

Marcelina Kalasznik*

Lenka Vaňková et al. (Hrsg.), *Emotionalität in deutschen und tschechischen Medientexten*. In: *Wissenschaftliche Schriften der Universität Ostrava*, 269 (2012), 208 S.

Emotionen wurden in der Linguistik unlängst noch marginal behandelt und ihr Funktionszusammenhang mit der Sprache vernachlässigt. Parallel zur Entwicklung der kognitiven Linguistik setzte ein steigendes Interesse an der Forschung zu Emotionen im Rahmen der Sprachwissenschaft ein. Gegenwärtig sind Emotionen zum Gegenstand zahlreicher linguistischer Studien geworden, so dass man auch von der Entstehung einer besonderen Subdisziplin der Linguistik, und zwar der Emotionslinguistik, sprechen kann, die sich zum Ziel setzt, Emotionen unter vielfältigen linguistischen Gesichtspunkten zu erforschen. Diesem besonderen Interesse der Sprachwissenschaftler an Emotionen entspricht die Rede von der sog. „emotionalen Wende“ (engl. dem „emotional turn“).

Die Publikation *Emotionalität in deutschen und tschechischen Medientexten* ist im Rahmen des am Lehrstuhl für Germanistik an der Universität Ostrava unter Mitarbeit von Wissenschaftlern aus Ústí nad Labem und Brno realisierten Projekts *Ausdrucksmittel der Emotionalität im deutsch-tschechischen Sprachvergleich* entstanden. Der Sammelband enthält sieben Aufsätze, von denen die Mehrheit (mit der Ausnahme des Textes von Eva Maria Hrdinová) kontrastiv ausgerichtete, deutsch-tschechische Untersuchungen sind, die einen Vergleich des Inventars von emotionalisierenden Sprachmitteln in den deutschen und tschechischen Medien ermöglichen. In den Beiträgen werden unterschiedliche Textsorten, die in traditionellen und den sog. Neuen Medien vorkommen, auf ihr Emotionalisierungspotenzial hin auf unterschiedlichen Ebenen des Sprachsystems (Makrostruktur des Textes, Semantik, Syntax, Grammatik) untersucht.

Der Aufsatz von Hana Bergerová *Zur Emotionalität in deutschen und tschechischen Jugendzeitschriften am Beispiel von Ratgeber-Texten* eröffnet den Band. Die Autorin befasst sich mit einem besonders spannenden Thema, und zwar mit der Emotionsdarstellung, dem Emotionsausdruck, der Bewertung und

* Marcelina Kałasznik, M.A., Universität Wrocław, Institut für Germanische Philologie, Lehrstuhl für Deutsche Sprache, 50-140 Wrocław, Pl. Biskupa Nankiera 15b.

Emotionalisierung in Ratgeber-Texten in Zeitschriften für Jugendliche. Die Wahl des Themas ist dadurch motiviert, dass Jugendliche und Emotionen eng miteinander verbunden seien. Der Untersuchung liegen deutsche (rund 100) und tschechische Ratgeber-Texte (180) aus Jugendzeitschriften aus dem Zeitraum 2009–2012 zugrunde. Die Autorin präsentiert eingehend eine der typischen und sich oft in den Rubriken zur Beratung manifestierenden Emotionen, und zwar Angst. Beispiele sowohl aus den deutschen als auch aus den tschechischen Texten liefern zahlreiche Belege dafür, dass Angst die dominierende Emotion ist, die die Jugendlichen dazu anregt, sich an eine Beratungsstelle zu wenden. Die Autorin listet auf und bespricht an den exzerpierten Textpassagen unterschiedliche Angstarten, z.B. Leistungs- und soziale Angst, Liebeskummer und unterschiedliche Formen der Existenzängste. Die Liste der von Jugendlichen angesprochenen Probleme widerlegt die These, dass sich die Fragen der Jugendlichen auf die Liebe und Sexualität beschränken. Die kontrastive Untersuchung veranlasst die Autorin dazu, den Schluss zu ziehen, dass die deutschen Texte hinsichtlich ihrer Thematik vielfältiger als die tschechischen sind. Dem Teil zum Thema der Angst als der vorherrschenden Emotion in Ratgeber-Texten folgt die Bestimmung der Textsorte und die Beschreibung deren wichtigsten und prägnantesten Charakteristika. Danach werden drei Hypothesen als Ausgangspunkt für eine emotionslinguistische Analyse aufgestellt, die im nachfolgenden Teil des Aufsatzes verifiziert werden. Die Studie führt zu interessanten Ergebnissen über die Emotionsthematisierung und -darstellung in deutschen und tschechischen Ratgeber-Texten.

