

Journalistik

Zeitschrift für Journalismusforschung

Hrsg. von Bernhard Debatin, Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker,
Tanjev Schultz und Martina Thiele

1 | 2020 | 3. Jahrgang

www.journalistik.online

1 Editorial

Aufsätze

- 3 Siegfried Weischenberg
Max Weber und das ›Trump-Zeitalter‹
Zur Relevanz und Aktualität des
Soziologen und Medienforschers aus
Anlass seines Todes vor 100 Jahren

- 17 Jonas Schützeneder
**Von Außenseitern über Topstars zu
Ausgebremsten**
Selbstverständnis und Perspektiven von
deutschen Sportjournalist:innen

- 31 Carolin Fischer
Die Flüchtlingsflut in unseren Köpfen
Eine qualitative Inhaltsanalyse

Essay

- 49 Friederike Herrmann / Ilka Quindeau
**Wie die Inszenierung Greta Thunbergs
den Generationenkonflikt entschärft**
Eine Analyse latenter Frames im
Mediendiskurs

Debatte

- 63 Tanjev Schultz
Phase des Erprobens

- 66 Martina Thiele
»... und immer nur an den Leser denken«?

- 70 Horst Pöttker
**Gendergerechte Sprache in der
Journalistik – Empfehlung oder
verbindliche Vorschrift?**

- 73 Gabriele Hooffacker
**Notizen zur Genderdebatte in der
Journalistik**

- 75 Bernhard Debatin
**Gedanken zur Frage der Vorgabe von
inklusive, nicht-diskriminierender
Sprache**

Rezensionen

- 82 Elizabeth Prommer, Christine Linke:
Ausgeblendet
Rezensiert von Ingrid Schicker

- 87 Andreas Elter: **TV und AV Journalismus**
Rezensiert von Claudia Nothelle

- 89 Franzisca Schmidt: **Populistische
Kommunikation und die Rolle der Medien**
Rezensiert von Philipp Müller

- 92 Sinan Sevinc: **Augmented Reality im
Journalismus**
Rezensiert von Markus Kaiser

HW

Impressum

Journalistik.
Zeitschrift für Journalismusforschung

Heft 1/2020

3. Jahrgang

<http://www.journalistik.online>

Herausgeber

Prof. Dr. Bernhard Debatin
Prof. Dr. Gabriele Hooffacker
Prof. Dr. Horst Pöttker
Prof. Dr. Tanjev Schultz
Prof. Dr. Martina Thiele

Redaktion

Verantwortlich für den Inhalt
(gem. § 55 Abs. 2 RStV)
Dipl.-Journ. Christina Kiesewetter (v.i.S.d.P.)
Anna Berneiser, B. A. (Produktion)

Dank

Wir danken der Stiftung Presse-Haus NRZ in
Essen für die freundliche Unterstützung.

Verlag

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln
Telefon: +49(0)221-9258290
Telefax: +49(0)221-92582929
E-Mail: info@halem-verlag.de

Vertreten durch:
Herbert von Halem Verlagsges. mBH
Geschäftsführer: Herbert von Halem
Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 25647

Registereintrag:
Eingetragen im Handelsregister.
Registergericht: Köln
Registernummer: HRA 13409

Umsatzsteuer-ID:
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach
§27a Umsatzsteuergesetz:
DE 172 714 183

Editorial

Liebe Leser,

– welche Reaktion löst diese Anrede bei Ihnen aus? Fühlen Sie sich angesprochen? Durch die rein männliche Form übergangen? Oder vielleicht mitgemeint? Damit sind wir mitten im Thema des Debattenbeitrags dieser Ausgabe. Genauer gesagt: der Debattenbeiträge, denn diesmal sind es fünf. Das Thema der Debatte – die Verwendung geschlechtergerechter, inklusiver Sprache – treibt Journalismus und Wissenschaft um, eigentlich alle, die öffentlich schreiben und reden. Im Englischen, so das gängige Vorurteil, sei das alles einfacher. Doch wie in jeder Sprache gibt es auch da einiges zu beachten, wenn es um das grammatische und biologische Geschlecht geht.

Dass gendergerechte Sprache in der *Journalistik* sinnvoll ist, darüber herrscht im Kreis der Herausgeber*innen Konsens. Aber an der Frage, ob und in welcher Form wir sie von Autorinnen und Autoren verlangen oder ihnen gar vorschreiben wollen, entzündeten sich die Gemüter. Es wurde hart argumentiert und gestritten. Wir haben uns entschlossen, diese Diskussion öffentlich zu machen. Die unterschiedlichen Positionen dazu finden Sie auf Seite 75ff.

Max Weber und Donald J. Trump – zwei Prominente, die auf den ersten Blick nicht recht zusammenpassen wollen. Siegfried Weischenberg hat anlässlich von Max Webers 100. Todestag die beiden gedanklich zusammengeführt und beschreibt in seinem Aufsatz (Seite 3ff.), wie mit Webers Werk seit seinem Tod umgegangen wurde und warum er in den USA (und in China) heute populärer ist denn je.

Auf Siegfried Weischenbergs Dissertation bezieht sich Jonas Schützeneder in seinem Beitrag. Während 1976 Sportjournalist*innen noch zu den Aufsteigern zählten, hat sich ihr Berufsfeld in den vergangenen Jahren deutlich gewandelt. Aus Aufsteigern sind Ausgebremste geworden, wozu manche Clubs des Spitzensfußballs beitragen (Seite 17ff.).

Wie Medien durch Metaphern den Diskurs während der sogenannten Flüchtlingskrise 2015 beeinflusst haben, hat Carolin Fischer untersucht: »Die Flüchtlingsflut in unseren Köpfen« (Seite 31ff.).

Ein Kind, das die Welt rettet: Dieses Narrativ liest sich besser als Horror-Szenarien zur Klimakatastrophe. Warum die Berichterstattung über Greta Thunberg

vom Klimawandel und den dafür Verantwortlichen ablenkt, erklären Friederike Herrmann und Ilka Quindeau in ihrem Essay (Seite 49).

Direkt unter den Aufsätzen, dem Essay und den Debattenbeiträgen können Sie Ihren Kommentar hinterlassen. Oder schreiben Sie uns eine E-Mail an redaktion@journalistik.online. Darüber hinaus freuen wir uns über Themenanregungen, Manuskriptangebote und Kritik. Wissenschaft lebt vom Austausch.

Und folgen Sie der *Journalistik* gern auch auf Facebook: <https://www.facebook.com/journalistik.online>.

Aufsätze

Siegfried Weischenberg

Max Weber und das ›Trump-Zeitalter‹

Zur Relevanz und Aktualität des Soziologen und Medienforschers aus Anlass seines Todes vor 100 Jahren

Abstract: Einer der größten Deutschen aller Zeiten ist er genannt worden, wichtigster Sozialwissenschaftler überhaupt, bedeutender Inspirator und Irritierter bei Versuchen, die moderne Gesellschaft zu beobachten und zu beschreiben. Auch noch genau 100 Jahre nach seinem Tode werden seine Werke in aller Welt beachtet. In den USA, aber auch in China gilt vor allem die *Protestantische Ethik* als Stück mit nicht nachlassender Strahlkraft – ein bis heute unerreichter holistischer Versuch, die Triebkräfte in der amerikanischen Gesellschaft zu analysieren. Max Weber war ein Universalgelehrter: Nationalökonomie, Rechts- und Religionsgeschichte, Politik, Musik und auch die Massenmedien; über all dies und anderes hat er nach peniblen (empirischen) Studien Profundes publiziert. Die Welt-Karriere des ›bürgerlichen Marx‹ begann jedoch erst allmählich nach seinem frühen Tod im Jahre 1920. Es war zunächst vor allem seine Witwe, die durch geschicktes Publikations-Management und Networking seinen Ruhm mehrte. Inzwischen kümmert sich eine große Schar von ›Weber-Forschern und -Forscherinnen‹ in vielen Ländern um die Entschlüsselung seines Werks. Dieses ist und bleibt rätselhaft. Da gibt es zwar die knackigen Begriffe, Kategorien und Zitate, die Weber hinterließ. Doch was er wirklich meinte, ist auch nach diversen Bänden der gigantischen *Max-Weber-Gesamtausgabe* in manchen Teilen nicht deutlich geworden. So bleibt der ›Entzauberer‹ unser Begleiter im neuen Jahrhundert. Dies gilt gerade auch für seine Beschäftigung mit Medien und Journalismus. Wie wichtig sie im 20. Jahrhundert sind, erkannte er als einer der ersten. Die Beobachtungsstrategien und Kategorien, welche er zu ihrer Erforschung präsentierte, besitzen bis heute – im ›Trump-Zeitalter‹ der Mediatisierung und kommunikativen Penetrierung – Relevanz und Aktualität.

Als Max Weber am 14. Juni 1920, also vor genau 100 Jahren, im Alter von 56 Jahren an den Folgen der Spanischen Grippe starb, hinterließ er drei ›Witwen‹. Da gab es die Gattin, seine Nichte zweiten Grades, mit der in einer Art ›Kameradschaftsehe‹ gelebt hatte. Dann die deutlich jüngere Geliebte Mina Tobler, eine Schweizer Pianistin, mit der er sich in Heidelberg zu ›musikalischen Studien‹ – im weitesten Sinne – traf. Und schließlich Else Jaffé-von Richthofen, seine ehemalige Promovendin, Ehefrau eines Kollegen und jahrelang (auch) Geliebte seines Bruders, des Soziologen Alfred Weber. Sie war Max Webers große Liebe; mit ihr unterhielt er in seinen letzten Lebensjahren eine Beziehung, die von seinen Biographen und -Biographinnen als ›innig‹ und ›rauschhaft‹ beschrieben wird.

Wer war Max Weber?

Webers Privatleben war ähnlich unübersichtlich wie sein erratisches Werk, das auch im Rahmen der aufwändigen *Max-Weber-Gesamtausgabe* (MWG) bibliographisch kaum zu bändigen ist. Nach rund vier Jahrzehnten soll sie nun 2020, pünktlich zum 100. Todestag, mit 47 Bänden endlich komplett vorliegen. Fast alle Gründungsherausgeber sind inzwischen gestorben. Die blauen Bände der MWG sehen übrigens ähnlich aus wie die der *Marx-Engels-Werke* (MEW); sie sind allerdings wesentlich teurer.

Das pompöse Unternehmen ist einem Mann voller Widersprüche gewidmet. Max Weber war eine zerrissene Person: einerseits wissenschaftlicher Titan und altruistische Führernatur, ungewöhnlich klug, vernünftig und unpräntiös, und andererseits egozentrischer Polemiker, chronischer Besserwisser und ehrpusseliger Erbsenzähler. Er war gleichermaßen faszinierend wie irritierend. Dies gilt für die Person ebenso wie für das Werk, welches er hinterließ.

Der Philosoph Karl Jaspers hatte ihn seinerzeit, nach dem Ende der Kaiserzeit, sogar für das Amt des Reichspräsidenten vorgeschlagen. Friedrich Ebert (1871-1925), der dann 1919 von der Nationalversammlung in Weimar zum ersten Präsidenten der Republik gewählt wurde, starb fünf Jahre nach Max Weber; die Gräber der beiden auf dem Bergfriedhof Heidelberg liegen nur einen Steinwurf voneinander entfernt. Auch der erste Bundespräsident Theodor Heuss (1884-1963) gehörte zu den Verehrern Webers, wie allein verschiedene Nekrologe und Erinnerungen aus seiner Feder über den Soziologen zeigen, dem er als junger Mann begegnet war. Er charakterisierte ihn kurz nach dessen Tod als genial, aber auch maßlos.

In seiner Jugend war Weber ein dicklicher, Bier trinkender, Zigarren rauchender und Mensuren schlagender Student gewesen; in seiner Werte- und Gefühls-

welt blieb er dem 19. Jahrhundert verhaftet. Doch sein Denken war modern, was sich z. B. auch bei seinem Eintreten für die Rechte der Frauen zeigte.

Als junger Erwachsener wurde Max Weber schnell auf eine Professur berufen. Dann erkrankte er schwer, wurde zum Nervenbündel, das schon bald das Hochschulamt aus gesundheitlichen Gründen niederlegte und von seiner vermögenden Frau versorgt wurde. Lange Zeit schien dem zwar renommierten, aber eigenartig agierenden Privatgelehrten nichts wirklich zu gelingen. Dann jedoch schaffte er den Aufstieg zum Protagonisten der jungen deutschen Soziologie, gefragten Vortragsredner und Publizisten. Schließlich die Rolle des außer-ehelichen Liebhabers und kurzzeitig die Übernahme einer Professur in München – ehe eine Lungenentzündung seinem Leben ein schnelles Ende setzte.

Im Wissenschaftsbetrieb blieb er ein (hoch angesehener) Outsider; so etwas scheint es heute gar nicht mehr zu geben. Professorale Eitelkeiten schienen ihm fremd zu sein – und ebenso die professoralen Kollegen und Kolleginnen. Viele von ihnen seien »Canaillen«, schrieb er in einem Brief an einen anderen Wissenschaftler. Sympathisch und nur zu berechtigt war seine frühe Warnung vor einer ausufernden Bürokratie, die jenes »Gehäuse der Hörigkeit« herstellt, von dem bei ihm mehrfach, in unterschiedlichen Zusammenhängen, die Rede ist.

Von seinen Zeitgenossen wurde Weber auch deshalb verehrt, weil er sich in schwierigen Zeiten und unter komplizierten Umständen nicht anpasste – niemals, nirgends. Unvorstellbar, dass er sich so feige verhalten hätte wie die republikanischen Kongressabgeordneten beim Impeachment-Verfahren gegen Donald J. Trump. Weber ging keinem Konflikt aus dem Wege; überzog dabei freilich auch manches Mal. Er war kein ›Maulheld‹ – wie so viele Intellektuelle, die er als »Literaten« attackierte und wahlweise mit Verbalinjurien wie »Phrasendreschmaschine«, »lackierte Plebejer« oder »Tintenfassromantiker« bedachte.

Immer wieder habe er sich mit allen Kräften aber für die Ehre anderer Menschen eingesetzt, berichtete seine Witwe in ihrer Weber-Biographie (Marianne Weber 1926). Auch sein zweiter Biograph Karl Jaspers (1958) hob die altruistischen Züge des Helden seiner frühen Jahre hervor: vor dem Kriege als Wissenschaftler und während des Krieges als ritterlich Fürsorgender. Ständigen Kampf um Gerechtigkeit hob er als General-Motiv hinter seinem Handeln hervor.

Die Weber-Literatur ist inzwischen unüberschaubar; man schätzt, dass es allein mehr als fünftausend englischsprachige Publikationen über ihn und sein Werk gibt. ›Weber-Forscher‹ ist zum Fulltime-Job geworden. Mit seinen griffigen Formeln taucht Max Weber sogar in TV-Serien wie *The West Wing* (mit Martin Sheen als US-Präsident) und in dem Karnevalsschlager »Ich bin so froh, dass ich nicht evangelisch bin« von Jürgen Becker (*Mitternachtsspitzen*) auf; das ist quasi die Kurzfassung seiner Studie *Die protestantische Ethik und der ›Geist‹ des Kapitalismus*.

Die ›Protestantische Ethik‹ – Webers (vielleicht) größter Hit

Die Analysen Max Webers zur aufkommenden modernen Gesellschaft wirken (inkl. aller Irrtümer) bis heute nach, und man mag sich wünschen, dass es einen Beobachter gibt, der »Unsere postmoderne Moderne« (Welsch 1993) mit ähnlichem Scharfblick beobachten und beschreiben könnte, wie Weber dies vermochte. Der modernen Gesellschaft gegenüber empfand er eine Art von Hassliebe. Einerseits registrierte er mit klarem Blick ihre hohen Kosten für den einzelnen Menschen. Andererseits faszinierte ihn die in seiner Zeit entstehende neue Welt – so, wie ihn die Neue Welt faszinierte, die er im Herbst 1904 bei seiner fünfmonatigen Reise kreuz und quer durch die USA kennengelernt hatte. Seine auf Nordamerika gemünzte wirkungsmächtige Studie über die ›Protestantische Ethik‹ war da schon weitgehend fertiggestellt.

Ihr Thema ist das, was als ›Weber-These‹ berühmt wurde und stets gleichermaßen aktuell wie umstritten blieb, ihm aber gerade in den USA dauerhaft Aufmerksamkeit sichert: der enge Zusammenhang zwischen Protestantismus und Kapitalismus, ja, seine Entfesselung durch die Kraft der Religion. Die stark calvinistisch geprägte Lebensführung des ›asketischen Protestantismus‹ habe, so postulierte Weber in diesem Aufsatz, prägenden Einfluss auf die berufliche und ökonomische Gesinnung der Akteure gehabt.

Seinen Aufsatz über die ›Protestantische Ethik‹ hatte Max Weber erstmals in den Jahren 1904 und 1905 publiziert; er erregte damit sofort große Aufmerksamkeit und provozierte zum Teil heftige Reaktionen. Diese wiederum veranlassten ihn zu vier ausführlichen ›Antikritiken‹ – wütende Attacken, die ab 1907 in verschiedenen Bänden des Archivs für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik publiziert wurden.

Religiöser Einfluss als zentrale Triebkraft des Kapitalismus – das ist zwar eine plausible und attraktive, aber steile These, die inzwischen vor allem viele Ökonomen anzweifeln. Ausgangspunkt der Studie war die Frage gewesen, wie die Vorstellung entstanden ist, dass der Mensch seine berufliche Pflicht erfüllen muss. Durch religiöse Leidenschaft, so glaubte der – nach eigenem Bekunden religiös »unmusikalische« – Protestant Weber habe der Kapitalismus anfangs seine Nachhaltigkeit gewonnen. Dann aber habe sich die Sorge um die äußeren Güter als »ein stahlhartes Gehäuse« erwiesen. Das ist seine berühmt gewordene Metapher zu den Folgen des Erwerbstriebs im Kapitalismus für den Lebensstil des oder der Einzelnen, die er am Ende seiner Studie präsentierte.

Wer die heutige US-amerikanische Gesellschaft mit ihrer Mischung aus ungebremstem Erwerbsstreben und ungezügelter Bigotterie aus ungläubigen Augen beobachtet, sollte zu diesem Werk, mehr als hundert Jahre nach seiner Entstehung, greifen. Es enthält Erklärungen zum ›Spirit of capitalism‹, die zu verstehen helfen, was da im ›Trump-Zeitalter‹ vor sich geht.

In welcher extremer Weise Religion in der US-amerikanischen DNA enthalten ist, kann man aktuell wieder im Präsidentschaftswahlkampf beobachten – ein Hochamt der Glaubens-Bekenntnisse involvierter Akteure. Zwei Jahrhunderte nach dem Gründervater Thomas Jefferson wird das Land wie keine andere Demokratie westlichen Typs von Betbrüdern und -schwestern beherrscht. Jefferson aber war ein Mann der Aufklärung gewesen, allenfalls eine Art Agnostiker, der sich Zeit seines Lebens fulminant für die strikte Trennung von Staat und Kirche eingesetzt hat.

Weniger denn je wäre heute ein(e) Atheist(in) als Präsidentschaftskandidat(in) in diesem Land – dessen Bevölkerung mehr als 150 Jahre nach Charles Darwin zu mindestens 40 Prozent dem Kreationismus huldigt – vorstellbar. Insofern hat Webers Entzauberungsprogramm dort nicht gezündet. Auch prominente TV-Moderatoren wie z. B. Chris Cuomo (CNN) lassen kaum eine Gelegenheit aus, öffentlich zu bekennen, dass sie »men of faith« sind. Natürlich weiß auch der fanatische Kapitalist Trump, dass seine Wahlchancen sinken würden, wenn er nicht nur die streng gläubigen Nancy Pelosi, Sprecherin des Repräsentantenhauses, und Mitt Romney, seinen republikanischen Parteifeind, der religiösen Heuchelei beschuldigen, sondern auch offenbaren würde, dass seine eigene Religiosität nur einen Gott kennt: ihn selbst. Der chronische ›Dealmaker‹ betet Geld und Erfolg an und bewegt sich zumindest insofern auf Erden in der Logik der ›Protestantischen Ethik‹, die Max Weber seinerzeit auf luzide Weise beschrieben hat. Das darin eingebaute Postulat der Askese befolgt er freilich nur in Hinblick auf Alkohol und Tabak...

Die ›Protestantische Ethik‹ bedeutet, mit den Worten des Soziologen und Weber-Forschers Dirk Kaesler (2006), den Beginn einer der ›Großen Erzählungen‹. Mit ihrer Hilfe hätten sich Menschen überall auf der Welt einen Reim auf ihre Geschichte und Zukunft zu machen versucht. Diese Erzählung von der ›Wahlverwandtschaft‹ von Protestantismus und Kapitalismus stelle quasi die Gegenthese zur Großen Erzählung des Karl Marx vom Aufstieg und zwangsläufigen Ende des Kapitalismus dar. Sie ließ auch anderen Orts aufhorchen: Seit Jahrzehnten schon ist Max Weber auch eine wichtige Referenz für Diskurse über den chinesischen Sonderweg zu einem ›kapitalistischen Kommunismus‹. In China rangierte sein Werk über die ›Protestantische Ethik‹ 2006 sogar oben auf der Bestsellerliste für Sachbücher.

Die Aufräumarbeiten und die ›Weber-Renaissance‹

Marianne Weber (1870-1954) überlebte ihren Mann um mehr als drei Jahrzehnte. Gleich nach seinem Ableben hatte sie sich an die Herkulesaufgabe gemacht, seine wissenschaftliche Hinterlassenschaft zu ordnen und für den Nachruhm zu sorgen. Dazu gehörte zunächst die Kompilation von Schriften zum Opus-Magnum *Wirtschaft und Gesellschaft*, das im Rahmen der MWG wieder in seine ursprünglichen Bestandteile zerlegt worden ist. Auch alles Weitere erwies sich als Stein-

bruch. Ein Steinbruch, der bald hundert Jahre lang den ›Hinterbliebenen‹ Rätsel aufgegeben und immense Aufräumarbeiten beschert hat: Zuerst seiner Witwe, dann seinen Jüngern und ›Erben‹, die sich bis heute um die Entschlüsselung seiner ›Entzauberung der Welt‹ kümmern. Das führt auch zu viel Streit über das, was Weber wirklich meinte.

Querelen löst schon die Frage nach der ›Verortung‹ des gelehrten Juristen, Professors für Nationalökonomie, des Wirtschafts- und Religionshistorikers, Nestors der Soziologie und Mentors des Journalismus und der Kommunikationswissenschaft aus. Weber ließ sich nicht so ohne Weiteres rubrizieren. Schon seine Zeitgenossen und Zeitgenossinnen irritierte, was in seinem Charakter wohl die Oberhand hatte – die Neigung zum Heldenhaften, Einseitigen, Schroff-Unerbittlichen oder zum Demokratisch-Humanen, Nachsichtigen, Vermittelnd-Unparteiischen? Für Beides lassen sich viele Belege finden.

Sechs Jahre nach dem Tod ihres Mannes legte Marianne Weber dann die spröde Biographie *Ein Lebensbild* vor, welche viele Jahre lang als Standardwerk über den Soziologen galt und kurz vor ihrem Tode noch einmal überarbeitet wurde. Mina Tobler (1880–1967) und Else Jaffé (1874–1973) waren dann noch als Ehrengäste dabei, als die Deutsche Gesellschaft für Soziologie (DGS) im April 1964 zu Ehren Webers aus Anlass seines 100. Geburtstags in Heidelberg ihren 15. Soziologentag ausrichtete, der legendär wurde. ›Wertfreiheit‹ – wie schon beim 1. Soziologentag 1910 in Frankfurt a. M. – und Kapitalismuskritik – im Vorfeld der Studentenbewegung – waren dabei die zentralen Themen. Zu den Stars gehörten damals Talcott Parsons, Raymond Aron, Herbert Marcuse und Theodor W. Adorno; der junge Jürgen Habermas machte durch einen unsachlichen Diskussionsbeitrag auf sich aufmerksam.

Zu diesem Zeitpunkt war der Stern Webers noch nicht so richtig aufgegangen – trotz des jahrzehntelangen Engagements seiner Witwe und zahlreicher Elogen auf Person und Werk. Zu den Laudatoren hatten dabei nicht nur Wissenschaftler wie Jaspers gehört, sondern neben Theodor Heuss auch Konrad Adenauer, die zentralen deutschen Politiker in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg.

Erst in den 1970er-Jahren setzte dann eine Art von ›Weber-Renaissance‹ ein, gepaart mit einer Popularisierung seines Œuvres, nachdem der eigenwillige Wissenschaftler, verhinderte Politiker und temporäre Publizist lange Zeit doch eher ein Geheimtipp der Scientific Community gewesen war. Inzwischen scheint für ihn heute kein Superlativ gewaltig genug: Er gilt manchen als einer der größten Deutschen aller Zeiten – und auf jeden Fall als »German Genius« (Watson 2010). In solchen Dimensionen wird heutzutage nur Donald J. Trump gelobt, allerdings vor allem von sich selbst.

Vielleicht war Max Weber tatsächlich einer der letzten Universalgelehrten. Das Spektrum der vielen Themen, denen er sich im Laufe seines nicht sehr langen Lebens widmete, das immer wieder durch Krankheiten bestimmt wurde,

reicht von der Agrarverfassung der Antike über die Handelsgesellschaften des Mittelalters und die ostelbischen Landarbeiter, die religiösen Wurzeln des Kapitalismus und den Zusammenhang von Wirtschaft und Gesellschaft bis hin zu den Erscheinungsformen der Presse und des Journalismus.

In den Jahren vor seinem Tode steuerte er zum Schatz zentraler Texte über die moderne Gesellschaft noch die vielzitierten Vorträge über Wissenschaft und Politik als Beruf(ung) bei. In *Politik als Beruf* hatte er um Verständnis für die Schwierigkeiten geworben, denen ernsthafte journalistische Arbeit ausgesetzt ist, und mit der Unterscheidung zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik Kategorien vorgelegt, an denen sich moralische Diskurse (nicht nur) über politisches Handeln bis heute reiben. Als er damals vor Münchner Studenten auftrat, waren Augenzeugen fasziniert von der ›Aura eines alttestamentarischen Propheten‹, die ihn bei seiner freien Rede umgeben habe.

Sich auf diesen Max Weber und sein Werk einen Reim zu machen, ist bis heute keinem seiner Biographen wirklich gelungen, auch wenn die letzten Versuche, publiziert im Jahre seines 150. Geburtstags, durchaus beeindruckend. (Kaesler 2014, Kaube 2014) Ein anderer hat in einem dickleibigen Buch alles auf eine Karte gesetzt: die unterdrückte Sexualität in einer unbefriedigten Ehe. (Radkau 2005)

So manches, was Weber geschrieben und gesagt hat, ist heute quasi Gemeingut – zitierfähig bei fast jeder Gelegenheit, und gerade von Politikerinnen und Politikern (wie z. B. Helmut Schmidt) immer wieder gern genommen. Hit-Status erlangten nun diverse seiner luziden Wortschöpfungen und Formeln: Idealtypus, Verantwortungsethik, Charisma, die harten Bretter, welche der Politiker bohren muss, und zwar »mit Leidenschaft und Augenmaß zugleich«, sowie – und vor allem – die Entzauberung der Welt.

Die ›Presse-Enquête‹ – das gescheiterte Großprojekt

Die berühmte Entzauberungs-Formel – als Basisdiagnose und Perspektive seiner Soziologie – ist auch auf Webers Vorschläge für eine ›Mediensoziologie‹ anwendbar, die in dem 1910 beim Ersten Deutschen Soziologentag vorgestellten Projekt einer ›Presse-Enquête‹ enthalten sind. Damals und danach haben die Soziologie und später die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine große Chance verpasst: Auf den Schultern des Riesen wäre früh ein Weitblick auf die ›Mediengesellschaft‹ unserer Tage möglich gewesen, ja sogar auf die toxische öffentliche Kommunikation im ›Trump-Zeitalter‹. Denn die damals von Weber formulierten Fragestellungen beschrieben weitgehend erschöpfend den wissenschaftlichen Zugriff auf Prozesse der Selbstbeobachtung der Gesellschaft mit Hilfe von Medien und Journalismus; sie erscheinen anschlussfähig für das postmoderne Bewusstsein von Paradoxien der ›Massenmedien‹ wie Perversionen der ›Sozialen Medien‹.

Doch die einschlägigen Fächer zeigten – das gilt zumindest für dieses Thema – ihre (damalige) Impotenz und bewiesen danach Ignoranz gegenüber einer theoriegeleiteten empirischen Untersuchung von Medien und Journalismus. Webers Plan für eine solche Untersuchung geriet dann für lange Zeit in Vergessenheit, ehe einige wenige Sozial- und Kommunikationswissenschaftler darauf zurückkamen.

Die Presse-Enquête hatte in jenen Monaten vor dem Soziologentag für Weber höchste Priorität besessen, wie seine vielen Briefe zu diesem Thema zeigen. Er suchte personelle und finanzielle Unterstützung, denn das Unternehmen würde nicht nur arbeitsaufwändig, sondern auch teuer sein. Am 20. Oktober 1910 präsentierte er dann in seinem ›Geschäftsbericht‹ ein Bündel von speziellen Forschungsfragen; sie kreisten um die Themen Medien und Öffentlichkeit, Medienökonomie, Merkmale der Medienakteure, Medien- und Journalismussysteme im internationalen Vergleich und journalistische Praxis (insbesondere Nachrichtensammlung und -selektion). Wenn man diese (insgesamt 20) Forschungsfragen ordnet und in modernere Terminologie überträgt, so zeigt sich, dass sie nur zum kleineren Teil zeitgebunden waren; sie erscheinen universell und bis heute aktuell.

Die Bedeutung dieses Forschungsplans, der geradezu die Dimensionen eines ›Sonderforschungsbereichs‹ aufweist und deshalb von dem Weber-Biographen Joachim Radkau sozusagen als ›Totgeburt‹ bezeichnet worden ist, wird inzwischen fachlich als sehr hoch eingestuft. Hier ist auch darauf hinzuweisen, dass Weber in den USA zu den wichtigsten Referenzen für die dortige empirische Medienforschung gezählt wird.

Webers Fragestellungen sind dann aber (erst) mehr als 20 Jahre nach der Frankfurter Tagung und mehr als 10 Jahre nach seinem Tod nach und nach von der einschlägigen Wissenschaft bearbeitet worden – und zwar zuerst von der nordamerikanischen Kommunikationsforschung und dort insbesondere von Forschern mit europäischen Wurzeln (u. a. Lewin und Lazarsfeld).

Die geplante Studie war ein ›Entzauberungsprogramm‹, das auch dem ›rationalisierten‹, in Ansätzen damals schon ›taylorisierten‹ Journalismus galt: seiner sozialen Funktion und seinen ökonomischen Bedingungen, seinen Prozeduren, Rollen und Folgen – und all den damit zusammenhängenden Paradoxien, die für den Journalismus kennzeichnend sind. (Pörksen/Loosen/Scholl 2008).

Der Mediensoziologe und seine Spuren

Warum das ambitionierte Unternehmen letztlich gescheitert ist – darüber gehen die Meinungen in der Literatur auseinander. Einigkeit besteht immerhin darüber, dass Webers Pyrrhus-Sieg beim ›Heidelberger Professorenstreit‹ eine wichtige Rolle gespielt hat. Durch seinen damaligen Kampf gegen den Quellen-

schutz und seine Vernichtung des Journalistik-Professors Adolf Koch hatte er die Unterstützung der deutschen Presse und der Journalisten für das Projekt verloren. Letztlich waren es die kleinen (juristischen) Kriege Webers, die es vor dem großen Krieg scheitern ließen.

Von dem Plan Webers blieben schließlich nur eine kleine Redakteurs-Befragung übrig, bei der die ausgefüllten Fragebögen aber verschwanden, sowie ein paar Dissertationen – und mehr oder weniger deutliche Spuren in diversen empirischen Studien, die zum Teil erst Jahrzehnte später durchgeführt wurden. Diesen Spuren waren in den vergangenen Jahren spezielle Forschungsprojekte gewidmet.

Seine Beschäftigung mit den Massenmedien hatte sich indessen nur als Episode erwiesen. Auch bei diesem Thema gab es dann eine lange Verzögerung zwischen Webers Aktivitäten und ihrer Rezeption durch die einschlägige Wissenschaft. Erst in den 1950er-Jahren fing die damalige Publizistikwissenschaft an, sich für Webers Forschungsideen zu interessieren, die er damals in Frankfurt vorgestellt und denen er sich eine Zeitlang mit großem Engagement gewidmet hatte. Endlich hatte man erkannt, dass sich Weber auch als Referenz für das eigene Fach eignete, um dessen Renommee es nie zum Besten gestanden hatte. Zuerst Fritz Eberhard und Elisabeth Noelle-Neumann und später Hanno Hardt und Arnulf Kutsch machten darauf aufmerksam, dass Max Weber im Rahmen seiner inspirierenden Bemühungen um die Soziologie als neue akademische Disziplin nachhaltig dafür plädiert hatte, die seit Ende des 19. Jahrhunderts aufkommenden Massenmedien und ihre Akteure, die Journalisten und Journalistinnen, ins Visier zu nehmen.

