebene, relevant für die These ist.

Argumentregel: Wenn etwas nicht mehr transportiert wird, kann es unterwegs keinen Schaden anrichten. Dies ist an sich schlüssig, aber hier nicht akzeptabel, weil sich der zu transportierende Stoff bereits in der Umwelt befindet und diese verschmutzt.

Die Argumentation, die aus vier Thesen besteht, ist insgesamt nicht-plausibel.

Fazit der Beispielanalyse 1:

A: Die auf der wörtlichen Ebene schlüssige Argumentation ist in dem gegebenen Kontext nicht akzeptabel. Es wird das Gegenteil oder etwas anderes gemeint, d. h. es wird ironisch über das Thema gesprochen. Es kommen Widersprüche auf verschiedenen Ebenen der Sprache vor, wodurch Anspielungen auf textexterne Gegebenheiten erzeugt werden. Diese sind wiederum ein wesentlicher Teil der ironischen Argumentation. Bei den Anspielungen geht es also auch nicht nur um reines Darstellen.

B: Die Überschrift ist allusiv, hat aber an sich keine Funktion in der Argumentation: „Ein warmer Ölstrom“, vgl. *ein warmer Regen* (ugs.; ‘sehr erwünschte, oft unerwartet erfolgende Geldzuwendung’). Durch die Überschrift und die Erwähnung der Kostenersparnis und Ermäßigungen für Energieverbraucher am Ende des Textes wird ein inhaltlicher Rahmen gebildet. Es handelt sich außerdem um eine Anspielung: „Ölstrom“ – (der warme) *Golfstrom*, der den „Transportweg“ bildet.

C: Die Pointe ist schlagkräftig, sie bekräftigt die ironische Zielaussage des Textes, ist aber nicht konstitutiv für die Argumentation. Nachdem der ganze Text von den positiven Folgen der Katastrophe redet, kommt hier die Ernüchterung in Form der Pointe: „Selbstverständlich kann das schwarze Gold am Zielort nicht für lau entnommen, sondern muss bezahlt werden. Der Konzern will großzügig sein und einen Teil der Transportkostenersparnis auf die Abnehmer umlegen“. Die Pointe bekräftigt die ironische Aussage: Die Natur muss bzw. wir müssen doch für alles aufkommen.

D: Die Normabweichungen, die auf der rein sprachlichen Ebene auffallen, sind unterstrichen. Darüber hinaus kommen im Text viele in Bezug auf den Kotext oder Kontext entstehende Normabweichungen, Übertreibungen usw. vor, die im Rahmen der Argumentanalyse entblößt werden.

E: In der Art der Argumentation geht es um indizielle Argumentation mit Beispielen und um Argumentation mit Vorteilen bzw. Handlungsergebnissen.

F: Der Glossentyp kann als fiktiv und rational-anarchistisch bestimmt werden.

Beispielanalyse 2

Text 2: Pekka Vuoristo, *Helsingin Sanomat* 7.3.2009

Pois huoli ja levottomuus

Etenkin vaikeina aikoina on tärkeää, että päätöksentekijät tarkoin tietävät, mistä ovat päättämässä. Jos tästä ei huolehdi, kansalaisten keskuudessa saattaa syntyä huolta ja levottomuutta. Päättyvällä viikolla eduskunta päätti niin sanotusta Lex Nokiasta, josta kansanedustajat tiesivät ainakin seuraavaa: Työnantaja saa uusia urkkimisoikeuksia, joita ei ole vanhassa laissa, tai sitten työnantaja ei saa uusia oikeuksia, koska vanha laki sallii jopa riisua työntekijän alasti. Uusi laki estää vuotamasta yrityssalaisuuksia sähköpostilla, tai sitten on naurettavaa kuvitella, että kukaan edes yrittäisi vuotaa yrityssalaisuuksia sähköpostilla. Yliopistot ryhtyvät urkkimaan opiskelijoiden sähköpostia, tai sitten on aivan älytön ajatus, että yliopistot muka ryhtyisivät urkkimaan opiskelijoiden sähköpostia. Taloyhtiöiden isännöitsijät alkavat vahtia viestiliikennettä talojen verkoissa, tai sitten yhdessäkään talossa ei edes ole verkkoa, jota isännöitsijä voisi vahtia. Nokia on uhannut lähteä Suomesta, jos lakia ei hyväksytä, tai sitten Nokia ei missään tapauksessa ole lähdössä Suomesta eikä unissaankaan uhkailisi sellaisella.

Koska kaikki tämä siis oli erinomaisen hyvin päättäjien tiedossa, lienee lupa päätellä, ettei kansalaisilla ole mitään syytä huoleen eikä levottomuuteen.

Übersetzung [H. K.]:

Kein Grund zur Beunruhigung

Besonders in schweren Zeiten ist es wichtig, dass die Entscheidungsträger genau wissen, worüber sie gerade Entscheidungen treffen sollen. Wenn man sich nicht darum kümmert, kann das zu Besorgnis und Beunruhigung führen. In dieser Woche hat das Parlament das sogenannte *Lex Nokia*-Gesetz verabschiedet, von dem die Abgeordneten zumindest das Folgende gewusst haben: Der Arbeitgeber bekommt neue Rechte zur Bespitzelung, die es in dem alten Gesetz nicht gab, oder der Arbeitgeber bekommt eben keine neuen Rechte zur Bespitzelung, da das alte Gesetz es ihm schon ermöglicht, den Arbeitnehmer gänzlich zu entblößen. Das neue Gesetz verhindert es, Firmengeheimnisse per E-Mail zu verraten, oder es ist eben lächerlich, sich vorzustellen, dass irgendjemand es je versuchen würde, Firmengeheimnisse per E-Mail zu verraten. Die Universitäten beginnen, die E-Mails von Studierenden auszuspionieren, oder es ist eben eine vollkommen irrsinnige Idee, dass die Universitäten beginnen würden, die E-Mails von Studierenden auszuspionieren. Die Hausverwalter fangen an, die Kommunikation im Datennetz der Wohnhäuser zu überwachen,

oder es gibt eben in keinem einzigen Haus ein Netz, das der Hausverwalter überwachen könnte. Nokia hat gedroht, Finnland zu verlassen, wenn das Gesetz nicht verabschiedet wird, oder Nokia will eben in keinem Fall Finnland verlassen und würde auch nicht mal im Traum damit drohen.

Weil die Entscheidungsträger über all dies sehr wohl Bescheid wissen, dürfte man wohl schlussfolgern können, dass die Bürger keinen Grund zur Besorgnis oder zur Beunruhigung haben.

Beispiel 2 für die Argumentanalyse, These 1 des Textes 2:

These 1: Die Bürger brauchen sich keine Sorgen zu machen, die Entscheidungsträger wissen über die zu fassenden Beschlüsse Bescheid.

Argument: Parlamentarier wussten über das (damals neue) Gesetz *Lex Nokia* etwas oder sie wussten es nicht. Als Stützen des Arguments werden fünf Beispiele gegeben: Der Arbeitgeber bekommt neue Rechte, oder doch nicht, die Universitäten werden die E-Mails der Studierenden ausspionieren oder auch nicht usw.

Das Argument ist nicht relevant für die These oder überhaupt, da es sich selbst entkräftet.

Die Argumentregel: Wenn man viel über etwas weiß, kann man beruhigt sein. Sie ist an sich akzeptabel, aber bezieht sich nur auf einen Teil des Arguments, das sich selbst widerlegt, auch in jedem stützenden Beispiel.

Die gleiche (wörtliche) Aussage, dass also niemand Grund zur Sorge hat, wird in der inhaltlich identischen These 2 und Pointe ausgedrückt. Die zweite Argumentregel ist nicht-akzeptabel: Wenn man alles weiß oder nichts weiß, kann man beruhigt sein.

Die Argumentation, die eigentlich nur aus einer These und deren Variationen besteht, ist insgesamt nicht-plausibel.

Fazit der Beispielanalyse 2:

A: Die Argumentation ist insgesamt nicht-plausibel.

B: Die Überschrift ist ein wesentlicher Teil der Argumentation, sogar konstitutiv: Keine Sorge, die Entscheidungsträger wissen über alles oder nichts Bescheid. Die Überschrift bildet zusammen mit dem letzten Satz auch einen textuellen Rahmen.

C: Desgleichen ist die Pointe („Kein Grund zur Sorge, die Politiker kennen sich bestens aus“), in der die These wiederholt wird, ein wesentlicher Teil der Argumentation.

D: Sprachliche Normabweichungen sind unterstrichen. Es sind keine Elemente des Sprachspiels oder Wortwitzes zu finden, sondern Übertreibungen und Unlogik auf syntaktischer Ebene.

E: Es geht bei diesem Text um indizielle Argumentation mit Beispielen.

F: Vom Typ her ist die Glosse faktisch und emotional-polemisch – obwohl die Argumentation „anarchistisch“ ist, stimmen die Fakten.

8. Vergleich finnischer und deutscher Glossen

Im Vergleich der finnischen *pakinat* und der deutschen Glossen treten recht große Unterschiede in der argumentativen Struktur zu Tage. In den deutschen Glossen können immer mehrere Argumente ermittelt werden. Diese sind auf wörtlicher Ebene schlüssig, aber im Kontext nicht-plausibel. Der Titel und die Pointe haben keine konstitutive Funktion für die Argumentation an sich, in der Themenführung und im Textaufbau spielen sie aber natürlich eine Rolle. Die deutschen Glossen sind ironisch und zumindest implizit argumentativ. Die argumentative Struktur ist die folgende: (Titel) – (These – These – These – These + jeweils Argumente) – (Pointe).

