

Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien.

Berlin, New York: Walter de Gruyter 1991, 438 S., DM 180,-

Im Laufe der letzten zehn Jahre sind eine Reihe von sprachpragmatisch-gesprächsanalytischen Monographien und Sammelbänden zu Gesprächen im Fernsehen wie Hörfunk erschienen. Es ist ein gemeinsames Merkmal dieser Arbeiten, daß sie sich mit einzelnen Gesprächssorten beschäftigen, die zugleich auch Sendetypen sein können wie 'Talk Show', aber nicht müssen wie 'Interview'. In seinen Studien zum Gespräch in den Massenmedien geht Burger einen anderen Weg. Er setzt nicht bei einzelnen Gesprächssorten an, sondern thematisiert eine Reihe von Aspekten, die Mediengespräche der verschiedensten Art betreffen. Zu diesem Zweck verarbeitet Burger die Literatur, bereichert die Darstellung vor allem aber auch mit eigenem Material und Beobachtungen. Er verfolgt damit zwei Ziele: Zum einen sollen Topoi der Medienforschung und -kritik differenzierter betrachtet werden (vgl. S.2); zum andern ist das "Dialogische selbst ein zentraler Mythos der Medien geworden" (S.420) - Anlaß genug, "die Medien-Wirklichkeit von *innen heraus*, d.h. in ihren immanenten Regeln und Werten, mit ihren genutzten und verpaßten Chancen, zu verstehen versuchen" (S.10). Diese Aufgaben geht Burger mit interpretativen Verfahren an. Dabei besticht das immense Material in Form von mehr oder weniger umfangreichen Gesprächsausschnitten, mit dessen Analyse entweder Thesen belegt oder aber abgeleitet werden. Überraschend ist dabei, wie unpräzise die Analysen dargeboten werden, indem Burger ganz auf die Plausibilität der Beispiele und ihrer Deutung setzt. Das Resultat ist eine recht lockere Darstellung nicht immer einfacher Sachverhalte, die durchaus das Aperçuhafte und Impressionistische streift. Doch offensichtlich verzichtet Burger bewußt auf die methodische Strenge linguistischer Gesprächsanalyse und auf eine terminologische Befruchtung (vgl. S.8). Selbst da, wo auf Ergebnisse der linguistischen Forschung zurückgegriffen wird, werden diese in eine allgemeinverständliche Sprache übersetzt. Insofern darf das Buch nicht als Überblick über 'The State of the Art' der linguistischen Beschäftigung mit Mediengesprächen gelesen werden. All das zeigt, daß diese Monographie nicht einfach für Linguisten geschrieben, sondern daß sie wohl auch ein Angebot darstellt an Politologen, Soziologen, Publizistik-, Medien- und Kommunikationswissenschaftler, die an qualitativen Analysen und da besonders am sprachlichen Detail interessiert sind. Exemplarisch für diese Beschäftigung mit dem Sprachdetail soll das Kapitel "Kampf um Wörter" genannt werden, in dem Burger an die Diskussion um das Besetzen von Begriffen anknüpft, diese dann aber auf den Gebrauch von Klischees zuspitzt. Während phraseologisch-metaphorischer Sprachgebrauch ein generelles Kennzeichen öffentlicher Rede ist, weist er in Mediendialogen noch eine beson-

dere Qualität auf, da hier auf kleinstem Raum Klischees einerseits sprachlich produktiv werden, also neue Klischees erzeugen (vgl. S.156), und andererseits zu gesprächsinternen Sprachregelungen führen können (vgl. S.161). Burger zeichnet diese Prozesse sehr eindrucksvoll an dem Schweizer Stereotyp "Das Boot ist voll" nach.