Einflüsse des ›Mediensoziologen Weber‹ sind, so lässt sich inzwischen zeigen, über die Jahrzehnte – sowohl in der Theorie als auch in der Empirie zum Thema ›Medien und Journalismus‹ – in vielfältiger Weise nachweisbar. Der Rekurs erfolgte dabei zum einen direkt, wenn seine Fragen, Kategorien oder Begriffe (z. B. Idealtypus, Charisma, Verantwortungsethik) aufgegriffen und sein (international) vergleichender methodischer Zugriff übernommen wurden. Sein Einfluss wurde aber auch indirekt wirksam – etwa über den Umweg der Referenz auf Gesellschaftstheoretiker, die selbst in starkem Maße auf Weber rekurrieren. Am Beispiel von Habermas, Luhmann und Bourdieu lässt sich hier zeigen, wie dies in den aktuellen Theoriedebatten der Kommunikationswissenschaft seinen Niederschlag findet – etwa beim Diskurs über System/Akteur-Konstellationen in der Journalismusforschung. (Weischenberg 2012, 2014)

Im Jahre 1930, ein Jahrzehnt nach Webers Tod und zwei Jahrzehnte nach der Präsentation seines Presse-Projekts, hatte sich der ihm gewidmete 7. Deutsche Soziologentag in Berlin noch einmal mit dem Thema ›Presse und Öffentlichkeit‹ beschäftigt. Auch dies war eine bemerkenswerte Veranstaltung – im Vorfeld der Machtübernahme durch die Nationalsozialisten. Carl Schmitt, ihr geistiger Wegbereiter, wartete dabei in der Diskussion mit seiner radikalkonservativen

Auffassung von Pressefreiheit als ›polemischem Begriff‹ auf. Und Ferdinand Tönnies, seit ihren Anfängen immer noch Vorsitzender der DGS, erregte den Zorn anwesender Zeitungswissenschaftler, darunter Emil Dovifat, als er ihr Fach als »Hühnerwissenschaft« titulierte; diese pejorative Bezeichnung ist haften geblieben.

War Max Weber (auch) ein Journalist?

Zu den vielfältigen Bemühungen um eine Identifizierung Max Webers gehört die Suche nach Antworten auf die Frage, ob er (auch) ein Journalist war. Nun hat er zweifellos eine Zeitlang und immer mal wieder in journalistischen Medien publiziert, z. B. in seinem ›Leib- und Magenblatt‹ *Frankfurter Zeitung* (1915 -1919), in den *Münchener Neuesten Nachrichten* (1916/1917), in der *Berliner Börsen-Zeitung* (1919) und früh schon in der *Allgemeinen Zeitung München* (1898). Und gewiss ist auch die Feststellung zutreffend, dass er sich Zeit seines Lebens für Medien und Journalismus interessierte und dass es da vielfältige Verbindungen gab. Tatsächlich besaß er als Wissenschaftler und Publizist eine seltene Kombination aus theoretischen und praktischen Kompetenzen.

Ob aber tatsächlich von einer ›Medien-Karriere‹ Webers die Rede sein kann, wie gelegentlich behauptet wird, muss bezweifelt werden. ›Journalist‹ war für ihn nicht einmal peripher eine Berufsrolle. Anders als Karl Bücher hatte er auch nicht in der Redaktion der *Frankfurter Zeitung* gearbeitet – wo dieser mehrere Jahre lang in fester Anstellung tätig gewesen war. Ende November 1918 verbrachte Weber zwar tatsächlich einige Wochen in den Räumen des Blatts, jedoch nicht als Journalist, sondern als ›politischer Berater‹; in dieser Zeit entstanden dann einige Zeitungsbeiträge über Deutschlands künftige Staatsform.

Schon im Mai/Juni 1917 hatte er in der *Frankfurter Zeitung* eine vierteilige Artikel-Folge über »Parlament und Regierung im neugeordneten Deutschland« publiziert. Dass Max Weber kurz vor seinem Tode beruflich vielleicht noch umsatzen wollte und sich die Tätigkeit bei einer Zeitung vorstellen konnte, wie seine Witwe später berichtete, war wohl eher akutem Frust über seine ungeliebte, nach jahrelanger Abstinenz gerade erst wieder übernommene Rolle als Hochschullehrer geschuldet, als einer ernsthaften (späten) Karriere-Planung.

Allerdings hatte Weber – zumal, wenn er sich zu aktuellen politischen Themen äußerte – eine gewisse Affinität zum Genre des Zeitungsartikels. Doch erweist er sich gerade in diesen Beiträgen als jemand, der – wie heute zahlreiche ›Medienprofessoren und -professorinnen‹, die es in die Medienöffentlichkeit zieht – aus der Perspektive des Wissenschaftlers beobachtet, auch wenn er sozusagen Journalismus simuliert. Gewiss stellt sich Weber aber in seinen aktuellen Beiträgen – jedenfalls thematisch – der ›Forderung des Tages‹ und bedient

insofern redaktionelle Erwartungen. Der Aufbau folgt oft eher thesenartiger Vortrags-Rhetorik als Regeln journalistischer Genres; der Stil erscheint leitar-tikelnd-emotional und auf jeden Fall alles andere als ›werturteilsfrei‹. Seine Zeitungsartikel sind Exempel für den Zeitgeist, aus dem heraus Weber damals in der Öffentlichkeit wirkte. (Hufnagel 1971)

Der zornige ›Wirklichkeitswissenschaftler‹

Max Weber war bekennender ›Wirklichkeitswissenschaftler‹. Seine Forschung trug der ›Realität‹ Rechnung – zumindest insofern, als er ihre Komplexität aus unterschiedlichen Beobachtungs-Perspektiven empirisch zu erfassen und beschreiben versuchte. Dabei hatte er zunächst stets die (moderne) Gesellschaft im Visier und fragte nach den Folgen ihrer Eigentümlichkeiten. Dies geschah dann so originell, aber eben auch erratisch, dass die vielen Anhänger und Anhängerinnen Webers in den Jahrzehnten nach seinem Tod glaubten, bei ihm alles Mögliche abholen und dem eigenen Werk einverleiben zu können. Auch dies zeigt die Suggestivkraft seiner Ideen – zur Geschichte der Religionen, zur Entstehung des Kapitalismus, zu Macht und Herrschaft, zur Rationalisierung, Bürokratisierung sowie Existenz sozialer Institutionen und insgesamt zur Entzauberung der Welt (durch Wissenschaft), wobei er als Erster die Notwendigkeit erkannt hat, die aufkommenden Massenmedien als Einflussgröße einzubeziehen und auf ihre Merkmale und Wirkungen hin zu untersuchen.

Weber leistete sich, auch öffentlich, etwas sehr Seltenes: Zorn. Er besaß Zivilcourage und bewies dies sowohl als Wissenschaftler (etwa bei der Förderung jüdischer Wissenschaftler gegen heftige Widerstände) wie als politischer Publizist. Zu fast jedem Thema und bei fast jeder Gelegenheit vertrat er seine Meinung – oft ›querdenkend‹ und bisweilen bis ins Extrem der juristischen Auseinandersetzung. Sein Rezept dabei: Der gelernte Jurist beleidigte Leute so lange, bis sie ihn verklagten – so dass es zum Prozess kam, bei dem er auftrumpfen konnte. Dieses Rezept funktionierte freilich nicht bei dem ihm besonders verhassten Kaiser Wilhelm II., der seine Attacken schlicht ignorierte.

Weber, der »Institutionalist« (Pöttker 2019), hätte aufmerksam beobachtet und mit allem, was seine polemischen Mittel hergaben, bekämpft, wie Donald J. Trump heute in den USA die sozialen Einrichtungen zerlegt, die der Integration und Nachhaltigkeit in der Gesellschaft dienen. Sein ›War against the Media‹ war der erste und markanteste Versuch einer De-Institutionalisierung auf allen Ebenen. Seither versucht er, insbesondere das Rechtssystem aus den Angeln zu heben.

Mit Verspätung, aber dafür umso fulminanter, ist Max Weber ein Thema für aktuelle Medien und ihre Journalisten und Journalistinnen geworden. Auch hierzu fehlt zwar umfassende systematische Forschung. Es fällt jedoch auf, dass

man sich der Werke Webers bedient, wenn es darum geht, Komplexes zu etikettieren oder eine Stichflamme zu entzünden – in Deutschland und anderswo. Max Weber konnte so in den vergangenen zwei Jahrzehnten sogar für eine ›breite Öffentlichkeit‹ zum Thema werden. Inzwischen haben nicht nur populäre Medien Werk und Person ›popularisiert‹; sogar Fachkollegen und -kolleginnen interessieren sich für den Menschen Weber – und seien die zu referierenden Begebenheiten noch so kleinteilig und unwichtig.

In den 1980er-Jahren ist der Name Weber den Journalisten und Journalistinnen in den USA noch kaum bekannt gewesen. Dann aber ›explodierte‹ seine Reputation in den Medien geradezu. Dies geschah freilich strikt nach den Mechanismen des Journalismus – der aus allem ›Journalismus‹ macht. Eine qualitative Analyse von Quellen aus den Jahren 1998 bis 2000 zeigt, wie Webers theoretische Überlegungen und Kategorien so publikumsnah präsentiert wurden, dass der Soziologe plötzlich zu einer Art Ikone werden konnte. Die ›Medienikone‹ zahlt dafür freilich den Preis der Verfremdung, Verkürzung oder sogar Verdrehung ihrer Ideen und der Instrumentalisierung für persuasive Zwecke. Den freihändigen Gebrauch Weber'scher Kategorien in den Medien zeigten dabei insbesondere die Begriffe ›Protestantische Ethik‹, ›stahlhartes Gehäuse‹, ›Bürokratisierung‹ und ›Charisma‹. (Sica 2004)

Wie aktuell Weber ist, demonstriert – für die normative Auseinandersetzung mit Medien und Journalismus – das Potential seiner Unterscheidung zwischen Verantwortungs- und Gesinnungsethik, die am Beispiel des ›Investigativen Journalismus‹ plausibilisiert werden kann. Hier leitet im Allgemeinen eine verantwortungsethische, zweckrationale Orientierung das Verhalten der Akteure; wenn es darum geht, mit bestimmten – womöglich grenzwertigen – Mitteln ein ›gutes Ziel‹ zu erreichen (wie z. B. die Aufklärung über Mängel oder Vergehen im politischen System), werden bei der Recherche gesinnungsethische, wertrationale Prinzipien zurückgestellt.

Insbesondere ein Satz aus Max Webers damaliger Frankfurter Grundsatzerklärung zur Funktion der Massenmedien trifft in Zeiten von Medienkrise und Medienkrieg (Weischenberg 2018) mehr denn je ins Schwarze – und dies gilt in diesen Zeiten noch mehr für die USA als für Europa: »Denken Sie sich die Presse einmal fort, was dann das moderne Leben wäre, ohne diejenige Art der Publizität, die die Presse schafft.« (Weber 1911)

Über den Autor

Dr. Siegfried Weischenberg (*1948) arbeitete zunächst rund zehn Jahre als Journalist, ehe er an die Hochschule wechselte, um beim Aufbau des Dortmunder Modellstudiengangs Journalistik mitzuwirken. Danach war er als Professor für

Journalistik und Kommunikationswissenschaft an den Universitäten von Dortmund (1979-1982), Münster (1982-2000) und Hamburg (2000-2013) tätig sowie als Gastprofessor u. a. in den USA, Russland und Südafrika. Vorträge und Lehrveranstaltungen in vielen weiteren Ländern, darunter China, Kambodscha, Indonesien, Südkorea, Ecuador, Chile, Israel, Türkei, Libanon, Belarus und Ukraine. Weischenberg publizierte mehr als 20 Bücher sowie zahlreiche Aufsätze in wissenschaftlichen Fachzeitschriften, insbesondere zu den Themen Nachrichtenjournalismus, Politische Kommunikation, Medientechnologien und Systemtheorie; zusammen mit Kollegen untersuchte er zweimal den ›Journalismus in Deutschland‹ auf der Basis von repräsentativen Stichproben der Akteure. Von 1999 bis 2001 war er Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes. Er lebt in Hamburg und Port Alfred (Südafrika). Kontakt: weischenberg@gmail.com

Literatur

- Aswerus, Bernd Maria: *Die geistige Determinante im Kultur- und Sozialgeschehen bei Max Weber. Untersuchung zur Konzentrik der Gedankenkreise Max Webers unter Rücksicht auf den Versuch der Ortung seines Entwurfs einer Soziologie des Zeitungswesens in seinem Gesamtwerk*. München [Phil. Diss., Universität München] 1955
- Averbeck-Lietz, Stefanie: *Soziologie der Kommunikation. Die Mediatisierung der Gesellschaft und die Theoriebildung der Klassiker*. Berlin, Boston [de Gruyter Oldenbourg] 2015
- N.N.: *Verhandlungen des Siebenten Deutschen Soziologentages vom 28. September bis 1. Oktober 1930 in Berlin*. Tübingen [J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)] 1931
- Bastin, Gilles: The mediatisation and anonymisation of the world in the work of Max Weber. In: *Max Weber Studies*, 9. Jg., 2009/1 & 2, S. 123-141
- Hardt, Hanno: *Social Theories of the Press. Early German & American Perspectives*. Foreword by James W. Carey. Beverly Hills/London [Sage] 1979
- Hufnagel, Gerhard: *Kritik als Beruf. Der kritische Gehalt im Werk Max Webers*. Frankfurt/M., Berlin, Wien [Ullstein] 1971
- Jaspers, Karl: *Max Weber. Politiker, Forscher, Philosoph*. München [R. Piper] 1958 [1932]
- Kaesler, Dirk: *Max Weber. Preuße, Denker, Muttersohn. Eine Biographie*. München [C.H. Beck] 2014
- Kaesler, Dirk (Hrsg.): *Max Weber: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. 2. durchges. Aufl. München [C.H. Beck] 2006 [2004]
- Kaube, Jürgen: *Max Weber. Ein Leben zwischen den Epochen*. Berlin [Rowohlt] 2014
- Kutsch, Arnulf: Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die Zeitungsenquête und eine Redakteurs-Umfrage. In: *Publizistik*, 33. Jg., 1988/1, 1988, S. 5-31

- Marty, Christian: *Max Weber, ein Denker der Freiheit*. Weinheim, Basel [Beltz Juventa] 2019
- Pörksen, Bernhard; Loosen, Wiebke; Scholl, Armi (Hrsg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden [VS Verlag für Sozialwissenschaften] 2008
- Pöttker, Horst: *Institution – Handeln – Dynamik. Max Weber revisited*. Vortrag beim Symposium ›Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven des Institutionalismus II‹. Universität Zürich, 20./21.9.2019
- Radkau, Joachim (2005): *Max Weber. Die Leidenschaft des Denkens*. München, Wien [Hanser] 2005
- Sica, Alan: *Max Weber & the New Century*. New Brunswick, London [Transaction Publishers] 2004
- Stammer, Otto (Hrsg.): *Max Weber und die Soziologie. Verhandlungen des 15. Deutschen Soziologentages*. Tübingen [J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)] 1965
- Watson, Peter: *The German Genius*. London, New York [Simon & Schuster] 2010
- Weber, Marianne: *Max Weber. Ein Lebensbild*. Tübingen [J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)] 1926
- Weber, Max: Geschäftsbericht. In: *Verhandlungen des Ersten Deutschen Soziologentages vom 19.-22. Oktober 1910 in Frankfurt/M.* Tübingen [J.C.B. Mohr (Paul Siebeck)] 1911, S. 39-62
- Weischenberg, Siegfried: *Max Weber und die Entzauberung der Medienwelt. Theorien und Querelen – eine andere Fachgeschichte*. Wiesbaden [Springer VS] 2012
- Weischenberg, Siegfried: The Disenchantment and Measurement of the Media World: Weber's Universal Project, its Fate and its Legacy. In: *Max Weber Studies*, 13. Jg., 2013/2 (July), 2013, S. 237-253
- Weischenberg, Siegfried: *Max Weber und die Vermessung der Medienwelt. Empirie und Ethik des Journalismus – eine Spurenlese*. Wiesbaden [Springer VS] 2014
- Weischenberg, Siegfried: *Medienkrise und Medienkrieg. Brauchen wir überhaupt noch Journalismus?* Wiesbaden [Springer] 2018
- Welsch, Wolfgang: *Unsere postmoderne Moderne*. Berlin [Akademie Verlag] 1993

Aufsätze

Jonas Schützeneder

Von Außenseitern über Topstars zu Ausgebremsten

Selbstverständnis und Perspektiven von deutschen Sportjournalist:innen

Abstract: Der Sportjournalismus und seine Akteur:innen stehen einer großen Herausforderung gegenüber: Die Nachfrage und das Interesse am Spitzensport bleiben konstant hoch, gleichzeitig steigt der Konkurrenzdruck, auch durch eigene Medienangebote der Sportvereine. Wie wirkt sich dieses emotionale und technisch getriebene Umfeld auf die Arbeit im Sportjournalismus aus? Aus einem repräsentativen Pool von 1200 deutschen Sportjournalist:innen beantworteten 195 einen quantitativen Online-Fragebogen. Die Ergebnisse zeigen deutlich eine pessimistische Zukunftserwartung: Über zwei Drittel der Befragten geben an, dass die wachsenden Angebote aus den Pressestellen der Vereine eine Gefahr für die eigene Redaktion darstellen. Mehr als die Hälfte findet zudem, dass die Pressestellen den eigenen Zugang zu Spielern, Trainern und Verantwortlichen behindern, vor allem im Profifußball. In zahlreichen Studien wurden bislang Rollenbilder und Selbstverständnis von Sportjournalist:innen untersucht. Ausgehend von Weischenbergs Dissertation (1976), die sie als »Außenseiter« der Redaktionen verortet, wurden sie in der Folge zum »Aufsteiger« (Görner 1995), oder sogar zu »Topstars der Medienbranche« (Schaffrath 2002). Angelehnt daran kommt der Beitrag zum Resultat, dass die Sportjournalist:innen zu den Ausgebremsten des ökonomisch determinierten Systems Spitzensport werden.

»Wie kaum ein anderes Massenphänomen fügt sich der Sport erfolgreich in den Algorithmus von Freizeit, Konsum und Massenkommunikation ein«, schreibt Schimany (2000: 398). Auch knapp 20 Jahre später hat Sport für die moderne Gesell-

schaft eine große Bedeutung. Unsere Gesellschaft ist ökonomisch determiniert, optimiert und ständig auf der Suche nach Verbesserungen. Genau hier liegt eine maßgebliche Begründung für den Beliebtheitsgrad von Sport: »In einer Gesellschaft, die Vorhersehbarkeit und Risikominderung durch Strukturbildung hergestellt hat, gewinnen sportliche Wettkämpfe einen hohen Unterhaltungswert für zuschauende Massen, weil sie eine künstliche Art des Spannungserlebens ermöglichen« (Bette 2011: 20). All das ist nur möglich durch die mediale Übertragung des Spitzensports. Seit Jahren dominieren in Deutschland Fußball-Übertragungen die Ranglisten der reichweitenstärksten TV-Ereignisse. Blickt man auf die zehn erfolgreichsten TV-Übertragungen der deutschen Geschichte, stehen dort zehn Fußballspiele (vgl. AGF 2019). An der Spitze steht das WM-Finale von 2014 (Deutschland-Argentinien) mit 34,6 Millionen Zuschauern (Public Viewing, Kneipen etc. nicht eingerechnet). Nach zahlreichen weiteren Spielen, vor allem der deutschen Nationalmannschaft, ist nach wie vor eine Folge der *Schwarzwaldklub* (ZDF 1985) mit etwa 28 Millionen das einzige fiktionale Angebot mit einer ähnlichen Reichweite.

Die Wirkung von Sportmedien, das Nutzungsverhalten von Sportfans und die Inhalte des Sportjournalismus wurden unter verschiedenen Gesichtspunkten häufig thematisiert (vgl. Wiske 2018: 122). Mit Blick auf die Akteur.innen-Ebene und die Arbeit, Einstellung und Herausforderungen für Sportjournalist.innen waren wissenschaftlicher Umfang und konkrete Resultate lange Zeit ernüchternd (vgl. Schaffrath 2011). Allerdings sind hier in den letzten Jahren durchaus neue Ansätze und Erkenntnisse entstanden. Der vorliegende Beitrag möchte deshalb an dieser Stelle ansetzen und weitere Impulse zu Arbeit und Umfeld im Sportjournalismus liefern. Der Beitrag skizziert zunächst wissenschaftliche Erkenntnisse zum Selbst- und Rollenbild im Sportjournalismus und erarbeitet im Anschluss weitere Forschungsfragen. Diese werden mittels einer quantitativen Online-Befragung von deutschen Sportjournalist.innen untersucht.

Das Berufsbild von Sportjournalist.innen im Wandel

Ein kurzer Abriss über die Forschung zum Thema Sportjournalismus, Rollen- und Selbstbilder zeigt: Über einen langen Zeitraum lag der zentrale Erkenntnisgewinn zum Thema in der Dissertation Weischenbergs (1976). Darin verortete er mittels qualitativer Befragung die Sportjournalist.innen als »Außenseiter der Redaktion«. In der Folge standen eher die Inhalte und weniger die Tätigkeit im Vordergrund. Hier wurde mehrfach kritisiert, dass Sportjournalismus zwar professionell angegangen werde, dabei aber unterhaltungsorientierte und eher oberflächliche Berichterstattung produziere (vgl. Lerch 1989; Loosen 2008; Bernhart 2009). Den Sportjournalist.innen war das durchaus bewusst, die Motivation ihrer Tätigkeit sahen sie damals in der Möglichkeit, das eigene

Hobby und die Ausprägungen des Spitzensports hautnah zu begleiten (vgl. Nause 1988). Parallel zur Entwicklung des Spitzensports stieg die berufliche Attraktivität des Sportjournalismus. In einer umfangreichen Befragung mit fast 2000 Teilnehmer.innen zeigte Görner (1995), dass die Sportjournalist.innen von Außenseitern zu Aufsteigern geworden waren. Das Sportressort wurde in Zeitungen und beim Rundfunk positiver angesehen und diente vielen als Sprungbrett auf höhere Posten. Gleichzeitig bestätigte die Studie in Teilen auch die inhaltliche Kritik. So gab ein Großteil der Befragten an, die eigene Rolle in der Berichterstattung eher als Entertainer, denn als Kritiker oder Beobachter zu sehen (vgl. ebd.: 162ff.). In Bezug auf die beschriebenen Außenseiter und Aufsteiger machte Schaffrath (2002) die Sportjournalist.innen später zu den »Topstars« der Medienbranche und bezog sich dabei vor allem auf die steigende Bekanntheit und eigene Vermarktungsoptionen von TV-Journalist.innen. Es folgten Studien von Bölz (2013) und Helm (2013), die mittels Beobachtung und Befragung vor allem hinsichtlich der organisatorischen Strukturen in Sportredaktionen einen Mehrwert lieferten. Mit Blick auf das Rollenbild wurden frühere Studien hier ebenfalls bestätigt. Unter dem Titel *Zwischen Fanreportern und Spielverderbern* veröffentlichte Postel kürzlich ein ausführliches Arbeitspapier unter Herausgeberschaft der Otto Brenner Stiftung. Die Bestandsaufnahme zu Sportjournalist.innen und Sportjournalismus der Gegenwart schließt mit der Feststellung, dass gerade in Zeiten der maximalen Ökonomisierung und aufkommender Proteste der Fans gegen diese Entwicklungen kritischer, konstruktiver Sportjournalismus und ein Bewusstsein der Akteur.innen unabdingbar ist (vgl. Postel 2018: 52).

Eine weitere wichtige Präzisierung besteht in der Frage, welche Konstellation die Akteur.innen im Sportjournalismus einnehmen: Sie sind Produzent.innen von journalistischen Inhalten und als Vermittler.innen zwischen Spitzensportler.innen, also Lieferant.innen von Informationen oder Wettkampf-Leistungen, und Verlagen zu verorten. Die Verlage wiederum sind als Auftraggeber und Finanziere von journalistischen Inhalten zu definieren. Diese strikte Unterscheidung von Medien(unternehmen) und Journalismus (vgl. Altmeppen 2006: 201) ist unabdingbar für die klare Rollenverteilung und das Selbstverständnis der Akteur.innen. Seit langem sind Medienunternehmen professionelle Wirtschaftsakteure. Ihre Gewinne entstehen durch ein Geschäft, das journalistische Inhalte ein- und verkauft. So ist das Medienprodukt einer Zeitung im Regelfall eine Kombination aus journalistischen Texten und Werbung in Form von Anzeigen (vgl. ebd.). Während der Journalismus einem gesellschaftlichen Auftrag im Sinne demokratischer Funktionen folgt, besteht im Werbeplatz von Unternehmen die Chance, eigene Botschaften und Images ungefiltert und losgelöst von der journalistischen Einordnung zu kommunizieren (vgl. Altmeppen/Bracker 2017: 245f.). Die zunehmende Konkurrenz und der steigende ökonomische Druck wir-

ken allerdings verstärkt auf die Arbeit von Journalist:innen ein. Zuletzt äußerten Chefredakteur:innen aus verschiedenen Häusern unabhängig voneinander die Forderung, dass auch Journalist:innen künftig verstärkt an den Finanzierungskonzepten der Verlage mitarbeiten – oder zumindest mitdenken sollten (vgl. Bönisch 2019; Fenske 2019). Diese Diskussion betraf allerdings alle Ressorts.

Die wichtigsten Zahlen aus jüngerer Vergangenheit zu Sportjournalist:innen stammen aus der Dissertation von Wiske (2017). Darin zeigt sie anhand einer repräsentativen Befragung von über 1000 Sportjournalist:innen in Deutschland sowohl soziodemografische Tendenzen wie auch analytische Systematisierungen auf. Zunächst sind die Sportjournalist:innen in Deutschland nach Wiske im Durchschnitt 48 Jahre alt, mehrheitlich in einer festen Anstellung (63%), haben einen Hochschulabschluss (54,1%) und sind am häufigsten bei einer Zeitung angestellt (41%). Nach wie vor ist der Sportjournalismus männlich geprägt, lediglich 9,5 Prozent der Befragten waren weiblich. Damit bestätigen sich aus dieser Perspektive größtenteils auch frühere Befragungen von Görner und Helm.

Tabelle 1

Soziodemografische Merkmalsverteilung von Sportjournalist:innen von Görner, Helm und Wiske

Merkmale der Befragten	Görner (1995) N = 1739	Helm (2010) N = 166	Wiske (2015) N = 1006
Mittleres Alter	38	48	48
Frauenanteil	6,3 %	11,5%	9,5%
In Festanstellung	50,6 %	70,9 %	62,8%
Arbeitgeber Zeitung	56,7 %	39,2 %	41,1%
Hochschulabschluss	34,4 %	46,2 %	54,1%
Volontariat	63,1 %	71,6 %	67,1%

In einer weiterführenden Systematisierung nutzt Wiske die Erkenntnisse, um die Sportjournalist:innen anhand eines Image-Modells zu clustern (Wiske 2017: 255). Dabei entstehen drei Gruppen: Elite, Etablierte und Außenseiter. In der Elite-Gruppe finden sich die TV- und Online-Sportjournalist:innen. Sie sind tendenziell jünger als ihre Kolleg:innen und insgesamt etwas zufriedener mit ihrer Position. Die Kolleg:innen aus Zeitung, Radio und Agenturen sind in der Gruppe der Etablierten eingeteilt. Als Außenseiter bilden die Zeitschriftenjournalist:innen im Sportbereich das Schlusslicht. Sie äußern sich deutlich skeptischer bezüglich ihrer eigenen Berufswahl und sehen Versäumnisse in der crossmedialen Umsetzung von wichtigen Entwicklungen.

Zusätzlich zu den genannten wissenschaftlichen Studien haben sich in den vergangenen Jahren verstärkt auch Praktiker:innen zu Wort gemeldet und die

Entwicklungen im Sportjournalismus kritisch thematisiert. Exemplarisch dazu ist der Report des Bayerischen Journalisten Verbands (BJV) zu nennen, der in einem Schwerpunkt und anhand verschiedener Beispiele zum Schluss kommt, dass sich Sportjournalist:innen »zwischen Reiz und Risiko« sowohl mit Blick auf Berufschancen, wie auch bei Arbeitsbedingungen zunehmend »im Abseits« (BJV 2017) befänden.

Diese Tendenzen können für den eigenen Zugang zu diesem Forschungsfeld als Vorlage gesehen werden. Hier soll ein stärkerer Fokus auf das Umfeld und die Perspektiven der Sportjournalist:innen gelegt werden. Außerdem soll differenziert werden, ob die jeweilige Ausgangslage der Befragten auch mit der Sportart zusammenhängt, über die sie am meisten berichten, was in dieser Form bislang nicht anhand von Erhebungen abgedeckt ist.

Methodische Umsetzung

Um die vorab geschilderten Erkenntnisse verschiedener Studien zu prüfen und neue Ergebnisse zum Schwerpunkt Rollenbild, Umfeld und Perspektiven zu erarbeiten, wurde die eigene Befragung von folgenden Forschungsfragen (FF) geleitet:

- FF1: Können die soziodemografischen Merkmale aus früheren Studien (v.a. Wiske, Helm und Görner) in dieser Form bestätigt werden?
- FF2: Wie sehen die Befragten ihre Rolle im Spannungsfeld von Sportjournalismus und Sportkommunikation?
- FF3: Wie sehen und bewerten sie die Folgen der zunehmend professioneller agierenden Pressestellen der Profivereine?
- FF4: Gibt es je nach Sportart und Liga Unterschiede in den Abläufen und Möglichkeiten für Sportjournalist:innen?

Zur Untersuchung wurde auf das Instrument der quantitativen Online-Befragung zurückgegriffen. Nach Scheufele und Engelmann geht es dabei um eine Methode, »bei der viele Menschen systematisch, also nach vorab festgelegten Regeln, zu sozial-, bzw. kommunikationswissenschaftlich relevanten Merkmalen – etwa zu ihrer Mediennutzung – befragt werden und über diese Merkmale dann selbst Auskunft geben« (Scheufele/Engelmann 2009: 119). Um ein Sample von Befragten möglichst nahe an der Repräsentativität zu erreichen, wurden zunächst Pools nach Arbeitgebern gebildet und anteilmäßig an die Datengrundlage von Wiske (2017) angepasst. Vorab war festgelegt worden, dass als Grundgesamtheit diejenigen gemeint sind,

die für ein deutsches Medium regelmäßig sportjournalistische Inhalte in Form von (Print- und/oder Online-) Texten, Bewegtbild und/oder Audio produzieren und publizieren. Der Verband Deutscher Sportjournalisten (VDS) schätzt diese Grundgesamtheit auf ca. 4000 Personen. In der bereits genannten Studie von Wiske wurde ebenfalls diese Grundgesamtheit als Basis gewählt.

Dort waren 41 Prozent der 1006 Befragten bei einer Zeitung angestellt, 20,2 Prozent im TV-Bereich und 13,6 für ein Online-Angebot tätig. Dahinter folgten Zeitschrift (12,6%), Agentur (7,1%) und Hörfunk (5,6%). Aus Gründen der Machbarkeit wurde der eigene Pool auf zunächst 1200 Sportjournalist.innen für deutsche Medienangebote festgelegt. Über die Redaktionen und Telefonkontakte wurden anschließend die möglichen Teilnehmer.innen an der Befragung anhand dieser Verteilung zusammengestellt und als Listen notiert (1000 nach genau dieser Verteilung, weitere 200 per Los über die VDS-Datenbank Freie Sportjournalisten, damit auch der geschätzte Anteil von 15-20% eben dieser in die Befragung einfließt). Die daraus resultierende Stichprobe umfasste so

- 400 Zeitungsjournalist.innen (regional und überregional),
- 120 Zeitschriftenredakteur.innen,
- 140 Onlineredakteur.innnen,
- 60 Hörfunkredakteur.innen und
- 200 TV-Redakteur.innen.

Ergänzt wurden außerdem die direkten Kontakte zu den Nachrichtenagenturen *dpa* (Sportredaktion) und *sid* (Sportinformationsdienst) (Anteil am Gesamtpool zusammen 7%). Die Teilnehmer.innen aus diesem Pool wurden in der Folge schriftlich per Mail kontaktiert und um Teilnahme gebeten. Nach dem Ende der Befragungszeit (November 2017) blieben letztlich 195 vollständig ausgefüllte und brauchbare Fragebögen (Rücklaufquote 16%). Mit Blick auf verschiedene Testproben ist dieses Sample gemessen an Wirtschaftlichkeit und Ergebnis so detailliert umgesetzt worden wie möglich. Auch die Ergebnisse zeigen, dass die zusammengestellte Grundgesamtheit und die letztliche Stichprobe überaus nah an den Resultaten früherer Studien liegen.

Ergebnisse

Im Mittelwert sind die Befragten gut 38 Jahre alt und zu 89 Prozent männlich. Bei der Frage nach der eigenen Position im Unternehmen konnten die Befragten zwischen Volontariat, freier Mitarbeit, fester freier Mitarbeit, Festanstellung und leitenden Positionen wählen. Fast die Hälfte aller Befragten steht in keinem festen Anstellungsverhältnis. Insgesamt 26,3 Prozent sind freie Mitarbeiter.innen, 22,2 Prozent feste freie Mitarbeiter.innen. Dem gegenüber stehen 51 Prozent in

einer Festanstellung – also genau der Anteil, der bereits in der Studie von Helm (2010) ermittelt wurde. Unter den Festangestellten entfallen 6,7 Prozent auf Volontär:innen, 11,3 Prozent befinden sich in leitenden Positionen und der größte Anteil mit 33,5 Prozent gibt eine »normale« Festanstellung an. Gut ein Viertel (26%) arbeitet für einen öffentlich-rechtlichen Anbieter. Vergleicht man diese Positionen mit dem Geschlecht der Befragten, fällt lediglich ein großer Unterschied auf: Alle 22 Befragten, die als Position eine leitende Stelle angaben, sind männlich. Unter den Frauen (n=22) sind die meisten in Festanstellung (n=8) oder als feste freie Mitarbeiter:innen (n=6) tätig.

Gefragt nach den Bedingungen und externen Einflussfaktoren, unter denen die Befragten täglich arbeiten, bestätigen sich neue Herausforderungen und das Bild eines Wandels der Produktionsbedingungen im Sportjournalismus.