In den finnischen *pakinat* wiederum gibt es meistens nur eine These, die auf nicht-relevanten Argumenten beruht. Die Argumentregel ist nicht akzeptabel und die gesamte Argumentation nicht-plausibel. Der Titel und die Pointe haben eine konstitutive Rolle in der Argumentation, ohne sie gäbe es eigentlich gar keine Argumentation. Die Texte sind ironisch und zumindest implizit argumentativ. Die argumentative Struktur ist die folgende: (Titel – These + Argument – Pointe).

Insgesamt wird in *pakinat* / Glossen die indizielle Argumentation mit Beispielen bevorzugt. Vom Typ her sind die Texte entweder faktisch und emotional-polemisch (Vuoristo, Schmale) oder fiktiv und rational-anarchistisch (Paretskoi, Mielke). Die Überschrift spielt im Finnischen oft eine konstitutive Rolle in der Argumentation, und zwar besonders bei den faktischen und emotional-polemischen Glossen. Die Überschrift bildet mit der

Pointe meistens den Rahmen des Textes, sowohl in den finnischen *pakinas* als auch in den deutschen Glossen. Die Pointe ist im Finnischen ebenfalls oft ein zentraler Teil der Argumentation – speziell bei den faktischen und emotional-polemischen Glossen. In Bezug auf das Sprachliche kommen Ironie, kühne Metaphern und Vergleiche, spöttische Anredeformen, idiomatische Ausdrücke, Variationen von Phraseologismen, Wortspiele, Übertreibungen, andere rhetorische Elemente usw. sowohl in *pakinas* als auch in Glossen vor. Wortwitz und Sprachspielerei scheinen aber betont individual-stilistische Textgestaltungsmittel zu sein.

9. Schlussfolgerungen

Die argumentativen Strukturen der finnischen und deutschen Glossen sind zum Teil auffallend unterschiedlich, aber das Endergebnis, d. h. die Wirkung auf den Leser, ist gleichartig. Auch wenn in der Textsorte Glosse, der belletristischsten Poesietextsorte, der individuelle Stil des Autors eine große Rolle spielt, können dort insgesamt mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede z. B. in der Art der Argumentation, hinsichtlich des bevorzugten Glossentyps und in Bezug auf die sprachlichen Besonderheiten festgestellt werden. Der auffälligste Unterschied liegt in der argumentativen Struktur des Gesamttextes. Außerdem gibt es Divergenzen in der Syntax, die sich darin zeigen, dass in deutschen Texten Hypotaxe und in finnischen Texten Parataxe vorherrscht. Diese Eigenschaften sind auch im Vergleich von finnisch- und deutschsprachigen Leitartikeln festgestellt worden (vgl. KOHVAKKA 2009).

Wenn davon ausgegangen wird, dass mit Argumentation überzeugt werden soll, handelt es sich bei den argumentativ aufgebauten *pakinas* und Glossen um persuasive Poesietexte. Auf den ersten Blick scheint die finnische *pakina* aber weniger auf Überzeugung zu zielen als die deutsche Glosse, zumindest wenn Persuasivität mit dem Explizitheitsgrad der Argumentation in Zusammenhang gebracht wird. Wenn aber der Unterschied in dem Aufbau der Argumentation berücksichtigt wird, d. h. wenn auch der Titel und die Pointe in die Analyse finnischer Texte einbezogen werden, kann nicht mehr von einer impliziten Argumentation oder vom Fehlen einer Argumentation gesprochen werden.

Auf der Basis dieser Untersuchung können in Bezug auf den Zusammenhang zwischen den verschiedenen Typen des Textaufbaus und deren Wirkungen auf die Leser noch keine weitergehenden Schlüsse gezogen werden. Dass es aber in diesem Punkt unterschiedliche Persuasionsstile in Gestalt kultur- bzw. sprachraumbezogener Unterschiede gibt, kann schon mit dieser Untersuchung nachgewiesen werden.

Literatur

Primärquellen

André Mielke, Berliner Zeitung (www.berlinonline.de):

Tadellose Leihgesellschaft 18.1.2010
 Tipps zur Vermeidung von Unwohlsein 6.4.2010
 Verschiedene Puddings für Merkel und Westerwelle 19.4.2010
 Unterhaltspflicht für Florian Silbereisen 10.5.2010
 Ein warmer Ölstrom 7.6.2010
 Allenthalben Abbruch 15.8.2010
 Verschwörung der Bundesländer 18.10.2010
 Quietsche-Entchen gegen Taliban 25.10.2010
 Geld verdirbt den Praktikanten 8.11.2010
 Keinem soll es schlecht ergehen 15.11.2010

Holger Schmale, Berliner Zeitung (www.berlinonline.de)

Lafontaines gesammeltes Schweigen 22.1.2010
 Der stille Herr Köhler 19.2.2010
 Dr. Merkels sprechendes Schweigen 12.8.2011

Pekka Vuoristo, Helsingin Sanomat (www.hs.fi):

Päivä pulkassa Arkadianmäellä 5.2.2009
 Pois huoli ja levottomuus 7.3.2009
 Lepakkoelvytys saa jatkua 4.4.2009
 Pelko pois EU! 18.4.2009

Markku Paretskoi, Kauppalehti (www.kauppalehti.fi):

Kirje pakinoitsijoiden kertausharjoituksista 7.1.2009
 Huumorinsiirtomaksu 6.5.2009
 Sijoittajaguru 20.5.2009
 Takaisinkutsu 17.2.2010
 Pistelakko 3.3.2010

Poliittisesti epäkorrektia 14.4.2010
 Vanhastamisen perusteet 21.4.2010
 Kiihtoksia, Matti Vanhanen 16.6.2010
 Pakinoinnin valvontamaksu 18.8.2010
 80 prosentin sääntö 10.11.2010
 Poliitikkojen Jussi-palkinnot 9.2.2011
 Loistava vaalitulokset 20.4.2011
 Tiitiäisen lista 12.5.2011
 Pro Finlandia 1.6.2011
 Lainavakuudet 24.8.2011

Sekundärliteratur

- BENTELE, GÜNTER / BROSIUS, HANS-BERND / JARREN, OTFRIED (Hrsg.) (2006): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden.
- BURGER, HARALD (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin.
- CAMEN, RAINER (1984): *Die Glosse in der deutschen Tagespresse*. Bochum.
- HOPPE, ANJA MARIA (2000): *Glossenschreiben. Ein Handbuch für Journalisten*. Wiesbaden.
- HUOVILA, TAPANI (2005): *Toimittaja, tiedon etsijä ja vaikuttaja*. Helsinki / Porvoo.
- JOWETT, GARTH S. / O'DONNELL, VICTORIA (2006): *Propaganda and Persuasion*. 4. Aufl. Thousand Oaks, Calif.
- KOHVAKKA, HANNELE (1997): *Ironie und Text. Zur Ergründung von Ironie auf der Ebene des sprachlichen Textes*. Frankfurt a. M.
- KOHVAKKA, HANNELE (2000): *Kontrastive Betrachtungen zur Ironie*. In: *Neuphilologische Mitteilungen*, 225–234.
- KOHVAKKA, HANNELE (2009): *Vallan vahtikoiria vai vaikuttajia? Saksan- ja suomenkielisten pääkirjoitusten argumentaation ja kielellisen rakenteen vertailua*. In: ENELL-NILSSON, MONA / NISSILÄ, NIINA (Hrsg.): *Kieli ja valta. VAKKI-symposiumi XXIX 13.–14.2.2009 Vaasassa*. Vaasa, 240–250.
- LA ROCHE, WALTHER VON (2003): *Einführung in den praktischen Journalismus*. 16., völlig neu bearb. Aufl. München.
- LENK, HARTMUT E. H. (1991): *Brauchen wir den Begriff der Perlokution für die Analyse sprachlichen Handelns?* In: *Der Ginkgo Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa*. 10. Folge, 261–270.
- LENK, HARTMUT E. H. (2005): *Form und Funktion von Kommentarüberschriften in deutsch-, finnisch- und englischsprachigen Tageszeitungen*. In: LENK, HARTMUT E. H. / CHESTERMAN, ANDREW (Hrsg.): *Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press*, Hildesheim / Zürich / New York, 159–184.

- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995): Pressesprache. 2., neu bearb. Aufl. Tübingen.
- MANNINEN, KIRSTI (1987): Ollista Bisquitiin. Ylioppilaslehdien *pakinat* 1913–1968. Helsinki.
- MERTEN, KLAUS (2006): Persuasion. In: BENTELE, GÜNTER / BROSIUS, HANS-BERND / JARREN, OTFRIED (Hrsg.), 215–216.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWSKI, EDMUND (2009): Kommentar und Glosse. Unveränderter Nachdruck der 1. Aufl. von 1998. Konstanz.
- NYKYSUOMEN SANAKIRJA (1992): Porvoo / Helsinki / Juva.
- PRATKANIS, ANTHONY R. / ARONSON, ELLIOT (1992): Age of Propaganda: The everyday use and abuse of persuasion. New York.
- SCHMIDT-FABER, WERNER (1986): Argument und Schein-Argument. Grundlagen und Modelle zu rationalen Begründungen im Alltag. München.
- SCHMITZ, ULRICH (2004): Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen. Berlin.
- STRABNER, ERICH (2000): Journalistische Texte. Tübingen.
- TOULMIN, STEPHEN (2003): The Uses of Argument. Cambridge / New York.
- WOLFF, VOLKER / PALM, CARLA (2006): Glosse. In: BENTELE, GÜNTER / BROSIUS, HANS-BERND / JARREN, OTFRIED (Hrsg.), 87.