Eva Ciešlarová untersucht in ihrem Aufsatz „*Nach der Lektüre des Artikels bleibt ein flaues Gefühl im Magen. – Emotionsdarstellung in Leserbriefen im deutsch-tschechischen Vergleich*“ die Textsorte Leserbrief im deutsch-tschechischen Kontrast im Hinblick auf die Motivation der Schreibenden zum Verfassen eines solchen Leserbriefes sowie hinsichtlich der zur Emotionalisierung des Inhalts eingesetzten Mittel. Der emotionslinguistischen Analyse gehen die Einordnung des Leserbriefes als Textsorte sowie seine textlinguistische und teilweise auch geschichtliche Beschreibung voran. Als Quelle für die Erhebung des Textkorpus dienten der Autorin die deutsche Wochenzeitung *Der Spiegel* und das tschechische Nachrichtenmagazin *Týden* aus der zweiten Hälfte 2012, denen je einhundert Leserbriefe für die Untersuchung entnommen wurden. Die Analyse hat ergeben, dass der häufigste Beweggrund zum Schreiben eines Leserbriefes der Bedarf ist, den Ausgangsartikel zu bewerten. Die Autorin konstatiert, dass in den meisten Fällen die Bewertungen positiv ausfallen, d.h. die Leser bedanken sich für die Artikel, sei es für das angesprochene Thema, eine nette Schreibweise oder die Auswahl des Gesprächspartners im Falle eines Interviews. Die kritischen Stimmen zur Aufnahme der Artikel seien in der untersuchten Probe zwar nicht so häufig, die negativen Bewertungen richteten sich aber vor allem an den Inhalt der veröffentlichten Artikel, die Akteure oder die thematisierten Situationen und Ereignisse. Im weiteren Teil des Aufsatzes wird die Aufmerksamkeit auf explizite

und implizite Emotionsthematisierung gerichtet. Die Studie lässt den Schluss zu, dass es Emotionen gibt, die in Leserbriefen mit Abstand am häufigsten kommuniziert werden, z.B. Freude, Trauer, Ärger und Angst. Die Autorin stellt die Lexeme (darunter Substantive, Adjektive, Verben und Wendungen) zusammen, mit deren Hilfe Emotionen verbalisiert werden. In weiteren Überlegungen werden die im Korpus meist belegten Instrumente der Emotionalisierung aus unterschiedlichen Ebenen des Sprachsystems präsentiert: a) Lexik: emotionalisierende oder konnotativ markierte Lexeme, Intensifikatoren, Adjektive mit wertendem Charakter; b) Syntax: bestimmte Satzarten, rhetorische Fragen, expressive Wortfolge und Ellipsen; c) Stilfiguren: insb. Spott und Ironie. Die Analyse bietet einen Einblick in die Spezifität der Textsorte Leserbrief und beschreibt eine breite Palette an Mitteln, die zu dessen Emotionalisierung verwendet werden.

Als Ausgangspunkt für den Beitrag *Der emotional beladene mediale Diskurs in Bezug auf literarische Texte. Die Textsorte Rezension als Bestandteil eines Romans* von Eva Maria Hrdinová dienen die Gestalt der tschechischen Schriftstellerin I. Obermannová und deren zwei Bücher, und zwar *Tajná kniha* [Das Geheimbuch] und *Panoptikum české* [Das tschechische Panoptikum]. Die Autorin bringt den Leserinnen und Lesern die Biographie der Schriftstellerin näher und schildert kurz das Thema und die Handlung beider Werke der tschechischen Skandalistin. Das Ziel der Analyse ist es, die Rezensionen des Romans *Panoptikum české* auf die Präsenz von Emotionen in drei Formen, d.h. Benennen, Ausdruck, Evozieren von Emotionen hin zu untersuchen. Der Studie liegen vier Rezensionen zugrunde, die in unterschiedlichen „Trägern“ veröffentlicht wurden: die eine in einer literarisch-wissenschaftlichen Zeitschrift, die zwei anderen in einer allgemeinen Zeitschrift und die letzte in einer Boulevardzeitung. Die Autorin setzt sich somit das Ziel, eine Korrelation zwischen der Emotionalität der untersuchten Textsorte und der Presseart aufzudecken. Im Hauptteil des Aufsatzes werden die Rezensionen nach dem Muster: Angaben zum Autor, Titel und Fließtext analysiert. Aufgrund der tiefgründigen Analyse des Titels und des Fließtextes ist die Autorin zu interessanten Ergebnissen gekommen. Besonders fesselnd scheinen die Mittel der Emotionalität zu sein, die die Einstellung der Rezensionsautoren erkennen lassen.