Die Konkurrenz bei der Publikation von unterhaltsamen, kritischen oder hintergründigen Inhalten aus dem Sportbereich sind längst nicht mehr nur die anderen Zeitungen, TV-Sender oder Online-Portale: Es sind vermehrt die Vereine und Verbände, die durch strategische Kommunikation das sportbegeisterte Publikum für sich gewinnen wollen. Diese Entwicklung sehen die Befragten mit Sorge: Mehr als zwei Drittel stimmen eher/voll zu, die vereinseigenen Angebote stellen eine Gefahr für den Erfolg der eigenen Redaktion dar. Dennoch greifen sie gerne auf Social-Media-Kanäle oder Pressemeldungen zurück und sehen diese als hilfreich im Alltag (71% eher/volle Zustimmung).

Allerdings, so betont die große Mehrheit, ersetzt das nicht die eigene Recherche. Unstrittig ist, dass gerade bei der Berichterstattung in den großen Ligen Fußball-Bundesliga, Eishockey (DEL), Basketball (BBL) und Handball (HBL) der Kontakt und gute Draht zur Pressestelle eines Vereins hohe Bedeutung besitzt. Lediglich 17 Prozent der Befragten geben an, dass sie nie Kontakt zu Pressesprecher:innen oder Kommunikationsabteilungen der genannten Ligen haben. Bei denjenigen, die Kontakt hatten, fällt die Bewertung dieser Zusammenarbeit gemischt aus. Knapp mehr als die Hälfte der Befragten (52%) findet, dass die Pressesprecher:innen den Zugang zu Spielern, Trainern und Verantwortlichen verstärkt verhindern und so die Arbeit in der Sportberichterstattung erschweren.

Diese Ergebnisse bestätigt in gewisser Weise auch eine Studie von Grimmer aus dem Jahr 2014, die unter dem Titel *Kooperation oder Kontrolle?* anhand von Befragungen feststellte, dass sich die Machtverhältnisse im Profisport (vor allem im Fußball) immer mehr zugunsten der Pressesprecher:innen verschieben (vgl. Grimmer 2014: 260). So gesehen zeigt sich eine neue Facette in der Rollenzuschreibung der Sportjournalist:innen innerhalb ihres Systems Leistungssport. Angelehnt an Weischenbergs Außenseiter (1976) und Görners Aufsteiger (1995) könnte man 2019 von den Ausgebremsten sprechen – Sportjournalist:innen, die im zunehmend ökonomisch determinierten Spannungsfeld zwischen Sportjournalismus und Sportkommunikation frustriert bemerken, dass das Publikum angesichts der großen Zahl an

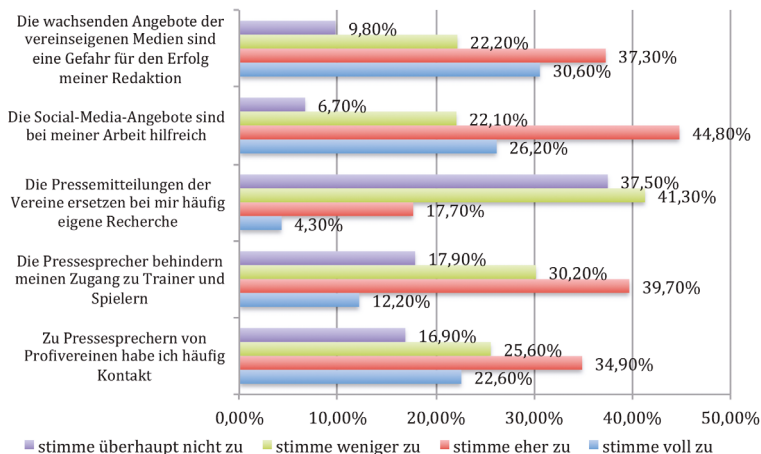
Angeboten sprunghafter geworden ist und die Vereine über eigene Kanäle zunehmend den Journalismus als Kritiker, Beobachter und Gatekeeper umgehen.

Diese Beschreibung kann als zentrale Erkenntnis der Studie und gleichzeitig als Hauptproblem für die Sportjournalist:innen in Deutschland gesehen werden. Als Kernaussage lassen sich die verschiedenen Punkte noch präziser erklären und mit den später folgenden Ergebnissen verdeutlichen:

- Die Ökonomisierung des Sports hat zu einem Bedeutungswandel geführt: Akteur:innen aus diesem System agieren weniger unter Gesichtspunkten des Sportwettbewerbs (Fairplay-Auseinandersetzung um das Ergebnis), sondern verstärkt unter dem Wirtschaftswettbewerb (höchstmöglicher Etat, Internationalisierung der Marke und des Sponsorings). Zur Wertsteigerung der eigenen Marke verstärken die Klubs aktive Vereinskommunikation und setzen mit diesen Angeboten den Sportjournalismus unter Druck. Diese Bestandsaufnahme gilt vor allem für den Fußball.
- Der Frust der Sportjournalist:innen zeigt sich in dieser Studie vor allem in der Tatsache, dass zunehmend die Vereine, nicht mehr die Redaktionen, die Themen, Interviewpartner:innen und den generellen Diskurs über Spitzensport dominieren.

Abbildung 1

Arbeitsweise, Recherche und Selbstreflexion von Sportjournalist:innen (N=195)



- Genau das zeigt der Blick auf das Publikum. Die Mediennutzung der Sportfans wird zunehmend heterogener und digitaler. Starke Auflagenverluste bei Printprodukten sind die Folge, auf der Gegenseite gewinnen vereinseigene Angebote via Social Media oder Video-Channels weiter an Bedeutung.
- Auf diesen Kanälen finden die Fans als exklusiv wahrgenommene Eindrücke. Tatsächlich sind es meist strategische Publikationen, die letztlich das Bild der eigenen Marke festigen und positiv verstärken sollen. Kritische Auseinandersetzung mit Problemen und Missständen werden hier im Vereins-TV nicht auftauchen. Bei der journalistischen Recherche genau dieser haben die Redaktionen allerdings mehr und mehr Schwierigkeiten, überhaupt an Interviews mit Vereinsverantwortlichen heranzukommen.

Um diese eher skeptischen Einschätzungen noch stärker zu unterfüttern, wurden im Verlauf der Studie weitere Einstellungsfragen an die Sportjournalist:innen gerichtet. Zum Beispiel sollten die Befragten mit Blick auf ihr wöchentliches Zeitbudget angeben, über welche Sportarten und Ligen sie regelmäßig berichten. Diese Konkretisierung führte in der Folge zur Frage, wie sich die Arbeitsbedingungen in den letzten Jahren verändert haben. Hier zeigt die Differenzierung nach Sportart und Liga einen prägnanten Unterschied:

Fast 90 Prozent der Sportjournalist:innen, die regelmäßig über die Fußball-Bundesliga berichten, geben an, ihre Arbeit sei heute eher oder sehr viel schwerer als noch vor einigen Jahren geworden. Im Vergleich dazu: Die Kolleg:innen, die regelmäßig über Handball, Eishockey und Basketball schreiben, positionieren sich komplett anders und sagen, ihre Arbeit sei zuletzt sehr viel oder eher einfacher geworden. Fest steht: Die enorme Konkurrenz, die vor allem im Fußball durch die Vereine und ihre eigenen Kanäle weiter verschärft wird, hat enorme Auswirkungen auf Umfeld und Arbeitsweise von Sportjournalist:innen. Die intensivere Konkurrenz zeigt sich auch in Tabelle 3.

Auch hier betonen diejenigen Sportjournalist:innen, die regelmäßig über die Fußball-Bundesliga berichten, dass ihre Situation mit Blick auf die Konkurrenz eine große Herausforderung darstellt. Wiederum sagen die anderen Befragten, dass die Situation im Handball, Eishockey und Basketball für Sportjournalist:innen deutlich angenehmer ist.

Nahezu deckungsgleich sehen die Resultate bei einer weiteren Frage zu Arbeitsbedingungen je Liga aus. »Die Recherche exklusiver Inhalte ist für mich...« lautete die Formulierung. 90 Prozent derjenigen, die in der Fußball-Bundesliga recherchieren, geben hier an: »...nahezu unmöglich«. Erneut sagen die Kolleg:innen aus anderen Sportarten, dass sie deutlich einfacher arbeiten und häufiger exklusive Inhalte recherchieren können. In einer letzten Konkretisierung soll die tendenziell skeptische Stimmung der befragten Sportjournalist:innen nochmals detaillierter

betrachtet werden. Dazu bietet es sich an, die Frage nach der Gefahr durch zunehmende Angebote der Vereine mit dem jeweiligen Arbeitgeber der Befragten zu kreuzen.

Hier zeigt sich, dass vor allem die Angestellten von Radio, Agenturen, TV und Zeitungen skeptisch gegenüber dieser Entwicklung sind. Deutlich entspannter sehen das die Angestellten von Magazinen und Online-Auftritten. Auch der statistische Zusammenhang zwischen Arbeitgeber und der Einschätzung zur Gefahr vereinseigener Medien kann errechnet werden: Mit deutlicher Signifikanz (Chi-Quadrat nach Pearson ,000) zeigt sich ein mittelstarker Zusammenhang (Cramers V ,289 bei ,000 Signifikanz). Eine ähnliche Zweiteilung liefert auch die Kreuzung bei der Frage nach der Entwicklung der Arbeit in den letzten Jahren. Hier finden Zeitungs-, TV- und Radiojournalist:innen verstärkt, dass die Arbeit deutlich schwerer geworden sei (jeweils über 90%), während die Onlinejournalist:innen gelassener damit umgehen und sogar zu 23 Prozent finden, die Arbeitsbedingungen seien eher einfacher geworden.

Ausblick

Der vorliegende Beitrag hat vier zentrale Forschungsfragen gestellt:

- FF1: Können die soziodemografischen Merkmale aus früheren Studien (v.a. Wiske, Helm und Görner) in dieser Form bestätigt werden?
- FF2: Wie sehen die Befragten ihre Rolle im Spannungsfeld von Sportjournalismus und Sportkommunikation?
- FF3: Wie sehen und bewerten sie die Folgen der zunehmend professioneller agierenden Pressestellen der Profivereine?
- FF4: Gibt es je nach Sportart und Liga Unterschiede in den Abläufen und Möglichkeiten für Sportjournalist:innen?

Zunächst zeigt sich nach der quantitativen Online-Befragung von 195 deutschen Sportjournalist:innen (aus einem repräsentativen Pool von 1200) deutlich: Die soziodemografischen Verteilungen zu Alter, Geschlecht, Arbeitgeber und Werdegang aus den vorangegangenen Studien von Wiske (2017), Görner (1995) und Helm (2010) können größtenteils bestätigt werden. Die Befragten der vorliegenden Studie waren im Mittel 38 Jahre alt, zu 89 Prozent männlich und teilen sich in zwei fast gleich große Gruppen von (festen) freien Mitarbeiter:innen und Festangestellten auf.

Tabelle 2

Die Arbeitsbedingungen im Sportjournalismus je Liga

	sehr einfach	eher einfach	eher schwer	sehr schwer
Fußball-Bundesliga (n=128)	0,8%	10,9%	63,3%	25,0%
DEL (n=33)	5,9%	58,8%	35,3%	0
HBL (n=26)	19,2%	76,9%	3,9%	0
BBL (n=24)	25,0%	58,3%	12,5%	4,2%

Frage: »In den letzten Jahren ist die Arbeit für mich ... geworden.«

Tabelle 3

Die Konkurrenzsituation nach Liga

	sehr einfach	eher einfach	eher schwer	sehr schwer
Fußball-Bundesliga (n=128)	2,3%	35,9%	43,0%	18,8%
DEL (n=33)	20,6%	61,8%	17,7%	0
HBL (n=26)	42,3%	53,9%	3,9%	0
BBL (n=24)	62,5%	33,3%	4,2%	0

Tabelle 4

Gefahr durch vereinseigene Medien nach Arbeitgeber

	Regionale Zeitung	Über-regionale Zeitung	TV	Online	Magazin (Print)	Radio	Agentur
Wert	2,02	1,76	2,00	2,63	2,50	1,65	1,88
n	42	17	32	57	14	23	8
Varianz	,869	,752	1,14	,975	1,29	,832	,641

1= stimme voll zu; 4= stimme überhaupt nicht zu; n=191

Ihre eigene Rolle sehen sie angesichts der Entwicklungen der letzten Jahre eher skeptisch. Mehr als die Hälfte findet, dass Pressestellen der Vereine zunehmend den eigenen Zugang zu Spielern, Trainern und Verantwortlichen behindern. Eine große Mehrheit sagt außerdem, dass die Arbeit in den letzten Jahren mit Blick auf die Fußball-Bundesliga sehr/eher schwer geworden ist. Je nach Sportart unterscheidet sich die Wahrnehmung über eigene Möglichkeiten aber

deutlich. Während die Sportjournalist:innen in der Bundesliga kaum Möglichkeiten zur Recherche exklusiver Inhalte und zunehmend schwierige Arbeitsverhältnisse beobachten, beschreiben die Sportjournalist:innen für die Berichterstattung im Handball, Basketball und Eishockey ganz andere Verhältnisse: Hier kann die Mehrheit nahezu jederzeit Kontakt zu Sportlern aufnehmen und Inhalte exklusiv erarbeiten. Die Mehrheit sagt außerdem, dass die Arbeit in diesen Ligen in den letzten Jahren deutlich einfacher geworden sei. Der Großteil (58%) berichtet allerdings regelmäßig über die Fußball-Bundesliga und sieht hier keine guten Perspektiven für die Sportberichterstattung.

Angelehnt an Weischenbergs Außenseiter (1976) und Görners Aufsteiger (1995) könnte man 2019 zusammenfassend von den Ausgebremsten sprechen: Sportjournalist:innen bemerken im zunehmend ökonomisch determinierten Spannungsfeld zwischen Sportjournalismus und Sportkommunikation frustriert, dass das Publikum angesichts der großen Zahl an Angeboten sprunghafter geworden ist und dass die Vereine über eigene Kanäle zunehmend den Journalismus als Kritiker, Beobachter und Gatekeeper umgehen. Hier ist eine zentrale Anschlussstelle für künftige Forschung zu sehen. Die veränderten Umstände zwingen Medienanbieter aus organisatorischer Sicht zu entsprechenden Anpassungen in Abläufen und Hierarchien. Gleichzeitig sind das Rollenbild und die Arbeitsweise von Sportjournalist:innen permanent im Wandel. Vor allem anhand qualitativer Methodenzugänge könnte hier noch mehr wissenschaftliche Tiefe erarbeitet werden.

Über den Autor

Dr. Jonas Schützeneder (*1991) ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Kontakt: Jonas.Schuetzeneder@ku.de

Literatur

- AGF: *Die Rangliste der TV-Quoten, gemessen von der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung*. 2019. <https://www.agf.de/daten/tvdaten/hitliste/> [7.5.2020]
- Bernhart, Silke: *Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung: Eine empirische Untersuchung von Spitzensportlern*. Wiesbaden [Springer VS] 2009
- Bette, Karl-Heinrich: *Sportsoziologische Aufklärung: Studien zum Sport der modernen Gesellschaft*. Bielefeld [Transcript Verlag] 2011
- BJV: *Im Abseits: Sportjournalisten zwischen Reiz und Risiko*. Heft 2, 2017, S. 15-23

- Bölz, Markus: *Fußballjournalismus. Eine medienethnographische Analyse redaktioneller Arbeitsprozesse*. Wiesbaden [Springer VS] 2013
- Bönisch, Julia: Wir brauchen gute Manager an der Spitze von Redaktionen. Gastbeitrag. In: *journalist – das Medienmagazin*, 2019. <https://www.journalist-magazin.de/meinung/wir-brauchen-gute-manager-der-spitze-von-redaktionen.html> [7.5.2020]
- Fenske, Marco: »Journalisten sollten nicht glauben, sie hätten mit der Monetarisierung ihrer Inhalte nichts zu tun«. Interview mit *meedia.de*, 2019, <https://meedia.de/2019/09/19/rnd-chefredakteur-fenske-journalisten-sollten-nicht-glauben-sie-haetten-mit-der-monetarisierung-ihrer-inhalte-nichts-zu-tun/> [7.5.2020]
- Grimmer, Christoph: *Kooperation oder Kontrolle? Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten*. Köln [Herbert von Halem] 2014
- Görner, Felix: *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin [Vistas] 1995
- Helm, Kathrin: *Die Aufsteiger der Redaktion traditionell (1995) und aktuell (2010). Eine empirische Studie zum nationalen Sportjournalismus*. Pulheim [MedienSportVerlag] 2013
- Lerch, Gerhard: *Der Sportjournalist aus Sicht von Sportjournalisten. Eine schriftliche Umfrage zur Sportberichterstattung in Presse und Rundfunk unter Berücksichtigung der Kommerzialisierung des Sports*. Mainz [Universitäre Magisterarbeit] 1989
- Loosen, Wiebke: Sport als Berichterstattungsgegenstand in den Medien. In: Schramm, Holger (Hrsg.): *Die Rezeption des Sports in den Medien*. 2. Aufl. Köln [Herbert von Halem] 2008, S. 10-23
- Nause, Martina: *Das Selbstverständnis von Sportjournalisten unter besonderer Berücksichtigung sich wandelnder sozialer Strukturen. Ein empirischer Beitrag zur Kommunikationsforschung*. Münster [Universitäre Magisterarbeit] 1988
- Postel, Tonio: *Zwischen Fanreportern und Spielverderbern. Fußballjournalismus auf dem Prüfstand*. Ein Projekt der Otto Brenner Stiftung, 2018. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsport/03_Publikationen/AP33_Sportjournalismus.pdf [7.5.2020]
- Schaffrath, Michael: Sportjournalismus in Deutschland. In: Schwier, Jürgen (Hrsg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Schorndorf [Schneider Verlag] 2002, S. 7-26
- Schaffrath, Michael: Eigeninteresse empirisch eruieren! Kritische Bilanz der bisherigen Sportkommunikatorforschung. In: *Journalistik Journal*, 2, 2011, S. 16-19
- Scheufele, Bertram; Engelmann, Ines (2009): *Empirische Kommunikationsforschung*. Konstanz: UVK.
- Schimany, Peter: Die Ökonomisierung des Sports. Ein Blick aus sportsoziologischer Perspektive. In: Immerfall, Stefan (Hrsg.): *Parteien, Kulturen und Konflikte:*

- Beiträge zur multikulturellen Gegenwartsgesellschaft*. Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 2000, S. 397-421
- Weischenberg, Siegfried: *Die Außenseiter der Redaktion: Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus*. Bochum [Brockmeyer] 1976
- Wiske, Jana: *Die Elite. Die Bedeutung der Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport aus der Sicht von Sportjournalisten*. Köln [Herbert von Halem] 2017
- Wiske, Jana: Die Bedeutung der medialen Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport. Theoretisch-empirische Analyse aus Sicht von Sportjournalisten. In: *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 3, 2018, S. 121-130

Aufsätze

Carolin Fischer

Die Flüchtlingsflut in unseren Köpfen: Metaphorisches Framing von Geflüchteten im deutschen Zeitungsdiskurs

Eine qualitative Inhaltsanalyse

Abstract: Die Zahl der Menschen, die nach Europa fliehen, ist 2015 dramatisch angestiegen. Täglich wurden auf allen Kanälen zahlreiche Berichte zur sogenannten ›Flüchtlingskrise‹ veröffentlicht. Die Medien spielten nicht nur eine entscheidende Rolle bei der Bereitstellung von Informationen für die verunsicherte Öffentlichkeit und die politischen Entscheidungsträger, sondern auch bei der Art und Weise wie die Ankünfte geframt wurden.

Bisherige Studien haben die Darstellung von Geflüchteten im Mediendiskurs der Aufnahmeländer bereits untersucht und gezeigt, dass Medien die Minderheitsgruppe überwiegend diskriminiert und als Bedrohung für die Mehrheitsgruppe darstellt. Ausschlaggebend für die vorliegende Studie ist die Annahme, dass Metaphern Teil des Mediendiskurses über die Flüchtlingskrise im Jahr 2015 gewesen sein müssen. Figurative Sprachtypen wie Metaphern sind ein wirksames Instrument, um den öffentlichen Diskurs auf subtile Art und Weise zu beeinflussen. Basierend auf Lakoff und Johnsons Kognitiver Metaphern Theorie (CMT) sowie vor dem Hintergrund der Framing Theorie könnten die im Zusammenhang mit der Flüchtlingskrise publizierten Metaphern die Macht haben, je nach ihren Implikationen vorurteilvolle Meinungen der Leserschaft gegenüber Geflüchteten zu erzeugen.

Um zu analysieren, wie Geflüchtete während des Höhepunkts der Ereignisse im Jahr 2015 durch Metaphern im deutschen Zeitungsdiskurs dargestellt wurden, wird eine qualitative Inhaltsanalyse von fünf nationalen Tageszeitungen durchgeführt.

Die Untersuchung zeigt, dass neben der allgegenwärtigen Wassermetapher sieben weitere Metaphernthemen verwendet wurden. Vor dem Hintergrund der CMT interpretiert, diskriminieren die gefundenen Metaphern die Geflüchteten fast ausschließlich, stellen sie als Bedrohung dar, schaffen eine starke Differenzierung zwischen der In- und der Outgroup oder erkennen den Geflüchteten sogar ihre Menschlichkeit ab.

1. Einleitung

Eine Million. Diese Zahl wurde im deutschen Mediendiskurs im Sommer und Herbst 2015 besonders häufig genannt. Sie bezieht sich auf die mehr als eine Million Menschen, die in diesem Jahr in Europa Asyl suchten (Almstadt 2017: 187). Die Flucht nach Europa ist an sich kein neues Phänomen. Die Zahl der Geflüchteten ist jedoch im Jahr 2015 dramatisch angestiegen. Ein erheblicher Teil der Geflüchteten ist aus dem vom Krieg zerstörten Syrien, vor dem sogenannten Islamischen Staat, oder aufgrund mangelnder Perspektiven nach Jahren der Gewalt in Ländern wie dem Irak und Afghanistan geflohen. Das führte in diesem Jahr zu einem historischen Hoch von insgesamt rund 890.000 Asylbewerbern in Deutschland. Diese Zahl stellte eine immense Herausforderung für Politik, Gesellschaft und Medien dar – das Thema hatte schnell die Aufmerksamkeit Deutschlands im Griff (Hemmelmann/Wegner 2017: 4).

Aufgrund des Umfangs und der Geschwindigkeit der Geschehnisse sowie der mangelnden Kenntnis des Themas waren die Öffentlichkeit und die politischen Entscheidungsträger weitgehend auf die Medien angewiesen, um die Entwicklungen zu verstehen und Maßnahmen zu ergreifen. Die Medien spielten nicht nur eine entscheidende Rolle bei der Bereitstellung von Informationen, sondern auch beim Framing der Ankünfte: Die Ereignisse wurden bald allgemein als »Europas Flüchtlingskrise« bezeichnet (Georgiou 2017: 4).

Es sind zwar die Politiker, die entscheiden, unter welchen Umständen Menschen, die nach Europa fliehen, bleiben und ihr Leben führen dürfen. Aber es sind vor allem die Medien, die darüber entscheiden, welche Bilder von Geflüchteten in der Öffentlichkeit vorherrschen (Almstadt 2017: 185). Bisherige Studien haben gezeigt, dass die Darstellung von Immigranten und Geflüchteten in vielen westlichen Ländern in den letzten Jahren zunehmend negativ und systematisch diskriminierend geworden ist (Esses/Medianu/Lawson 2013: 530). Journalisten beschreiben die Geflüchteten überwiegend als Bedrohung für die Sicherheit, die Wirtschaft und die Gesundheit der Menschen in den Aufnahmeländern (Abid/Manan/Rahman 2017: 121). Die Ergebnisse verschiedener Studien zeigen nicht nur, dass die Berichterstattung in den Massenmedien einen erheblichen Einfluss darauf haben kann, wie einheimische Bürger über Integration und

Einwanderer denken. Sie zeigen auch auf, dass eine negative Berichterstattung über ethnische Minderheiten zu einer geringeren Bereitschaft führen kann, integrativ zu handeln (Bos et al. 2016: 106).

Die von den Medien verwendeten Frames zur Beschreibung des Themas können sich auf die Einstellungen gegenüber Zuwanderern auswirken und diese Einstellungen wiederum können das politische Verhalten und die Wahlen beeinflussen (Scheufele 2008). In Deutschland ist nach den letzten Wahlen im Jahr 2017 deutlich geworden, dass populistische Anti-Einwanderungsparteien an Popularität gewinnen (Der Bundeswahlleiter 2017). Die Stimmung in Deutschland in Bezug auf Einwanderung hat sich 2015 von vorsichtiger Toleranz über ekstatischen Humanitarismus zu Angst gewandelt (Georgiou 2017: 8). Die Berichterstattung über die Flüchtlingskrise zu analysieren, kann auch helfen, die politischen Entwicklungen in Deutschland zu verstehen.

Eine Möglichkeit zur Analyse der Berichterstattung ist die Betrachtung von Metaphern. Sprache ist niemals völlig neutral und wertfrei. Figurative Sprachtypen wie Metapher, Übertreibung und Ironie sind mächtige Mittel, um den öffentlichen Diskurs subtil zu beeinflussen. Die Überzeugungskraft der Metapher ist bereits seit der Antike bekannt (Burgers/Konijn/Steen 2016: 410). Lakoff und Johnson (1980) erkannten Metaphern als zentrales Instrument des menschlichen Denkens und stellten fest, dass Metaphern als rhetorische Werkzeuge eingesetzt werden können, um Botschaften subtil zu transportieren und Einstellungen zu bestimmten Themen zu erzeugen. In ihrer wegweisenden Arbeit *At War With Metaphor* (2009) erklärten Steuer und Wills, dass Metaphern, die von Medien verwendet werden, letztlich – wie im Zweiten Weltkrieg – sogar zur Entmenschlichung von Menschen in unseren Gedanken führen können, was schließlich sogar zur Rechtfertigung von Krieg und Genozid beitragen kann. Infolgedessen müssen wir den Mustern der Metaphern in unserem öffentlichen Diskurs besondere Aufmerksamkeit schenken.

Die bisherigen Ereignisse in Europa regen dazu an, folgende Frage zu beantworten: »Wie werden Geflüchtete auf dem Höhepunkt der Flüchtlingskrise im Jahr 2015 durch Metaphern im deutschen Zeitungsdiskurs dargestellt?« Die Beantwortung dieser Frage hilft zu verstehen, welches Bild von Geflüchteten in den Medien vorherrschte. Die Ergebnisse könnten eine Interpretation dahingehend zulassen, wie das metaphorische Framing von Geflüchteten die Rezipienten durch Priming beeinflussen konnte und wie dies die politische Entwicklung sowie die Haltung gegenüber Geflüchteten in Deutschland beeinflusst hat. Im Idealfall bieten die Ergebnisse auch eine Orientierungshilfe für Journalisten, die daran interessiert sind, sprachlich neutralere Inhalte zu produzieren.

Um zu untersuchen, wie Geflüchtete im Nachrichtendiskurs dargestellt wurden, wird eine qualitative Inhaltsanalyse von fünf nationalen Tageszeitungen durchgeführt. Angesichts der Aktualität des Themas gibt es keine Studien, die

sich mit dieser speziellen Frage befassen. Es wurden verschiedene Studien zur Vertretung von Geflüchteten in den Medien und insbesondere in Zeitungen durchgeführt. Sie wurden jedoch entweder vor den Ereignissen im Jahr 2015 durchgeführt oder sie konzentrierten sich nicht auf Metaphern oder sie bezogen sich nicht auf Deutschland. In der folgenden Studie werden nun alle diese Faktoren zusammengeführt.

2. Theoretischer Rahmen: Kognitive Metapherntheorie

Metaphern als Framing-Werkzeuge

Im Folgenden wird auf Basis der Kognitiven Metaphern Theorie von Lakoff und Johnson (1980) erklärt, inwiefern die Verbindung zwischen Sprache und Denken durch die Metapher offensichtlich wird. Die Lexikalisierung semantischer Inhalte ist niemals neutral. Wörter vermitteln immer sowohl explizite als auch implizite Bedeutungen. Die Worte, mit denen die Botschaft eines Textes kommuniziert wird, framen den Inhalt unvermeidlich (Hansen 1998: 113).

Dies gilt auch für die Art und Weise, wie Menschen im Nachrichtendiskurs benannt werden. Journalisten müssen Namen für diejenigen – ob Einzelpersonen oder Gruppen – in den Ereignissen angeben, über die sie berichten. Diese Benennung von Personen enthält immer eine Auswahl, die einen Einfluss auf die Art und Weise haben kann, wie diese Menschen wahrgenommen werden. Wir alle besitzen gleichzeitig eine Reihe von Identitäten, Rollen und Merkmalen. Diese könnten alle verwendet werden, um uns zu beschreiben, aber nicht alle mit derselben Bedeutung. Wenn eine soziale Kategorie anderen vorgezogen wird, um uns zu beschreiben, werden automatisch die anderen gleichwertig zutreffenden Alternativen in den Hintergrund gestellt (Richardson 2007: 48-50).

Wenn nun Metaphern in einem Text verwendet werden, um Personen zu benennen, wird es noch wichtiger, die unterschiedlichen expliziten und impliziten Bedeutungen zu betrachten (Burgers et al. 2016: 411). Die Verwendung von Metaphern zur Berichterstattung über ein Ereignis bedeutet einen starken Vereinfachungsprozess.

Die Metapher galt lange Zeit als einzigartig für die Poesie und die Literatursprache. Sie war als weitgehend dekorativ abgetan worden. In den späten 1970er- und 1980er-Jahren setzte jedoch ein Umdenken in Bezug auf die Metapher ein. Diese wurde als kognitive Wende bezeichnet (Burgers et al. 2016: 412). Die kognitive Wende eröffnete die Möglichkeit, Metaphern als mehr als nur literarisches Werkzeug anzusehen, sondern als zentralen Aspekt unserer Gedankenstrukturen. Die Wissenschaft begann, die Metapher als einen wesentlichen Aspekt des menschlichen Denkens zu verstehen. Sie stellte fest, dass Metaphern nicht nur

dekorativ sind oder einen Text ausschmücken, sondern unser ganzes Denken beeinflussen (Steuter/Wills 2009: 5).

Eine bahnbrechende neue Sichtweise auf die Metapher, die alle Aspekte der traditionellen Theorie in Frage stellte, wurde von Lakoff und Johnson (1980) in ihrer Arbeit *Metaphors we live by* entwickelt. In ihrer Kognitiven Metaphern Theorie (CMT) lieferten die Autoren ein überzeugendes Argument für die Zentralität der Metapher in unserem alltäglichen Denken und zeigten, dass die Metapher im Sprachgebrauch allgegenwärtig ist. Sie erläutern, dass Menschen sich auf einige grundlegende Konzepte stützen, um andere Konzepte zu verstehen, und argumentieren, dass unsere Erfahrung der Welt durch diese kognitiven Konzepte von uns nicht nur beschrieben, sondern auch selbst strukturiert wird. Sie behaupten weiter, dass die meisten unserer kognitiven Systeme im Wesentlichen metaphorischer Natur sind. Folglich spiegelt die ausgesprochene oder ausgeschriebene Metapher bestehende kognitive Gedankenstrukturen wider. Gleichzeitig kann die Metapher den Gedanken, den sie artikuliert, aktiv beeinflussen.

Kognitive versus sprachliche Metapher

In der kognitiv linguistischen Sicht ist mit Metapher in erster Linie die kognitive Metapher im Gegensatz zur sprachlichen Metapher gemeint. Eine kognitive Metapher mit der Form A ist B kann immer durch mehrere zugehörige sprachliche Metaphern ausgedrückt werden (Kövecses/Benczes 2010: 33).

Lakoff und Johnson (1980: 7-9) geben das folgende Beispiel, um eine Vorstellung davon zu bekommen, wie metaphorische sprachliche Ausdrücke uns einen Einblick in die metaphorische Natur unseres kognitiven Systems geben, das unsere alltäglichen Gedanken und Handlungen strukturiert:

- Sie verschwenden meine Zeit.
- Das kostet mich eine Stunde.
- Ich habe viel Zeit in sie investiert.
- Ihnen geht die Zeit aus.
- Ist dir das die Zeit wert?
- Mit diesem Gadget sparen Sie Stunden.

Diese Sätze beschreiben alle das abstrakte, schwer greifbare Thema Zeit durch das konkretere Thema Geld. Sie sind sprachliche Metaphern, die eine domänenübergreifende Abbildung in unseren Gedanken ausdrücken – normalerweise von einer konkreteren Quelldomäne zu einer abstrakteren Zieldomäne. Die diesen sprachlichen Ausdrücken zugrunde liegenden Gedankenmuster werden kognitive Metaphern genannt. In diesem Beispiel sind alle sprachlichen Metaphern Ausdrücke der übergreifenden kognitiven Metapher ›Zeit ist Geld‹. Es wird die Beziehung zwischen metaphorischem Denken und Sprechen deutlich: Sprachliche Metaphern verwirklichen die dahinter liegenden kognitiven Metaphern.

Eine kognitive Metapher besteht aus zwei Konzepten, von denen eines als ein anderes verstanden wird: Konzept A ist gleich Konzept B. Diese beiden Konzepte, aus denen eine Metapher besteht, werden in ein Quellkonzept und ein Zielkonzept unterteilt. Im obigen Beispiel ist das Quellkonzept Geld – das konkretere und physikalischere Konzept, um ein anderes abstrakteres Konzept zu verstehen. Das Zielkonzept im angegebenen Beispiel ist Zeit. Mit anderen Worten, das kognitive Konzept, das wir zu verstehen versuchen, wird als Zielkonzept bezeichnet, und das Konzept, das wir für diesen Zweck verwenden, ist das Quellkonzept. Zu den Zielkonzepten gehören in der Regel abstrakte, für den Menschen schwer greifbare Konzepte wie Leben, Zeit, Streit, Liebe, Theorie und Ideen, während die Quellkonzepte in der Regel konkretere Konzepte wie Reisen, Geld, Krieg, Bauen, Essen und Pflanzen sind. Einige andere konventionelle Metaphern, die unserem kognitiven System zugrunde liegen, sind beispielsweise, dass wir das Leben in Form von Reisen, Argumente in Form von Kriegen, Theorien in Form von Gebäuden und Ideen in Form von Lebensmitteln betrachten (Kövecses et al. 2010: 4).