Internetquellen

- <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&detail=true> (8.3.2012).
- <http://fi.wikipedia.org/wiki/Pakina> (29.8.2011).
- http://kielikompassi.jyu.fi/opetus/kirjoitus/kirjoituskurssi/kann_pakina.shtml (28.8.2011).
- <http://www.berliner-zeitung.de/home/10808950,10808950.html> (8.1.2012).
- <http://www.hs.fi/> (8.1.2012).
- <http://www.kauppalehti.fi/5/i/etusivu/> (8.1.2012).
- <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php> (8.3.2012).
- <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?s=119> (8.3.2012).
- http://www.sanomalehdet.fi/files/22/lehtikurssi_.pdf (29.8.2011).

MARTIN LUGINBÜHL

Fernsehnachrichten-Kommentare im Textsortennetz

1. Einleitung

Kommentare in Fernsehnachrichten gehören in den meisten Sendungen zu einer Textsorte, die eine Randexistenz führt. Um trotz ihrer meist seltenen Realisierung etwas über ihren stilistischen Sinn und ihre kulturelle Prägung bzw. ihre kulturell prägende Kraft aussagen zu können, analysiert dieser Beitrag zwei Fernsehnachrichten-Kommentare der Schweizer *Tagesschau* und der amerikanischen *CBS Evening News* aus dem Jahr 1982 nicht nur im Hinblick auf die stilistische Ausgestaltung, sondern bettet die Textsortenexemplare auf einer Mesoebene in die „Textsortenprofile“ der jeweiligen Sendungen ein und interpretiert die stilistische Form der Texte mit Bezug auf zentrale Dimensionen von Nachrichtenkultur, die von journalistischer Kultur beeinflusst wird, diese aber auch gleichzeitig prägt. Dabei wird gefragt, wie das Textsortenrepertoire der Sendungen aussieht und welcher Stellenwert den Kommentaren und anderen Textsorten im Bezug auf Textsortenfrequenzen zukommt. Kommentare werden so innerhalb umfassenderer Textsortennetze verortet.

Ich werde zeigen, dass ein Blick auf Kommentare unter Berücksichtigung von Textsortenprofilen zu einer adäquateren Einschätzung dieser Textsorte (und der damit realisierten Nachrichtenkultur) führt, als dies im Rahmen einer „klassischen“ kontrastiv-textologischen Analyse möglich ist. Zudem werde ich die Frage diskutieren, ob eine Fokussierung auf die Textsorte „Kommentar“ im Zusammenhang mit Persuasionsstilen im Fall von Fernsehnachrichten sinnvoll ist – oder ob angesichts des Stellenwerts von Kommentaren in Fernsehnachrichten nicht auch ein Blick auf andere, nicht explizit kommentierende Textsorten angemessener wäre.

2. Kultur – Sprache – Nation

Ältere Arbeiten der kontrastiven Textologie gehen bezüglich ihrer Versuchsanlage meist so vor, dass Exemplare „derselben“ Textsorte aus verschiedenen Ländern oder Sprachgebieten in einem Korpus zusammengestellt werden, um anschließend gemeinsame und divergierende Textsortenmerkmale entlang von Landes- bzw. Sprachgrenzen zu beschreiben. Häufig wird dabei auf die Entstehung oder Verankerung dieser Unterschiede in Kommunikationsgemeinschaften überhaupt nicht eingegangen, oder aber die Unterschiede im Sprachgebrauch werden eher pauschal mit unterschiedlichen Denkformen bzw. mentalen Dispositionen in Verbindung gebracht. Diese scheinen dann implizit – gemäß der national determinierten Textauswahl – offenbar auch national oder zumindest einzelsprachlich bestimmt zu sein.

LANDBECK (1991) etwa schreibt in ihrer komparativen Analyse von deutschen und französischen Fernsehnachrichten:

Gerade die streng zeitliche Normierung, das klarere Bild deutscher Nachrichtensendungen scheint [...] einem deutschen Grundbedürfnis bzw. Verhalten zu entsprechen: dem der genauen Zeiteinteilung. (LANDBECK 1991, 178)

Damit wird der Sprachgebrauch in einer Textsorte gleichgesetzt mit einer national oder einzelsprachlich spezifischen Kultur, die dementsprechend homogen und meist auch statisch, also essentialistisch gedacht wird.

Diese Koppelung von Kultur und Nation (vgl. dazu auch HORNSCHIEDT 2003, 69 f.) oder zumindest Kultur und Einzelsprache findet sich bekanntlich bereits im Aufsatz von Kaplan von 1966, einem wichtigen Referenztext der kontrastiven Textologie, in welchem es heißt, „that each language and each culture has a paragraph order unique to itself“ (KAPLAN 1972 [1966], 256). Diese Ordnung setzt Kaplan dann mit Denkmustern gleich. So schließt Kaplan von der Propositionsstruktur der untersuchten Texte auf Denkmuster und geht zugleich davon aus, dass es sprachspezifische bzw. kulturspezifische Denkmuster gibt. Folglich überrascht es dann nicht, wenn Kaplan Untersuchungen zitiert, in denen die Auffassung vertreten wird, charakteristische Textstrukturen einer Kultur würden den „Volksgeist“ definieren (KAPLAN 1972 [1966], 246).

Was sich bereits bei KAPLAN findet, das trifft – wie erwähnt – auch auf viele komparative Untersuchungen jüngerer Datums zu: Die Analyse von so genannten „kulturspezifischen“ sprachlichen Ausdrucksformen bleibt bei ei-

ner Beschreibung oder vielleicht eher „*Festschreibung*“ (EBER 1997, 22 – Hervorhebung im Original) einzelsprachlicher und oft auch nationaler Ausdrucksformen stehen.

Bei vielen dieser Arbeiten ist zu kritisieren, dass unklar bleibt, was eigentlich unter „Kultur“ verstanden wird; oft werden damit verbundene Konzepte einfach implizit etabliert. Die Rede ist von „Kulturspezifik“, als wären die analysierten Charakteristika im Sprachgebrauch spezifisch für eine Kultur im Sinn einer national oder einzelsprachlich definierten Gruppe. Dies ist jedoch in den meisten Fällen eine von den Daten her nicht gerechtfertigte Übergeneralisierung (vgl. dazu auch HAUSER 2010, LUGINBÜHL 2010). Kultur wird so – ganz in der Tradition von Herder und Humboldt – nicht nur unausgesprochen als einzelsprachlich oder national determiniert (vgl. PÖCKL 1999, 14), sondern auch als homogen und lokal begrenzt dargestellt. Tendenziell tritt so die Frage nach der Ursache von feststellbaren Unterschieden im Sprachgebrauch in den Hintergrund – weil diese eben pauschal als kulturspezifisch interpretiert werden.

Wenn Unterschiede im Textsortenstil derart über Kulturspezifik erklärt werden, so sind diese Erklärungen eigentlich leer und zirkulär: Es werden Korpora zusammengestellt, weil man von kulturellen Unterschieden ausgeht, und beschreibt die Unterschiede dann als kulturelle Unterschiede.

Um die kulturelle Verankerung der Unterschiede im Sprachgebrauch differenzieren zu können, sind die eruierten Unterschiede auf unterschiedliche Normen und Werte von Kommunikationsgemeinschaften zu beziehen. Damit einhergehen muss auch eine andere Konzeptualisierung des Kulturbegriffs. Im Rahmen der jüngeren kulturwissenschaftlich beeinflussten Medienanalyse besteht weitgehende Einigkeit über folgendes Postulat:

what is problematic for a general territorial conceptualization of culture is that it refers to a container-thinking of nation states that is not appropriate in times of globalization. (HEPP / COULDRY 2010, 10)

Was sich als vielversprechender erweist als eine ausschließlich territoriale oder nationale (und damit auch tendenziell statische) Konzeptualisierung von Kultur, ist ein Kulturbegriff, der davon ausgeht, dass sich Kulturen mit Bezug auf verschiedene räumliche Dimensionen artikulieren und ausdifferenzieren, z. B. geografische, soziale, politische, transnationale Räume (vgl. GAL 2010; JACQUEMET 2010; JOHNSTONE 2010; MÄHLUM 2010). An solche neueren Konzepte anschließend werde ich auf ein praxeologisches Kulturverständnis Bezug nehmen (vgl. LINKE 2009), das die performative und die semiotische

Dimension von Kultur in den Vordergrund rückt. Dieses Verständnis von Kultur basiert auf der Annahme, dass soziale Gruppierungen (verstanden als *communities of practice* im Sinn von LAVE / WENGER 1991) in fundamentaler Weise auf symbolische Praktiken angewiesen sind, um gemeinsame Werte und Normen etablieren und stabilisieren (und gegebenenfalls modifizieren) zu können. So wird in der wieder erneut geführten Diskussion des Verhältnisses von Sprache und Kultur insbesondere auf die Relevanz von kommunikativen Formen und linguistischen Stilen verwiesen (vgl. GÜNTNER / LINKE 2006, SANDIG 2006, MACHIN / VAN LEEUWEN 2007). In jüngeren kulturwissenschaftlichen Ansätzen werden Nation und Sprache zwar keineswegs als irrelevant aufgefasst, aber sie haben nicht mehr den Status alleiniger Einflussgrößen, sondern bilden zwei Faktoren neben anderen.