In dem Beitrag von Martin Mostýn *Emotionalisierung in der deutschen und tschechischen Sportberichterstattung* werden in erster Linie die emotionalisierenden sprachlichen Mittel in deutschen und tschechischen Sportberichten (je 150 Texte), die in Print- und Online-Medien im Jahre 2012 und Anfang 2013 zu finden waren, analysiert, indem die Makro- und Mikrostruktur der Texte unter die Lupe genommen wird. Die Auswahl des Textkorpus sowie die Vorgehensweise bei der Analyse ermöglichen es, Schlüsse in Bezug auf zwei Hauptbereiche zu ziehen: erstens über den interlingualen tschechisch-deutschen Vergleich hinsichtlich der bewusst verwendeten sprachlichen Mittel der Emotionalisierung und zweitens über den Zusammenhang zwischen dem Medium (Presse, Internet) und der Neigung der Journalisten zur Emotionalisierung sowie zwischen dem Medium und

dem verwendeten Inventar an emotionalisierenden Mitteln. Ausgegangen wird von sprachpragmatischen Faktoren der Emotionalisierung in der Sportberichterstattung, unter denen der Autor gesellschaftliche und ökonomische Faktoren, Aufmerksamkeitserregung und die kommunikative Funktion der Sportberichte und Personalisierung der Sportler näher charakterisiert. Demnach wird die Rolle textinterner und -externer Faktoren besprochen, die die Emotionalisierung in geschriebenen Texten beeinflussen. Besprochen werden die Textlänge, der Autor, die Textfunktion und das Thema. Die Bausteine der Texte wie Headline, Lead und Fließtext sowie Thema werden auf ihr Emotionalisierungspotenzial hin untersucht. Außerdem werden ebenfalls Reizwörter, Elemente der Umgangssprache, metaphorische Wendungen und narrative Mittel der Emotionalisierung erforscht.

Lenka Vaňková geht in ihrer Studie *Zu Emotionalisierungsstrategien in der populärwissenschaftlichen Wissensvermittlung. Am Beispiel von Texten aus dem Bereich der Medizin* von der Frage der Wissensvermittlung aus, wobei ihr Schwerpunkt auf der populärwissenschaftlichen Wissensvermittlung liegt. Populärwissenschaftliche Artikel werden mit den wissenschaftlichen kontrastiert. Die Autorin untersucht in ihrer Analyse populärwissenschaftliche Artikel zu medizinischen Themen, die dem Bereich der fachexternen Kommunikation angehörig sind. Sie werden vier deutschen und vier tschechischen Zeitschriften entnommen, die keine Fachzeitschriften sind und sich nicht an Ärzte oder Mediziner richten. Es handelt sich hier um Zeitschriften mit allgemeiner Thematik, die u.a. medizinische Fragen behandeln und deswegen Laien und Medizin-Interessierte ansprechen. In diesem Beitrag werden die Texte auf die Emotionalisierungsstrategien hin geprüft. Besprochen werden zunächst der Einsatz des Visuellen und die Elemente der Textgestaltung, dann der Inhalt und nicht zuletzt sprachliche Mittel der Emotionalisierung mit der Einteilung in syntaktische, lexikalische und stilistische Mittel. In dem informativen Beitrag wird nicht nur ein umfangreicher Überblick über die Emotionalisierungsstrategien vorgestellt, sondern es werden auch Schlussfolgerungen in Bezug auf den Zusammenhang zwischen der Emotionalisierung und dem analysierten Periodikum präsentiert.