Kognitive Metaphern bestehen jedoch nicht nur aus einer Quelldomäne und einer Zieldomäne. Sie benötigen auch eine Reihe systematischer Verknüpfungen zwischen Quelle und Ziel, damit A als B verstanden wird. Diese Entsprechungen werden häufig als Zuordnungen bezeichnet. Grundsätzlich wird alles Wissen über das Quellkonzept auf das Zielkonzept übertragen. Um eine kognitive Metapher zu verstehen, müssen wir die Verknüpfungen kennen, die für eine bestimmte Quelle-Ziel-Paarung gelten. Es sind diese Abbildungen, die einen Großteil der Bedeutung der metaphorischen sprachlichen Ausdrücke liefern, die eine bestimmte kognitive Metapher manifestieren (Kövecses et al. 2010: 14).

Lakoff und Johnson messen sogenannten konventionellen Metaphern, also solchen, die in unserer Sprache bereits allgegenwärtig sind, eine besondere Bedeutung zu. Konventionelle Metaphern sind ihrer Meinung nach besonders wirkungsvoll, da sie nicht mehr als solche erkannt werden und die Aufmerksamkeit der Rezipienten nicht mehr auf sich ziehen (Kövecses et al. 2010: 46). Auch wenn wir uns nicht bewusst sind, dass wir ständig Metaphern verwenden, erleichtern sie unser Verständnis abstrakter Themen. Die Metapher ist daher von zentraler Bedeutung für unser Denken und unsere Sprache.

Die Metapher ist aufgrund ihrer Verbindung zu unserem Denken und Wissen, ihrer Vereinfachungen und ihrer emotionalen Wirkung ein mächtiges sprachliches Werkzeug. Insbesondere, weil eine Metapher bestimmte Aspekte betont während sie andere verbirgt, dies implizit tut und diese Vereinfachung für die Rezipienten nicht direkt ersichtlich ist. Die Art und Weise, wie eine Metapher verwendet wird, um Ereignisse zu framen, kann beispielsweise auch durch politische Dispositionen und Ideologien motiviert sein (Pinelli 2016: 136f.). Besonders in diesem Fall betonen Lakoff und Johnson die Macht konventioneller Metaphern, die nicht mehr als solche erkannt werden, sondern stattdessen als natürlich erscheinen.

Wenn die Metapher für unser Denken so entscheidend ist, wie die CMT darlegt, müssen wir die Verwendung der Metapher in unserem öffentlichen Diskurs genauer berücksichtigen. Metaphern sollten nicht unkritisch akzeptiert werden, ihre gedanklichen Verknüpfungen sollten explizit gemacht und in Frage gestellt werden.

3. Forschungsfragen

Abgeleitet aus theoretischem Rahmen und bisheriger Forschung sollen drei Teilfragen dabei helfen, die übergreifende Forschungsfrage »Wie werden Geflüchtete während des Höhepunkts der Ereignisse 2015 durch Metaphern im deutschen Zeitungsdiskurs dargestellt?« zu beantworten.

Die zentrale Aussage der CMT ist, dass sprachliche Metaphern die zugrundeliegenden kognitiven Metaphern in unserem Denken sichtbar machen. Wie im Beispiel zur kognitiven Metapher »Zeit ist Geld« dargestellt, gibt es für jede kognitive Metapher eine Vielzahl sprachlicher Ausdrücke. Wenn wir uns also einen Nachrichtentext ansehen, müssen die gefundenen sprachlichen Metaphern den ihnen zugrundeliegenden kognitiven Metaphern zugeordnet werden. Folglich lautet die erste Forschungsfrage:

RQ₁: Welche sprachlichen Metaphern wurden verwendet, um sich auf die Flüchtlingsfrage zu beziehen, und was sind die ihnen zugrundeliegenden übergreifenden kognitiven Metaphern?

Diese Forschungsfrage zielt darauf ab, alle im Untersuchungszeitraum verwendeten metaphorischen Ausdrücke aufzulisten, die einzelne Geflüchtete, Flüchtlingsgruppen oder die Flüchtlingskrise benennen. Um diese Frage zu beantworten und gleichzeitig den Prozess transparent und reproduzierbar zu machen, wird eine Reduktion durchgeführt, die auf dem Ansatz von Mayring zur qualitativen Inhaltsanalyse basiert. Dazu wird eine Strukturierung der zuvor extrahierten Metaphern durchgeführt. Nach dem Prinzip der Offenheit ist auch die Umformulierung von Kategorien oder die induktive Bildung bisher unbekannter Kategorien möglich (Mayring 2014: 97). Einige der Metaphernthemen, in welche die Einteilung erfolgen soll, lassen sich bereits aus bisheriger Forschung ableiten. Gleichzeitig ist zu erwarten, dass nicht alle kognitiven Metaphern, die in früheren Studien zu Einwanderung gefunden wurden, in dieser Analyse wiedergefunden werden, da sie sich auf Mainstream-Medien konzentriert. Die wichtigsten zu erwartenden kognitiven Metaphernthemen, die an dieser Stelle deduktiv gebildet werden können, sind: Wasser, Naturkatastrophe, Militär, Krankheit, Tiere. Wie erläutert, hat sich die Stimmung in Bevölkerung

und Politik sowie die Berichterstattung in den Medien über Geflüchtete im Laufe des Jahres 2015 verändert. Darüber hinaus ist bekannt, dass Metaphern ideologisch und politisch motiviert sein und dazu verwendet werden können, um eine bestimmte Meinung subtil zu transportieren oder eine bestimmte Ansicht auf ein Thema zu favorisieren. Es wurde dargelegt, dass Metaphern über Geflüchtete häufiger in einem negativen als in einem positiven Kontext verwendet werden. Um die zugrundeliegenden Motivationen von Journalisten und Journalistinnen für die Verwendung von Metaphern in der Berichterstattung über Geflüchtete analysieren zu können und möglicherweise hegemoniale Machtstrukturen und Werte in der Berichterstattung über Geflüchtete aufzudecken, sollen daher auch die Umstände analysiert werden, unter denen Metaphern verwendet wurden. Dies führt zu der zweiten Forschungsfrage:

RQ2: Unter welchen kontextuellen Umständen wurden Metaphern in der Berichterstattung verwendet?

Zu diesem Zweck wird der Tenor des jeweiligen Artikels in einer weiteren Reduzierung erfasst. Eine einfache Einschätzung der Artikel als positiv, negativ oder neutral wäre zu subjektiv. So wird der Tenor unter Zuhilfenahme des thematischen Kontextes der Artikel kodiert. Zu diesem Zweck werden die Artikel entsprechend ihrem Fokus in drei Kategorien eingeteilt: humanitäre Themen, Inlandspolitik und EU-Politik. Innerhalb dieser Kategorien wird jeder Artikel als positiv, negativ oder neutral in Bezug auf die Flüchtlingskrise bewertet. Artikel in der Kategorie EU-Politik werden beispielsweise als positiv kodiert, wenn sie sich auf die gute Zusammenarbeit der EU-Mitglieder in der Flüchtlingsfrage konzentrieren. Sie werden beispielsweise als negativ eingestuft, wenn sie die EU-Flüchtlingspolitik als gescheitert darstellen oder sich auf schwierige Verhandlungen zwischen den EU-Mitgliedern konzentrieren. Artikel werden als neutral kodiert, wenn sie sich nur auf objektive Fakten konzentrieren. Um die kontextuellen Umstände, unter denen die Metaphern verwendet werden, vollständig bewerten zu können, wird außerdem die Quelle jeder im Text vorkommenden sprachlichen Metapher kodiert. Es wird zwischen vier verschiedenen Arten von Quellen unterschieden. Die erste Kategorie ist Zitate: Die Zeitung zitiert einen metaphorischen Ausdruck einer Persönlichkeit, beispielsweise eines Politikers. Die zweite Kategorie ist persönliche Meinung: Der metaphorische Ausdruck ist eindeutig als persönliche Meinung eines Autors oder Protagonisten erkennbar. Die dritte Kategorie ist Reflexion: Der metaphorische Ausdruck wird in einem Artikel zitiert, um den sprachlichen Gebrauch zu reflektieren. Wenn keine der obigen Aussagen zutrifft und der metaphorische Ausdruck in einem Artikel ohne Zitat, Angabe oder persönliche Meinung verwendet wird, wird die Zeitung selbst als Quelle kodiert. Darüber hinaus ist die CMT der Ansicht, dass

die Metapher eine zentrale Rolle in unserem Denken und in der Sprache hat. Was sagen die gefundenen Metaphern und die Umstände, unter denen sie verwendet wurden, über die ihnen zugrundeliegenden Gedankenmuster aus? Für die Auswertung der ersten beiden Fragen werden einfache deskriptive Statistiken verwendet, um anschließend die Ergebnisse dieser beiden Fragen im Rahmen der dritten Forschungsfrage qualitativ zu interpretieren:

RQ3 Was implizieren die gefundenen kognitiven Metaphern?

Um die übergeordnete Forschungsfrage endgültig zu beantworten, liegt der Fokus der qualitativen Interpretation auf der letzten Frage, die wiederum auf den Ergebnissen aller vorangehenden Fragen aufbaut.

4. Methode

Die CMT von Lakoff und Johnson bietet eine Grundlage für das Erkennen kognitiver Strukturen mittels der Analyse sprachlicher Metaphern. Sie bietet jedoch keinen Ansatz zur Identifizierung dieser Metaphern im Diskurs (Schmitt 2005: 358).

Viele Studien, die sich für die Verwendung von Metaphern im Nachrichtendiskurs interessieren, konzentrieren sich auf einige bestimmte kognitive Metaphern und suchen in Korpora nach diesen lexikalischen Elementen, die zuvor als interessant identifiziert wurden. Ein anderer Ansatz, der versucht ein breiteres Spektrum abzudecken, ist der ›Small Corpus-Big Corpus-Ansatz‹. Bei diesem Ansatz werden zuerst alle Metaphern in einer kleinen Stichprobe identifiziert und dann ein größerer Korpus gezielt auf diese hin durchsucht. Da es wahrscheinlich dennoch Metaphern im großen Korpus gibt, die im kleinen Korpus nicht identifiziert wurden, würden einige Metaphern verloren gehen (Krennmayr 2014: 534).

Stattdessen ist diese Studie bestrebt, die gesamten metaphorischen Ausdrücke zu erfassen, die sich in den Texten befinden. Dies ist mit gewissen Schwierigkeiten verbunden, da die automatische Identifizierung von Metaphern mittels Computerprogrammen zu ungenau ist und die Metaphern von Hand identifiziert werden müssen, was wiederum ein zeitaufwendiger Prozess ist. Einerseits ist die Datenmenge, die codiert werden kann, durch diesen Ansatz begrenzt. Andererseits bietet er das präziseste Vorgehen (Krennmayr 2014: 534).

Es gibt unterschiedliche Ansätze, um kognitive Metaphern im Diskurs zu bestimmen (Abid et al. 2017: 124). Diese Studie verwendet eine verfeinerte Version des *Metaphor Identification Procedure* (MIP), das ursprünglich von der Pragglejaz Group (2007) entwickelt wurde. Die verfeinerte Version mit dem Namen MIPVU wurde an der VU-Universität Amsterdam von Steen, Dorst und Herrmann (2011) gegründet. Die Gruppe der Metaphernforscher entwickelte dort eine zuverlässige

ge Methode zur Identifizierung metaphorisch verwendeter Wörter in gesprochener und geschriebener Sprache. Für jede lexikalische Einheit in einem Korpus möchte das Verfahren feststellen, ob ihre Verwendung in dem bestimmten Kontext als metaphorisch definiert werden kann. Daher ist eine wortweise manuelle Vorgehensweise erforderlich. Die MIPVU geht davon aus, dass im Diskurs metaphorisch verwendete Wörter die semantische Kohärenz stören. Die Korpora werden nach lexikalischen Einheiten durchsucht, die solche Störungen verursachen. Für jede dieser lexikalischen Einheiten muss dann bestimmt werden, ob sie in anderen Kontexten eine grundlegendere Bedeutung haben könnte als die im vorliegenden Text gegebene. Wenn dies der Fall ist und die Kontextbedeutung anders ist als die Grundbedeutung des Wortes, aber im Vergleich dazu verstanden werden kann, wird die lexikalische Einheit als metaphorisch markiert (Steen et al. 2011: 25f.). Das Verfahren von MIPVU konzentriert sich nur darauf festzustellen, ob Wörter in einem bestimmten Kontext eine metaphorische Bedeutung haben. Sie erhebt keinen Anspruch darauf, ob der Autor diese metaphorische Bedeutung auch beabsichtigt hatte.

Es werden Daten von fünf bekannten nationalen Tageszeitungen gesammelt: der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (FAZ), der *Süddeutschen Zeitung* (SZ), der *Welt*, der *Tageszeitung* (taz) und der *BILD-Zeitung* (BILD).

Abgesehen von *BILD* handelt es sich bei den ausgewählten Blättern um Qualitätszeitungen. *BILD*, eine Boulevardzeitung, ist jedoch ebenfalls in der Stichprobe enthalten, da sie seit langem die meistgelesene Zeitung in Deutschland ist. Tatsächlich zeigt ein Blick auf die bezahlte Auflage der nationalen Tageszeitungen in Deutschland im ersten Quartal 2018, dass die *BILD* die mit Abstand größte Auflage aufweist: *BILD* (Auflage: 1,7 Millionen; Leserinnen und Leser: 9,3 Millionen), *SZ* (352.573; 1,3 Millionen), *FAZ* (239.946; 760.000), *Welt* (164.415; 660.000), *taz* (50.519; 207.000) (Statista 2018).

Die ausgewählten Zeitungen stehen für ein breites politisches Spektrum in Deutschland. Laut Kepplinger (1998) lassen sich die fünf Zeitungen wie folgt entlang eines linksliberal-konservativen Spektrums positionieren: *taz*, *SZ*, *Die Welt*, *FAZ*, *BILD*. Die *taz* gilt als links, die *SZ* als linksliberal, während die *Welt* und die *FAZ* weiter rechts im Spektrum als rechtsliberal betrachtet werden. Die *BILD-Zeitung* befindet sich am konservativen Ende der Skala. So kann auch ein Einfluss der Redaktionslinien der ausgewählten Zeitungen auf die in der Berichterstattung verwendeten Metaphern untersucht werden. Die Zeitungsartikel liegen in Printform aus dem Pressearchiv der Universität Leipzig vor. Die Zählereinheit ist jeder Nachrichtenartikel. Das Kriterium für die Auswahl eines Artikels ist, dass er das deutsche Wort für Flüchtlinge/Geflüchtete/Flihende enthalten muss, einschließlich Modifikationen, Synonymen, Singular und Plural, oder auf andere Weise die Flüchtlingsfrage als Hauptthema des Artikels hat. Visuelle Ergänzungen und Bildunterschriften werden nicht in die Analyse einbezogen.

Das Thema Geflüchtete wurde besonders von August bis November 2015 stark thematisiert. Jede der ausgewählten nationalen Tageszeitungen veröffentlichte mindestens drei, in der Regel mehr Artikel pro Tag zu diesem Thema. Um eine überschaubare Stichprobe zu erhalten, basiert die Stichprobe auf inhaltlichen Ereignissen. Rund um die sieben wichtigsten Ereignisse, die die Flüchtlingsproblematik im Sommer und Herbst 2015 definieren, wird ein Clustersample gebildet (26. August: Dublin-Abkommen für syrische Geflüchtete wird ausgesetzt, 31. August: Merkel hält ihre Rede *Wir schaffen das*, 6. September: Geflüchtete dürfen ohne Grenzkontrollen nach Deutschland einreisen, 13. September: Deutschland schließt seine Grenzen, 15. Oktober: Verschärfung der Asylgesetze, 5. November: Vereinbarung über Aufnahmemöglichkeiten für schnellere Asylverfahren, 29. November: Kooperationsplan zwischen der EU und der Türkei). Da zwischen dem tatsächlichen Ereignis und der Berichterstattung durch die Medien in der Regel eine Zeitspanne von sechs bis 24 Stunden liegt, erfolgt die Analyse der Berichterstattung an Tag eins und zwei nach diesen Ereignissen. Falls eine Ausgabe einer Zeitung an einem dieser Tage aufgrund von Sonn- oder Feiertagen nicht erschien, wird stattdessen die nächste Ausgabe gewählt, die nach diesem Datum veröffentlicht wurde. Die genannten zentralen Ereignisse wurden einer Zeitleiste entnommen, die von der Konrad-Adenauer-Stiftung definiert wurde.

5. Ergebnisse

Anhand der sieben zentralen Ereignisse der Flüchtlingskrise im Sommer und Herbst 2015 ergibt sich eine Clusterstichprobe. Dies führt zu 14 Daten zwischen dem 27. August und dem 1. Dezember, an denen die Ausgaben jeder der fünf Zeitungen analysiert werden. Aus den insgesamt 70 analysierten Zeitungsausgaben werden 429 Artikel identifiziert, die sich mit der Flüchtlingsthematik befassen. Die meisten Artikel zur Flüchtlingsthematik im Untersuchungszeitraum in absoluten Zahlen finden sich in der SZ (111 Artikel), gefolgt von der Welt (104 Artikel), der FAZ (96 Artikel), der taz (91 Artikel) und der BILD-Zeitung (27 Artikel).

In den 429 analysierten Artikeln finden sich insgesamt 226 metaphorische Ausdrücke zur Flüchtlingsthematik. Es wurde die Metapherndichte berechnet, um zu veranschaulichen, wie oft die verschiedenen Zeitungen Metaphern im Verhältnis zur Anzahl ihrer mit der Flüchtlingsthematik befassten Artikel verwendeten. Die höchste Metapherndichte weist die FAZ mit 84 Prozent auf. In 96 Artikeln wurden hier 82 Metaphern gefunden. Die zweithöchste Metapherndichte findet sich in der Welt (69%), gefolgt von BILD (51%), SZ (34%) und taz (23%). Für die gesamte Stichprobe ergibt sich eine Metapherndichte von 53 Prozent. Die in der Stichprobe gefundenen 226 sprachlichen Metaphern wurden in die ihnen zugrundeliegenden kognitiven Metaphern strukturiert. Dabei wurden acht verschiedene kognitive

Metaphernfelder identifiziert. Fünf davon waren bereits vor der Analyse deduktiv gebildet worden, nämlich Wasser, Naturkatastrophe, Militär, Krankheit, Tier. Zusätzlich zu den fünf Kategorien, die in der Stichprobe bestätigt wurden, wurden die drei Kategorien Dinge, Kriminalität und Katastrophe induktiv gebildet.

Die überwiegende Mehrheit von 168 metaphorischen Ausdrücken (73%) fällt in das kognitive Metaphernfeld Wasser. Tabelle 1 zeigt die Anzahl und den Prozentsatz der Metaphern, den ihnen zugrundeliegenden kognitiven Metaphern zugeordnet.

Tabelle 1
Kognitive Metaphern

	Wasser	Militär	Tiere	Dinge	Natur- katastrophe	Kriminalität, Krankheit, Katastrophe
Anzahl Metaphern	166	23	13	12	7	6
Metapherndichte	73%	10%	6%	5%	3%	3%

Anzahl der gefundenen Metaphern ihren jeweiligen kognitiven Metaphern zugeordnet

Ein genauerer Blick auf die Zusammensetzung der kognitiven Metapher »Wasser« zeigt, dass der in diesem Bereich mit 120 Erwähnungen am häufigsten verwendete Ausdruck die Metapher von einem Strom ist (z. B. Flüchtlingsstrom 10_16sz2, Massenzustrom 8_27welt4, Strom reißt nicht ab 11_6welt6, Versiegen der Flüchtlingsströme 11_16faz4, Migrantenströme 10_16faz2, Geflüchtete strömen 11_16welt6). Der metaphorische Ausdruck der Welle ist mit 29 Erwähnungen der zweithäufigste (z. B. Flüchtlingswelle 9_8faz5, Flutwelle 9_7faz6, Menschenwelle 12_1welt3, Einwanderungswelle 9_15sz8, Wucht der Flutwelle 9_1welt5, zweite Welle 9_15welt10). Ein weiteres Bild, das in der kognitiven Metapher WASSER vorkommt, ist das eines Staudamms oder Kanals mit 8 Erwähnungen (z. B. Flüchtlingsströme eindämmen 9_15welt2, Flüchtlingsströme kanalisieren 9_1sz5, Dammbbruch 9_7faz6, Migrationskanäle 10_16sz2). Die Metapher von Gezeiten wird dreimal erwähnt (z. B. Flüchtlingsstrom abebben lassen 10_16welt8, verebben 8_28faz3). Zusätzlich zu diesen wiederholten Ausdrücken sind weitere ausgefallene Metaphern dem Bereich »Wasser« zuzuordnen (z. B. Stöpsel auf die Flasche kriegen 9_14welt6, Rohrbruch 9_2faz3, Sogwirkung 9_7taz4).

Die anderen kognitiven Metaphern bestehen aus individuelleren, vielfältigeren Ausdrücken, die schwerer zu kategorisieren sind. Zum besseren Verständnis sollen jedoch einige Beispiele angeführt werden.

Die kognitive Metapher »Militär« besteht aus Ausdrücken wie Festung (Festung Europa 9_15taz1), Verteidigung (Geflüchtete abwehren 10_17taz6, Abwehr gegen Flüchtlinge 8_27sz4), Waffen (Migrationswaffen 11_6welt1), Angriff

(Geflüchtete stürmen den Zug 9_1sz2, stürmen die Grenzen 9_1sz2) oder Kampf (bekämpfen 9_1faz7, Kämpfer 8_27faz1).

Die kognitive Metapher »Tiere« besteht aus Metaphern wie Dschungel (hausen im Dschungel 9_1welt8), verkriechen (verkriechen sich 9_15welt12), eingepfercht sein (eingepfercht 9_1faz8), schwärmen (Flüchtlingsschwärme 9_1welt4, Menschenschwärme 9_1faz6), oder sogar Zecken (Zecken 9_7faz8).

Unter die kognitive Metapher »Dinge« fallen Ausdrücke wie verwerten (Geflüchtete verwerten 9_1taz10), verfrachten (Verfrachtete 8_27welt3), Stau (Kette von Rückstaus 9_15sz4) oder Stellschrauben (Stellschrauben 10_16sz4).

Die kognitive Metapher »Naturkatastrophen« wird durch Ausdrücke wie Flut (Wucht der Flutwelle 9_1welt5, überflutet 9_15faz3) oder Hochwasser (Hochwasserdämme sollen uns schützen 9_2taz3) verbalisiert. Mit Ausnahme einer einzelnen Feuermetapher (Europa ist von einem Feuerring umgeben 9_15faz3) kann die Kategorie »Naturkatastrophe« auch als Unterkategorie der kognitiven Metapher »Wasser« angesehen werden.

Um die kontextuellen Umstände analysieren zu können, unter denen die Metaphern verwendet wurden, wurde der Tenor des Artikels anhand des thematischen Schwerpunkts des Artikels kodiert. Die meisten Metaphern finden sich in Artikeln mit einem negativen Tenor bezüglich der Flüchtlingsthematik (81%). An zweiter Stelle finden sich Metaphern in Artikeln mit einem neutralen Tenor (16%), und nur drei Prozent der Metaphern stammen aus Artikeln mit einem positiven Tenor in Bezug auf die Flüchtlingsthematik.

Die Quelle jedes im Text vorkommenden metaphorischen Ausdrucks wird codiert, um die kontextuellen Umstände, unter denen die Metaphern verwendet wurden, vollständig bewerten zu können. Die meisten Metaphern (60%) wurden von den Zeitungen selbst – ohne weitere Erklärung, Reflexion, Zitierung oder Kennzeichnung als persönliche Meinung – verwendet. 18 Prozent der gefundenen Metaphern wurden als Teil einer persönlichen Meinung veröffentlicht. Als persönliche Meinung eingestuft werden diejenigen metaphorischen Äußerungen, die entweder in einem Kommentar veröffentlicht wurden, in dem klar die Meinung eines Autors zum Ausdruck gebracht wurde, oder andere Formen persönlicher Äußerungen. Weitere 17 Prozent der gefundenen Metaphern wurden von klar identifizierbaren Politikern, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens oder Bürgern zitiert. Außerdem wurden fünf Prozent der Metaphern in den Artikeln verwendet, um deren Nutzung im Sprachgebrauch zu reflektieren.

6. Interpretation

Grundsätzlich scheint es einen Zusammenhang zwischen der politischen Linie der Zeitungen und ihrem Gebrauch von Metaphern zu geben, wenn man die

Metapherndichte und die gewählten Metaphern berücksichtigt. Zeitungen, die weiter rechts im liberal-konservativen Spektrum (*BILD*, *FAZ*, *Welt*) liegen, weisen eine höhere Metapherdichte auf als die weiter links (*SZ*, *taz*). Die Analyse des Tenors der Artikel bestätigt die Ergebnisse früherer Studien, dass die meisten Metaphern in Artikeln mit negativem Tenor gefunden wurden. Man muss jedoch bedenken, dass die Mehrheit der Artikel in Bezug auf die Flüchtlingsfrage ohnehin einen negativen Tenor hatte. In Artikeln mit positivem Tenor hat nur *taz* Metaphern veröffentlicht. Dies erlaubt die Interpretation, dass in den Medien unterschiedliche Verwendungsmuster und Motivationen für die Verwendung von Metaphern existieren. Die *taz* ist ein linkes Medium, das sich für Flüchtlinge und ihre Rechte einsetzt. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass die *taz* Metaphern in ihren Artikeln verwendet, um zu unterstreichen, wie zu Unrecht negativ Flüchtlinge von Politik und Gesellschaft gesehen werden. Um ein Beispiel zu nennen: In einem Artikel kritisiert die *taz* scharf die europäische Politik der Isolation und ruft Europa als Festung (9_15taz5) auf, um zu veranschaulichen, wie schwierig es ist, dass Deutschland seine Grenzen schließt – also im Gegensatz zu anderen Medien, die diese Metapher verwenden, in einem eher positiven Kontext.

Darüber hinaus kann ein Blick auf die Metaphernquellen helfen zu verstehen, wozu Journalisten und Journalistinnen die Metapher verwendeten: Zitate und Reflexionen – die beiden Quellen, bei denen die Zeitung nicht die ursprüngliche Quelle der Metapher ist – wurden häufiger in den beiden linksliberalen Zeitungen gefunden. Das deutet darauf hin, dass diese beiden Zeitungen immerhin nicht als Urheber der Metaphern gesehen werden wollen. Die Tatsache, dass jedes Medium mindestens einmal einen Artikel veröffentlicht hat, der sich mit der Verwendung und problematischen Wirkung von Metaphern in der Flüchtlingsthematik befasst, zeigt, dass Journalistinnen und Journalisten im Allgemeinen über die Problematik informiert sind.

Die Tatsache, dass die Wasser-Metapher in den verschiedenen Medien – auch in den linksliberalen – sehr häufig verwendet wird, legt nahe, dass sich diese Metapher bereits in der Alltagssprache etabliert hat. Steuer und Wills (2009: 4) warnen genau vor diesem Naturalisierungsprozess, wonach Metaphern nicht einmal mehr als solche wahrgenommen werden.

Bei der Wasser-Metapher ist zu beachten, dass sie an sich sowohl positiv als auch negativ sein kann. Wasser kann sowohl lebensspendend als auch lebensbedrohlich sein. Die speziellen metaphorischen Ausdrücke und der Kontext, in dem sie in der Untersuchung gefunden wurden, unterstützen hier jedoch eine negative Interpretation der Wassermetapher als Kennzeichnung von etwas Bedrohlichem: Eine hohe Welle ist eine plötzliche Naturkraft, die vom Menschen nicht gestoppt werden kann. Ein Strom ist etwas Kraftvolles, Mächtiges, eine Überflutung ist in der Regel etwas Unwillkommenes und Unkontrollierbares.

So begünstigt die Wasser-Metapher die Wahrnehmung von Geflüchteten als eine unerwünschte Katastrophe oder unkontrollierbare, überwältigende, unaufhalt-same Kraft. Sie macht die Geflüchteten zu einer anonymen Masse ohne Gesicht.

Welche Bedeutungen und Implikationen haben die gefundenen kogniti-ven Metaphern insgesamt? Alle gefundenen kognitiven Metaphern haben gemeinsam, dass sie mit Gegensätzen arbeiten und dass sie Geflüchtete als eine gemeinsame Bedrohung darstellen, die Europa überfordert. Sie machen Individuen zu einer homogenen Masse, anstatt ihnen die Gelegenheit zu geben, über ihre Erfahrungen zu sprechen. Geflüchtete werden nicht als aktive Akteure wahrgenommen. Zudem entmenslichen die gefundenen Metaphernthemen die Geflüchteten und schließen sie damit aus der In-Group aus.

Dieses Framing stellt die nach Europa kommenden Geflüchteten als bedroh-liches Phänomen dar. Bilder von Verbrechen, Krankheiten, Naturkatastrophen und Wassermassen lassen darauf schließen, dass Geflüchtete nicht schutz-bedürftig seien, sondern vor denen umgekehrt sich Europa schützen müsse. Militärische Metaphern transportieren die Botschaft, wir befänden uns in einem Kampf mit den Geflüchteten. Deutschland und Europa werden zu Opfern der Situation – in Gefahr, überflutet und angegriffen zu werden. Eine Verdrehung der Verhältnisse, sind doch die Geflüchteten diejenigen, die vor dem Krieg flie-hen.

Glaubt man dieser medial vermittelten Bedrohung, sind Europa und Deutsch-land dazu aufgerufen, sich zu verteidigen und zu retten. Die in der Bericht-erstellung verwendeten kognitiven Metaphern liefern sogar die Lösungen und Anweisungen dazu mit (Flüchtlingsströme eindämmen 9_15welt2, Massenzu-strom kanalisieren 9_15faz9, Stöpsel wieder auf die Flasche kriegen 9_15faz12, Geflüchtete abwehren 10_17taz6, Grenzen wie Hochwasserdämme 9_2taz3, 9_2taz8, an der Front bekämpfen 9_1faz2). Auf die Politik übertragen bedeutet dies eine Politik der Isolation und Abschiebung. Dies fördert das Bild von einer nationalen In-Group gegenüber einer feindlichen Out-Group.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass in allen analysierten Mainstream-Medien überwiegend negative Metaphern in Bezug auf die Flüchtlingsthematik gefunden wurden. In den konservativeren Zeitungen sind diese stärker ver-treten. Auffallend ist, dass die Wassermetapher im Gegensatz zu den anderen kognitiven Metaphern von allen Medien zahlreich und konsequent verwendet wird, sodass sie sich bereits in der Alltagssprache etabliert zu haben scheint. Dies macht deutlich, dass derartige Redewendungen nicht mehr nur auf der rechten Seite des politischen Spektrums existieren. Sie haben ihren Weg in den allge-meinen gesellschaftlichen Diskurs gefunden. Die Debatte auch schon während der Ereignisse im Jahr 2015 war von einer Sprache geprägt, die keineswegs eine soli-darische Politik für Geflüchtete begünstigte.

7. Fazit

»The nature of society is measured in part by the kind of metaphors it induces or allows ... by our metaphors you shall know us.« (Barnes 1992: 12)

Metaphern haben die Kraft, unsere Wahrnehmungen zu strukturieren. Ihre wiederholte Verwendung im Mediendiskurs kann zu voreingenommenen Meinungen führen. Die Wassermetapher macht Geflüchtete zu einer gesichtslosen Masse. Die militärische Metapher macht Geflüchtete zu einer Gefahr, und Tier- und Ding-Metaphern machen sie unmenschlich. Tatsächlich sind Menschen – Männer, Frauen, Kinder –, die nach Europa fliehen, meist hilfsbedürftige Opfer eines Krieges. Sie sind Individuen mit einer Geschichte, mit Träumen, Hoffnungen und Wünschen. Im Gegensatz zu den verwendeten Metaphern ist Europa kein Boot, das ab einem bestimmten Punkt untergeht, und auch keine Festung, die Menschen nicht aufnehmen kann. Ausgangspunkt der Untersuchung war die Annahme, dass Metaphern, wie oft in der Einwanderungsdebatte, auch im Jahr 2015 Teil des Mediendiskurses über Geflüchtete gewesen sind. Und dass diese Metaphern die Macht haben können, Vorurteile der Leserschaft über Geflüchtete zu begünstigen. Die Studie zeigt, dass neben der allgegenwärtigen Wassermetapher sieben weitere kognitive Metaphern wiederholt verwendet wurden. Diese Metaphern waren diskriminierend, unterteilten die Menschen in eine In- und Outgroup oder sprachen den Geflüchteten sogar ihre Menschlichkeit ab.

Vor allem die geringe Sensibilität für die Macht der Metaphern in Medien und Öffentlichkeit ist problematisch. Metaphern sollten nicht unkritisch akzeptiert werden. Aber sie werden sie oft gar nicht als solche erkannt und finden ihren Weg in die Alltagssprache, in unsere Denkmuster und durch sie in unsere Einstellungen, unser Verhalten und in die Politik.