Ein Effekt dieser erweiterten theoretischen Perspektive besteht darin, dass Räume oberhalb, unterhalb und jenseits nationaler und einzelsprachlicher Grenzen als bedeutsam erkannt werden. Dies wird begleitet durch ein erhöhtes Interesse an der Produktion von Räumen durch die Sprache: Während etwa ANDROUTSOPOULOS (2001) „transnationale“ Kulturen im Kontext von Fangemeinschaften beschreibt, befasst sich LUGINBÜHL (2008) mit Fernschnachrichten und weist nach, dass es eine „translokale“ Nachrichtenkultur gibt, die sich in gemeinsamen Stilzügen von Nachrichtensendungen öffentlicher Fernsehsender in Mittel- und Nordeuropa zeigt.

3. Multifaktorielle Paralleltextanalyse

Versteht man Kultur als ein Set von handlungsleitenden Normen und Werten einer Kommunikationsgemeinschaft, und geht man davon aus, dass dieses Set innerhalb der Gruppe heterogen und dynamisch ist, und geht man im Weiteren davon aus, dass Kommunikationsgemeinschaften ihre Normen und Werte durch Kommunikation und damit durch Sprachgebrauch etablieren, aufrechterhalten bzw. abgleichen müssen, so erscheint ein Vergleich von Texten nur aufgrund von Unterschieden bezüglich Nation oder Sprache als unzulänglich. HAUSER / LUGINBÜHL (2011) schlagen deshalb als methodisches Vorgehen eine multifaktorielle Paralleltextanalyse vor, in welcher bei der Korpuszusammenstellung nicht nur Einzelsprachen bzw. verschiedene Nationen berücksichtigt werden. Dem revidierten Kulturalitätsbegriff entsprechend, werden

auch innerhalb eines Sprachgebiets und innerhalb einer Nation mehrere Texte verschiedener Kommunikationsgemeinschaften systematisch analysiert, um so auch gruppenspezifische oder translokale Merkmale eruieren zu können.

Eine differenziertere Betrachtung der Kulturalität von Textsorten beinhaltet m. E. aber auch, Textsorten nicht als Einzelercheinungen zu sehen, sondern sie innerhalb umfassenderer Textsortennetze zu analysieren, also die intertextuellen Verbindungen einer Textsorte zu analysieren (was sowohl in synchroner wie auch diachroner Perspektive geschehen kann, vgl. BURGER 2001). Dabei gehe ich im Zusammenhang mit „Großtexten“ (ADAMZIK 2008, 147) wie einzelnen Zeitungsausgaben oder Fernsehsendungen von ‚Textsortenprofilen‘ aus. Darunter verstehe ich eine jeweils spezifische Konturierung einer Gruppe von verschiedenen Textsortenexemplaren im entsprechenden Großtext. Diese Konturierung ist charakterisiert durch ihre spezifische Auswahl von Textsorten (Textsortenrepertoire), die Häufung dieser Textsorten (Textsortenfrequenz) sowie durch die jeweilige stilistische Ausgestaltung und die Anordnung innerhalb des Großtextes. So kann der Stellenwert und damit die kulturelle Bedeutung einer Textsorte eruiert werden, weil damit eine „Zwischenebene“ (ADAMZIK 2010, 31) zwischen Beobachtungen auf der Mikroebene und der Makroebene der Kultur etabliert ist, um diese Ebenen auf einer Mesoebene aufeinander beziehen zu können.

4. Analyse

Im Folgenden werden aus der Schweizer Fernsehnachrichtensendung *Tageschau* und der amerikanischen *CBS Evening News* zwei Kommentare wiedergegeben und analysiert. Es geht mir darum aufzuzeigen, wie die einzelnen Textsortenexemplare in ihrer Gestaltung der Etablierung und Tradierung bestimmter journalistischer Kulturen dienen und welche Bedeutung diesen Textsorten im Textsortenprofil der hier verglichenen Sendungen zukommt.

Die Kommentare stammen beide aus dem Jahr 1982 und es handelt sich mit Bezug auf die Klassifikation von NOWAG / SCHALKOWSKI (1998) in beiden Fällen um so genannte Standpunktcommentare, also um Kommentare, die nur **ein** Erklärungsmuster, eben einen Standpunkt erwähnen.

Tagesschau vom 6. April 1982

[Großbuchstaben zeigen deutliche Betonungen an, Punkte fallende Intonation, Komata leicht steigende Intonation, Bindestriche kurze Pausen.]

Moderator [Nahaufnahme im Studio, er sitzt an einem Pult und liest von rosa Blättern ab. Links hinter ihm wird eine geographische Karte der Falklandinseln und der Südspitze Südamerikas eingeblendet, darunter ist „Falkland-Konflikt“ zu lesen]: Zum Konflikt um die Falkland-Inseln und seiner direkten Auswirkungen auf die Regierung Thatcher – ein Kommentar von Rundschau-Redaktor Samuel Plattner. - - - [3 Sek. Pause]

Plattner [Nahaufnahme im Studio, er sitzt am Pult und liest von weißen Blättern ab. Hinter ihm das Logo der *Tagesschau*, unten eingeblendet „Samuel Plattner“, „Redaktor Rundschau“]: Kriegsgefahr wegen ein paar steinigen Inselchen, bewohnt von achtzehn hundert Menschen - und sechshundert tausend Schafen. Das DARF ja wohl nicht wahr sein. - Und doch hat nun der operettenhafte Rückfall in die Tage als Britannia die Wellen regierte mit dem Rücktritt des britischen Außenministers Lord Carrington ernstere Züge angenommen. Gewöhnlich beginnen die Briten nach hurra-patriotischen Aufwallungen wie jetzt gerade, ziemlich rasch wieder kühl - an ihre wirklichen Interessen zu denken. Aber jetzt geht es nicht mehr bloß um hohle Phrasen wie die nationale Ehre. Es geht auch um die politische Zukunft der Regierung Thatcher. - Das Ausscheiden des adligen Gentleman Lord Carrington hat die Premierministerin im Lager der Konservativen isoliert, weil ER bisher die Brücke war zur liberaleren, undoktrinären Fraktion in - Kabinett und Partei. Und weil offenkundig wird, dass Lord Carrington lediglich als Sündenbock über die Klinge springen musste, während die SCHULD am britischen Versagen in der Frage nach den Falkland Islands oder Islas Malvinas die GANZE Regierung trifft. - Während immer mehr auch konservative Briten offen aussprechen, dass ein militärischer Konflikt aus diesem Anlass eine Verrücktheit wäre. Dampft nun die Royal Navy nach Süden, mit dem ganzen Prestige der Eisernen Lady an Bord, das ja aus vielerlei Gründen - angeschlagen ist. Auch der heutige Versuch, den Konflikt auf wirtschaftliche Sanktionen einzudämmen, hält die Flotte nicht auf. - Argentinien hat versucht, mit Draufgängertum von seinen schweren inneren Krisen abzulenken. Und nun scheint Frau Thatcher, besorgt um ihre Glaubwürdigkeit, - dasselbe zu tun.

Moderator on: Soweit der Kommentar von Samuel Plattner.

Der Kommentar der *Tagesschau* ist durch Thesen einerseits und Begründungen andererseits geprägt, wobei diese Begründungen teilweise wiederum aus Thesen bestehen. Der Konflikt, so wird als erste These formuliert, habe „ernstere Züge angenommen“, denn, so wird weiter gesagt, es gehe „auch um die politische Zukunft der Regierung Thatcher“. Diese Behauptung fungiert als eine Begründung für die erste These, stellt selbst aber wiederum eine These dar. Sie wird begründet mit der Behauptung, die Premierministerin sei „im Lager der Konservativen isoliert“. Diese Begründung wird gestützt mit den Behauptungen, mit Carrington sei die Brücke zur liberaleren Fraktion weg und es werde „offenkundig“, dass die Schuld am britischen Versagen die ganze Regierung treffe. Anschließend werden einige Fakten wiedergeben (Redebericht der konservativen Briten, Weg der Navy nach Süden), verbunden mit einer Behauptung über das Prestige von Frau Thatcher. Abschließend wird das Verhalten von Frau Thatcher als draufgängerisch bewertet, mit der Behauptung, sie wolle so ihre Glaubwürdigkeit stabilisieren; allerdings wird dieser letzte Teil durch das Verb *scheinen* als Vermutung deklariert. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Kommentar in erster Linie argumentativ strukturiert ist, wobei sich in der genaueren Analyse zeigt, dass die Thesen mit weiteren Thesen begründet und gestützt werden. Eine Rückführung auf nicht-interpretative Fakten findet kaum statt.

Der ganze Kommentar wird – abgesehen vom ersten Satz, bei dem der Kommentator auch direkt in die Kamera blickt – sachlich-nüchtern präsentiert, er wird prosodisch mehrheitlich flach gestaltet, mit nur wenigen deutlichen Akzenten und eher langen Intonationsphrasen. Insgesamt bleibt der Kommentator in seiner stimmlichen Performanz gegenüber dem Publikum distanziert.

Insgesamt zeigt sich, dass dieser Kommentar mit (allerdings nicht gestützten) Daten eine wertende These analytisch aufbaut, und er tut dies auf eine tendenziell sachlich-nüchterne Art und Weise.

Der Kommentar der *CBS Evening News* weist eine andere stilistische Gestaltung auf.