Jiřina Malá beschäftigt sich in dem Beitrag *Verbalisierung von Emotionen in Online-Artikeln. Eine Textanalyse anhand von Info-Texten aus SPIEGELONLINE.de und iDNES.cz* mit den Emotionen in Online-Texten im Zusammenhang mit dem Hurrikan „Sandy“. Je achtzehn Artikel zu der Naturkatastrophe aus den im Titel des Aufsatzes genannten Internet-Portalen wurden im Hinblick auf die Versprachlichung von Emotionen, die sich auf der textuellen, lexikalischen und syntaktischen Ebene niederschlagen, analysiert. Dem emotionslinguistischen Teil geht die Charakteristik der Neuen Medien voraus. Im Fokus des Aufsatzes stehen Ausdruck, Beschreiben und Evozieren von Emotionen in Online-Texten. Bei der Analyse untersucht die Autorin die einzelnen makrostrukturellen Bausteine der Texte. So werden zunächst Schlagzeilen, dann Zwischenzeilen und „Liveticker“, hiernach Haupttexte (eingeordnet als Berichte oder Reportagen) und abschließend

Text-Bild-Beziehungen analysiert. Da Online-Texte zu den Hypertexten gezählt werden, ist die Berücksichtigung anderer semiotischer Systeme bei der Emotionalisierung der Botschaft und deren Relationen mit der Sprache von besonderer Bedeutung. Die Studie zeigt, wie versucht wird, das Thema der Naturkatastrophe zu personalisieren, zu intensivieren und anschaulich zu machen. Wie die Autorin resümiert, weichen die Strategien in deutschen und tschechischen Online-Texten wenig voneinander ab. Die Berichterstattung stimmt zu einem großen Teil überein und das nicht nur in Bezug auf die Inhaltspräsentation, sondern auch auf die vermittelten Emotionen, unter denen Angst und Furcht überwiegen.

Der Band wird mit dem Aufsatz *Facebook und Emotionen* von Milan Pišl abgeschlossen. Der Autor beschäftigt sich mit einem Thema, das immer mehr an Bedeutung gewinnt, und zwar mit der Kommunikation mithilfe der sog. sozialen Medien (hier Facebook). Facebook als eine internationale Plattform, die Millionen von Nutzern auf der ganzen Welt vereinigt, bietet ein hervorragendes sprachliches Material zur emotionslinguistischen Analyse. In dem Aufsatz wird Facebook näher charakterisiert, mit besonderer Berücksichtigung zahlreicher Aktivitäten, die den Nutzern zur Verfügung gestellt werden. Im weiteren Teil der Analyse konzentriert sich das Augenmerk auf Emotionen und soziales Verhalten im Facebook, den Einsatz von Emoticons, Emotionen von Drittanbietern und Emotionen in Status-Aktualisierungen. Da Emoticons nicht nur in der Facebook-Kommunikation beliebt sind und in zahlreichen Publikationen besprochen werden, scheinen hier die Unterkapitel zu Emotionen in Anwendungen von Drittanbietern (hier „Wine Emotions“) sowie in Status-Aktualisierung die interessantesten und aufschlussreichsten zu sein.

Die Publikationen, die von der Germanischen Philologie in Ostrava zum Thema der Emotionen veröffentlicht werden, stellen einen wertvollen Beitrag zu der Emotionslinguistik dar. Dies gilt ebenfalls für den kurz vorgestellten Sammelband. Die Bandbreite der behandelten Themen (z.B. Ausdruck von Emotionen, Beschreiben von Emotionen und Evozieren von Emotionen), die Vielfalt der als Grundlage für die Studien dienenden Textsorten (Ratgeber-Texte, Leserbriefe, Rezensionen, Sportberichte, populärwissenschaftliche Texte, Online-Artikel) sowie die kontrastive deutsch-tschechische Ausrichtung tragen dazu bei, dass die besprochene Publikation für alle, die sich für Emotionen, ihre Verbalisierung und ihre Präsenz in der Sprache interessieren, ein empfehlenswerter Titel ist. Für alle Leserinnen und Leser, die des Tschechischen nicht mächtig sind, werden allen angeführten tschechischen Textpassagen deutsche Übersetzungen hinzugefügt.