Deshalb müssen wir den Mustern der Metaphern, die in unserem öffentlichen Diskurs zum Tragen kommen, mehr Aufmerksamkeit schenken – Metaphern, die andere systematisch reduzieren und Feindbilder konstruieren. Indem wir andere reduzieren, reduzieren wir uns selbst. Durch mehr kritisches Bewusstsein für die Macht der Metapher könnte der oder die Einzelne wie auch die Medien diesen Prozess reflektieren. Ob Journalisten, Politikerinnen oder Bürger – es ist wichtig, den eigenen Sprachgebrauch zu reflektieren und sich die Frage zu stellen, ob bestimmte Ausdrücke gewisse Gruppen und Personen stigmatisieren oder diskriminieren.

Während die Flüchtlingskrise in eine neue Phase übergeht, stehen die Medien vor einer neuen Herausforderung. Politik, Organisationen und Wissenschaft müssen die Medien bei dieser Herausforderung unterstützen. Was jetzt für eine erfolgreiche Integration der Geflüchteten benötigt wird, ist eine Politik, die

nicht auf der Angst vor dem Unbekannten beruht. Weniger Entmenschlichung, Diskriminierung und Abschottung käme nicht nur den Geflüchteten zugute. Die Aufnahmeländer könnten sich dadurch der Idee öffnen, dass sie von der Flüchtlingsflut in ihren Köpfen auch kritisch lernen können.

Über die Autorin

Carolin Fischer (*1993) hat einen Masterabschluss in Global Mass Communication an der Universität Leipzig und einen Masterabschluss in Journalistik an der Ohio University in Athens (USA). Kontakt: caro-fischer@kabelmail.de

Literatur

- Abid, Raith; Manan, Shakila; Rahman, Zuhair: ›A flood of Syrians has slowed to a trickle‹. The use of metaphors in the representation of Syrian refugees in the online media news reports of host and non-host countries. In: *Discourse & Communication*, 11, 2017, S. 121-140
- Almstadt, Esther: Flüchtlinge in den Printmedien. In: Ghaderi, C.; Eppenstein, T. (Hrsg.): *Flüchtlinge*. Wiesbaden [Springer Fachmedien] 2017, S. 185-201
- Barnes, Trevor J. (Hrsg.): *Writing worlds. Discourse, text and metaphor in the representation of landscape*, London [Routledge] 1992
- Bos, Linda; Lecheler, Sophie; Mewafi, Moniek; Vliegenthart, Rens: It's the frame that matters. Immigrant integration and media framing effects in the Netherlands. In: *International Journal of Intercultural Relations*, 55, 2016, S. 97-108
- Burgers, Christian; Konijn, Elly A.; Steen, Gerard J.: Figurative Framing. Shaping Public Discourse Through Metaphor, Hyperbole, and Irony. In: *Communication Theory*, 26, 2016, S. 410-430
- Deignan, Alice: *Metaphor and corpus linguistics*. Vol. 6. Amsterdam [Benjamins] 2005
- Der Bundeswahlleiter: Bundestagswahl 2017. In: *Der Bundeswahlleiter*, 2017. <https://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahlen/2017/ergebnisse/bund-99.html> [16.03.18]
- Esses, Victoria M.; Medianu, Stelian; Lawson, Andrea S.: Uncertainty, Threat, and the Role of the Media in Promoting the Dehumanization of Immigrants and Refugees. In: *Journal of Social Issues*, 69, 2013, S. 518-536
- Georgiou, Zabarowski: *Media coverage of the »refugee crisis«: A cross-European perspective*. Strasbourg [Council of Europe Report] 2017
- Grabe, Maria E.; Bucy, E. P.: *Image bite politics. News and the visual framing of elections*. Oxford, New York [Oxford University Press] 2009

- Hansen, Anders: *Mass communication research methods*. Basingstoke, Hampshire [Macmillan] 1998
- Hemmelmann, P.; Wegner, S.: »Refugees in the media discourse. Patterns of Coverage in German Media.« In: *Television*, 30, 2017, S. 4-12
- Herrmann, Friederike: »Das Märchen vom überkochenden Brei. Narrative in der medialen Berichterstattung zum Flüchtlingsthema im Herbst 2015.« In: *Communicatio Socialis*, 49, 2016a, S. 6-20
- Herrmann, Friederike: »Von der Willkommenskultur zum Problemdiskurs. Wie Medien zwischen April 2015 und Juli 2016 über Flüchtlinge berichten.« In: *merz zeitschrift für medien und erziehung*, 60, 2016b, S. 12-19
- Kepplinger, Hans M.: *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*. Vol. 24. Freiburg (Breisgau) u.a. [Alber] 1998
- Kövecses, Zoltán; Benczes, Réka: *Metaphor. A practical introduction*. Oxford, New York [Oxford University Press] 2010
- Konrad Adenauer Stiftung: Flüchtlingskrise 2015 bis heute. In: *Adenauer Campus*, <https://www.adenauercampus.de/zeitmaschine-fluechtlingskrise> [01.07.2018]
- Krennmayr, Tina: What Corpus Linguistics Can Tell Us About Metaphor Use In Newspaper Texts. In: *Journalism Studies*, 16, 2014, S. 530-546
- Lakoff, George; Johnson, Mark: *Metaphors we live by*. Chicago, Ill. [Univ. of Chicago Press] 1980
- Maurer, Marcus; Jost, Pablo; Haßler, Jörg; Kruschinski, Simon: Auf den Spuren der Lügenpresse. In: *Publizistik*, 64, 2019, S. 15-35
- Mayring, Philipp: *Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution*, Klagenfurt 2014. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-395173>
- Pinelli, Erica: The role of metaphor and metonymy in framing terrorism. The case of the Beslan school siege in the Russian media. In: *Metaphor and the Social World*, 6, 2016, S. 134-155
- Pragglejaz Group: MIP. A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse. In: *Metaphor and Symbol*, 22, 2007, S. 1-39
- Richardson, John E.: *Analysing newspapers. An approach from critical discourse analysis*. Basingstoke [Palgrave Macmillan] 2007
- Scheufele, Bertram; Jörg Matthes. Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten. In: *Publizistik*, 53, 2008, S. 299-300
- Schmitt, R.: Systematic Metaphor Analysis as a Method of Qualitative Research. In: *The Qualitative Report*, 10, 2005, S. 358-394
- Steen, Gerard; Dorst, Aletta G.; Herrmann, J. B.: *A method for linguistic metaphor identification. From MIP to MIPVU*. Vol. 14. Amsterdam [Benjamins] 2011
- Steuter, Erin; Wills, Deborah: *At War with Metaphor. Media, Propaganda, and Racism in the War on Terror*. Lanham [Lexington Books] 2009

Essay

Friederike Herrmann / Ilka Quindeau

Wie die Inszenierung Greta Thunbergs den Generationenkonflikt entschärft

Eine Analyse latenter Frames im Mediendiskurs

Abstract: Die Klimaproteste sind Jugendproteste. Doch im Unterschied zu früheren Protesten werden sie nicht als Generationenkonflikt empfunden und ausgetragen, obwohl die Verantwortung der Älteren unübersehbar ist. In dieser Konstellation kommt der Medienfigur Greta Thunberg eine wichtige sozialpsychologische Funktion zu: In der Ikone der Klimabewegung wird der Generationenkonflikt stellvertretend gleichzeitig inszeniert und verdeckt. Greta formuliert den Konflikt, klagt die Politik, aber auch ganz allgemein die älteren Generationen an. Die Öffentlichkeit reagiert darauf mit einer Idealisierung Gretas – zum Teil aber auch mit deren Abwertung. Beides kann gleichermaßen dazu dienen, die tatsächliche Dramatik des Konfliktes abzuwehren und die eigene Verantwortung für die Zerstörung der Lebensgrundlagen auszublenden. Diese Ausblendung führt dazu, dass der Protest der Jugendlichen ins Leere läuft, an den Umarmungen durch die älteren Generationen erstickt.

Greta Thunberg ist eine bemerkenswert langlebige Medienfigur. Das ist umso erstaunlicher, als ihr alle Merkmale eines Medienstars fehlen: Weder besitzt sie Glamour, noch produziert sie Skandale, und auch das Charisma eines Studentenführers wie Rudi Dutschke ist ihr nicht eigen. Dem lustvollen Grusel an Untergangsszenarios setzt sie ihre nüchterne Art entgegen. Allenfalls ihr Segeltörn über den Atlantik im Sommer 2019 nach New York könnte als spektakulär gelten – aber den langfristigen Medienhype erklärt das nicht. Alles, was die Medienfigur Greta zu bieten hat, ist spröde Wissenschaft und ein Problem, das von uns allen eine grundlegende Veränderung unseres Lebensstils, ja, Verzicht verlangt. Mit so etwas gewinnt man die Massen normalerweise nicht.

Mit dem gängigen Setting der Nachrichtenwerte lässt der Erfolg der Medienfigur Greta sich nicht fassen. Warum dann dieser andauernde Hype? Welche Bedürfnisse des Publikums bedient diese Medienfigur? Warum immer noch Greta?

Wenn vorhandene Theorien oder Modelle der Wissenschaft nicht greifen, schlägt der Semiotiker Peirce vor, zur Gewinnung neuer Einsichten den Zugang der Abduktion zu wählen. So löst er das philosophische Problem des Neuen in der Wissenschaft, das sich weder durch Deduktion von einer Theorie noch durch Induktion innerhalb vorhandener Konzepte erkennen lässt. Die intuitive Entwicklung von Hypothesen wird durch die Abduktion reflektiert, systematisch und überprüfbar in den Forschungsprozess eingebunden. Wir haben diesen Zugang gewählt, weil wir als Erklärung für die hartnäckige Präsenz der Medienfigur Greta einen »latenten Frame« vermuten, einen Frame, der im Diskurs über sie enthalten, aber weder dem Publikum noch den Journalistinnen und Journalisten bewusst ist: Unsere Hypothese ist, dass ein Generationenkonflikt, der eigentlich in der Klimadebatte steckt, durch die spezifische Inszenierung der Medienfigur Greta Thunberg entschärft oder sogar vermieden wird.

Das für die Kommunikationswissenschaft innovative Konzept der »latenten Frames« unterscheidet sich von den im Fach verbreiteten Ansätzen des Framings, wie sie beispielsweise Entman (1993) entwickelt hat. Anders als diese sind latente Frames nicht direkt aus der Oberfläche des Textes ableitbar und darum weder durch Induktion noch durch Deduktion zu gewinnen (genauer hierzu und zum Folgenden Herrmann 2020). Diese latenten Frames stecken vielmehr in der Gesamtheit einer medialen Inszenierung oder eines gesellschaftlichen Diskurses und bleiben oft unbewusst. Sie entstehen performativ aus der Kommunikationsszene zwischen Medienbeiträgen und Publikum. Faktoren wie das Ausmaß der Berichterstattung oder auch das Nichtgesagte, das, was ausgeblendet wird oder zwischen den Zeilen steht, können hier eine entscheidende Rolle spielen. Der Ansatz knüpft damit an das ursprüngliche Framing-Modell von Erving Goffman an, dessen »Rahmen-Analyse« die Interaktionen der Kommunikationspartner im Alltag bewusst macht (Goffman 2016). Es ist das Konzept einer kritischen und aufklärerischen Wissenschaft, die aus der Bewusstmachung der Routinen des Alltags neue Handlungsoptionen gewinnen will. Das gilt für die direkte Kommunikation ebenso wie für die indirekte Kommunikation zwischen Medienbeiträgen und Publikum.

Zurück zu Greta. Im Zentrum der Berichterstattung steht fast immer: ihre Person. Der Klimawandel kommt in der Regel nur am Rande vor und wird allenfalls ausgiebiger thematisiert, wenn Greta Thunberg selbst in einem der seltenen Interviews Gelegenheit dazu erhält (Lobenhofer 2019). Meist aber geht es in den Medienberichten um Gretas Glaubwürdigkeit, ihr Verhalten, ihre Persönlichkeit, ihr Aussehen, ihre Krankheit und ihre Familie.

Markantes Beispiel für diese Personalisierung reinsten Fahrwassers war die Posse um Greta Thunbergs Fahrt mit der deutschen Bahn im Dezember 2019. Greta hatte nach der Weltklimakonferenz in Madrid getwittert »Endlich auf dem Weg nach Hause« und dazu ein Foto, auf dem sie zwischen ihren Koffern im Gang auf dem Boden sitzt: »Mit überfüllten Zügen durch Deutschland reisend«. Die Deutsche Bahn konterte umgehend: »[...] Noch schöner wäre es gewesen, wenn Du zusätzlich auch berichtet hättest, wie freundlich und kompetent Du von unserem Team an Deinem Sitzplatz in der ersten Klasse betreut worden bist.« Es ging ein Aufruhr durch die sozialen Medien: War das Foto gestellt, wie die Bahn suggerierte, saß Greta in Wirklichkeit bequem in der ersten Klasse und ließ sich dort bedienen? Oder hatte die chronisch überfüllte Bahn womöglich, um des Images willen, diesem besonderen Gast angesichts der Überfüllung angeboten, in die erste Klasse zu wechseln, was normal Sterblichen verwehrt ist? In den sozialen Medien brodelte es, Greta-Gegner und -Anhänger lieferten sich ein Gefecht, angefeuert noch durch die Dauerdebatte um die Bahn. »Deutsche rasten aus«, schrieb vergnügt die *taz* aus Berlin (Asmuth 2019). Am Ende stellte sich heraus: Der Twitterer der Bahn war schlecht informiert. Greta hatte ihren Anschlusszug mit reserviertem Platz in der Ersten Klasse wegen einer Verspätung der Bahn nicht erreichen können, das Foto war echt. Aber Greta hatte gar nicht die Bahn anprangern wollen und schrieb: »Überfüllte Züge sind großartig. Denn das zeigt, dass die Nachfrage nach Zugreisen hoch ist.«

Das Hochkochen dieser banalen Szene ist symptomatisch für den Hype um Greta. Die Charakterfrage, die Frage ob sie wirklich konsequent und glaubwürdig ist, scheint wichtiger als das Thema, für das sie steht: als der Klimawandel. Sie selbst hat es beim Weltwirtschaftsgipfel in Davos angesprochen: Man höre zwar ihr zu, aber nicht den Wissenschaftler_innen. Die Debatte ist verschoben – weg vom Klima, hin zur Person Greta.

Viele Medienberichte suggerieren, dass Greta diese Gesellschaft spalte – in jene, die sie verehren oder auch übermäßig idealisieren, und jene, die sie kritisieren oder auch abwerten. Für beides finden sich zahllose Beispiele: Eine idealisierende Betrachtung feiert sie als Weltenretterin und Heldin, als Idol der Jugend und Hoffnungsgestalt. Sie wird verglichen mit Maria, der der Engel erschien, mit Cassandra und Jeanne d’Arc und dem Kind, das ausspricht, was alle wissen, aber keiner sagt: Der Kaiser ist ja nackt (Lobenhofer 2019: 45).

Neben jenen, die sie »loben und betwittern« (ebd. 58), gibt es jene, die Greta für maßlos überschätzt halten. Sie beklagen ihre Arroganz und Radikalität, nennen sie »rabiāt« und ein »verwöhntes, überdrehtes Kind«, das einem »Klimaabsolutismus« (ebd.: 52) das Wort rede und von den Mühen praktischer Politik keine Ahnung habe. Im Übrigen dramatisiere sie, so schlimm werde es schon nicht kommen. Und überhaupt: »Wenn Greta Thunberg behauptet, sie sei um ihre Jugend betrogen worden, dann sage ich: Diese Generation hat die beste

Jugend gehabt, die es jemals überhaupt auf diesem Kontinent gegeben hat«, erklärte der CDU-Politiker Friedrich Merz (merkur.de 2020).

Interessanterweise verläuft diese Spaltung in Greta-Befürworter und -Kritiker_innen aber nicht unbedingt entlang der politischen Lager. So findet sich eine der heftigsten Kritiken in der linksalternativen *taz*, die das Mädchen als neurotische Mittelstandsgöre beschreibt (Feddersen 2019), während die *BILD*-Zeitung und *Die Welt* Greta auch feiern. Die meisten Zeitungen haben hier keine eindeutige Haltung, unter den jeweiligen Redakteurinnen und Redakteuren finden sich Greta-Anhänger wie auch ihre Gegner (Lobenhofer 2019: 67f).

Idealisierung und Abwertung können auch als zwei Seiten der gleichen Medaille verstanden werden. Das legt die tiefergehende Analyse einer Seite Drei der *Süddeutschen Zeitung* nahe (Strittmatter 2019). Auf den ersten Blick ist dieser Artikel auf der Textoberfläche sehr wohlwollend: Er zeichnet Gretas Weg vom ersten Streik zu der bewundernswerten weltweit gehörten Klimamahnerin nach. Den roten Faden bildet Gretas Krankheit. Es wird gezeigt, welch Segen ihr Engagement fürs Klima für die eigene Entwicklung war. Das gipfelt in einem Satz des Vaters: »Wir sind einfach so glücklich, dass es ihr gut geht.« Vor einem Jahr habe er sich noch gefragt, ob seine Tochter je in der Lage sein würde, für sich selbst zu sorgen. Diese Zuversicht und Freude steht in seltsamem Kontrast zum Thema der Greta Thunberg, der Klimakatastrophe. Zitiert wird der letzte UN-Bericht mit seiner Aussage, dass wir, wenn wir »nur mehr elf Jahre entfernt von dem Punkt [seien], an dem alles kippt, von dem an unsere Erde sich bis zur Unkenntlichkeit verändern wird.« Kann man dann eigentlich noch so zukunfts-freudig sein wie Gretas Vater? Ja, wenn das Klima nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Wir haben diesen Artikel in einem Seminar diskutiert: Zunächst reagierten die Studierenden mit erwartbaren Aussagen wie: Greta Thunberg sei wirklich ein bewundernswertes Mädchen und das Thema Klima sehr wichtig. Das Bild änderte sich plötzlich, als wir die Ebene Interaktionen untersuchten, die Kommunikationsszene, die dieser journalistische Beitrag evoziert (Lorenzer 1976). Plötzlich stand ein ganz anderes Gefühl im Vordergrund: Hinter der Bewunderung versteckte sich Ärger. Ärger über die moralische Absolutheit der Greta Thunberg, Ärger über den Hype, der um sie entstanden ist, Ärger, weil man ein schlechtes Gewissen hat, da man weiterlebt wie bisher und das eigentlich auch nicht ändern will.

Die Person Greta Thunberg ist eine Provokation. Und Idealisierung wie Abwertung der Medienfigur könnten unbewusst dem gleichen Zweck dienen: Sich die Mahnungen der Greta Thunberg fern zu halten, Distanz zu schaffen, Schuldgefühle zu mindern. Schon in der banalen Auseinandersetzung um die Reise in der deutschen Bahn scheint die Frage durch, ob Greta wirklich konsequenter und moralischer ist als die meisten anderen?

Auch die große Bedeutung, die Gretas Krankheit in sehr vielen Berichten zugewiesen wird, könnte der Abwehr von Schuldgefühlen dienen. Tenor: Greta Thunberg kann sich nicht in die üblichen Ausflüchte retten, die wir Klimasünder_innen bereithalten, denn sie hat »das Asperger-Syndrom. Sie kann Fakten nicht verdrängen, die zunehmende Erderwärmung, die steigenden CO₂-Emissionen und die viel zu zaghaften politischen Maßnahmen«, wie es, durchaus wohlwollend, ein Artikel der *Süddeutschen Zeitung* formuliert (Vorsamer 2019). Auch das kann einer Entlastung dienen: Greta ist nicht ganz von dieser Welt, stellvertretend prangert sie in ihrer krankheitsbedingten Radikalität an, was wir normal Sterblichen ganz menschlich verdrängen. Die Brisanz des Themas ist damit gleichzeitig formuliert und ferngehalten. Als müsse man das Asperger-Syndrom haben, um die Fakten zu erkennen.

An dieser Stelle noch einmal zusammengefasst: Durch die Personalisierung des Klimakonfliktes in der Person Greta Thunberg kann die Dramatik des Themas unbewusst abgewehrt werden. In der Idealisierung und Identifikation mit Greta und dem Protest kann unbewusst eigene Verantwortung verleugnet werden. Wer protestiert ist nicht schuld. Diese Abwehr kann aber ebenso durch die Abwertung Greta Thunbergs geschehen, indem ihr Übertreibung und Radikalismus unterstellt wird. Wir finden hier Frames auf verschiedenen Ebenen: Auf einer konkreten Ebene wird Greta Thunberg entweder als Heilsbringerin oder als überdrehtes Kind geframt. Beides mündet in einen latenten Frame, der sich in der Aussage verdichten lässt: Wir müssen nicht in Panik geraten und uns auch nicht schuldig fühlen. Dieser Frame steckt in der Kommunikationsszene (Lorenzer 1976), die die Berichterstattung evoziert und die sich in der oben beschriebenen affektiven Reaktion der Studierenden zur Seite Drei der *Süddeutschen Zeitung* manifestiert hat.

Die Ausblendung des Generationenkonfliktes

Mit dieser Abwehr der dramatischen Fakten des Klimawandels geht aber, so unsere Hypothese, auch die Entschärfung eines zweiten Konfliktes einher: des Generationenkonfliktes, der in der Klimadebatte steckt.

Der Protest ging von der Jugend aus und wird in erster Linie von Schüler_innen und Studierenden getragen. Bei der Europawahl 2019 wählten 35 Prozent der 18- bis 24-jährigen die Grünen und damit eine entschiedene Klimapolitik. In der Generation der 60- bis 69-jährigen, der Gründergeneration der Grünen, waren es nur 17 Prozent. Was Wunder: Die Folgen des Klimawandels wird die junge Generation in weitaus dramatischerem Umfang erfahren als die Älteren. Doch wird der Konflikt ums Klima eher selten als Generationenkonflikt empfunden.

Vor etwa 40 Jahren war dies anders. Der bekannte, gesellschaftspolitisch engagierte Psychoanalytiker Horst-Eberhard Richter reflektierte seine Haltung zur protestierenden Jugend zu Beginn der 1980er-Jahre (Richter 1983). »Als älterer Mann kann ich nicht über die Jugend sprechen wie ein neutraler Experte über irgendein psychosoziales Problem. Die heutige Jugend zu studieren bedeutet, mich zugleich mit meiner eigenen Jugend auseinanderzusetzen. Muß ich neidisch sein, weil ich unerfüllten Wünschen nachtrauere, die die jungen Leute heute freier ausleben? Oder muß ich sie bedauern, weil ihre Zukunftsaussichten wenig ermutigend scheinen? Wie nahe fühle ich mich überhaupt dieser Generation? Was von mir finde ich in diesen jungen Menschen wieder? Oder sind sie mir und bin ich ihnen eher fremd geworden?« (Richter 1983: 1)

Richter nimmt dabei eine selbstkritische Haltung ein und setzt sich ins Verhältnis zu den Jugendlichen, die sich Ende der 1970er-, Anfang der 1980er-Jahre gegen das atomare Wettrüsten, die Nutzung der Atomenergie und das Waldsterben engagierten. Die älteren Generationen wurden dabei als Teil des Problems wahrgenommen und fundamental angegriffen. Richter fährt fort:

»Es heißt, wir, die Etablierten, zerstörten die Zukunft. Wir gefährdeten den Frieden. Wir vernichteten die Umwelt. Und wir stützten uns auf eine zum Scheitern verurteilte expansionistische Wirtschaftsphilosophie. Wir Älteren erleben, daß uns Angst, Verzweiflung und Empörung entgegenschlagen. Wir müssen uns angegriffen fühlen, weil wir angegriffen werden.« (ebd.: 2)

Inzwischen scheint sich das Szenario grundlegend gewandelt zu haben: Angegriffen werden meist nicht die älteren Generationen insgesamt, sondern nur die Eliten aus Politik und Wirtschaft. Und ungezählte Erwachsene schließen sich dem Protest der Jugendlichen an, gründen nach dem Vorbild der »Fridays for future« »scientists for future«, »psychologists for future«, »Omas for future« und ähnliches mehr. Dies geschieht zweifellos in dem Wissen, dass der Klimawandel eine nicht abzuweisende Realität darstellt und das Engagement gegen die ökologische Bedrohung dringend notwendig ist. Doch kann dies durch umstandslose Identifizierung mit dem Protest der Jugendlichen erfolgen? Ist es nicht vielmehr so, wie Richter es damals formulierte, »dass wir uns angegriffen fühlen müssen, weil wir angegriffen werden«?

Doch viele Erwachsene fühlen sich offenbar in diesen Tagen gar nicht angegriffen. Im Unterschied zu den früheren Jugendprotesten wird der Klimaprotest nicht als Generationenkonflikt ausgetragen. Dabei haben die älteren Generationen mit ihrem konsumorientierten Lebensstil und dem auf stetiges Wachstum ausgerichteten, kapitalistischen Wirtschaftssystem zur drohenden ökologischen Katastrophe beigetragen – sei es durch aktive Unterstützung oder passive Duldung. Unabweisbar ist jedenfalls die Verantwortung der älteren Generationen

für den gegenwärtigen Zustand dieser Welt. Die konkrete Anklage der Jugendlichen indes bleibt meist aus. Zumindest wird sie nicht an die Älteren insgesamt gerichtet, sondern an einzelne Entscheidungsträger_innen in Politik und Wirtschaft. Der Konflikt zwischen den Generationen wird damit nicht wirklich thematisiert. Das Eltern-Kind-Verhältnis der Gegenwart bleibt weiterhin vorwiegend harmonisch, wie es auch die Shell-Studie 2019 empirisch belegt.

In diesem Zusammenhang scheint die mediale Inszenierung von Greta Thunberg als zentraler Figur der Klimaproteste eine wichtige sozialpsychologische Funktion zu erfüllen, die die Dethematisierung des Generationenkonfliktes ums Klima ermöglicht. Der Konflikt zwischen den Generationen wird an »Greta« als Medienfigur delegiert. Greta klagt stellvertretend die Eliten aus Politik und Wirtschaft an, nicht aber ihre Eltern, von denen sie vielmehr unterstützt wird. Die Rettung der Welt wird – wieder einmal – von einem Kind erhofft. Diese messianisch anmutende Inszenierung bietet den älteren Generationen die Möglichkeit, sich von Schuldgefühlen zu entlasten, ohne wirklich etwas ändern zu müssen. Es ist inzwischen unabweisbar, dass die ökologischen Zerstörungen ein Ausmaß erreicht haben, das sich nicht durch kosmetische Veränderungen wie den Verzicht auf eine Flugreise in den Urlaub oder die Verwendung von Gemüseketten und Brotbeutel – so vernünftig dies selbstverständlich auch ist – stoppen lässt. Notwendig ist vielmehr eine grundlegende Umgestaltung unserer Lebensweise und des damit verbundenen Wirtschaftssystems.

Diese Einsicht ist so bestürzend und bedrohlich, dass sie abgewehrt werden muss, um psychisches Funktionieren zu ermöglichen. Nur eine mediale Figur wie Greta mit ihrer psychischen Besonderheit scheint davon ausgenommen. Das Asperger-Syndrom verhindere die Möglichkeit dieser psychischen Abwehr; sie könne nicht »verdrängen«, wie verschiedene Medien berichten. In dieser Lesart scheint ihr die Krankheit übermenschliche Kräfte zu verleihen, mit der sie der Realität furchtlos ins Auge blicken kann. Dies können Menschen ohne diese Erkrankung – so der mögliche Subtext dieser Inszenierung – nicht so einfach, sie müssen sich auf die ein oder andere Weise entlasten. Diese Entlastung kann sowohl die Form der Idealisierung von Greta als auch von Abwertung annehmen. Beides dient jedoch gleichermaßen dazu, die eigene Verantwortung zu negieren. Problematisch ist zudem die sogenannte Parentifizierung der jungen Generation: Die Jugendlichen übernehmen gleichsam an Stelle ihrer Eltern die gesellschaftliche Verantwortung, was eine Art von Umkehr der Generationen darstellt.

Die Figur Greta erfüllt dabei eine bedeutsame kollektive Funktion: Sie ist Austragungsort eines Generationenkonfliktes, der gleichzeitig in dieser Medienfigur inszeniert und verdeckt wird. Der eigentliche Konflikt in seiner schwer erträglichen Dramatik, schuld zu sein an der zunehmenden Zerstörung der natürlichen Lebensgrundlagen, kann auf diese Weise ausgeblendet werden. Diese Ausblendung führt allerdings dazu, dass der Protest der Jugendlichen ins Leere läuft, an

den Umarmungen durch die älteren Generationen erstickt. Die inzwischen seit einhalb Jahren laufenden Proteste führten zwar zu Einladungen zu hochrangigen Konferenzen wie der UN-Vollversammlung oder des Weltwirtschaftsforums in Davos, die protestierenden Jugendlichen werden hofiert und angehört, es erfolgen aber keinerlei Veränderungen in der konkreten Klimapolitik. Zu befürchten ist eine umfassende Politikverdrossenheit dieser Jugendlichen angesichts ihrer Erfolglosigkeit, ein dramatisches Schwinden ihres Vertrauens in die Demokratie und damit einhergehend das Erstarken autoritärer Strukturen.

Ausblendung von Verantwortung:
Verdrängung, Verleugnung, Spaltung?

Um diese Frage des Umgangs mit der gesellschaftlichen Verantwortung zu entfalten, werfen wir noch einmal einen Blick zurück in die Vergangenheit: Bereits in den 1980er-Jahren stellte sich das Problem der Verdrängung existentieller Bedrohung, auf das die ältere Generation durch den Protest der Jugendlichen aufmerksam gemacht wurde. Richter situiert die Verantwortung auf der Seite der älteren Generation und kritisiert deren Abwehrversuche:

»Aber die Heftigkeit, mit der die gereizten Älteren reagieren, beweist ihre Betroffenheit. Fühlen sie sich etwa deshalb gefährdet, weil ihnen die erregten Jungen nur vorführen, was sie selbst mühsam verdrängen? Wollen sie die jugendlichen Demonstranten disziplinieren, um in Wirklichkeit ihr inneres Gleichgewicht zu schützen?« (Richter 1983: 3)

Und heute? Anstelle der Disziplinierung der protestierenden Jugend identifiziert man sich mit ihr. Nur selten wird der Generationenkonflikt bei diesem Thema deutlich formuliert. Geschieht dies doch einmal, scheint es umgehend wieder ungeschehen gemacht werden zu müssen. So war es beim sogenannten »Oma-Gate« des WDR. Um die Weihnachtszeit 2019 ließ der WDR Kinder eine umgedichtete Version des Spottliedes »Meine Oma fährt im Hühnerstall Motorrad« singen: »Meine Oma ist 'ne alte Umweltsau«. Um SUVs ging es in dem Lied und um Billig-Schnitzel, etwas sarkastisch war es auch, und es endete mit einem Zitat Greta Thunbergs aus dem off: »We will not let you get away with this.« – Erstaunlich war die heftige Reaktion angesichts dieses frech und vernügt schmetternden Kinderchors^[1]: Aus dem Krankenhaus, erklärtermaßen

1 Es gab im Netz einen Proteststurm, der von Gegnern der öffentlich-rechtlichen Sender inszeniert wurde, was offenbar nicht rasch genug durchschaut worden war (vgl. Geyer 2019). Die heftige Reaktion von Buhrow und Laschet hängt unseres Erachtens aber auch damit zusammen, dass der Generationenkonflikt nicht in dieser deutlichen Weise thematisiert werden darf.

vom Krankenbett seines 92jährigen Vater aus, betonte WDR-Intendant Tom Buhrow, dass sein Vater keine Umweltsau sei. Und auch der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Armin Laschet schaltete sich empört ein. Das Lied wurde umgehend vom Netz genommen. Sicher kann man sich über Geschmack streiten, aber es war Satire, nicht drastischer als es die »Heute-Show im ZDF oft ist. Es wirkt, als dürfe die Eltern- und Großelterngeneration in dieser Direktheit nicht angegriffen werden. Denn hier war einmal nicht von der Politik die Rede, sondern wir Bürgerinnen und Bürger mussten uns angegriffen fühlen, weil die Art angeprangert wurde, mit der wir alle im Alltag zum Klimawandel beitragen.

Die »Klima-Debatte darf uns nicht spalten« schrieb als Reaktion aufs »Oma-Gate« die *BILD*-Zeitung, es dürfe nicht wieder ein solcher Konflikt zwischen den Generationen entstehen wie 1968.

»Die Aufbegehrer von einst sind heute Rentner und plötzlich steht diese 68er-Generation selbst am Pranger, wird angefeindet für die Umweltverbrechen, die sie angeblich ihr ganzes Leben lang mitgetragen, gedeckt, begangen haben soll... Wir sollten alles dafür tun, eine Spaltung, einen Konflikt zwischen den Generationen in Deutschland zu vermeiden, und unter keinen Umständen sollten wir die Sorgen junger Menschen als Widerstandsbewegung gegen ihre Eltern und Großeltern deuten und diesen (gar nicht vorhandenen) Konflikt auch noch befeuern.« (*BILD*-Zeitung 2019)

Die Verdrängung gilt als wichtige psychische Abwehrformation, der ein unbewusster Konflikt zugrunde liegt. Im Zusammenhang mit der ökologischen Zerstörung scheint es angemessener, von Verleugnung oder Spaltung zu sprechen. Diese Abwehrformen beziehen sich darauf, dass unangenehme Fakten und Informationen entweder – wie im Falle der Verleugnung – überhaupt nicht wahrgenommen werden, weil sie zu bedrohlich wären, oder dass ihnen – im Falle der Spaltung – die emotionale Grundierung genommen wird. Beides dient der Bewältigung von Bedrohung, der psychischen Stabilisierung und der Aufrechterhaltung des status quo. Angst und Schuldgefühle können damit vermieden werden. Diese Form des Umgangs mit Bedrohungen verhindert jedoch auch die Übernahme von Verantwortung und die notwendigen Veränderungen des Verhaltens.