***CBS Evening News*, 11. November 1982**

Moderator [Nahaufnahme im Studio, er sitzt an einem Pult, neben ihm sitzt der Kommentator Moyers. Gegen Ende der Anmoderation wendet der Moderator den Kopf zu Moyers]: Leonid Brezhnev's death is a poignant

reminder of the differences between the world's superpowers and is the subject of Bill Moyer's commentary. Bill?

Moyers [Großaufnahme, vor grauer Weltkarte]: A friend who travels often to the Soviet Union came back from his last trip with this apocryphal story about Leonid Brezhnev. It seems Brezhnev some years ago wanted to impress his mother with the perquisites of power. But when he showed her his FINE Kremlin apartment, she said nothing. - When he took her in his big, black limousine across the town to his penthouse overlooking Moscow, - she said nothing. When he called for his helicopter and whisked her to his country retreat, - still she said nothing. Mama, asked Brezhnev frustrated, - aren't you going to say ANYTHING about ALL this? And she replied, - well, it IS very nice, Leonid, but what are you going to do if the COMMUNISTS get back in power? - This friend says the hardest thing to find in Moscow these days is a genuine Marxist. While Brezhnev was the first among equals, the Kremlin is run by consensus - and the consensus has been that ideology is a GOOD thing - until you try to make it WORK. It's no substitute for the Red Army - in keeping power in the Politburo, - order in the empire, - and the West on guard. But neither armies nor theory - make bread, build factories, or beguile Western bankers - for THESE you need agriculture and industry that work, you need TRADE, technology and credits. HERE, - Brezhnev failed. Those pilots in the jets that streak in tribute above his funeral this weekend - will have had for breakfast wheat - grown in Kansas. And the new Soviet leaders are left to cope with widespread public discontENT - over shoddy goods and insufficient food. For a while, they will try to project an image of stability and continuity, as befits the conservative coalition in power. - About the only thing clear this soon after Brezhnev's death - is that the Soviets have CHOICES to make among their military commitments and their problems at home. There's no bargain-basement arms race, and not even superpowers can afford ALL they want. THAT dilemma - we have in COMMON.

Auch in diesem Kommentar wird ein Standpunkt dargelegt. Während aber im Kommentar der Schweizer *Tagesschau* Behauptungen und Begründungen zentral sind und der ganze Kommentar nüchtern-sachlich gestaltet ist, so sind im Kommentar der *CBS Evening News* narrativ gestaltete Beispiele (auch anekdotische) zentral, die einerseits dazu dienen, die Hauptthese zu stützen und zu illustrieren: Die Situation in Russland ist desolat, das Regime ist

kommunistischen Werten untreu geworden. Dabei handelt es sich natürlich um keine stichhaltigen Begründungen, da lediglich Anekdoten oder Interpretationen eines „Freundes“ wiedergegeben werden. Andererseits dienen diese Beispiele aber auch dazu, über die stilistische Gestaltung dieser (scheinbaren) Begründungen den Kommentar unterhaltsam und somit attraktiv zu gestalten. Dies stellt Publikumsnähe her – ebenso wie die Tatsache, dass der Kommentator während des ganzen Kommentars direkt in die Kamera blickt und am Ende des Kommentars auf eine Parallele zu den USA hinweist. Gerade mit diesem Hinweis auf Parallelen zu den USA wird der Kommentar im Hinblick auf das US-amerikanische Zielpublikum lokalisiert. Zudem wird durch die vielen Beispiele der Rückgriff auf konkrete Beobachtungen wichtig; etwas, das in dieser Form im Kommentar der *Tagesschau* nicht zu finden ist.

Ich möchte nun in einem ersten Schritt der Frage nachgehen, wie die Ausgestaltung dieser Kommentare auf kulturelle Werte und Normen einer Gruppe bezogen werden kann. In einem zweiten Schritt werde ich dann diskutieren, wie der Stellenwert dieser Kommentare in den Textsortenprofilen der *Tagesschau* bzw. der *CBS Evening News* zu verorten ist.

5. Stilistische Ausgestaltung, Nachrichtenkulturen und journalistische Kulturen

Wie weiter oben ausgeführt, gehe ich von einem dynamischen, praxeologisch und semiotisch basierten Kulturbegriff aus. Dementsprechend beziehe ich meine Analyse nicht direkt auf ganze Nationen oder Sprachräume, sondern zunächst auf die jeweiligen Redaktionen der Sendungen. Dementsprechend müssen die Formen des Sprachgebrauchs auf journalistische Kulturen bezogen werden. DJERF-PIERRE (2000, 252) versteht darunter eine „collective professional identity“, welche wiederum durch „a set of professional ideals, values and norms“ ausgezeichnet ist. Eingebettet ist diese journalistische Kultur in historische, soziale, politische und ökonomische Zusammenhänge.

Ersetzt man eine national oder einzelsprachlich determinierte Kulturalität durch eine journalistisch determinierte, so ist dies m. E. adäquater, erklärt aber noch nicht viel. Wichtig ist, dass in der linguistischen Analyse die Bedeutungen der Formen, also der „stilistische Sinn“ (SANDIG 2006, 11) der Textgestaltung sowie die dahinter stehenden bzw. dadurch erst etablierten Werte und

Normen herausgearbeitet werden. Ich differenziere deshalb zwischen ‚Nachrichtenkultur‘ und ‚journalistischer Kultur‘. Unter ‚Nachrichtenkultur‘ verstehe ich textuelle Praktiken, die in Nachrichtentexten realisiert werden (vgl. ESSER 2008). Gerade im Vergleich unterschiedlicher Praktiken zeigen sich unterschiedliche stilistische Bedeutungen der Formen. Unter ‚journalistischer Kultur‘ verstehe ich, wie oben erläutert, Normen und Werte einzelner Redaktionen. Nachrichtenkultur und journalistische Kultur sind nicht gleichzusetzen: Wir haben es in einem Fall mit multimodalen (sprachlichen, nonverbalen, bildlichen etc.) Artefakten zu tun, im anderen mit kognitiven Größen. Journalistische Normen und Werte prägen die Nachrichtenkultur, sie werden aber auch durch Praktiken der Textgestaltung geprägt – und zwar durch die Übernahme bereits etablierter Muster oder aber durch die Abwandlung derartiger Muster, die auch unbewusst erfolgen kann und so Werte und Normen zum Ausdruck bringt, bevor diese bewusst zur Verfügung stehen.

Für die Analyse des stilistischen Sinns können die Dimensionen journalistischer Kultur, wie Hanitzsch sie anführt, hilfreich sein (HANITZSCH 2007, 371): ‚institutionelle Rolle‘, ‚Epistemologien‘ und ‚ethische Ideologien‘. Unter der institutionellen Rolle versteht Hanitzsch Aspekte wie den Grad der Intervention (Rolle als neutraler Verbreiter von Informationen vs. Promoter bestimmter Werte), Machtdistanz (Loyalität zu Mächtigen vs. offene Herausforderung) und Marktorientierung (Unterwerfung unter Marktlogik vs. Verfolgung des öffentlichen Interesses). Mit Epistemologien sind hier philosophische Untermauerungen gemeint, insbesondere im Hinblick auf Objektivität und Empirismus.

Es handelt sich bei der Objektivität als Dimension journalistischer Kultur um die Frage, inwiefern die Berichterstattungsformen nahelegen, dass das Gesagte mit der außermedialen Wirklichkeit übereinstimmt (und diese sozusagen spiegelbildlich abbildet) oder zwingend selektiv und an subjektive Interpretationen gebunden ist. Beim Empirismus geht es um die Frage, mit welchen Mitteln Journalistinnen und Journalisten die Wahrheit einer bestimmten Aussage ‚belegen‘. Und unter ethischen Ideologien sind Aspekte wie Relativismus (Bezug auf universelle moralische Regeln vorhanden oder nicht?) und Idealismus (Kann der Zweck die Mittel heiligen – oder muss das Mittel selbst auch immer gut sein?) gemeint.

Für die oben wiedergegebenen Kommentare scheinen mir nun Unterschiede im Hinblick auf den Empirismus zentral, also bezüglich der Frage, wie die Aussagen als wahr ausgezeichnet werden und ihnen damit vor dem

Publikum Geltung verschafft werden kann. Im *Tagesschau*-Kommentar geschieht die Auszeichnung der Argumente als wahr bzw. zutreffend in erster Linie auf analytischem Weg, wobei weniger konkrete Fakten im Zentrum stehen, sondern Argumente und diese Argumente stützende Werte und Meinungen. Im *CBS*-Kommentar hingegen spielen konkrete Erfahrungen und Beobachtungen eine zentrale Rolle; von dieser (zumindest behaupteten) „Inaugenscheinnahme“ hängt die Gültigkeit der Argumente ab. Zusammenfassend kann darum gesagt werden, dass der *Tagesschau*-Kommentar analytisch fundiert ist, während der *CBS*-Kommentar eher empirisch fundiert wird. In beiden Fällen ist diese Fundierung jedoch nur bis zu einem gewissen Grad wirklich überzeugend: Im *Tagesschau*-Kommentar werden Thesen mit anderen Thesen begründet und gestützt, im *CBS*-Kommentar werden Anekdoten und Erzählungen von Freunden als begründende Fakten behandelt.

