

Schlagwörter wie *fremdrässig*, *Asylant* oder *Asylbetrüger* markieren und stigmatisieren den „Feind“, mit *Überfremdung* oder *Volkestod* werden geschichtliche Prozesse auf eingängige Kürzel reduziert, Wörter wie *Gast* werden „ideologisch monosemiert“, indem man die Bedeutung auf wenige Merkmale einschränkt: Gäste sollen keine Rechte haben und bald wieder gehen. Zur Etikettierung feindlicher Gruppen werden Neologismen wie *Asylantenpartei* oder *Holocauster* gebildet, ganze neue Ausdrucks- und Begriffsnetze umgeben in „reaktiver Sprachproduktivität“ zentrale Begriffe der Gegner (z. B. *Multikultur-Apostel*, *Multikultur-Prediger*, *Multikultifanatiker*, *Multi-Kulti-Mafia*, *multikriminell*). Die verwendeten Metaphern bedienen sich bekannter bildspendender Felder wie „Körper“ (*Rumpfdeutschland*), „Krankheit“ (*zionistische Weltpest*), „Tiere“ (*Asylschmarotzer*), „Naturkatastrophen“ (*Ausländerüberflutung*).

Dies sind nur einige Beispiele aus der sorgfältig vorgenommenen Analyse, deren Vorgehen klug und umsichtig begründet wird. Die Methode wird ausführlich diskutiert, Begriffe werden in ihrer Forschungsgeschichte dargestellt und jeweils differenziert für die eigenen Zwecke zugeschnitten. Dies ist alles in allem eine solide, gut geschriebene und gut lesbare, gewissermaßen „klassische“ Arbeit zur lexikalischen Semantik eines wichtigen Ausschnitts des (immer noch) aktuellen politischen Wortschatzes.

Nur weil der Kritiker immer glauben soll, etwas besser zu wissen, hier noch einige Punkte, mit denen man in eine Diskussion mit dem Autor eintreten könnte:

1. Wenn das Ziel der „Diskreditierung des Feindes“ im Rahmen von Machterwerb, -erhalt und -ausweitung ganz und gar persuasiv ist, d. h. im Überzeugen von Adressaten besteht (S. 45ff), dann leuchtet nicht ein, warum die Kommunikation, die man im Auge hat, „weitgehend gruppenintern“ sein soll (S. 92). Die eigene „Deutegemeinschaft“ braucht man nicht mehr zu überzeugen. Mir scheint, dass auch andere Ziele, bestätigen, festigen, mögliche Abweichler bei der Stange halten, einbezogen werden müssen, außerdem wohl auch andere Adressaten, eben Neue, Gruppenexterne oder solche, die bisher nur Sympathisanten waren. Hier wäre eine – vielleicht nur exemplarische – pragmalinguistische Textanalyse hilfreich dabei gewesen, die Komplexität sprachlicher

Handlungen und situativer Kontexte am sprachlichen Material zu veranschaulichen.

2. Natürlich umfasst die optimale Empirie von Arbeiten zur Kommunikation nicht nur Phänomene der Produkte, sondern auch Produktions- und Rezeptionsanalysen. Aber jeder, der sich schon mit Mehrebenenanalysen versucht hat, weiß, wie aufwändig ein solches Vorgehen ist, und wird dies nicht unbedingt und überall erwarten. Aber muss man nicht wenigstens erwähnen, dass die untersuchten Texte Teile eines komplexen medialen Kommunikationsprozesses sind, über den wir relativ wenig wissen, immerhin aber doch, dass es Phänomene wie Mehrfachadressierung, Intertextualität, Offenheit von Texten etc. gibt? Vor diesem Hintergrund wirkt das Vorgehen hier ein wenig „angestaubt“, als gäbe es keine Pragmatik, Kommunikationstheorie, Medienwissenschaften, Diskursanalyse, ganz zu schweigen von „Cultural Studies“.

3. Aber selbst wenn man im umgrenzten Rahmen lexikalsemantischer Analysen bleiben will, wäre mehr an „Einbettung“ der Einzelwörter wünschenswert. Nur gelegentlich klingt an, dass hier – trotz des Konglomeratcharakters der Ideologie – semantische Netze vorliegen, wie man sie neuerdings in Termini kognitivistischer Herkunft untersucht: Frames, Schemata, Modelle oder wie auch immer. Bezüge zu diesen moderneren Forschungsrichtungen fehlen ganz.

4. So überzeugend für mich die konstruktivistische Grundhaltung gerade im Umgang mit diesem Material ist, das „Wahrheit“ so unkritisch zu verkünden meint, – „Kritik“ ist in jeder diskurssemantischen Analyse implizit und unausweichlich, auch wenn man stattdessen lieber nur einen Beobachterstandpunkt einnehmen will (S. 23). Und Kritik an diesem Sprachgebrauch ist ja auch angebracht, wie der Autor eingangs sehr deutlich macht (s. o.).