Doch stellt sich die Frage, ob die ökologischen Zerstörungen inzwischen nicht ein Ausmaß angenommen haben, dass sie psychisch nur noch abgewehrt werden können? Auch diese Frage stellte sich Horst-Eberhard Richter vor knapp vierzig Jahren:

»Aber selbst, wenn wir Älteren entdecken, daß diese kritische Jugend nur einen von uns unterdrückten Aspekt unserer Welt spiegelt, dann bleibt die Frage offen, wie wir damit zurechtkommen sollen. Wir müssen ja doch zu der

Verantwortung stehen, daß wir die Gesellschaft in ihren derzeitigen höchst kritikwürdigen Zustand hineingeführt haben. Wir, nicht die Jugendlichen, bewirken steuernd oder zumindest verantwortlich mitfunktionierend, daß die ökologischen, die ökonomischen und die militärpolitischen Probleme so gehandhabt werden, wie es bislang geschieht.« (Richter 1983: 2)

Auch damals waren die bedrohlichen Fakten bereits bekannt: Der Club of Rome machte schon in den 1970er-Jahren deutlich, dass die auf Wachstum zielende Weltwirtschaft an ihre Grenzen gekommen sei. Und das sogenannte Waldsterben erschien damals als Vorbote drohender ökologischer Katastrophen. In der Shell-Studie »Jugend 81« äußerten 58 Prozent der befragten Jugendlichen eine düstere Zukunftssicht. Insgesamt erwartete jede_r zweite Jugendliche zwischen 15 und 24 Jahren eine Atomkriegskatastrophe. Drei von vier Jugendlichen fürchteten, dass Technik und Chemie die Umwelt wahrscheinlich oder bestimmt zerstören werden. 80 Prozent vermuteten, dass Wirtschaftskrisen und Hungersnöte ausbrechen werden. Interessant erscheint in diesem Zusammenhang, dass der protestierenden Jugend in den 1980er-Jahren ihre Emotionalität vorgehalten wurde, während die heutige Jugend eher im Gegenteil für faktenbezogene Sachlichkeit sowie Wissenschaftsorientierung steht.

Freilich gab es damals auch die verschiedensten Versuche, den Zerstörungen Einhalt zu gebieten: Umfassende Protestbewegungen gegen Atomkraft und Großprojekte wie die Startbahn West oder auch die Gründung der Partei »Die Grünen«. Getragen wurden sie von der Generation, die heute einsehen müsste, dass sie – trotz allem Einsatz – ihrer Verantwortung nicht gerecht geworden ist. Diese Einsicht scheint jedoch abgewehrt zu werden müssen. An die Stelle der Übernahme von Verantwortung tritt eine Identifizierung mit Greta und ihrem Protest als Form der Schuldentlastung für die Versäumnisse und den bisherigen konsumorientierten Lebensstil, der sich nicht um Konsequenzen für das Klima geschert hat. Das Leben auf Kosten der kommenden Generationen verlangt nach einer Schuldeinsicht, die nicht von Einzelnen übernommen werden, sondern aufgrund ihres Ausmaßes nur kollektiv erfolgen kann und eine umfassende Veränderung des Lebens und Wirtschaftens nach sich ziehen muss. Die Identifizierung mit Greta und ihrer Forderung, dass »Ihr« etwas ändern müsst, macht es sich zu einfach.

»Fridays for Future« – Kinder der Protestbewegung?

Die Identifizierung scheint nun nicht allein in die Richtung zu erfolgen, dass sich die Elterngeneration ihren Kindern anschließt, sondern auch die umgekehrte Richtung scheint plausibel. So könnten die Jugendlichen der »Fridays for future«-Bewegung (FFF) die Kinder der früheren Protestbewegung sein. Mit ihrem politischen

Engagement greifen sie das damalige Handeln ihrer Eltern wieder auf und führen es weiter. Das kann im Sinne von Identifizierungen erfolgen, aber auch durch unbewusste Delegation, wie sie Helm Stierlin beschrieben hat (Stierlin 1982). Darunter werden Aufträge der Eltern an die Kinder verstanden, die den unbewussten Wünschen der Eltern entsprechen und von den Kindern ausgeführt werden, um die Liebe und Anerkennung der Eltern zu erhalten. Das Engagement der Kinder wird von den Eltern als narzisstische Bestätigung ihres eigenen damaligen Handelns erlebt und kann sie heute von der Notwendigkeit entlasten, selbst tätig zu werden. Auch diese mögliche Dynamik zwischen den Generationen lässt den Beifall der älteren Generation für die jugendlichen Klima-Aktivist_innen ambivalent erscheinen.

Ein Kind soll die Welt retten

Die mediale Inszenierung verleiht Greta eine messianische Anmutung. Sie ist nicht einfach ein gewöhnlicher Teenager, sondern eine Ausnahmeerscheinung: besonders begabt, zielstrebig, beharrlich und auch ein wenig eigentümlich. Das macht es anderen Jugendlichen vielleicht einfacher, sie als Vorbild und Führungsfigur anzuerkennen. Sie ist nicht »eine von ihnen«, sondern etwas Besonderes. Aus dem *Time*-Magazin lässt sich erfahren, dass sie mit elf Jahren in der Schule mit der Klima-Problematik konfrontiert worden und danach in tiefe Depression gefallen sei (Alter/Haynes/Worland 2019). Angeregt durch die jungen Aktivist_innen gegen die Waffenlobby in den USA, die nach dem Massaker in einer Schule protestierten, habe sich Greta entschlossen, etwas zu unternehmen. Sie habe sich jedoch nicht mit anderen Jugendlichen zusammengeschlossen, sondern sich im August 2018 allein mit einem Pappschild »Schulstreik für das Klima« vor das schwedische Parlament gesetzt. Die einsame Aktion ist bedeutsam für die Dynamik; denn dann erst haben sich andere Jugendliche »angeschlossen«. Man begegnet ihr mit Respekt und Anerkennung, nicht auf Augenhöhe. Greta hat auch für die Jugendlichen eine wichtige sozialpsychologische Bedeutung. Sie formuliert stellvertretend die Anklage an die Elterngeneration und übernimmt dafür in gewisser Weise die Verantwortung. Damit entlastet sie die Jugendlichen davon, selbst mit der Elterngeneration in den Konflikt zu gehen. Indem sie sich einer Protestbewegung wie FFF anschließen, folgen sie Greta und sind Teil einer kollektiven Bewegung. Die Anerkennung der Erwachsenen wiederum wirkt als wichtige Verstärkung; sie unterstützt den Protest und verleiht ihm Legitimität. Dazu tragen auch die Auszeichnungen von Greta bei, wie etwa der »Person of the year« des *Time* Magazin 2019, als jüngste Person, die jemals ausgezeichnet wurde.

Greta klagt die politischen und wirtschaftlichen Eliten an, sie hätten ihre Träume und ihre Zukunft gestohlen. Dies gipfelte in ihrem Ausruf: »How dare you?« bei den Vereinten Nationen. Diese Anklage kann man abwehren, indem

man Greta Thunberg kritisiert und ihr Übertreibung unterstellt, wie es damals viele taten. Man kann die Anklage aber auch abwenden, indem man sich auf Gretas Seite stellt. Um moralisch und ökologisch besser dazustehen, identifizieren sich viele Erwachsene mit ihr und stilisieren sie zur Heldin. Der Journalist Tom Schimmeck verleiht seiner unverhohlenen Begeisterung Ausdruck:

»Die Stockholmer Beobachter haben mir geschildert, und ich habe es selber später, als ich Greta beim UN-Klimagipfel in New York beobachtet habe, auch gedacht: Greta hat eine Wucht, sie ist authentisch, sie hat diese unglaubliche Ernsthaftigkeit und Fokussierung – auch bedingt durch ihre Erkrankung. Das ist einfach echt, da kommt man nicht dran vorbei. Und das macht den Unterschied aus. Ich habe sehr viele andere Gretas dieser Welt getroffen, von Tuvalu bis New York, und die sind alle unglaublich engagiert, die wissen irrsinnig viel, sind sehr belesen, kennen jede Studie, hat man den Eindruck. Aber wenn sie dann auf die große Bühne kommen, sind sie immer so lieb und artig. Und Greta ist das Wurst – sie ist total fokussiert, sie geht zu den Erwachsenen und sagt: Ihr habt uns hängen lassen, ihr denkt nicht an die Zukunft, ihr seid verantwortlich. Das hat eine unheimliche Wucht – nicht nur auf uns, sondern auch auf die wichtigen Leute dieser Welt.« (Deppe 2019)

In dieser Äußerung lässt sich trefflich die Spaltung erkennen: Zwar gesteht der Journalist ein, dass Greta den Erwachsenen die Verantwortung zuschiebt, aber gleichzeitig bewundert er sie für ihre Kraft, Widerständigkeit und Beharrlichkeit. Mit der Idealisierung läuft die Anklage ins Leere; die Erwachsenen sind entlastet und müssen sich nicht mit ihren Versäumnissen und der dringenden Notwendigkeit zur Veränderung ihrer Lebens- und Wirtschaftsweise auseinandersetzen. Dementsprechend passiert auch nach wie vor nichts.

Die Medienfigur Greta ist keine Erfindung der Medien. Sie bedient Bedürfnisse der gesamten Gesellschaft. Die Medien fungieren jedoch, wie so oft, als Plattform und Verstärker. Die mediale Inszenierung der Greta Thunberg schreibt die Mechanismen der Verdrängung, Spaltung und Verleugnung des mit dem Klimawandel einhergehenden Generationenkonfliktes fort und festigt sie. Der latente Frame, der unbewusst von der Inszenierung evoziert wird, entlastet die erwachsene Generation von Schuld und Verantwortung und verleugnet damit einen Generationenkonflikt, der in der Klimadebatte eigentlich enthalten wäre.

In den Medien erscheinen auch andere Beiträge, aufklärende, die umfassend über die Erderwärmung und ihre Folgen informieren. Was wir über das Klima wissen, wissen wir über die Medien. Die Inszenierung der Medienfigur Greta konterkariert jedoch dieses aufklärende Vorgehen. Es ist Aufgabe einer kritischen Wissenschaft, solche Zusammenhänge aufzudecken, die Analyse latenter Frames ist ein Mittel dazu.

Über die Autorinnen

Dr. Friederike Herrmann (*1960) ist seit 2012 Professorin für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Zuvor war sie Professorin im Studiengang Online-Journalistik der Hochschule Darmstadt und wissenschaftliche Mitarbeiterin der Medienwissenschaft der Universität Tübingen, wo sie auch promovierte. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Text, Narrativität und Framing im Journalismus, Migration und Medien, Medien und Gender. Sie hat in Hamburg Geschichte, Deutsche Literaturwissenschaft und Volkskunde studiert. Kontakt: Friederike.Herrmann@ku.de

Dr. Ilka Quindeau (*1962) ist Psychoanalytikerin (DPV/IPA), Professorin für Klinische Psychologie und seit 2018 Präsidentin der International Psychoanalytic University (IPU) in Berlin. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Geschlechter- und Sexualitätsstudien sowie die transgenerationale Weitergabe von (traumatischen) Erfahrungen. Sie hat Psychologie und Soziologie in Erlangen und Frankfurt studiert. Kontakt: ilka.quindeau@ipu-berlin.de

Literatur

- Alter, Charlotte; Haynes, Suyin; Worland, Justin: Person of the Year 2019: Greta Thunberg. In: *Time.com*, 11.12.2019. <https://time.com/person-of-the-year-2019-greta-thunberg/> [16.2.2020]
- Asmuth, Gereon: Die Bahnfahrt der Klimaschützerin: Greta genießt's in vollen Zügen. In: *taz.de*, 15.12.2019. <https://taz.de/Die-Bahnfahrt-der-Klimaschuetzerin/!5650580/> [15.2.2020]
- bild.de (2019): Klima-Debatte darf uns nicht spalten. In: *bild.de*, 29.12.2019. <https://www.bild.de/politik/2019/politik/das-meint-bild-klima-debatte-darf-uns-nicht-spalten-66981988.bild.html> [16.2.2020]
- Deppe, Jürgen: »Greta hat eine unheimliche Wucht« Interview mit Tom Schimmeck. In: *ndr.de*, 2.12.2019. <https://www.ndr.de/ndrkultur/sendungen/journal/Tom-Schimmeck-ueber-Phaenomen-Greta-Thunberg,journal2216.html> [15.2.2020]
- Entman, Robert M.: Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of communication*, 43(4), 1993, S. 51-58
- Fedderson, Jan: Sie ist keine Kassandra! In: *taz.de*, 6.5.2019. <https://taz.de/Kommentar-Greta-Thunberg/!5589405/> [15.2.2019]
- Geyer, Steven: Letzte Worte zur »Umweltsau«: Fünf Lehren aus »Oma-Gate«. In: *Redaktionsnetzwerk Deutschland (rnd)*, 23.12.2019. <https://www.rnd.de/politik/letzte-worte-zur-umweltsau-funf-lehren-aus-oma-gate-AE6TTThR2ZJA2RPGTH4UKKTOTCQ.html> [12.2.20]

- Goffman, Erving: *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/M. [Suhrkamp Verlag] 2016 [1980]
- Herrmann, Friederike: Die Analyse latenter Frames und Narrative durch szenisches Verstehen. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte; Hipfl, Brigitte; Ratkovic, Viktorija (Hrsg.): *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung*. Wiesbaden: VS/Springer [In Druck]
- Lobenhofer, Sophie: *Framing in der deutschen Berichterstattung über Greta Thunberg. Die Darstellung der schwedischen Umweltaktivistin in der Süddeutschen Zeitung, der WELT und der tageszeitung (taz) im Vergleich*. Unveröffentlichte Masterarbeit im Studiengang Journalistik mit dem Schwerpunkt Innovation und Management der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. 2019
- Lorenzer, Alfred: *Die Wahrheit der psychoanalytischen Erkenntnis. Ein historisch-materialistischer Entwurf*. Frankfurt/M. [Suhrkamp Verlag] 1976
- merkur.de: Friedrich Merz mit Attacke auf Aktivistin: »Wenn Greta Thunberg behauptet, sie sei...«. In: *merkur.de*, 6.2.2020. <https://www.merkur.de/politik/greta-thunberg-fridays-for-future-merz-cdu-keven-kuehnert-spd-klima-zr-13524745.html> [16.2.2020]
- Richter, Horst-Eberhard: Die Jugend und wir Psychotherapeuten. In: *Psyche*, 1, 1983, S. 1-15
- Stierlin, Helm (1982): *Delegation und Familie. Beiträge zum Heidelberger familiendynamischen Konzept*. Frankfurt/M. [Suhrkamp Verlag] 1982
- Strittmatter, Kai: Die Reifeprüfung. In: *sueddeutsche.de*, 6.4.2019. <https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/politik/greta-thunberg-die-reifepruefung-e674184/> [16.2.2020]
- Vorsamer, Barbara: Hört den Schülern endlich zu! In: *sueddeutsche.de*, 1. März 2019. <https://www.sueddeutsche.de/bildung/klimaschutz-streik-greta-thunberg-schule-1.4350325> [16.2.2020]

Debatte

Tanjev Schultz

Phase des Erprobens

Übers Gendern wird erbittert diskutiert – statt strikter Vorgaben braucht es Mut zur Vielfalt

Gendergerechte Sprache ist noch immer ein Politikum. Für die einen ist sie unabdingbar, für andere eine Marotte. In akademischen und zunehmend auch in journalistischen Kontexten wird darauf geachtet, ob männliche und weibliche Formen verwendet werden; immer stärker verbreitet sich zudem der Asterisk (Sternchen), der die binäre Gender-Einteilung überwinden soll. Trotz der wachsenden Popularität solcher Formen ist der Sprachgebrauch, je nach sozialer Sphäre und weltanschaulichem Milieu, uneinheitlich und es gibt teilweise scharfen Widerstand gegen jede Form des Genderns. In vielen Redaktionen gilt das generische Maskulinum weiterhin als Standard.

Es sind keineswegs nur die Rechtsextremen der AfD, die in oft polemischer Überzeichnung (»Gender-Gaga«) gegen den Sprachwandel wettern. In Verlagen gilt Gendern oft als (zu) umständlich. Der konservative »Verein Deutscher Sprache« (VDS) und einige Sprachwissenschaftlerinnen und Sprachwissenschaftler kritisieren Gender-Formulierungen als in der Sache unnötig und sprachsystematisch irreführend (vgl. die Beiträge in Meinunger/Baumann 2017). Zwischen dem »natürlichen« und dem »grammatischen« Geschlecht bestehe kein fester Zusammenhang, argumentiert ein Aufruf des VDS (2019).

Während viele Frauen es leid sind, nur mitgemeint zu sein, wenn das generische Maskulinum verwendet wird, gibt es andere, die sich daran nicht stören. So schreibt die WELT-Journalistin Hannah Lühmann, sie glaube an das Recht, »im sprachlichen Alltagsgebrauch weitgehend von ideologischen Zumutungen verschont zu bleiben« (Lühmann 2019). Die Frage, ob es gut sei zu gendern oder nicht, lasse sich nicht durch linguistisches Argumentieren auflösen, letztlich sei es eine Frage des Weltbildes. »Es hat etwas damit zu tun, ob man glaubt, dass Sprache eine Art ›Instrument‹ sei, das man sorgsam hüten und zwanghaft bewa-

chen muss, oder ob man, wie ich das tue, der Ansicht zuneigt, dass es sich bei der Sprache um etwas gleichzeitig wildwüchsig Archaisches und ultimativ Begrenzendes handelt, das nicht dazu da ist, uns ›gut‹ oder ›gerecht‹ zu behandeln.« (ebd.)

Auch wenn ich persönlich dem Gendern etwas abgewinnen kann, so erscheint es mir wichtig und richtig, auch auf jene zu hören, die wie Lühmann denken. Es stimmt nicht, dass sie und andere Gegnerinnen und Gegner des Genderns keinen Sinn für Gleichberechtigung hätten. Die Literaturwissenschaftlerin Dagmar Lorenz hält gerade gendergerechte Formulierungen für anti-emanzipatorisch: »Indem sie nämlich genau jene Diskriminierung des Weiblichen wiederherstellen, die sie ja vorgeblich beseitigen wollen. Während die traditionelle Form des generischen Maskulinums im Verlaufe der Zeiten eine Entwicklung hin zur abstrahierenden Wortbedeutung durchlaufen hat, fällt die sogenannte Feminisierung hinter diese historische Entwicklung weit zurück. Sie nämlich verweist wieder auf jene Bedeutung – das natürliche (nicht das generische) Geschlecht –, von der ja in bestimmten Zusammenhängen gerade abstrahiert werden soll, um dem Gleichheitsprinzip Genüge zu tun.« (Lorenz 2017: 235)

Gewiss lässt sich gegen Lorenz' Argument einiges erwidern. So zeigen Experimente, dass den Menschen bei Gebrauch des generischen Maskulinums eben doch oft nur männliche Vertreter (z. B. eines Berufs) vor Augen stehen. Allerdings gilt das nicht in allen Kontexten. In Komposita werden nur wenige überhaupt bemerken, wenn nicht durchgängig gegendert wird, also beispielsweise von einer »Bürgermeisterin« die Rede ist und nicht von einer »Bürgerinnen- und Bürgermeisterin«. Lorenz' Punkt betrifft ein grundlegendes Dilemma vieler Emanzipationskämpfe: dass Kategorisierungen, die diskriminierend verwendet werden können und überwunden werden sollen, zunächst (noch stärker) ins Bewusstsein gehoben und womöglich perpetuiert und verstärkt werden, sobald sie thematisiert und sprachlich explizit gemacht werden.

Letztlich hängt es von der Sprachgemeinschaft ab, wie sie mit dieser Herausforderung umgeht und welche Bedeutungen bestimmte Formen erlangen. Wir befinden uns derzeit, was den Umgang mit Gender-Formen angeht, in einer interessanten Phase eines möglichen grundlegenden Sprachwandels. Zu beobachten ist, dass vielen Jüngeren (Studierenden) der »Gender_Gap« bereits flüssig über die Lippen kommt. Es sollte allerdings nicht übersehen und überhört werden, dass die Praxis und die Selbstverständlichkeiten in speziellen akademischen Milieus meilenweit entfernt sind von dem, was andernorts gilt. Das allein ist freilich noch kein Argument für oder gegen eine bestimmte Praxis. Ich halte es nur für vermessen zu glauben, der Sprachwandel lasse sich einfach so verfügen.

Eine akademische Zeitschrift kann Vorgaben machen, auch fürs Gendern. Ich halte es jedoch in der gegenwärtigen Konstellation weder für klug noch für angemessen, etwas vorzuschreiben, das den verschiedenen Autorinnen und Autoren

womöglich überhaupt nicht passt und ihrem Sprachgefühl zuwiderläuft. Deshalb bin ich dafür, eine Vielfalt an Formulierungen und Schreibweisen zuzulassen. Womöglich erreicht die Sprachgemeinschaft irgendwann einen Punkt, an dem sich ein neuer Standard herausgebildet hat. Derzeit befinden wir uns noch immer in einer Phase des Erprobens und des Diskutierens. Für mich bedeutet das zugleich: Es wäre zu begrüßen, wenn auch im Journalismus mehr Redaktionen ihren Autorinnen und Autoren die Freiheit gäben, selbst zu entscheiden, ob und wie sie gendern.

Literatur

- Lorenz, Dagmar: Gendersprech: Wider die sprachliche Apartheid der Geschlechter. In: Meinunger, André; Baumann, Antje (Hrsg.): *Die Teufelin steckt im Detail. Zur Debatte um Gender und Sprache*. Berlin [Kadmos] 2017, S. 230-239
- Lühmann, Hannah: Ein Denkfehler (Sprache und Geschlecht). In: *Frankfurter Rundschau*, 6.3.2019 <https://www.fr.de/politik/denkfehler-contras-11828994.html> [26.2.2020]
- Meinunger, André; Baumann, Antje (Hrsg.): *Die Teufelin steckt im Detail. Zur Debatte um Gender und Sprache*. Berlin [Kadmos] 2017
- VDS: »Schluss mit Gender-Unfug!« Aufruf des Vereins Deutscher Sprache (VDS), 6.3.2019, <https://vds-ev.de/gegenwartsdeutsch/gendersprache/gendersprache-unterschriften/schluss-mit-dem-gender-unfug/> [26.2.2020]

Martina Thiele

»... und immer nur an den Leser denken«?

Journalistik, Sichtbarkeit und Sprache

Das Problem

Seinerzeit forderte Focus-Chefredakteur Helmut Markwort neben »Fakten, Fakten, Fakten« die Fokussierung auf die »Leser«. Das war in den 1990er-Jahren. Heute, im Jahr 2020, herrscht Uneinigkeit darüber, ob in der *Journalistik*, einem »Fachmagazin mit Herausgeberprinzip«, geschlechtergerechte Formulierungen verwendet werden sollten, gar müssen! Ob wir drei Herausgeber und zwei Herausgeberinnen künftig den Autoren und Autorinnen nahelegen sollten, geschlechtergerecht zu formulieren. Bislang gibt es in dem »stylesheet« dazu keine Aussagen. Anderes wie die Zitationsweise, Umfang und Form der möglichen Beiträge wird vorgegeben, doch zur geschlechtergerechten, nicht-diskriminierenden Sprache findet sich dort nichts.

Geschlechtergerechte Sprache

Was heißt das? Lediglich, dass wir darum bitten (und uns selbst bemühen!), »Frauen« und »Männer«, u.v.m. in der Schriftsprache sichtbar werden zu lassen. Durch die Nennung der »männlichen« und »weiblichen« grammatischen Form, durch das Binnen-I, den Unterstrich, das Gender-* Wir würden bei der Wahl der Form größtmögliche Freiheit lassen, wohlwissend, dass das Binnen-I oder die Nennung der »männlichen« und »weiblichen« grammatischen Form »heteronormativ« gelesen werden kann und z. B. das Gender-Sternchen*, der Asterisk, mehr Offenheit und Vielfalt ermöglicht, so auch die Schreibweise Journalistinnen*, die etwas anderes bedeutet als die Schreibweise Journalist*innen. Mag sein, manch eine*r kennt diese Unterschiede nicht. Eine Frage des Alters? Des Geschlechts? Des Wissen-Wollens? Oder der grundsätzlichen Abneigung gegen diesen »Gender-Quatsch«?

Freiheit oder Zwang

Wir Herausgeber*innen würden also viele verschiedene Varianten akzeptieren, aber erwarten, dass geschlechtergerecht formuliert wird. Die ausschließliche Verwendung der männlichen Form, der Hinweis auf das »generische« Maskulinum oder darauf, dass Frauen mitgemeint seien, genügt nicht. Und das wäre im Jahr 2020 für die *Journalistik* neu!

Aber dürfen wir das denn? Dürfen wir »unseren« Autoren und Autorinnen vorschreiben, wie sie zu schreiben haben? Ist das nicht Zwang? Und würden diese Vorschriften nicht »Edelfedern« und »Sprachpäpste« davon abhalten, bei uns zu publizieren?

Ich meine: 1. Ja, wir Herausgeber*innen dürfen den Autor*innen im »style sheet« und mehr noch im direkten Austausch mitteilen, dass uns ein »Mitmeinen« nicht genügt. Das ist unser Recht und auch unsere Pflicht. Ebenso haben Autorinnen und Autoren dann das Recht, nicht in der *Journalistik* zu publizieren. 2. Wir sollten nicht nur an die »Edelfedern« denken, die sich aufgrund unserer Vorgaben vielleicht andere Publikationsmöglichkeiten suchen, sondern auch an diejenigen Autor*innen, die wir bislang nicht im Blick hatten und die irritiert sind, dass in der *Journalistik* diese Mindeststandards demokratischen Sprachgebrauchs nicht gelten. 3. Es stellt sich die Frage, warum gerade bei diesem Thema – geschlechtergerechte Sprache und ihre verbindliche Verwendung – Grundsatzdebatten ausbrechen über Meinungsfreiheit, künstlerische Freiheit, Verständlichkeit, Inklusion und Exklusion, aber wenig über Funktionen und Wirkungen von Sprache gesprochen wird. Spiegelt sie Machtverhältnisse wider, kann sie sie verändern, Bewusstsein schaffen? Wer bestimmt, was »guter« Journalismus, was angemessene oder verständliche Sprache ist?

Die Abwehr gegenüber inklusiver Sprache deutet m.E. auf die Abwehr der Tatsache, dass gesellschaftliche Vielfalt Realität ist. Erstaunlicherweise sind es häufig diejenigen, die beruflich viel mit Sprache zu tun haben und sich selbst als Kreative sehen, die aber gerade nicht kreativ werden, wenn es um sprachlichen Ausdruck, um die Suche nach Alternativen und die Weiterentwicklung von Sprache geht.

Auslöser der Debatte

Die Zusammensetzung des Herausgeber*innenteams hat sich verändert und damit kam dieses Thema, Sprache und Inklusion, auf die Tagesordnung. Konkreter Anlass war ein Beitrag für die *Journalistik*, in dem der Autor ausschließlich von den Journalisten, dem Leser, dem Volk, den Anhängern, den Gegnern, etc. »dort«, in einem Land auf der Südhalbkugel, sprach. Wenngleich die historische

und auch die aktuelle Situation in vielen Gesellschaften weltweit so ist, dass Männer in wichtigen Positionen sind, dass sie über andere entscheiden und ihre Regeln gelten, so gibt es doch noch »mehr Menschen«, »weitere Beteiligte«, nicht nur »Betroffene«, sondern »Akteur*innen«. Haben sie keine Stimme, noch nicht einmal das Recht, erwähnt zu werden? Sollten sich diejenigen, die über andere schreiben, nicht zumindest bemühen, für Sichtbarkeit zu sorgen?

Selbstverständigungsprozesse

Doch bevor über inklusives Schreiben nachgedacht werden kann, sind wir als diejenigen, die eine Zeitschrift herausgeben, gefordert zu entscheiden: über die Autor*innen, ihre Themen, ihre Sprache, ihre Perspektiven. Es geht also nicht nur um geschlechtergerechte Sprache, sondern darum, insgesamt Vielfalt und Komplexität abzubilden, mit dem Ziel, die Beschränktheit unserer Wahrnehmung aufzubrechen. Das kann gelingen, wenn wir verschiedenen Autor*innen ein Forum bieten, andere Erfahrungen gelten lassen und differierende Sichtweisen auf Journalismus und Journalistik ermöglichen.

Nachdem wochenlang Argumente ausgetauscht worden sind und die »Fronten verhärtet« waren, kam als »Lösungsvorschlag«, wir sollten unsere Debatte öffentlich machen. Doch hilft Öffentlich-Machen, wenn wir uns im kleinen Kreis nicht einigen können? Wäre es nicht sinnvoller, zunächst unter uns für Klärung zu sorgen und dann abzustimmen über einen Passus wie »wir erwarten von unseren Autor*innen, dass sie diskriminierungsfrei formulieren und für Sichtbarkeit von Diversität sorgen«?

Fast waren wir schon so weit und es gab sogar eine Mehrheit für die Aufnahme des Satzes in die Hinweise für Autor*innen. Dann aber ging die Diskussion erst richtig los und endete mit diesem »Lösungsvorschlag«: Positionspapiere veröffentlichen. Sie geben immerhin Einblick in eine Debatte, deren Zeitpunkt, Ausmaß, Dauer und auch Heftigkeit mich erstaunt. Ich bin davon ausgegangen, dass möglichst diskriminierungsfreies Schreiben in der Wissenschaft und also auch in der *Journalistik* bereits selbstverständlich ist. Schließlich sind die Argumente bekannt und unzählige linguistische, kognitionspsychologische, soziologische und auch kommunikationswissenschaftliche Studien belegen, dass es einen Unterschied macht, ob ich von den Lesern oder aber den Leserinnen und Lesern spreche. Auch finden sich in praktischen Ratgebern und online hilfreiche Hinweise, wie es geht, inklusiv *und* verständlich zu schreiben.^[1] Dass dennoch immer

1 Beispiele versammelt die Seite www.genderleicht.de/geschlechtergerecht-schreiben-in-sieben-schritten/, ein Projekt des Journalistinnenbundes. Und es gibt noch mehr Formulierungstipps, z. B. der »Neuen deutschen Medienmacher*innen«, einer Initiative für Vielfalt in den Medien: <https://glossar.neuemedienmacher.de/> oder <https://geschicktgendern.de/>

wieder und in letzter Zeit vermehrt öffentlich über das »Gendern« gestritten wird, von »Zwang« die Rede ist und Toleranz für Ignoranz eingefordert wird, ist symptomatisch für ein Unbehagen gegenüber dem »Neuen«, dem »Komplizierten«, dem angeblich »Nicht-Verständlichen« und gegenüber Regeln, die als »ideologisch« und zu weit gehend empfunden werden. Sich mit diesem Unbehagen genauer zu befassen und zu fragen, wer es schürt, wer es warum verspürt, schiene mir sinnvoller als wochenlang darüber zu streiten, ob das »style sheet« um den Punkt geschlechtergerechte Formulierungen ergänzt wird. Trotzdem sorgt dieser Streit für Klarheit – ich bin dafür, dass in den Hinweisen für die Autor*innen steht: Wir erwarten eine geschlechtergerechte, nicht-diskriminierende Sprache.

Horst Pöttker

Gendergerechte Sprache in der Journalistik – Empfehlung oder verbindliche Vorschrift?

Unsere Diskussion dreht sich um zwei Fragen: eine nach den geeigneten Mitteln eines Sprachwandels, der paternalistische Schreibtraditionen überwindet; und eine nach der Verbindlichkeit, mit der wir Regeln, die zu diesem Sprachwandel führen (sollen), für Autorinnen und Autoren der Zeitschrift verpflichtend machen.

Für die erste Frage ist entscheidend, wie das Zeichensystem Sprache aufgefasst wird. Nach meiner Auffassung dient es in erster Linie der Verständigung zwischen Subjekten, für die Unterschiedlichkeit von Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion, Beruf, Bildung, politischer Einstellung und vielen anderen Merkmalen unvermeidlich gegeben sein kann. Diese Funktion ruft nach einem Optimum an Verständlichkeit der Sprache, die auch und gerade am Verständigungsinteresse orientierte Geistes- und Sozialwissenschaften^[1] verwenden.

Verständlichkeit hängt von Textqualitäten wie Einfachheit von Satzbau und Wortschatz, klarer Gliederung, Knappheit des Ausdrucks oder Anschaulichkeit ab.^[2] Mindestanforderungen an verständliche Sprachverwendung sind grammatische Korrektheit, Gebräuchlichkeit der verwendeten Zeichen und – bei schriftlichen Texten – Sprechbarkeit.

Neben Verständigung hat Sprache allerdings noch andere, möglicherweise problematische Funktionen. Die Frage nach Gendergerechtigkeit richtet den Blick auf ihre problematische Funktion, Verhältnisse der sozialen Ungleichheit zwischen dem traditionell privilegierten männlichen und dem traditionell benachteiligten weiblichen Geschlecht (Paternalismus) zu repräsentieren und zu legitimieren.

1 Vgl. Habermas, Jürgen: Erkenntnis und Interesse. In: Habermas, Jürgen: *Technik und Wissenschaft als »Ideologie«*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1968², S. 146-168, bes. S. 160.

2 Vgl. Langer, Inghard; Schulz von Thun, Friedemann; Tausch, Reinhard: *Sich verständlich ausdrücken*. München, Basel [Ernst Reinhardt Verlag] 2019² (zuerst 1974).

Das Ziel, zur Überwindung des traditionellen Machtgefälles zwischen den Geschlechtern durch veränderten Sprachgebrauch beizutragen, halte ich für wichtig. Dabei darf jedoch das Verständigungsinteresse nicht vernachlässigt werden. Auch hier ist eine Balance von Eigensinn und Fremdverstehen anzustreben,³ in diesem Fall zwischen Emanzipationsinteresse und Verständigungsfunktion.