6. Stellenwert der Kommentare innerhalb umfassender Textsortenprofile

Um diese Beobachtungen auf der stilistischen Mikroebene auf die Makroebene journalistischer Kulturen zu beziehen, werden die Kommentare in den Kontext der analytischen Zwischenebene der Textsortenprofile gestellt. Denn Werte und Normen journalistischer Kulturen sind nicht nur für die Ausgestaltung einzelner Textsorten relevant, sondern auch für umfassendere Textsortennetze. Ein Text kommt in der Regel nicht allein, sondern er zieht andere Texte regulär mit sich. Der Kommentar ist hier ein Paradebeispiel, weil er in der Regel nicht alleine steht, sondern sich auf andere, berichtende Texte im selben Großtext bezieht.

Textsortenprofile beziehen sich innerhalb einzelner Sendungsformate auf das Textsortenrepertoire (Welche Textsorten werden realisiert?), die Textsortenfrequenzen (Welche Textsorten sind quantitativ gesehen zentral?) und die Textsortenvernetzung (Welche Textsorten erscheinen in den Sendungen formal, inhaltlich oder funktional miteinander verbunden?). In diesen Textsortenprofilen können dann stilistische Merkmale von Textsorten verortet werden, die Profile können aber auch auf umfassenderen sprachlichen Wandel oder auf spezifische Veränderungen in einer Sprachgemeinschaft (wie einer Redaktion) bezogen werden.

6.1 Textsortenrepertoires

Vergleicht man die in den beiden Sendungen realisierten Textsorten¹, so ergibt sich folgendes, leicht vereinfachtes Bild (Ø = nicht realisiert):

Tab. 1: Textsortenrepertoires der Schweizer *Tagesschau* und der *CBS Evening News*

<i>Tagesschau</i>	<i>CBS Evening News</i>
Vorspann	Opening Credits
Abspann	End Credits
Schlagzeilen	Headlines
Begrüßung ²	Greeting
Verabschiedung	Goodbye
Anmoderation	Lead-In
Abmoderation	Lead-Out
Moderatorenmeldung	Anchor Item
Sprecher- / Moderatorenfilmmeldung	Anchor Voice Over
Sprechermeldung	Ø
Filmmeldung	Film Item
Korrespondentenbericht	Package
Statement	Statement
Interview	Interview
Kommentar	Commentary
Ø	Stand Up

1 Ausgewählt wurde seit den 1960er Jahren (bei der Schweizer Sendung seit den 1950er Jahren) pro Jahrzehnt eine Woche; im Falle von konzeptuellen Änderungen der Sendungen (wie in den 1980er und 1990er Jahren) zwei Wochen. Die Wochen wurden so ausgewählt, dass sie ein Ereignis beinhalten, über welches in beiden Sendungen über mehrere Tage hinweg berichtet wurde, etwa der Einmarsch in die Tschechoslowakei 1968 oder der Golfkrieg 1991. Aus dem Jahr 1949 liegt eine *CBS*-Sendung vor. Genaueres zum Korpus in LUGINBÜHL (2006).

2 Ob der Begrüßung bzw. der Verabschiedung ein eigenständiger Textsortenstatus zugeschrieben werden soll, hängt zum einen von der jeweiligen Ausgestaltung ab (Deutlichkeit der Textdelimitation), aber auch vom zugrunde gelegten Textsortenbegriff.

Zunächst springt ins Auge, dass in beiden Sendungen eine relativ kleine Anzahl vergleichbarer Textsorten zu finden ist. Allerdings werden in der *CBS Evening News* keine Sprechermeldungen realisiert, in der *Tagesschau* hingegen keine *Stand Ups*, in welchen während des ganzen Beitrags ein Korrespondent zu sehen ist, der in die Kamera spricht. Somit werden uns in der *CBS Evening News* die Ereignisse von zwei „Figuren“ erzählt: vom Anchor, der dem Publikum vertraut ist und kommunikative Formen der Nähe-Kommunikation realisiert, und von Korrespondenten, die in der Regel am Ort des Geschehens sind. Eine „Figur“, deren Aufgabe ausschließlich darin besteht, Meldungen nüchtern und distanziert zu verlesen, gibt es in der *CBS Evening News* (und auch in allen anderen amerikanischen *Network News*) nicht. Andererseits gibt es in der *Tagesschau* keine Beiträge, die nur daraus bestehen, dass ein Korrespondent vor Ort berichtet (*Stand-Ups*). In der *Tagesschau* treten hier immer noch mindestens Filmaufnahmen hinzu, seien es Aufnahmen vom Ereignis selbst oder seinen Folgen, seien es so genannte Standardnachrichtenbilder, die etwas zeigen, das nur lose mit dem Ereignis verbunden ist.

6.2 Textsortenfrequenzen

Diese (kleinen) Unterschiede in den Textsortenrepertoires können weiter differenziert werden, wenn die Textsortenfrequenzen mit in den Blick genommen werden, also der Anteil dieser Textsorte an der Gesamtsendezeit der Nachrichtensendung. Für die Schweizer *Tagesschau* ergibt das untersuchte Korpus (vgl. Fußnote 1) folgendes Bild (s. Abb. 1). Im hier dargestellten Korpus wird kein einziger Kommentar realisiert. Auffallend ist aber, dass sowohl die Moderationstexte wie auch die Korrespondentenberichte deutlich an Bedeutung gewinnen, während die Sprechermeldung ganz verschwindet und die Filmmeldung, in denen ein anonymes Sprecher zu einem Nachrichtenfilm spricht, deutlich an Bedeutung verliert (allerdings auch nicht ganz verschwindet). – Ein Vergleich mit den Sendungen der *CBS Evening News* aus denselben Wochen zeigt nun deutlich andere Textsortenfrequenzen (Abb. 2).

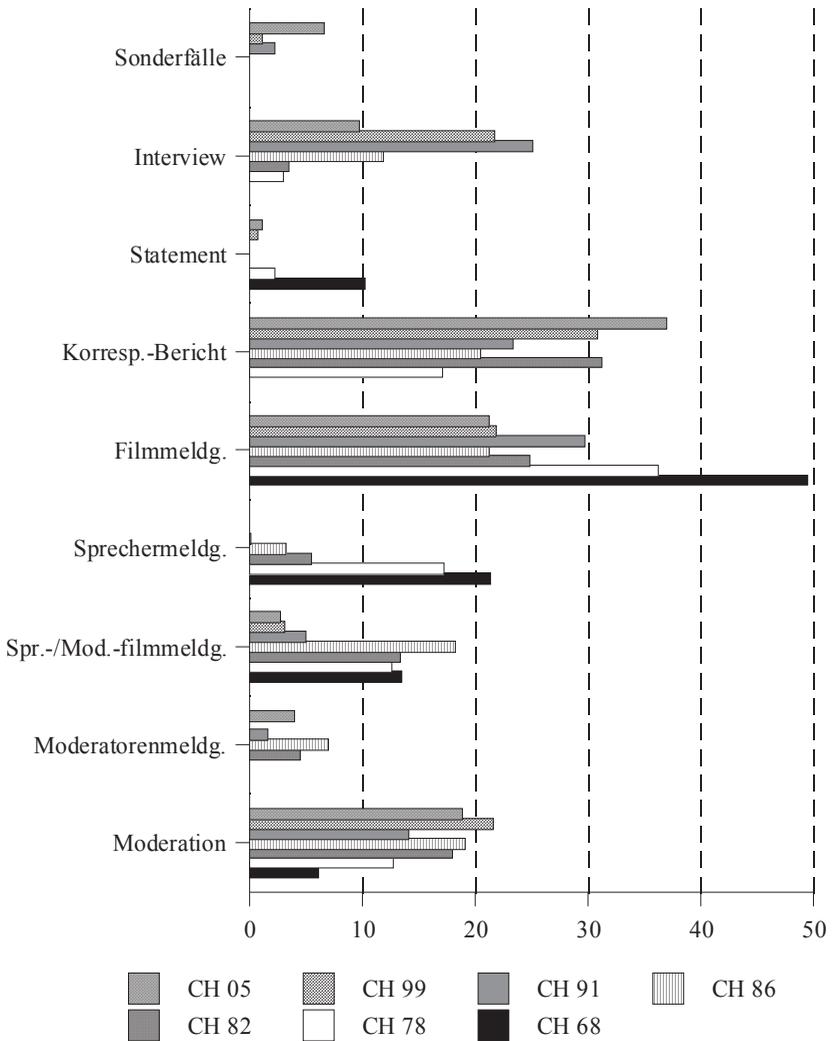


Abb. 1: Textsortenfrequenzen der *Tagesschau* 1968–2005
(geordnet nach Textsorten)