Werner Holly

Mike Sandbothe / Winfried Marotzki (Hrsg.) Subjektivität und Öffentlichkeit

Kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten

Köln: Herbert von Halem Verlag 2000. – 261 S.
ISBN 3-931606-39-2

Jenseits von Diskussionen um Inter- und Transdisziplinarität, Rahmung und De-/Kon-

textualisierung, werden hier, in Teil 1, „Medienphilosophische Grundlagen“ vorgestellt: „Kierkegaard on the Internet: Anonymity vs Commitment in the Present Age“ (von Hubert L. Dryfus) und „Theorizing Virtual Reality: Baudrillard and Derrida“ (von Mark Poster). Wolfgang Welsch erhellt demgegenüber problembewusster: „Virtual to Begin With?“: „From virtuality, through fictionality, to reality: this is the sequence of the constitution of what we call *real*.“ (S. 47; vgl. S. 57) Teil 2 thematisiert „Digitale Subjektivität“, Teil 3 „Virtuelle Öffentlichkeiten“. Trotz besonders beachtenswerter Beiträge von Sybille Krämer („Subjektivität und Neue Medien“) und Christina Schachtner („Netfeeling“) argumentieren fast alle Artikel und v. a. auch die kurze Einleitung von Mike Sandbothe und Winfried Marotzki ohne genaueren Bezug zu empirischen Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaft zur Produktion, Präsentation, Nutzung und gesellschaftlichen Bedeutung des Internets bzw. multimedialer Netze. Zwar kann man die Konzentration auf philosophische Perspektiven würdigen, aber es bleibt doch fragwürdig, ob damit kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme nicht zu sehr eingengt werden.

Wenn Sandbothe in seinem eigenen Beitrag „Pragmatische Medienphilosophie und das Internet“ zum Beispiel schreibt: „Wir gehen ... zunehmend dazu über, jedes Zeichen als einen potentiellen Link zu lesen“, wäre eine Diskussion der Gruppierungen, die das „Wir“ konstituieren (sollen) erkenntnisfördernd: Dass weniger als 50 Prozent der Bevölkerung selbst in den Mitgliedsländern der Europäischen Union regelmäßig das Internet nutzen, und der zeitliche Anteil an der Gesamtmediennutzung im Durchschnitt unter zehn Prozent bleibt, dürfte doch Überlegungen zu komplexeren Medienkombinationen erfordern. Oder soll das „zunehmend“ einen unausweichlichen Medientrend behaupten? Sind nicht vielmehr medienkulturspezifische Konkurrenzverhältnisse je älterer und je neuerer Medien zu verstehen und damit auch neue Konflikte und Medienumbrüche? Hier bieten die Überlegungen Schachtners zu den „wechselnden Bühnen und unübersehbaren Beziehungsmöglichkeiten“ der „Neuen Medien“ und ihrer Gefährdung der Erprobung von „Vertrauen, Loyalität und Intimität“ (S. 229) Anregungen, die leider in den anderen Artikeln nicht aufgegriffen wurden.

Marotzkis „Bildungstheoretische Perspektiven des Internet“ und Interpretation von Kultur als „das jeweils selbstgesponnene Bedeutungsgewebe, in dem Menschen sich selbst entwerfen, ihre Handlungen koordinieren und sich über Prozesse der Symbolisierung, Ritualisierung, Metaphorisierung und Allegorisierung konstituieren“ (S. 245) bleiben merkwürdig unberührt von neueren Forschungen zu Medienkulturen, etwa von Siegfried J. Schmidt oder Hans-Georg Soeffner. Auch die immer wieder neuen Ergebnisse des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs „Norm und Symbol“ in Konstanz und „Medien und kulturelle Kommunikation“ in Köln sind historisch und medienkulturspezifisch weiterführend.

Insgesamt liegt hier eine Sammlung nur teilweise innovativer Beiträge vor, die weder – mit Ausnahme des Beitrags von Elena Esposito („Rhetorik, das Netz und die Entleerung der Subjektivität“) – hinreichend sozialwissenschaftliche Forschungsergebnisse noch „virtuelle Welten“ über das Internet hinaus differenzierter berücksichtigen. Die zahlreichen Druckfehler (die mich an nicht überprüfetes Scanning erinnerten, so in dem Beitrag von Dryfus) sind nicht gerade lesefreundlich und m.E. nicht typisch für den Herbert von Halem Verlag. Positiv hervorzuheben ist schließlich aber die Zusammenführung von Philosophen und KulturwissenschaftlerInnen aus den USA, Italien, der Bundesrepublik und Norwegen, deren Dialogchancen und Synergieeffekte jedoch nicht hinreichend genutzt wurden.

Peter Ludes

Thomas Eberle

Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher

Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality TV

Bad Heilbrunn: Klinckhardt, 2000. – 343 S.

ISBN 3-7815-1085-9

(zugl. München, Univ., Diss., 1999)

Auf den ersten Blick scheint die Frage, was denn Jugendliche zum Fernsehen motiviert, unnötig zu sein, da offensichtlich die Motive so vielfältig sind, wie die Programme, die Jugendliche letztlich in der gleichen Intensität wie Erwachsene goutieren. Die Arbeit von Eberle jedoch geht dieser Frage differenzierter nach. Sie