Letztere legt nahe, auf Formen zu verzichten, die den elementaren Verständlichkeitsmerkmalen grammatische Korrektheit, Gebräuchlichkeit oder Sprechbarkeit nicht entsprechen. Auch wenn der Duden das *chen zur Bezeichnung von Personen aller Geschlechter mittlerweile zulässt, ist es – ähnlich wie der »Gender-Gap« oder das Binnen-I, – schlecht sprechbar und zumal in der journalistischen Praxis bisher nicht gebräuchlich. Außerdem betonen diese Formen ein besonderes Emanzipationsinteresse, das gerade in der den Journalistenberuf begleitenden Wissenschaft Journalistik das praktische (Erkenntnis-)Interesse an Verständigung mit der journalistischen Praxis m. E. nicht verdrängen sollte.

Gleichzeitig genügt aber der pauschale Hinweis auf das generische Maskulinum der Emanzipationsaufgabe auch im Hinblick auf eine Balance mit der Verständigungsfunktion m. E. nicht. Damit wird z. B. die generelle Verwendung männlicher Pronominalformen (»jeder«, »einer«) gerechtfertigt, die länger sind als die entsprechenden weiblichen und daher durch die Verständlichkeitsmerkmale Einfachheit oder Knappheit nicht zu erklären sind.

Ich rate daher

- bei entsprechenden alleinstehenden Pronomen abwechselnd auch auf die kürzere weibliche Form (»jede«, »eine«) zurückzugreifen, gegebenenfalls auch wenn männliche Personen gemeint sind (»Jede wird zugeben, dass...«);
- wo möglich und sinnvoll, neutrale Formen (»Journalismus« statt »Journalisten« usw.) zu verwenden oder
- Personen beider Geschlechter (»Journalistinnen und Journalisten«, »eine Journalistin oder ein Journalist«) zu bezeichnen. (Letzteres allerdings auf Kosten des Verständlichkeitsmerkmals Knappheit, so dass bewusste Verwendung geboten erscheint, etwa gelegentlicher Verzicht, wenn die am Journalismus beteiligten Subjekte abstrakt gemeint sind);
- sinnvoll, wenngleich schlecht sprechbar, erscheint mir auch noch die Kennzeichnung des jeweils anderen Geschlechts in Klammern, also »Journalist(inn)en, jede(r), eine(r)«, weil Einklammerung als Kurzform zur Bezeichnung gleichrangiger Bedeutungsvarianten generell möglich

3 Vgl. Pöttker, Horst: Maßstab: Balance von Eigensinn und Fremdverstehen. In: Imhof, Kurt; Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz; Jarren, Otfried (Hrsg.): *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. Wiesbaden [VS Verlag für Sozialwissenschaften] 2004, S. 347–362

ist. Beispiel: »Journalismus soll möglichst unabhängig ausgeübt werden (können).«

Meine Antwort auf die zweite Frage hängt ebenfalls mit der Idee der Balance von Eigensinn und Fremdverstehen zusammen. Es gibt Argumente und Konzepte, die ich nicht teile und gleichzeitig nicht unvernünftig finde. So halte ich die Verwendung von Gender-*chen, -Gap oder Binnen-I für nicht unvernünftig, weil mit der Emanzipationsaufgabe begründbar – aber auch das Festhalten am generischen Maskulinum, das sich bis zu einem gewissen Grad mit der für öffentliche Sprachverwendung entscheidenden Verständlichkeitsqualität begründen lässt.

Den Hintergrund meiner Auffassung hat John Rawls formuliert:^[4] Vernunft muss nicht zum inhaltlichen Konsens führen. Wir sollten akzeptieren, dass abweichende vernünftige Konzeptionen nebeneinander existieren (können), die sich – eben wegen ihrer Vernünftigkeit – trotzdem respektieren. Rawls' Theorie erklärt überzeugend die Kernidee eines integrativen Pluralismus, der mit weiter zunehmender Komplexität, Globalisierung und Verrohung von Öffentlichkeit wichtiger wird. Die Idee dieses Pluralismus hat sich auch im Programm der *Journalistik* niedergeschlagen.^[5]

Aus den dargelegten Gründen bin ich dafür, auf eine verbindliche Regel zur Verwendung gendergerechte Sprache in der *Journalistik* zu verzichten. Die hier dokumentierte Diskussion der Herausgeberinnen und Herausgeber mag Autorinnen und Autoren genügend Anregungen und Freiheit für eine selbstbestimmte Praxis in dieser Frage geben.

4 Vgl. Rawls, John: *Politischer Liberalismus*. Übers. v. Wilfried Hinsch. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2003 (englisch: *Political Liberalism*, 1993/5).

5 Vgl. <https://journalistik.online/ueber-journalistik/> [11.2.2020].

Gabriele Hooffacker

Notizen zur Genderdebatte in der *Journalistik*

Journalistische Sprache soll so präzise sein wie möglich. Journalistische Sprache dient zur Verständigung. Journalistische Sprache kann aber auch eine einseitige Wahrnehmung befördern. Ob in den Nachrichten von »Freiheitskämpfern« oder von »Aufständischen«, von einer »Regierung« oder einem »Regime«, von »Flüchtlingen« oder »Geflüchteten« die Rede ist, macht einen Unterschied. Wer eine gute journalistische Ausbildung oder entsprechende praktische Erfahrung hat, weiß und berücksichtigt das zunehmend.

Dem entgegen stehen unterschiedliche Sprachtraditionen in Nord und Süd, Ost und West, in unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, in der alten Bundesrepublik und der DDR. Dass die Verwendung des Begriffs »BRD« einen in Bayern in den 1970er-Jahren als Kommunist/in verdächtig machte, versteht heute kaum noch jemand. Eine Frau, die in der DDR einen ingenieurwissenschaftlichen Abschluss erwarb, bezeichnete sich stolz als »Ingenieur« und sah dies als Zeichen der Gleichberechtigung. Umgekehrt ist es für Menschen unter 40 nicht mehr nachzuvollziehen, warum sich manche weigern, auf traditionelle Bezeichnungen für Schaumküsse oder Schnitzel mit Paprika-Soße zu verzichten.

Jahrhundertlang war von »Bürgern« die Rede. Das war korrekt – denn Frauen waren lange Zeit nicht wahlberechtigt. Die Formulierung von »Bürgerinnen und Bürgern« setzt den gesellschaftlichen Wandel sprachlich um. Dennoch spaltet kaum eine Forderung wie diejenige nach der sprachlichen Gleichbehandlung von Männern und Frauen die Gesellschaft – und diese Spaltung ist keineswegs nur eine zwischen »rechts« und »links«, auch wenn sie von interessierten Kreisen instrumentalisiert wird.

Nicht sichtbar sind im aktuellen Sprachgebrauch alle diejenigen, die von einer Identität zur anderen wechseln oder sich keiner eindeutigen Identität zwischen »Mann« und »Frau« zuordnen können. Gesellschaft und Gesetzgebung lernen hier hinzu. Entsprechend besteht sprachlicher Nachholbedarf.

Journalistische Medien helfen der Gesellschaft bei der Verständigung über sich selbst. Das Publikum muss dabei aushalten, dass es Gruppen in der Gesellschaft gibt, deren Lebensweise und Überzeugungen andere nicht teilen. Die

Grenzen dafür sind gesetzlich festgelegt. Im gesellschaftlichen Wandel verändern auch sie sich.

Wissenschaftliche Medien dienen zunächst dem Austausch innerhalb der »scientific community«. (Und ja, auch hier wird leidenschaftlich gestritten – auch um das Gender-Thema). Der Gefahr, dass wissenschaftliche Diskurse sich zu sehr von der gesellschaftlichen Realität entfernen, wird aus den Reihen engagierter Forscherinnen und Forscher mit neuen Themensetzungen und aktivem Austausch mit der Gesellschaft entgegengearbeitet. Diese Prozesse benötigen Zeit.

Die *Journalistik* in ihrer Mittlerrolle zwischen praktischem Journalismus und der Wissenschaft vom Journalismus, der Journalistik, sieht sich auf der Seite der Aufklärung, des gesellschaftlichen Pluralismus und der Inklusion. In vielen deutschsprachigen Medien ist das Bemühen um gendergerechte, inklusive Sprache erkennbar – in allerhand Abstufungen. In anderen eher nicht. Wissenschaft begleitet diese gesellschaftlichen Prozesse, kann sie nicht stoppen oder beschleunigen. Wissenschaft kann aber Erkenntnisse liefern und Antworten und Orientierung ermöglichen.

Für mich ist die Orientierung auf eine gendergerechte, möglichst diskriminierungsfreie Sprache hin klar. Ein Ausgrenzen aller derjenigen, die den gesellschaftlichen Wandel noch nicht oder erst zögerlich sprachlich umsetzen, hielte ich für einen Fehler. Deshalb begrüße ich die Empfehlung gendergerechter Sprache in der *Journalistik*, bei der die Umsetzung – ob neutrale Formulierung, Sternchen, Doppelpunkt oder andere – offengelassen wird.

Bernhard Debatin

Gedanken zur Frage der Vorgabe von inklusiver, nicht-diskriminierender Sprache

Wir leben in einer Zeit des sprachlichen Umbruchs. Allerdings liegt das nicht daran, dass unsere Zeit besonders stürmisch wäre, auch wenn einem das unter dem Einfluss von Klimakrise, Pandemie, wachsender Ungleichverteilung und rasanter Entwicklung von disruptiven Technologien durchaus so vorkommen könnte. Vielmehr ist es so, dass Sprache sich immer wandelt. Und hier, wie in so vielen anderen Bereichen auch, gilt Ernst Bloch's Diktum der Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen. Nicht nur wandelt sich die Sprache, der Sprachwandel vollzieht sich auch so, dass in manchen Bereichen der Gesellschaft neue Sprachformen und -gebräuche längst akzeptiert und veralltäglicht sind, während es in anderen Bereichen mit dem Wandel etwas länger dauert.

Dies ist ohne Zweifel auch der Fall bei der Frage ob und wie geschlechtergerechte Sprache praktiziert werden soll. Deshalb geht eine Debatte, die darauf setzt, sich gegenseitig aufzuzählen wer bereits dafür oder noch dagegen ist, egal wie prominent die jeweiligen Personen sein mögen, am Problem vorbei. Tatsache ist: Gendersensitive Sprache hat in weiten Bereichen der Gesellschaft Einzug gehalten. Tatsache ist aber auch, dass dies nicht von allen mitgetragen wird und manche sich sogar vehement gegen geschlechtsgerechte Sprache jeder Art wehren.

Begründet wird dieser Widerstand meist mit drei Argumenten: Zum einen wird gegen den Eingriff in die Sprache protestiert, denn Sprache soll nicht Gegenstand von Vorschriften sein, zum anderen wird gegenderte Sprache gerne als unschön oder zu umständlich abqualifiziert, und schließlich wird aus einer quasi wertkonservativen Perspektive auch der Schutz der Sprache beschworen.

Fangen wir mit Letzterem an. Hier stellt sich zunächst die Frage, welche Sprache hier gemeint ist, denn es gibt ja keine fixierte Standardform oder gar Urform auf die hier Bezug genommen werden könnte. Vor noch gar nicht so langer Zeit war es für Kinder geboten, dass sie ihre Eltern mit »Sie« oder gar »Euch« anreden. Und es ist auch noch gar nicht so lange her, dass Standesunterschiede

durch entsprechende Titel immer mitkommuniziert werden mussten. Soll das die Sprachform sein, die es zu schützen gilt? Oder ist es vielleicht was wir als die »pre-gendered« Gegenwartssprache bezeichnen könnten? Aber was zeichnet eine wie auch immer zu bestimmende Gegenwartssprache gegenüber dem Davor und Danach aus? Eigentlich nur Gewohnheit und persönliche Präferenz, beides keine besonders überzeugenden Gründe.

Und dann reflektiert Sprachwandel ja auch immer gesellschaftlichen Wandel. Tief in die Gesellschaft eingelassene Macht- und Gewaltverhältnisse finden stets auch in der Sprache ihren Ausdruck. Und wenn diese Verhältnisse sich ändern, dann ändert sich meist auch die Sprache, wenn auch oft mit einer gewissen Verzögerung, denn auch hier gibt es die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen. Der Bezug auf eine zu schützende Standardsprache ist also doppelt problematisch, weil er nicht nur die Historizität der Sprache verkennt und sondern zugleich auch die Machtverhältnisse in den problematisch gewordenen Sprachformen leugnet.

Ähnlich steht es um den Vorwurf, dass gegenderte Sprache unschön oder umständlich sei. Die Frage nach der Ästhetik einer Sprache ist wichtig. Jedoch hat dieses Bedenken nicht dazu geführt, dass es etwa bei Debatten um bürokratische Sprache oder um den Nominalstil zu Protesten der Art gekommen ist, die von Anbeginn die Debatte um gegenderte Sprache begleitet haben. Bürokratische Kürzel wie Hartz 4 oder BaFöG sind nicht besonders schön und bürokratische Sprache oder technische Terminologie sind oft umständlich, aber sie sind Teil der Sprache und reflektieren eben auch spezifische gesellschaftliche Realitäten und Praktiken.

Sicher gibt es immer einen Punkt, an dem solche Sprachformen kurios oder gar unverständlich werden. Prominentes Beispiel ist die »geflügelte Jahresendfigur«, eine ironische Begriffsschöpfung, mit der die offiziellen Sprachregelungen in der ehemaligen DDR persifliert wurden. Und sicher lassen sich in manchen Versuchen, eine geschlechtergerechte Sprache zu etablieren, ebenfalls solche Kuriositäten finden, wenn man nur lange genug sucht. Aber das sollte nicht dazu verleiten, solche Ausnahmen als Regelfall zu behandeln. Schönheit und Klarheit sind wichtige Kriterien für die Beurteilung der Sprache, zumal im Journalismus, aber sie können keine absoluten Ausschlusskriterien sein – zumal wenn mit zweierlei Maß gemessen wird, wenn also was anderen Bereichen der Sprache erlaubt ist, für die geschlechtergerechte Sprache verboten sein soll.

Kommen wir zur Frage nach dem »Eingriff« in die Sprache. Zunächst ist festzustellen, Sprachregelungen und Eingriffe in die Sprache keine Seltenheit sind. Manches ist sogar gesetzlich geregelt, inklusive bestimmte Aspekte der Gendersprache. Zwar herrscht in den meisten Gesetzestexten immer noch das generische Maskulinum vor, doch empfiehlt das vom Bundesjustizministerium herausgegebene Handbuch der Rechtsförmlichkeit geschlechtsneutrale Perso-

nenbezeichnungen, sowie kreative Umformulierungen und Doppelbezeichnungen. Und auf der Ebene mancher Bundesländer, aber auch in Bereichen wie dem Arbeitsrecht, gibt es klare Sprachvorgaben, um einer geschlechtsspezifischen Diskriminierung vorzubeugen. Daneben gibt es natürlich auch viele informelle Sprachregelungen zu allen möglichen Bereichen, ob in der Politik oder in diversen gesellschaftlichen Gruppen.

Und auch in Redaktionen, egal ob es um journalistische oder wissenschaftliche Publikationen geht, stellt sich die Frage, welche stilistische und sprachliche Regeln und Normen den AutorInnen vorgegeben, bzw. beim Redigieren verwendet werden sollen. In der Tat ist es Teil des HerausgeberInnen Privilegs, dass Vorgaben zum Sprachstandard gemacht werden. In den einschlägigen Stylesheets oder Hinweisen für Autorinnen und Autoren finden sich dementsprechend oft nicht nur Vorgaben zur Zitierweise und zum Format von Einreichungen, sondern auch Angaben dazu, welche Formen von inklusiver Sprache gewünscht sind. Und natürlich greifen RedakteurInnen immer in die Sprache der Autoren und Autorinnen ein, denn darin besteht ja ein Großteil der Aufgabe des Redigierens. Die Palette der Eingriffe reicht von minimalen Korrekturen, wie die Einfügung von Satzzeichen oder die Anpassung an einen Zitationsstil, über die Kürzung von zu langen Sätzen, die Umstellung von Sätzen, oder die Glättung stilistische Unebenheiten, bis hin zur Änderungen bei ungeschickter Wortwahl oder missverständlicher Ausdrucksweise. Unter Letzteres fällt wohl auch die Anpassung von Texten an geschlechtsgerechte Sprachvorgaben.

Hier wird nun von Gegnern (das Maskulinum ist hier bewusst gewählt) der gendersensitiven Vorgaben ins Feld geführt, dass redaktionelle Änderungen lediglich formaler Natur sein sollten, während das Vorschreiben von geschlechtergerechter Sprache inhaltlicher Natur sei und damit in die Entscheidungshoheit der AutorInnen eingreife. Diesem Argument steht die Tatsache entgegen, dass wir es beim Redigieren durchaus nicht nur mit quasi »neutraler« Sprache zu tun haben, die dann eben auch nur formal zu regeln sei. Sprache ist nie neutral, sondern ist immer auch Spiegel von Machtverhältnissen. Zum Beispiel würden wir (so hoffe ich zumindest) ja auch dann redaktionell eingreifen, wenn jemand andauernd passive Konstruktionen verwendet. Und dies nicht bloß aus Gründen schlechten Stils, nach dem Motto »aktive Sprache klingt halt besser«, sondern vor allem aus inhaltlichen Gründen. Denn passive Konstruktionen machen die Handlungsträger oder -trägerinnen unsichtbar und verschleiern damit Verantwortlichkeiten und Ursachen. In der kritischen Diskursanalyse ist dies als *actor deletion* bekannt. Es sind hier also durchaus und insbesondere inhaltliche Gründe, die gegen die Verwendung von passiven Konstruktionen sprechen.

Genau das Selbe geschieht bei der Verwendung des generischen Maskulinums. Dazu gibt es seit Jahrzehnten einschlägige Studien; darüber wird man heute kaum noch streiten wollen. Denn der Hinweis darauf, dass Frauen ja beim gene-

rischen Maskulinum »mitgemeint« seien ist nicht nur eine Heruntersetzung der Frauen in die Zweitklassigkeit des eben bloß Mitgemeinten, sondern auch eine Entnennung, die Entfernung der Frau aus der Sprache als erkennbare Handelnde. Durch diese Sprachwahl werden Akteure generell als männlich gegendert, während weibliche Handelnde nur dann explizit auftauchen, wenn spezifisch nur auf Frauen referiert werden soll. Mit anderen Worten, es handelt sich hier um eine geschlechtsspezifische *actor deletion*.

Darüber hinaus ist auch zu bedenken, dass auch das eigentlich generisch gemeinte Maskulinum zu Machtzwecken durchaus exklusiv männlich uminterpretiert werden kann. Aus der deutschen Geschichte wissen wir etwa, dass im Nationalsozialismus genau dies als Rechtfertigung für den Ausschluss von Frauen aus juristischen Berufen verwendet wurde. »Der Richter«, so die Argumentation, meine ja ganz klar nur einen Mann. Das Problem beim Mitgemeinten ist ja, dass es eben nur implizit ist und gegebenenfalls auch ignoriert und gelehnt werden kann, und dies durchaus, wie das Beispiel der Nazis zeigt, mit massiven Folgen für die gesellschaftlichen Realität von Frauen.

Insgesamt geht es mir geht es hier darum, deutlich zu machen, dass die Gegner von geschlechtersensibler Sprache mit zweierlei Maß messen, da der redaktionelle Eingriff bei anderen Fällen von *actor deletion* offenbar unproblematisch ist. Nur wenn es um gendersensible Sprache geht, wird plötzlich die Entscheidungsfreiheit der Autoren und Autorinnen ins Feld geführt und der Vorbehalt, dass man mit solchen Vorgaben diese AutorInnen ausschließe oder diskriminiere.

Das Ausschluss Argument ist besonders interessant. Erinnern wir uns: die Forderung nach gendergerechter Sprache ist ja nichts anderes als das Beharren auf inklusiver Sprache, denn das generische Maskulinum schließt nun einmal durch Unsichtbarmachung die Hälfte der Bevölkerung aus. Und dies ist sehr effektiv, da tief in die Struktur der Sprache eingelassen, so tief, dass es quasi natürlich erscheint und zum Bestand der schützenswerten Sprache hochstilisiert werden kann. Diese Naturalisierung, so wissen wir von Roland Barthes und anderen, neutralisiert und mythologisiert Machtverhältnisse und macht sie unsichtbar. Für solche Phänomene wurde vor langer Zeit einmal der treffende Begriff »strukturelle Gewalt« eingeführt. Das zur Entschuldigung vorgebrachte paternalistische »aber sie sind doch mitgemeint« macht die Gewalt nur noch deutlicher.

Vor diesem Hintergrund ist der Vorwurf, dass mit der Vorgabe gendergerechter Sprache unzumutbare Vorschriften gemacht würden, da dies AutorInnen zur Unterwerfung oder zum Ausschluss nötige, fast amüsant, zumindest aber paradox: Denn die Insistenz auf der Verwendung ausschließender Sprache wird damit begründet, dass man durch die Vorgabe genderinklusive Sprache die ausschließe, die mit ihrer Sprache ausschließen. Hinzu kommt, dass der ver-

meintliche Ausschluss der Ausschließer ja doch eher harmlos ist, da einfach zur revidieren, nämlich durch die Verwendung inklusiver Sprache.

Letztlich geht es hier um Zumutungsfragen, und darum, welche Zumutung schmerzhafter ist. Dürfen wir als Redaktion AutorInnen zumuten sich einem Sprachkodex zu unterwerfen, den sie vielleicht für inakzeptabel halten? Oder dürfen AutorInnen den HerausgeberInnen einer Zeitschrift und deren Leser und Leserinnen zumuten, geschlechterausschließende Sprache und die damit implizierten Botschaften zu ertragen?

An dieser Stelle ist es sinnvoll, sich noch einmal drauf zu besinnen, worum es eigentlich geht: Die Forderung nach der Verwendung geschlechterinklusive Sprache ist ja nicht bloß eine Art Unmutsäußerung oder eine geschmäckerliche Beanstandung. Und es geht auch nicht um ein persönliches Betroffensein. Vielmehr geht es hier, wie beim Sexismus überhaupt und auch bei der Kritik anderer Formen exklusiver und diskriminierender Sprache, um Fragen der Gleichberechtigung und der Menschenwürde. Das ausschließende generische Maskulinum ist eben nicht lediglich ein stilistisches Problem, vielmehr kommuniziert es ein Menschenbild der Zweitrangigkeit von Frauen, das mit einem Verständnis von ungeteilter Menschenwürde nur schwer zu vereinbaren ist. Und es unterstützt eine Wert- und Machthierarchie, die der immer noch unzureichend verwirklichten Gleichbehandlung von Frauen in unserer Gesellschaft entgegensteht. Die Unsichtbarmachung der Frauen im dominanten generischen Maskulinum zementiert und perpetuiert diese Machtverhältnisse.

Schon allein aus diesem Grund ist es nach meiner Auffassung nicht nur erlaubt, sondern auch ethisch geboten, von redaktioneller Seite verbindliche Sprachvorgaben zu machen, die inklusive und nicht-diskriminierende Sprache vorschreiben. Wem dies zu viel Zwang ist, der (oder die) sei daran erinnert, dass schließlich jede redaktionelle Vorgabe eine Art Zwang ist. Es gibt ja auch Menschen, die unbedingt alle Worte klein schreiben wollen, oder die Zitationsregeln für überflüssig erachten, oder die mit der Rechtschreibreform von 1996 hadern und lieber dem 1944 eingeführten Standard folgen wollen. Auch hier könnte man die redaktionellen Vorgaben als Eingriff in die Freiheit der AutorInnen angreifen. Und auch hier würde die Redaktion selbstverständlich auf das HerausgeberInnen Privileg zurückgreifen, demzufolge die Redaktion einer Zeitschrift den Standard setzt, der in der Publikation als verbindlich betrachtet wird.

Meine Position ist deshalb, dass die Zumutung, sich den Sprachregelungen einer Publikation zu unterwerfen, gleichsam zum Sprachspiel »Veröffentlichen« gehört. In der Tat wäre es absurd, als AutorIn zu erwarten, dass der eigene Standard und nur dieser gilt. Und natürlich steht es AutorInnen frei, ihre Texte anderswo zu veröffentlichen. Auch das ist gängige Praxis, denn für den Autor oder die Autorin stellt sich auch immer die Frage, welche Publikation für die eigenen Präferenzen, Zwecke und Ziele am geeignetsten ist; zum Beispiel, ob

eine Veröffentlichung in dieser Publikation genügend LeserInnen findet, ob sie das richtige Zielpublikum erreicht, ob man mit der inhaltlichen oder auch methodischen Linie der Publikation hinreichend übereinstimmt, und eben auch, ob man mit den Vorgaben zur Sprachregelung einverstanden ist.

Aus meiner Perspektive wäre es deshalb nicht nur wünschenswert, sondern auch, wie oben schon gesagt, ethisch geboten, dass wir in der Zeitschrift *Journalistik* einen entsprechenden, verbindlichen Standard formulieren. Dieser könnte folgendermaßen aussehen:

Wir verwenden eine inklusive Sprache und vermeiden deshalb Sprachformen, durch die bestimmte Gruppen ausgeschlossen, unsichtbar gemacht, oder herab gewürdigt werden. Hierzu gehört neben der Vermeidung von rassistischer, sexistischer, oder anderweitig diskriminierender Sprache, vor allem auch die aktive Verwendung von geschlechtergerechter und fremdenfreundlicher Sprache.

Und als Ausführungsvorgabe könnte das Folgende hinzugefügt werden:

Geschlechtergerechte Sprache kann auf verschiedene Weise erreicht werden, etwa durch die Nennung beider Geschlechter, die Verwendung geschlechtsneutraler Formulierungen, das Binnen-I, das Gender-Sternchen oder der Gender-Gap. Den pauschalen Hinweis, dass mit männlichen Formen in der Regel beide Geschlechter gemeint sind, halten wir für unzureichend.

Fremdenfreundliche Sprache beinhaltet, dass diskriminierende Verallgemeinerung und Stereotypisierung von spezifischen Gruppen vermieden wird. Zum Beispiel sollte die Nennung von Nationalität oder Hautfarbe mit tatsächlichem Informationswert verbunden sein. Angaben, die lediglich der Vorurteilsbildung Vorschub leisten, etwa durch die Annahme von Überlegenheit durch biologische, ethnische oder geographische Herkunft, sollten vermieden werden.

Dieser Standard bietet einen breiten und flexiblen Rahmen als Vorgabe für AutorInnen. Gleichzeitig erlaubt er den HerausgeberInnen, mit einem klaren Standard zu operieren und nicht bei jeder Änderung von nicht-inklusive Sprache mit dem Protest der AutorInnen rechnen zu müssen, da man versäumt hat, entsprechende Erwartungen in Form einer verbindlichen Sprachregelung explizit zu machen.

Abschließend ist noch ein weiteres Argument zu bedenken: Mit dem Projekt *Journalistik* haben wir den Versuch unternommen, ein zweisprachiges Journal herauszugeben, um sprachbedingten Rezeptionsschranken im anglo-amerikanischen Bereich entgegenzuwirken. Die Verwendung inklusiver Sprache ist in

der anglo-amerikanischen akademischen Publizistik heute eine unhinterfragte Selbstverständlichkeit. Wir würden uns mit einer falsch verstandenen Toleranz gegenüber hartnäckigen GegnerInnen der geschlechtsinklusive Sprache auch im Hinblick auf den Anspruch, Rezeptionsschranken zu überwinden, keinen Gefallen tun.

Rezensionen

Elizabeth Prommer, Christine Linke: *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Reihe: edition medienpraxis, Bd. 17. Köln [Herbert von Halem Verlag] 2019, 184 Seiten, 21,- Euro

Rezensiert von Ingrid Schicker

Vielerorts hört man heute von kritischen Journalist*innen die Frage, ob Medienmacher*innen sich im Sinne ihrer eigenen Glaubwürdigkeit für mehr Diversität in der Produktion von Nachrichten, Film oder Fernsehen stark machen müssen. Dazu gehört, neben vielfältig besetzten Redaktionen und Produktionsteams, auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis in der Darstellung von Männern und Frauen auf Fernseh- und Kinobildschirmen zu achten. Vor 45 Jahren konstatierten Küchenhoff et al. im deutschen Fernsehprogramm eine Hierarchisierung der Geschlechter zu Ungunsten der Frauen (Küchenhoff et al. 1975: 250).

Was hat sich bis heute in dieser Frage getan? Eine Antwort darauf gibt die Monografie *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen*, eine im Halem-Verlag erschienene Studie der Malisa-Stiftung. 3.500 Stunden TV-Programm und zusätzlich 800 Kinofilme haben die Wissenschaftlerinnen Elizabeth Prommer und Christine Linke von der Universität Rostock untersucht. Das Buch fasst in 181 Seiten die Ergebnisse der repräsentativen, standardisierten Erhebung zusammen und liefert darüber hinaus auch interessante Einblicke in deren Entstehungs- und Publikationskontext. Die Studie bringt vier Schlüsselerkenntnisse zu Tage: 1. eine deutliche Unterrepräsentanz von Frauen, 2. einen Altersgap zwischen Männern und Frauen ab 30 Jahren, 3. Männer »erklären die Welt« (Prommer/Linke 2017: 19), und 4. auch im Kinderfernsehen gibt es keine Gleichstellung der Geschlechter. (vgl. ebd.)

Im Vorwort erläutert Maria Furtwängler, Ärztin und bekannte *Tatort*-Kommissarin, die Hintergründe der von ihr initiierten Studie. Gemeinsam mit ihrer Tochter Elisabeth widmet sie sich seit längerer Zeit dem Schutz von Mädchen und Frauen im Ausland. Das Bewusstsein, dass auch in Deutschland Ungleichheit zwischen den Geschlechtern herrscht, führte zur Gründung der Malisa-Stiftung, die nach dem Vorbild des von Geena Davis 2004 ins Leben gerufenen »Institute on

Gender in Media« v. a. die »Geschlechterdarstellungen in den Medien in Deutschland« auf den Prüfstand stellen will (10). Das Motto der Stiftung lautet: »Sichtbar heißt machbar«. Furtwängler ist es wohl zu verdanken, dass eine bis dato einmalige Kooperation von öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten die Studie (finanziell) unterstützt hat, auch wenn sie schreibt, sie habe in der Branche mit dem Thema »offene Türen eingerannt« (11).

Die wissenschaftliche Herleitung der Ausgangsthese erfolgt zunächst durch bekannte Grundannahmen wie der Kultivierungsthese, den Agenda-Setting-Ansatz, der Framingtheorie, Klaus' Verständnis von den Medien als Produzieren von Rollenvorstellungen und Geschlechterbildern sowie deren Verfestigung und schließlich Mulveys Annahmen über einen dreifachen »male gaze«, in dem Regie, Kamera und Zuschauer durch ihren männlichen Blick das mediale Frauenbild konstruieren. Die Zusammenfassung des Forschungsstandes sowie das Bestreben, ein allgemeines »Unbehagen« (15) empirisch zu überprüfen, begründen die Notwendigkeit der Studie und des erschienenen Buchs. Ziel der Studie war die Gewinnung repräsentativer Daten, um eine »Bilanz des Ist-Zustandes zu liefern« (ebd.).

Der differenzierte Blick auf bisherige Forschungsarbeiten ist untergliedert nach Fernsehen, Fiktion, Information, Kinderfernsehen sowie Kino und fasst eingängig die wichtigsten Ergebnisse von Studien und Forschungserkenntnissen zusammen. Freilich findet hier auch das leuchtende Vorbild der »Tatort-KommissarInnen« Erwähnung, die tatsächlich von der ARD zu 42 Prozent als weiblich angeführt werden (vgl. 22). Am Ende des Kapitels wird jedoch festgehalten, dass in puncto aktueller, vor allem repräsentativer Daten über Geschlechterdarstellungen im Fernsehen und Kino in Deutschland eine Forschungslücke besteht. Ohne wissenschaftliche Begrifflichkeiten überzustrapazieren, reißt das dritte Kapitel die im aktuellen Diskurs als wesentlich erachteten Geistesströmungen an – von Judith Butler über binäre Geschlechterlogik und Heteronormativität bis zur Intersektionalität. Am Ende steht ein Bekenntnis zu Gender Media Studies und dem Ziel der Verringerung von Ungleichheiten in der medialen Darstellung von Personen, die nicht länger regressiv die Entwicklung hin zu einer gleichberechtigten Gesellschaft behindern sollte. Grundlage dafür ist eine valide und reliable Datenerhebung (vgl. 34).

Die methodische Umsetzung erfolgte mit Bedacht auf eine ausreichende Datenmenge, zufällige Stichprobenauswahl und statistische Auswertungsvorgang. Um Forschungsfragen nach Sichtbarkeit, Alter, Funktion und Produktionsbedingungen zu beantworten, haben die Autorinnen der Studie sich für eine standardisierte Inhaltsanalyse von zwei künstlichen Wochen aus dem Jahr 2016 entschieden. Die Stichprobe deckte insgesamt etwa 77 Prozent des Fernsehmarktes ab und umfasste bei den Vollfernsehprogrammen 17 Sender in der Hauptfernsehzeit von 14 bis 24 Uhr, beim Kinderfernsehen 4 Sender von 6 bis 20 Uhr und bei

Kinofilmen eine Vollerhebung von deutschen (Ko-)Produktionen zwischen 2011 und 2016. Sechs Codierer*innen haben über neun Monate hinweg an der Studie mitgearbeitet. Wichtig für eine quantitative Analyse dieser Größenordnung sind v. a. ein gutes Codebuch und klare Definitionen – im Fall der vorliegenden Studie war beispielsweise die Unterscheidung zwischen Haupt- und Nebenfiguren bzw. -akteur*innen zentral. Auch in Kapitel vier sind sprachlich eingängige Formulierungen, übersichtliche Tabellen und Abbildungen hilfreich für das Verständnis von Forschungsgrundlagen, Begriffsdefinitionen, Zusammenhängen und das eigene Lesevergnügen.