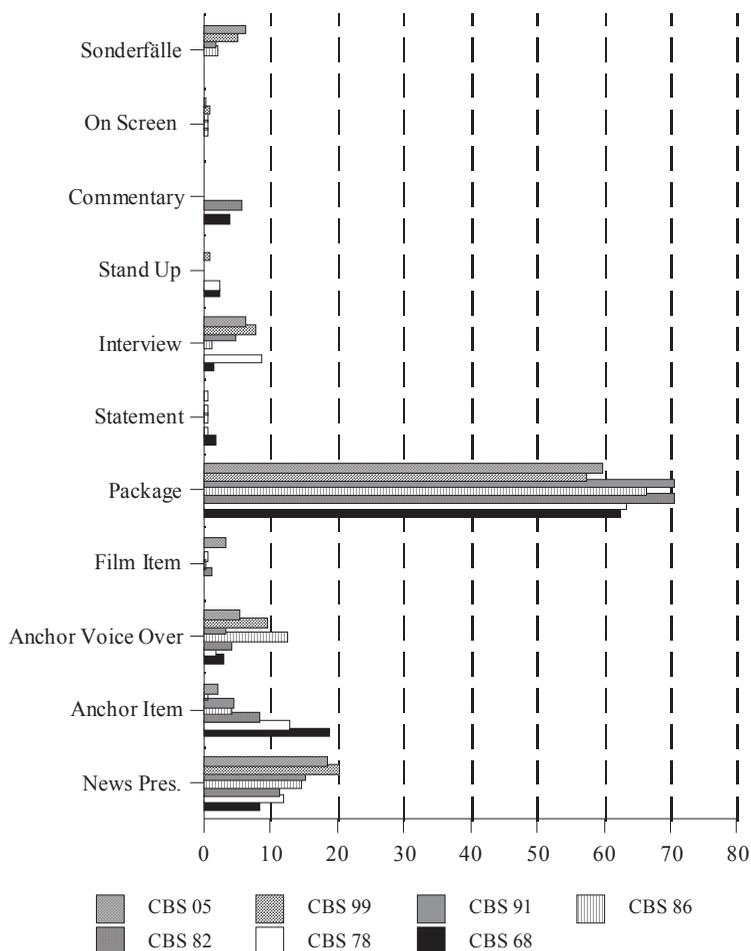


Abb. 2: Textsortenfrequenzen der *CBS Evening News* 1968–2005
(geordnet nach Textsorten)

Kommentare werden im hier untersuchten Korpus der *CBS Evening News* zwar realisiert, sie fristen aber auch in dieser Sendung eine Randexistenz. Zentral sind in der *CBS Evening News* hingegen Moderationstexte und Korrespondentenberichte.

6.3 Textsortenstile

Um Textsortenprofile differenziert zu beschreiben, ist neben einem Blick auf Repertoires und Frequenzen auch die Analyse der realisierten Textsortenstile essentiell. Dies kann hier nicht im Detail geschehen (vgl. dazu LUGINBÜHL 2011). Summarisch kann aber im Bezug auf die *CBS Evening News* gesagt werden, dass die alles beherrschende Textsorte Korrespondentenbericht darauf ausgerichtet ist, Nähe zwischen dem Korrespondenten und dem Ereignis einerseits und zwischen dem Korrespondenten und dem Publikum andererseits zu inszenieren; der Korrespondent wird in der Regel vor Ort gezeigt, also nahe am Geschehen, gleichzeitig wird er durch Nahaufnahmen und einem in die Kamera gerichteten Blick dem Publikum nahe gebracht. Die Wahrheit des Berichteten wird sozusagen durch direkte Augenzeugenschaft belegt. Die lange Zeit in der *Tagesschau* vorherrschenden Filmmeldungen sind stilistisch ganz anders gestaltet: Ein anonymer, unsichtbarer Sprecher verliest distanziert Informationen, die gerade durch diesen Stil als vermeintlich unhinterfragbare Fakten erscheinen. Mit dem Aufkommen der Korrespondentenberichte in der *Tagesschau* seit den späten 1970er Jahren ändert sich dies partiell, allerdings bleibt die Inszenierung von Nähe bis heute weniger ausgeprägt; im neuesten Format, das 2005 eingeführt wurde, sind die Korrespondenten in den Berichten selbst kaum noch zu sehen, was eine Annäherung der Korrespondentenberichte an die Filmmeldungen bedeutet.

Diese Unterschiede der zentralen Berichterstattungsformen fügen sich nun ziemlich gut in das Bild ein, welches die Analyse der stilistischen Ausgestaltung der Kommentare ergeben hat. So hat sich bezüglich des Empirismus gezeigt, dass die Argumentationen im *Tagesschau*-Kommentar analytisch, im *CBS*-Kommentar hingegen eher empirisch begründet sind. In den zentralen Berichterstattungsformen zeigt sich ein ähnlicher (wenn natürlich auch nicht identischer) Unterschied: In den *CBS*-Korrespondentenberichten spielt die (Inszenierung von) Augenzeugenschaft und Nähe eine zentrale Rolle, während in der *Tagesschau* lange Zeit ein distanzierteres, oft anonymes Verlesen von Fakten vorherrschte. Damit verbunden ist eine unterschiedliche Konzeptualisierung von ‚Wahrheit‘: In den *CBS*-Berichten erscheint sie als etwas Fließendes und dementsprechend kann jeweils nur ein vorläufiger Zustand berichtet werden, der auf ständiger Recherche beruht; in der *Tagesschau* hingegen wird ‚Wahrheit‘ tendenziell als etwas Statisches, Permanentes dargestellt.

Die Unterschiede, die im Vergleich der Kommentare festgestellt wurden, scheinen also keineswegs zufällig zu sein. Sie sind geprägt von verschiedenen journalistischen Kulturen und prägen diese selbst wieder, wobei sich die hier verglichenen journalistischen Kulturen der jeweiligen Redaktionen im Jahr 1982 (und darüber hinaus) durch Unterschiede im Bereich des Empirismus auszeichnen. Dies lässt sich in der stilistischen Ausgestaltung der Kommentare ebenso zeigen wie in den Formen der Berichterstattung in anderen Textsorten. Dabei zeigt sich auch, dass diese Bedeutungen der stilistischen Form auf semiotisch unterschiedlichen Ebenen generiert werden. Relevant sind nicht nur Formulierungsmuster, sondern auch Intonationsmuster, nonverbales Verhalten, Studioräume, Kameraführung etc. Wir haben es also mit multimodalen Effekten zu tun.

7. Fazit

Kommentare als eigenständige Textsorten spielen in – zumindest den hier untersuchten – Fernsehnachrichtensendungen nur eine marginale Rolle. Dies erschwert bzw. verunmöglicht es auch, die Exemplarität von Textsortenexemplaren zu beurteilen, sofern sie ohne den Kontext der Sendungen, zu denen sie gehören, analysiert werden. Ich habe nach einer Analyse der stilistischen Ausgestaltung von zwei Kommentaren aus dem Jahr 1982 die entsprechenden Ergebnisse einerseits durch die Einbettung dieser Kommentare in die Textsortenprofile der beiden Sendungen und andererseits durch einen summarischen Vergleich mit den Stilen anderer zentraler Textsorten dieser Sendungen und durch eine Bezugnahme auf zentrale Dimensionen journalistischer Kulturen kontextualisiert. Es konnte gezeigt werden, dass sich die stilistische Ausgestaltung und damit der stilistische Sinn der verglichenen Kommentare über den Bezug auf zentrale Dimensionen journalistischer Kulturen auf der Mesoebene der Textsortenprofile mehr oder weniger bruchlos in die Profile der ganzen Sendungen einordnen lässt, wobei sich diese Sendungsprofile im Hinblick auf den Empirismus ebenfalls unterscheiden. Dabei stehen stilistische Ausgestaltung und journalistische Kultur in einer gegenseitigen Abhängigkeit: Die Textsorten mit ihren stilistischen Ausgestaltungen und ihrer Gewichtung innerhalb der Sendungsformate prägen die journalistische Kultur, gleichzeitig werden sie von journalistischen Kulturen geprägt.

In Bezug auf Persuasionsstile lässt sich festhalten, dass im Zusammenhang mit Fernsehnachrichten ein Blick auf Kommentare allein nicht aussagekräftig ist. Vielmehr müsste man nach persuasiven Anteilen in anderen, berichtenden Textsorten fragen. Denn wie bei Zeitungstexten (vgl. BURGER 2005, 224–230) ist es auch bei Texten von Fernsehnachrichten so, dass nicht nur in den Kommentaren Bewertungen vorgenommen werden. Allerdings überwiegen in den berichtenden Textsorten implizite Bewertungen. Dies hat damit zu tun, dass Nachrichtenmedien in der Regel darauf angewiesen sind, den Eindruck objektiver, neutraler Berichterstattung zu vermitteln, um glaubwürdig zu wirken. Andererseits ist aber eine durch die mediale Vermittlung unveränderte Wiedergabe außermedialer Wirklichkeit unmöglich, so dass Bewertungen (nur schon etwa durch die Themenwahl) zwingend erfolgen müssen. Die Berichterstattung der *Tagesschau* über Breschnews Tod beispielsweise ist über weite Strecken durch die Berichterstattung über Reaktionen geprägt. Hier könnte danach gefragt werden, welche Akteure ausgewählt werden, wie einzelne Akteure zu Wort kommen und in welcher Reihenfolge diese Stellungnahmen zusammengestellt werden. Bei Korrespondentenberichten sind Analysen von rahmenden Elementen, welche das berichtete Ereignis durch entsprechende *news narratives* und *framings* deuten, ebenso relevant wie die meist kommentierenden Äußerungen der Korrespondenten am Ende der Beiträge. Derartige Bewertungen, die implizit bleiben, gleichzeitig aber quantitativ überwiegen, dürften für die Rezeption von Fernsehnachrichten weit relevanter sein als Kommentare – sofern solche überhaupt realisiert werden.

Literatur

- ADAMZIK, KIRSTEN (2001): Grundfragen einer kontrastiven Textologie. In: ADAMZIK, KIRSTEN (Hrsg.): Kontrastive Textologie. Untersuchungen am Beispiel deutscher und französischer Sprach- und Literaturwissenschaft. Tübingen, 13–48.
- ADAMZIK, KIRSTEN (2008): Der virtuelle Text oder: Die Rolle der Sprachgemeinschaft für die Herstellung von Textualität. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 36, 355–380.
- ADAMZIK, KIRSTEN (2010): Texte im Kulturvergleich. Überlegungen zum Problemfeld in Zeiten von Globalisierung und gesellschaftlicher Parzellierung. In: LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.), 17–41.

- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS K. (2001): Textsorten und Fankulturen. In: FIX, ULLA / HABSCHIED, STEPHAN / KLEIN, JOSEF (Hrsg.): *Zur Kulturspezifität von Textsorten*. Tübingen, 33–50.
- AUER, PETER / SCHMIDT, JÜRGEN E. (Hrsg.) (2010): *Language and Space. An international Handbook of Linguistic Variation*. Bd. 1. Berlin.
- BURGER, HARALD (2001): Intertextualität in den Massenmedien. In: BREUER, ULRICH / KORHONEN, JARMO (Hrsg.): *Mediensprache – Medienkritik*. Frankfurt a. M. u. a., 13–43.
- DJERF-PIERRE, MONICA (2000): Squaring the Circle: Public Service and Commercial News on Swedish Television 1946–99. In: *Journalism Studies* 2, 239–260.
- ESSER, FRANK (2008): Dimensions of Political News Cultures: Sound Bite and Image Bite News in France, Germany, Great Britain and the United States. In: *International Journal of Press / Politics* 13, 401–428.
- EBER, RUTH (1997): „Etwas ist mir geheim geblieben am deutschen Referat“. Kulturelle Geprägtheit wissenschaftlicher Textproduktion und ihre Konsequenzen für den universitären Unterricht von Deutsch als Fremdsprache. München.
- GAL, SUSAN (2010): Language and political spaces. In: AUER, PETER / SCHMIDT, JÜRGEN E. (Hrsg.), 33–50.
- GÜNTHER, SUSANNE / LINKE, ANGELIKA (2006): Einleitung: Linguistik und Kulturanalyse. Ansichten eines symbiotischen Verhältnisses. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 34, 1–27.
- HANITZSCH, THOMAS (2007): Journalismuskultur: Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55, 372–389.
- HAUSER, STEFAN (2010): Zum Problem des Vergleichens von Medientexten aus kulturkontrastiver Perspektive. Methodologische Überlegungen und exemplarische Analyse. In: LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.), 149–178.
- HAUSER, STEFAN / LUGINBÜHL, MARTIN (2011): Medientexte zwischen Globalisierung und Lokalisierung. Raumkonstitutionen aus Sicht der kontrastiven Medienanalyse. In: SCHÄFER, PATRICK / SCHOWALTER, CHRISTINE (Hrsg.): *In mediam linguam. Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung*. Festschrift für Heinz-Helmut Lüger. Landau, 73–93.
- HEPP, ANDREAS / COULDRY, NICK (2010): Introduction. Media events in globalized media cultures. In: COULDRY, NICK / HEPP, ANDREAS / KROTZ, FRIEDRICH (Hrsg.): *Media Events in a Global Age*. London, 1–20.
- HORNSCHIEDT, ANTJE (2003): Sprach(wissenschaft)liche Kulturen. Plädoyer für eine linguistische Partizipation an einem konstruktivistisch begründeten, kulturwissenschaftlichen Projekt transdisziplinärer Forschung am Beispiel der Interkulturellen Kommunikation. In: *Linguistik online* 14, 57–88.
- JACQUEMET, MARCO (2010): Language and transnational spaces. In: AUER, PETER / SCHMIDT, JÜRGEN E. (Hrsg.), 50–69.

- JOHNSTONE, BARBARA (2010): Language and geographical space. In: AUER, PETER / SCHMIDT, JÜRGEN E. (Hrsg.), 1–18.
- KAPLAN, ROBERT BROOKE (1972 [1966]): Cultural thought patterns in intercultural education. Erstmals erschienen 1966 in *Language Learning*, Wiederabdruck 1972 in: CROFT, KENNETH (Hrsg.): *Readings on English as a second language*. Cambridge, 245–262.
- LANDBECK, HANNE (1991): Medienkultur im nationalen Vergleich: Inszenierungsstrategien von Fernsehnachrichten am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland und Frankreichs. Tübingen.
- LAVE / WENGER (1991): *Situated Learning. Legitimate peripheral participation*. New York.
- LINKE, ANGELIKA (2009): Stil und Kultur. In: FIX, ULLA / GARDT, ANDREAS / KNAPE, JOACHIM (Hrsg.): *Rhetorik und Stilistik*. Berlin / New York, 1131–1144.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2006): Cultural Differences in TV News – and in Pragmatic Practices or: How Pragmatic Culture Shapes ‘Globalized’ TV News. In: LAUD-paper. Series A: General and Theoretical Papers A664, 1–28.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2008): Kulturalität und Translokaltät. Zur Frage nach einem translokalen Nachrichtenstil in Europa am Beispiel europäischer und amerikanischer Fernsehnachrichten. In: *Bulletin suisse de linguistique appliquée* 87, 95–126.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2010): Sind Textsorten national geprägt? Nachrichtensendungen im Vergleich. In: LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.), 179–207.
- LUGINBÜHL, MARTIN (2011): Closeness and distance. The changing relationship to the audience in the American TV news show „CBS Evening News“ and the Swiss „Tagesschau“. In: AIJMER, KARIN (Hrsg.): *Contrastive Pragmatics*. Philadelphia / Amsterdam, 123–142.
- LUGINBÜHL, MARTIN / HAUSER, STEFAN (Hrsg.) (2010): *MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse*. Landau.
- MACHIN, DAVID / VAN LEEUWEN, THEO (2007): *Global media discourse. A critical introduction*. Abingdon.
- MÆHLUM, BRIT (2010): Language and social spaces. In: AUER, PETER / SCHMIDT, JÜRGEN E. (Hrsg.), 18–32.
- NOWAG, WERNER / SCHALKOWSKI, EDMUND (1998): *Kommentar und Glosse*. Konstanz.
- PÖCKL, WOLFGANG (1999): Kontrastive Textologie. In: ECKKRAMMER, EVA MARTHA / HÖDL, NICOLA / PÖCKL, WOLFGANG (Hrsg.): *Kontrastive Textologie*. Wien, 13–46.
- SANDIG, BARBARA (2006): *Textstilistik des Deutschen*. Berlin / New York.

Autorenverzeichnis

Univ.-Prof. Dr. Zofia Bilut-Homplewicz
Universität Rzeszów
Philologische Fakultät
Institut für Germanistik
ul. Rejtana 16 B
PL-35-959 Rzeszów
zbilut@univ.rzeszow.pl

Prof. Dr. Sascha Demarmels
Hochschule Luzern - Wirtschaft
Institut für Kommunikation und
Marketing
Pf. 2940
CH-6002 Luzern
Sascha.Demarmels@hslu.ch

Prof. Dr. Hans W. Giessen
Universität des Saarlandes
Informationswissenschaft
D-66041 Saarbrücken
h.giessen@gmx.net

Dr. Gregor von der Heiden
Ernst-Moritz-Arndt-Universität
Philosophische Fakultät
Fremdsprachen- und Medienzentrum
Bahnhofstraße 50
D-17487 Greifswald
gregor.vonderheiden@uni-greifswald.de

apl. Prof. Dr. Michael Hoffmann
Universität Potsdam
Institut für Germanistik
Am Neuen Palais 10
D-14469 Potsdam
Michael.Hoffmann@uni-potsdam.de

Dr. Hannele Kohvakka
University of Eastern Finland
Philosophical Faculty
School of Humanities
Joensuu Campus
P.O. Box 111
FI-80101 Joensuu
hannele.kohvakka@uef.fi

PD Dr. Hartmut E. H. Lenk
Institut für moderne Sprachen
Germanistik
Pf. 24
FI-00014 Universität Helsinki
Hartmut.Lenk@helsinki.fi

Prof. Dr. Heinz-Helmut Lüger
Zeppelinstraße 45
D-76887 Bad Bergzabern
Heinz-Helmut.Lueger@t-online.de

Prof. Dr. Martin Luginbühl
Institut de langue et littérature allemandes
Université de Neuchâtel
Espace Louis-Agassiz 1
CH-2000 Neuchâtel
martin.luginbuehl@unine.ch

Dr. Agnieszka Mac
Universität Rzeszów
Philologische Fakultät
Institut für Germanistik
ul. Rejtana 16 B
PL-35-959 Rzeszów
agmac@univ.rzeszow.pl

Prof. Dr. Anita Malmqvist
Umeå universitet
Institutionen för språkstudier
Tyska
S-901 87 Umeå
anita.malmqvist@tyska.umu.se

Dr. Mikaela Petkova-Kessanlis
Lehrstuhl Germanistik und
Skandinavistik
St.-Kliment-Ochridski-Universität Sofia
Tzar-Osvoboditel-Boulevard 15
BG-1504 Sofia
mikaela.petkova@gmail.com

Prof. Dr. Mariann Skog-Södersved
Universität Vaasa
Philosophische Fakultät
Deutsche Sprache und Literatur
Pf. 700
FI-65101 Vaasa
mss@uwasa.fi

Dr. Iwona Szwed
Universität Rzeszów
Philologische Fakultät
Institut für Germanistik
ul. Rejtana 16 B
PL-35-959 Rzeszów
iwonaszwed@szwed.pl

Dr. Marjo Vesalainen
Universität Helsinki
Lehr-/Lernforschung und -förderung
an der Humanistischen Fakultät
Pf. 4
FI-00014 Universität Helsinki
Marjo.Vesalainen@helsinki.fi