Der Hauptteil des Buches präsentiert gut strukturiert die Ergebnisse, die sich zunächst auf TV-Sendungen beziehen, die in Deutschland (ko-)produziert wurden. Nicht nur in den letzten 25 Jahren, sondern auch über alle Sender (öffentlich-rechtlich wie privat) hinweg lassen sich hinsichtlich der Unterrepräsentanz von Frauen insgesamt kaum bis keine Veränderungen feststellen: auf eine Fernsehfrau kommen zwei Männer. Eine Ausnahme stellen Telenovelas und Soap-Operas dar. Hier ist das Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen. Besonders selten moderieren (ältere) Frauen Quizsendungen oder kommentieren Unterhaltungssendungen aus dem Off. In der Fernsehfiktion sind Frauen tendenziell etwas präsenter und auch in ihrer Darstellung vielfältiger geworden. Hat Weiderer (1994) noch 35 Prozent Frauen in fiktionalen Sendungen gezählt, sind es heute 43 Prozent (38% in Fernsehserien und 44% in Fernsehfilmen). Zudem werden Fernsehfrauen nicht mehr auf ihren Beziehungsstatus reduziert, sondern auch in beruflichen Kontexten gezeigt. Im Unterschied zum US-Fernsehen werden Frauen und Männer im deutschen Fernsehen »mehrheitlich voll bekleidet und nicht betont sexy« (vgl. 53) inszeniert. Erschütternd sind die Ergebnisse zur Altersdiskriminierung von Frauen, wo es seit der Untersuchung von Weiderer (1993) kaum Veränderungen gibt. Ab Mitte 30 kommen Frauen on Screen sukzessive seltener vor. So ist das Verhältnis von Frauen zu Männern ab 50 Jahren 1:3, ab 60 Jahren 1:4, in der non-fiktionalen Unterhaltung sogar 1:8. Auch in Informationssendungen sind Hauptakteur*innen ab 60 Jahren zu mehr als 80 Prozent männlich. Schauspieler haben somit auch ein größeres Rollenangebot als Schauspielerinnen, die zudem noch durchschnittlich 22 Prozent weniger Gage erhalten.

Kapitel 7 hält ein weiteres zentrales Ergebnis der Studie fest: Männer erklären die Welt. Es sind in allen Genres, Formaten und Sendern überwiegend Männer, die als Moderator, Sprecher, Showmaster oder Experte durchs Programm führen. Erhoben wurden Unterschiede bezogen auf Geschlecht, Funktion und berufliche Kontexte. In Unterhaltungsshows sind Moderator*innen zu 80 Prozent männlich, in den Informationssendungen ist das Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen – auch hier gibt es jedoch eine »Altersunsichtbarkeit« (Prommer/Linke 2019: 62) von Frauen. Das größte Ungleichgewicht besteht bei Expert*innen,

wo acht von zehn Personen männlich sind. Dies wird in der Praxis häufig damit argumentiert, dass eine geschlechtergerechte Einladungspolitik an der Realität scheitere, da bestimmte Posten nun einmal vorwiegend von Männern besetzt seien. Doch auch hier kontern die Autorinnen, dass das Geschlechterverhältnis nicht adäquat abgebildet werde: so kommen beispielsweise Frauen als juristische Expertinnen nur etwa halb so oft vor wie »im echten Leben« (ebd.: 64). Auch im fiktionalen Programmangebot hinkt die Darstellung der Berufstätigkeit der Realität hinterher – mit Ausnahme der vielen TV-Kommissarinnen in Krimiserien. Handlungsspielräume und Rollenvielfalt sind im deutschen Fernsehen für Männer damit deutlich größer.

Noch deutlicher fallen die Ergebnisse zur Unterrepräsentanz im Kinderfernsehen aus, das zu fast 90 Prozent aus fiktionalen Sendungen besteht. Hier kommen auf eine weibliche Figur drei männliche. Besonders auffällig ist das Ungleichgewicht zwischen weiblichen und männlichen Charakteren bei imaginären Figuren – auf eine weibliche Tierfigur kommen neun männliche. Über die Hälfte der Sendungen hatte gar keine weibliche Protagonistin, umgekehrt haben nur 16 Prozent der Sendungen keinen männlichen Protagonisten. Interessant sind auch die Ausführungen zu v. a. weiblichen Kinderkörpern: diese sind nach den Autorinnen »überwiegend unnatürlich, sexualisiert und realitätsfern« (Prommer/Linke: 92). 50 Prozent der weiblichen Hauptfiguren haben so dünne Körperformen, dass sie damit nicht mehr im anatomisch möglichen Bereich liegen. Weitere 17 Prozent sind extrem dünn, aber immerhin anatomisch prinzipiell möglich. Nur ein Drittel der weiblichen Figuren im Kinderfernsehen liegt damit im »gesunden normalen Bereich« (ebd.: 95).

Insgesamt fällt in der Publikation die Umsetzung gegenderter Formulierungen angenehm auf. So schreiben Prommer/Linke (ebd.: 44) von ihrer »Definition einer ProtagonistIn« und meinen damit Männer und Frauen gleichermaßen. Auf den indefiniten Artikel wird hierbei bewusst das generische Femininum angewandt. Ein Highlight der Publikation sind die zahlreichen, sehr einprägsamen Grafiken und Darstellungen von Ergebnissen.

Um der Tradition der Wissenschaftskritik der Gender Studies zu folgen, könnte die Wahl der Darstellung von weiblichen und männlichen Personen kritisch hinterfragt werden. Gleiches gilt für wissenschaftlich tradierte Kategorisierungen wie »Information« und »Unterhaltung«. Ein Plus ist die verständliche Sprache und die größtenteils schlüssige Aufbereitung und Gruppierung der Ergebnisse. Interessant sind ferner die Erläuterungen zur Publikations- und PR-Strategie, die auch die Berichterstattung über die Studienergebnisse im Nachhinein nochmals kritisch in den Blick nimmt. Insbesondere Claus Kleber hatte sich 2017 mit rhetorischen Fragen und seinem antifeministischen Bias im Interview mit Maria Furtwängler nicht mit Ruhm bekleckert. Dank Kleber jedoch hatte das Thema damals einen erneuten Aufmerksamkeitsschub erhalten. Die Studie von Prom-

mer und Linke schließt eine große Datenlücke in Bezug auf die Darstellung von Frauen und Männern im deutschen Fernseh- und Kinoangebot. In vielen anderen Ländern besteht diese Lücke noch.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 5. Dezember 2019, abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/22032>.

Über die Rezensentin

Ingrid Schicker, Bakk.Komm. MA, Mitarbeiterin des gendup - Zentrum für Gender Studies und Frauenförderung der Universität Salzburg und wissenschaftliche Mitarbeiterin am BIFIE – Bundesinstitut für Bildungsforschung, Innovation & Entwicklung des österreichischen Schulwesens. Magisterarbeit mit Erkenntnisinteresse auf Geschlechterkonstruktionen mit intersektionellen Bezügen im österreichischen Privatfernsehen. Forschungsschwerpunkte: Gender (Media) Studies und Intersektionalität.

Literatur

Küchenhoff, Erich et al. (1975): *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Eine empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster unter Leitung von Professor Dr. Erich Küchenhoff* (= Schriftenreihe des Bundesministers für Jugend, Familie und Gesundheit; 34). Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz: Verlag W. Kohlhammer

Prommer, Elizabeth/Linke, Christine (2017): *Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen in Deutschland*. Rostock: Institut für Medienforschung, Philosophische Fakultät, Universität Rostock. Online verfügbar unter https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Broschuere_din_a4_audiovisuelle_Diversitaet_vo6072017_V3.pdf [18.08.2019]

**Andreas Elter: *TV und AV Journalismus. Praxisbuch für Unterricht und Training*, Bd. 1
Baden-Baden [Nomos] 2019, 344 Seiten, 24.90 Euro**

Rezensiert von Claudia Nothelle

Theorie und Praxis des TV- und AV-Journalismus: Andreas Elter verspricht in seinem zweibändigen Werk, die gesamte Spannbreite des digitalen AV-Journalismus abzudecken. Der erste Band, der sich vorrangig mit der Theorie beschäftigt und nur einige Anmerkungen aus der Praxis in eigens eingerahmten Absätzen ergänzt, liegt nun vor.

Der Autor schafft es, auf – dann tatsächlich lediglich – 330 Seiten, alle relevanten Theorien und Ansätze der vergangenen Jahrzehnte aufzugreifen und kurz darzustellen, jeweils zugeschnitten auf das Gesamtziel dieses ersten Bandes: ein neues »Universalmodell des digitalen AV-Journalismus« (269) aufzustellen. Die an manchen Stellen sicher notwendige Verkürzung bei der Darstellung der einzelnen Ansätze ist nachvollziehbar, soll der Band doch gleichzeitig einen Überblick liefern über die theoretischen Diskussionen und Fundamente der Medien- und der Kommunikationswissenschaften. Und tatsächlich: schon der Blick ins Literaturverzeichnis macht deutlich, dass zumindest keiner der gängigen Ansätze oder Diskurse ausgelassen wird. Das ist verdienstvoll.

Aber gleichzeitig steckt in diesem Ansatz auch eine Schwierigkeit: Einerseits soll der Band als Handbuch dienen, andererseits soll aus dem Handbuchwissen heraus ein eigenes Modell erarbeitet werden. Ein schwieriger Spagat, den sich der Autor vorgenommen hat. Zu Beginn des Unterfangens weist er selbst darauf hin, dass er mit den vorhandenen Theorien eklektizistisch umgeht – und umgehen muss. Hat doch all das, was er kursorisch darstellt, letztlich eine Zielrichtung: dem von ihm am Ende des Bandes aufgestellten Universalmodell zu dienen.

Dieses Modell stellt den durchaus gelungenen Versuch dar, digitalen Journalismus in seinen Ausprägungen als TV- und AV-Journalismus zu definieren. Elters Anspruch an diese Theorie ist, dass sie als Baukasten dienen und sich ändernden Rahmenbedingungen in Gesellschaft und oder Technik anpassen kann. Denn, so formuliert er u. a. innerhalb der abschließenden Definition, »Digitaler AV-Journalismus ist kommunikatives Handeln in sich permanent wandelnden Öffentlichkeitsarenen« (332f). Das ist ein insgesamt überzeugender Ansatz.

Dennoch sind einige seiner Aussagen im großen theoretischen Unterbau genauer zu hinterfragen. So kommt er zu der Schlussfolgerung, dass aufgrund der verschiedenen Ebenen von Bild und Text im TV-Journalismus die klassische journalistische Trennung von Nachricht und Kommentar für das Fernsehen nicht aufrechterhalten werden kann (vgl. 55). Grundlage dafür ist eine empirische: Pointierte Berichte in TV-Magazinen, einordnende Aussagen in Schaltge-

sprächen – sicher ist die Bandbreite größer als nur Nachricht auf der einen und Kommentar auf der anderen Seite. Aber allein die Tatsache, dass in der Praxis Journalistinnen und Journalisten nicht immer sauber zwischen Nachricht und Kommentar trennen, ist doch kein Grund, diese eherne Grundlage des Journalismus für den TV-Journalismus aufzugeben.

Ein weiterer Aspekt sei beispielhaft herausgegriffen. Anhand der Rangliste der Pressefreiheit errechnet Andreas Elter eine Journalismus-Wahrscheinlichkeit in verschiedenen Umgebungen und Modellen. Er kommt zu dem Schluss, dass Journalismus nur in einer entsprechend offenen Gesellschaft möglich ist: »Der normative Schutz ist der gesellschaftliche Sauerstoff, den er [der Journalismus, Anm. d. Verf.] zum Atmen braucht.« (320), Auch wenn ein solcher Schutz des Journalismus und eine entsprechende Pressefreiheit ohne Zweifel mehr als wünschenswert sind, so scheint diese Voraussetzung doch schwierig angesichts all der Journalistinnen und Journalisten, die ihre Arbeit in Widerstand und Opposition und oftmals unter schwierigsten Bedingungen leisten.

Das Buch ist durchweg in einer gut lesbaren Sprache geschrieben, auch wenn die Darstellung der einzelnen Positionen stellenweise sehr knapp, manchmal zu verkürzt und dadurch unnötig komplex erscheint. Der Autor schreckt nicht vor dem »Ich« zurück, wann immer es darum geht, seine eigene Position darzulegen. Ob, wie im Vorwort angesprochen, tatsächlich ambitionierte Laien oder journalistische Praktiker zu diesem gezwungenermaßen sehr theoretischen Buch greifen, darf bezweifelt werden. Interessant ist das Buch hingegen für Studierende und Lehrende, die sich speziell mit dem theoretischen Hintergrund des digitalen AV Journalismus beschäftigen und sich einen Überblick über vorhandene Theorien und Diskurse verschaffen wollen. Es schließt eine Lücke innerhalb der Journalistik. Der zweite Band darf mit Spannung erwartet werden, soll dort doch die aufgestellte Universaltheorie den Praxistest bestehen.

Diese Rezension erschien zuerst in rezeptionen:kommunikation:medien, 29. April 2019, abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/21788>.

Über die Rezensentin

Prof. Dr. Claudia Nothelle lehrt seit Oktober 2017 TV-Journalismus an der Hochschule Magdeburg-Stendal und ist dort Studiengangsleiterin für den BA Journalismus. Vorher hat sie als Redakteurin und Korrespondentin beim mdr, danach als Fernseh-Chefredakteurin und multimediale Programmdirektorin beim rbb gearbeitet.

Franziska Schmidt: *Populistische Kommunikation und die Rolle der Medien. Der Umgang der Presse mit Parteien- und Medienpopulismus im Europawahlkampf 2014*. Köln [Herbert von Halem Verlag] 2019, 284 Seiten, 34,- Euro

Rezensiert von Philipp Müller

Die Themenwahl für monographische Promotionsprojekte ist ein Thema für sich. Da sich ein Buchprojekt im Laufe mehrerer Jahre entwickeln muss, sollte es nicht auf kurzfristige Trends und »Modethemen« bauen. Gleichzeitig ist die Entwicklung gesellschaftlicher und wissenschaftlicher Aufmerksamkeitszyklen nur bis zu einem gewissen Grad prognostizierbar. So kann es sein, dass eine Fragestellung in der Planungsphase eines mehrjährigen Projekts als hoch relevant gilt, bei Veröffentlichung des Werkes jedoch bereits aus dem Fokus gerückt ist. Umgekehrt kann ein Themenfeld im Laufe der Arbeit an einer Dissertation richtig Fahrt aufnehmen, ohne dass dies zu Beginn der Arbeiten klar absehbar gewesen wäre.

So ist es wohl Franziska Schmidt ergangen, deren 2017 eingereichte und nun veröffentlichte Dissertation sich mit der Rolle der Medien bei der Verbreitung populistischer Botschaften auseinandersetzt. Populismus ist in den letzten Jahren zu einem der zentralen Felder der politischen Kommunikationsforschung aufgestiegen – eine Entwicklung, die vor fünf, sechs Jahren nicht unbedingt absehbar war. Für Schmidts Dissertation ist sie Fluch und Segen zugleich. Einerseits verspricht die gegenwärtige Aufmerksamkeit für Populismus dem Buch eine breite und interessierte Rezeption, die sich auch in gleich zwei erhaltenen Auszeichnungen ausdrückt. Andererseits bedeutet es jedoch auch, dass das Werk sich in einem hoch dynamischen und jüngst unglaublich publikationsstarken Forschungsfeld behaupten muss.

Für ein langfristig angelegtes Projektvorhaben ist dies nicht einfach, insbesondere wenn es darum geht, den aktuellsten Stand der Literatur abzubilden. Mit diesem Anspruch darf man das Buch sicherlich nicht lesen, auch wenn sein Publikationsjahr hohe Aktualität suggeriert. Der literaturbasierte Teil der Arbeit (Kapitel 2 & 3) manövriert sich zwar durchaus souverän und reflektiert durch die Grundsatzliteratur zum Themenfeld Populismus und Medien, jüngere theoretische Veröffentlichungen (z. B. Krämer 2018; Waisbord 2018) finden allerdings ebenso wenig Berücksichtigung wie eine Fülle an neueren empirischen Studien. So ist insbesondere die wiederholt geäußerte Behauptung, international vergleichende inhaltsanalytische Forschung würde bislang »weitgehend fehlen« (22; erneut: 105), nicht mehr ganz zutreffend (vgl. z. B. Wettstein, Esser, Büchel, et al. 2018; Wettstein, Esser, Schulz, Wirz, & Wirth 2018).

Dennoch weist das Forschungsfeld immer noch viele Leerstellen auf – und so kann eine weitere inhaltsanalytische Studie, die noch dazu ein länderverglei-

chendes Design aufweist, nur begrüßt werden. In der Empirie und den zu Tage geförderten Befunden liegt aus meiner Sicht auch der klare Gewinn beim Lesen des Buches. In Vorbereitung der durchgeführten Studie betreibt die Autorin nicht unbedingt eigenständige Theorieentwicklung, sondern fasst im Wesentlichen die bisherigen Ansätze zum Zusammenspiel von Parteien- und Medien-Populismus zusammen und wägt sie gegeneinander ab, um daraus Hypothesen zu generieren. Punktuell finden sich Erweiterungen, wie die explizite Integration des (in der bisherigen Forschung oft implizit mitschwingenden) Nachrichtenwertansatzes (vgl. 87-91) oder die durchaus interessante Diskussion der Frage, inwiefern anti-europäische Positionen per se populistisch sind (vgl. 55-64).

Letztere Frage drängt sich vor allem deshalb auf, weil die Studie ihre Hypothesen anhand der Print-Berichterstattung und der Pressemitteilungen zur Europawahl 2014 in den Ländern Österreich, Deutschland, Frankreich und Griechenland untersucht. Die methodische Vorgehensweise dieser Input-/Output-Analyse wird ausführlich und für den Leser transparent dokumentiert. Wer eigene inhaltsanalytische Forschung zu populistischen Medienbotschaften betreibt oder vorhat dies zu tun, wird sich vor allem für die Operationalisierung von Populismus interessieren. Die Arbeit wählt hier, ähnlich wie vergleichbare Studien, einen recht breiten Zugriff. Referenzen zum nationalen (oder europäischen) Volk werden grundsätzlich unter der populistischen Subdimension »Volksbezug« festgehalten, die explizite Kritik an politischen Eliten wird als »Anti-Establishment«-Subdimension betrachtet.

An dieser Lösung lässt sich kritisieren, dass hier typische Elemente der medialen Politikberichterstattung und des demokratischen Diskurses insgesamt angesprochen sind. Ob jede Kritik an politischen Eliten, in deren Rahmen zusätzlich ein Bezug zum Volk hergestellt wird, bereits populistisch ist – darüber ließe sich trefflich streiten. Bedauerlicherweise werden alternative Varianten der inhaltsanalytischen Messung von Populismus im Rahmen der Arbeit jedoch kaum reflektiert, so dass die Vor- und Nachteile der gewählten Operationalisierung nicht transparent werden.

Dass die gewählte Variante vermutlich trotz ihrer Nachteile die einzig mögliche ist, um das fragmentierte Auftreten von Populismus in der Medienberichterstattung überhaupt zu fassen zu bekommen, illustrieren die Ergebnisse der vorliegenden Studie. Denn trotz des breiten Zugriffs und der zielgerichteten Auswahl von Beiträgen, die potentiell populistische Aussagen enthalten könnten, werden nur wenige populistische Medienbotschaften identifiziert – ein Befund, der sich in vergleichbaren Studien ebenfalls zeigt (vgl. Wettstein, Esser, Schulz, et al. 2018).

Die geringen Fallzahlen erschweren der Arbeit die Hypothesenprüfung. Ein längerer Untersuchungszeitraum als die umgesetzten zwölf Wochen hätten vermutlich zu belastbareren Ergebnissen geführt, wie die Autorin selbst offenlegt. Dennoch fördert die Studie einige interessante und neue Befunde zu Tage, z. B.

dass populistische Aussagen aus der Parteienkommunikation eher übernommen werden, wenn die politische Orientierung der Parteien insgesamt der Blattlinie entspricht. Insgesamt kommt die Studie jedoch zu dem Schluss, dass sowohl Boulevard- als auch Qualitätszeitungen eher als Korrektive denn als Förderer des Parteienpopulismus in Erscheinung treten.

Die neuerliche Bestätigung dieses Befunds unterstreicht, dass Forscher*innen auf der Suche nach medialen Treibern des Populismus den Blick verstärkt auf (nicht-journalistische) Social-Media-Kommunikation und Alternativmedien richten sollten. Franzisca Schmidts Buch erfindet das Rad der kommunikationswissenschaftlichen Populismus-Forschung sicherlich nicht neu, fügt ihr aber mit ihrer Input-/Output-Perspektive einen wichtigen empirischen Baustein hinzu. Somit trägt das Buch im besten Popperschen Sinne zur Konsolidierung und Erweiterung des bestehenden Kenntnisstandes bei. Und genau das sollte empirische Sozialforschung ja leisten.

Diese Rezension erschien zuerst in rezensionen:kommunikation:medien, 29. Mai 2019, abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/21851>.

Über den Rezensenten

Philipp Müller ist Akademischer Rat am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Mannheim. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen politische Kommunikation, Nutzung & Wirkung journalistischer Medienangebote sowie Medienwandel & Digitalisierung.

Sinan Sevinc: *Augmented Reality im Journalismus. Inhaltlicher Mehrwert und Potenziale einer innovativen Medientechnologie*. Reihe: Now Media, Bd. 3. Baden-Baden [Nomos] 2018, 125 Seiten, 24,- Euro

Rezensiert von Markus Kaiser

Die Talsohle nach dem ersten Aufschwung hat Augmented Reality auf dem Gartner Hype Cycle 2018 überschritten. Dank des Smartphone-Games Pokémon GO ist die Technologie der erweiterten Realität in der Bevölkerung angekommen, nachdem bereits im Jahr 2010 das Magazin der *Süddeutschen Zeitung* als erstes Magazin weltweit virtuelle Zusatzinhalte in sein Printprodukt verpackt hatte. In der Industrie setzt sich Augmented Reality (AR) immer stärker durch.

Sinan Sevinc hat sich in seiner Bachelorarbeit *Augmented Reality im Journalismus. Inhaltlicher Mehrwert und Potenziale einer innovativen Medientechnologie* damit beschäftigt, wie AR speziell im Journalismus eingesetzt wird, ob AR-Produkte in der Lage sind, auch hier einen Mehrwert zu schaffen, und worin dieser Wertzuwachs genau besteht. Anders als bei Virtual Reality taucht der Nutzer nicht ganz in eine künstlich erschaffene Welt ab, sondern erhält Zusatzinformationen in die reale Umgebung eingeblendet.

Wie in einer Bachelorarbeit üblich, grenzt der Autor zunächst die Begriffe Augmented und Virtual Reality voneinander ab und schildert die historische Entwicklung. Hierbei stützt er sich vor allem auf das lesenswerte Standardwerk *Augmented und Mixed Reality für Medien, Marken und Public Relations* von Dirk Schart und Nathaly Tschanz. Einen Mehrwert bietet an dieser Stelle das Buch von Sinan Sevinc noch nicht. Auch die anschließenden Praxisbeispiele schaffen keine neuen Erkenntnisse.

Deshalb lohnt es sich, bei der Lektüre sofort zum vierten Kapitel, der empirischen Untersuchung, zu springen. 20 Personen haben sich bereit erklärt, im Mai 2017 zunächst Anwendungen auf der Microsoft-AR-Brille HoloLens zu testen, um dann in einem Fragebogen Auskunft darüber zu geben, wie sie diese erlebt haben. Zuvor wurden die folgenden sechs Indikatoren erarbeitet, um einen inhaltlichen Mehrwert für die journalistischen Inhalte messen zu können: den Informationsgehalt, die Verständlichkeit, die Einflussnahme, die Einzigartigkeit, die Wahrnehmungserweiterung (Immersion) und die Nutzerorientierung.

Sevinc zufolge hatten vor dem Test nur zwei der 20 befragten Teilnehmer*innen überhaupt von Augmented Reality gehört. Offen bleibt, ob sie nur den Begriff nicht kannten oder ob auch die ein Jahr zuvor auch in Publikumsmedien stattgefundene Diskussion um *Pokémon GO* an ihnen vorübergegangen ist. Zudem gibt es in der Community immersiver Medien hitzige Diskussionen, ob für diese Inhalte tatsächlich der Begriff Augmented Reality der richtige ist oder ob es nicht

korrekterweise Mixed Reality heißen müsste. Ein Head-Mounted Display (der Fachbegriff für eine Virtual- oder Augmented-Reality-Brille) hatten bisher nur vier Teilnehmer benutzt. Gerade bei AR bildet aber ohnehin das Smartphone eine deutlich niedrigschwelligere Zugangshürde als eine Brille.

Fräglich ist deshalb, ob die Zahl von 20 Testpersonen, von denen 16 anscheinend noch keinerlei Erfahrung mit immersiven Medien hatten, ausreicht, um eine empirische Untersuchung durchzuführen. Denn erfahrungsgemäß sind die meisten User, die erstmals eine Brille aufgesetzt bekommen haben, von den neuen Erfahrungen beeindruckt (aber auch zum Teil vom Komfort der Brille desillusioniert, die derzeit von der Größe noch an die erste Phase der Handy-Telefonie erinnert und an deren Weiterentwicklung längst gearbeitet wird).

Sinan Sevinc zog nach seiner Auswertung ein positives Fazit, dass AR verstärkt auch im Journalismus eingesetzt werden sollte: »Augmented-Reality-Produkte sind auf mehreren Ebenen in der Lage, einen inhaltlichen Mehrwert im journalistischen Kontext zu erzeugen, auch wenn die Technik noch einige Schwachstellen – speziell in punkto Tragekomfort – beheben muss« (79). Die Testpersonen berichteten vor allem von einem Verständniszuwachs und einer Komplexitätsreduzierung. »Einen klaren Mehrwert offenbarten auch die Daten zum Informationsgehalt der Darstellungsform. Die Authentizität der Darstellung konnte in diesem Zusammenhang besonders überzeugen« (ebd.), erklärt Sevinc.

Die Bachelorarbeit konnte natürlich nicht darauf eingehen, dass das Storytelling mit immersiven Medien genauso noch am Anfang steht wie die Technologie selbst. Daher entspricht die Untersuchung vom Mai 2017 naturgemäß in einem sich rasant weiter entwickelnden Mediensegment nicht mehr dem Stand von 2019, weshalb die Halbwertszeit von Büchern über digitalen Journalismus generell deutlich geringer ist als im Fernseh-, Hörfunk- oder Printjournalismus.

Das Fazit kann dementsprechend nur abstrakt ausfallen: »Zusammenfassend hat die vorliegende Bachelorarbeit deutlich gemacht, dass sich AR in Mitten eines fortlaufenden Entwicklungsprozesses befindet, der speziell auf inhaltlicher Ebene durch praktische Arbeiten weiter vorangetrieben werden muss« (96). Dieser Prozess lasse bereits jetzt schon großes Potenzial erahnen. »Das anhaltende Interesse nationaler und internationaler Branchengrößen untermauert dieses Resultat und zeigt deutlich den Stellenwert und das Zutrauen, welches in die Technologie zweifelsohne besteht« (ebd.), glaubt der Autor. Auf eine Hürde geht Sevinc allerdings nicht ein, die neben der Frage nach dem journalistischen Mehrwert für Medienunternehmen noch relevanter sein dürfte: Noch fehlt für privatwirtschaftliche Medien ein überzeugendes Geschäftsmodell hinter AR-Inhalten, was sich aber natürlich auch entwickeln lassen kann.

Diese Rezension erschien zuerst in in rezensionen:kommunikation:medien, 15. März 2019, abrufbar unter <https://www.rkm-journal.de/archives/21712>.

Über den Rezensenten

Markus Kaiser ist Professor für digitalen Journalismus und Medieninnovationen an der Technischen Hochschule Nürnberg.

Sportkommunikation



Peter Bieg
Mediensportarten abseits des Fußballs.
Basketball in Deutschland: eine explorative Fallstudie zum Kampf um Platz zwei im Sport
Sportkommunikation, 16
 2019, 15 Abb., 25 Tab.,
 ISBN 978-3-86962-469-3

Jana Wiske
Die Elite.
Die Bedeutung der Live-Berichterstattung im deutschen Spitzensport aus der Sicht von Sportjournalisten
Sportkommunikation, 15
 2017, 358 S., 83 Abb., 54 Tab.,
 ISBN 978-3-86962-277-4

Christiana Schallhorn
Kultivierung durch Sportgroßereignisse.
Zum Einfluss der Medienberichterstattung über die Fußballweltmeisterschaft 2014 auf die Wahrnehmung des Gastgeberlandes Brasilien
Sportkommunikation, 14
 2017, 240 S., 14 Abb., 12 Tab.,
 ISBN 978-3-86962-250-7

Thomas Horky / Hans-Jörg Stiehler /
 Thomas Schierl (Hrsg.)
Die Digitalisierung des Sports in den Medien
Sportkommunikation, 13
 2018, 384 S.,
 ISBN 978-3-86962-246-0

Stephanie Heinecke
Fit fürs Fernsehen?
Die Medialisierung des Spitzensports als Kampf um Gold und Sendezeit
Sportkommunikation, 12
 2014, 504 S., 16 Abb., 27 Tab.,
 ISBN 978-3-86962-109-8

Christoph G. Grimmer
Kooperation oder Kontrolle?
Eine empirische Untersuchung zum Spannungsverhältnis von Pressesprechern in der Fußball-Bundesliga und Journalisten
Sportkommunikation, 11
 2014, 416 S., 69 Abb., 31 Tab.,
 ISBN 978-3-86962-103-6



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Open Source

BLexKom blexkom.halem-verlag.de
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

BLexKom möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

<http://blexkom.halem-verlag.de>

r:k:m *rezensionen:kommunikation:medien*

rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m) versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seinen Lesern einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen.

<http://www.rkm-journal.de>

Journalistikon
Das Wörterbuch der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachige Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Wissenschaftler oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an jeden, der sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistikon* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

<http://www.journalistikon.de>



HANS POERSCHKE
Das Prinzip der Parteiliteratur.
Partei und Presse bei und unter
Lenin 1899 - 1924
ISBN (Buch) 978-3-86962-565-2
ISBN (PDF) 978-3-86962-566-9
ISBN (ePub) 978-3-86962-568-3



WOLF BAUER / TORSTEN ZARGES
Creative Leadership.
Erfahrungen aus drei Jahr-
zehnten an der Spitze der UFA
edition medienpraxis, 19
ISBN (Buch) 978-3-86962-572-0
ISBN (PDF) 978-3-86962-573-7
ISBN (ePub) 978-3-86962-574-4



JOSEPH GARNCARZ
Begeisterte Zuschauer.
Die Macht des Kinopublikums in
der NS-Diktatur
ISBN (Buch) 978-3-86962-562-1
ISBN (PDF) 978-3-86962-563-8



CORNELIA BRANTNER / GERIT
GÖTZENBRUCKER / KATHARINA
LOBINGER / MARIA SCHREIBER
(Hrsg.)
Vernetzte Bilder.
Visuelle Kommunikation in
Sozialen Medien
ISBN (Buch) 978-3-86962-484-6
ISBN (PDF) 978-3-86962-485-3



HANS-JÜRGEN KRUG
Kleine Geschichte des
Hörspiels
ISBN (Buch) 978-3-7445-2003-4
ISBN (PDF) 978-3-7445-2004-1
ISBN (ePub) 978-3-7445-2005-8



D. MAEDER / H. SCHWAAB /
S. TRINKAUS / A. ULRICH /
T. WEBER (Hrsg.)
Trump und das Fernsehen.
Medien, Realität, Affekt,
Politik
ISBN (Buch) 978-3-86962-505-8
ISBN (PDF) 978-3-86962-506-5



HANS-JÜRGEN BUCHER (Hrsg.)
Medienkritik zwischen
ideologischer
Instrumentalisierung und
kritischer Aufklärung
ISBN (Buch) 978-3-86962-445-7
ISBN (ePub) 978-3-86962-446-4



T. BIRKNER / D. MERZIGER /
C. SCHWARZENEGGER (Hrsg.)
Historische
Medienwirkungsforschung.
Ansätze, Methoden und
Quellen
ISBN (Buch) 978-3-86962-310-8
ISBN (PDF) 978-3-86962-311-5



D. LEDER / J.-U. NIELAND /
D. SCHAA
Die Entstehung des
Mediensports.
Zur Geschichte des
Sportdokumentarfilms
edition KHM, 3
ISBN (Buch) 978-3-86962-252-1
ISBN (PDF) 978-3-86962-253-8



ZEIGAM AZIZOV
The Time of the Image.
A Philosophical Exploration
of the Image in the Work of
Bernard Stiegler
Klagenfurter Beiträge zur
Visuellen Kultur, 9
ISBN (Buch) 978-3-86962-516-4
ISBN (PDF) 978-3-86962-517-1



JAKOB VICARI
Journalismus der Dinge.
Strategien für den
Praktischen Journalismus 4.0
Praktischer Journalismus, 107
ISBN (Buch) 978-3-7445-1960-1
ISBN (PDF) 978-3-7445-1961-8



HEKTOR HAARKÖTTER
Journalismus online.
Das Handbuch zum Online-
Journalismus
Praktischer Journalismus, 104
ISBN (Buch) 978-3-7445-1108-7
ISBN (PDF) 978-3-7445-1111-7



MICHAEL HALLER
Die Reportage.
Theorie und Praxis des
Erzähljournalismus
Praktischer Journalismus, 8
ISBN (Buch) 978-3-7445-2000-3
ISBN (PDF) 978-3-7445-2001-0