Obwohl der bestimmte Artikel im Titel nahelegt, daß Burger alle Massenmedien berücksichtigt, konzentriert er sich in der Hauptsache auf das Fernsehen und zieht den Hörfunk ergänzend heran vor allem da, wo sich hörfunkspezifische Gesprächsformen entwickelt haben (z.B. 'phone-ins'); auf das Presseinterview entfallen dagegen lediglich zwei Seitenblicke. Insgesamt ist die Darstellung in sechzehn Kapitel gegliedert, deren Aufzählung zum Teil mit Stichworten charakterisiert werden soll (die Kapitelüberschriften erscheinen in Anführungszeichen). Neben der allgemeinen Einführung und dem Resümee ("Die Wirklichkeit des Mediengesprächs") finden sich die folgenden Punkte: Die Zwänge der "Zeit" als teures und knappes Gut; der "Raum" und die Definition von Gesprächssituationen; die paradoxe Forderung "Sei spontan!" und die Fallstricke der Vorbereitetheit; "Intimität in der Öffentlichkeit" (s.u.); "Rituale" in Gesprächen; Persuasion oder Meinungsbildung: "Kampf oder Argumente?"; "Kampf um Wörter" (s.o.); Unterhaltung mit "Talk als Show"; die Dialogisierung der Information: "Information durch Gespräch"; "Kommunikation ohne Grenzen" oder das Gespräch mit großer Teilnehmerzahl; "Der Moderator: Rollen und Rollenkonflikte"; "Prominente - und Menschen wie du und ich"; "Kinder" als Randgruppe; Formen der Partizipation: "Der Rezipient im Gespräch" - Burger schreibt selbst, daß die Kapitelfolge assoziativ sei (vgl. S.10). Tatsächlich bietet das Buch zahlreiche Facetten, die nicht unbedingt ein gerundetes Bild abgeben; doch der Aspektreichtum macht da manches wett. Außerdem bemüht sich Burger, den Zusammenhang durch zahlreiche Querverweise zu sichern. Für die gezielte Informationssuche steht ein Sachregister zur Verfügung. Dem Assoziativen in der Themenbehandlung wirkt auch entgegen, daß wir immer wieder und ganz zwangsläufig den am Gespräch beteiligten Menschen begegnen. So ist dem Moderator nicht nur ein spezielles Kapitel gewidmet, sondern er tritt in fast jedem Kapitel auf - und das in wechselnder Beleuchtung. Ebenso ergeht es den Gesprächsteilnehmern, was wiederum exemplarisch gezeigt werden soll.

Neben dem Abschnitt, der speziell der (Neben)Rolle von Kindern gewidmet ist, findet sich ein Kapitel über die Gesprächsteilnehmer generell. Hier wird genauer untersucht, welche Folgen die bekannte Unterscheidung zwischen Prominenten / Bekannten und Nichtprominenten / Unbekannten für die Struktur der Gespräche hat. Diese Unterscheidung spielt aber auch im Abschnitt über "Intimität in der Öffentlichkeit" eine

wichtige Rolle. Burger untersucht hier, wie Moderatoren mit der Privatsphäre von Stars und Unbekannten umgehen, mit dem Ergebnis, daß die Tabugrenzen zwar nicht unterschiedlich gezogen werden, die Stars aber mit dem Moderator "gemeinsame Sache" machen, die Unbekannten dagegen "gute Miene zum bösen Spiel" (S.88). Das hängt gewiß auch damit zusammen, daß Prominente im Gegensatz zu Unbekannten eine medienöffentliche, inszenierte Privatsphäre haben, so daß wir als Zuschauer in Wirklichkeit nur sehr vordergründig mit ihnen vertraut werden (Stichwort "sekundäre Intimität"). In letzter Konsequenz sind also die Tabugrenzen und -verletzungen bei Stars und Unbekannten doch ungleich gezogen.

Trotz der gebotenen Vielfalt wird der eine oder andere diesen oder jenen von ihm favorisierten Aspekt vermissen. Daß jedoch in einem Buch, das sich weithin dem Fernsehgespräch widmet, das Visuelle ausgeklammert bleibt, ist mehr als bedauerlich. Zwar wird das Bild z.B. im Kapitel "Raum" berücksichtigt, ebenso in Passagen, in denen es um bestimmte technische Möglichkeiten wie das Erscheinen eines Gesprächspartners auf einem Monitor geht; aber das Verhältnis von Text und Bild wird nicht thematisiert. Gewiß - Fernsehgespräche leben erst einmal vom Wort, und deshalb wird in linguistischen Arbeiten die Bildseite auch eher vernachlässigt, doch auch die visuelle Inszenierung ist ein nicht zu unterschätzender Teil der "kommunikativen Wirklichkeit" (S.2) des Fernsehgesprächs.

Da eben von "visueller Inszenierung" gesprochen wurde, noch eine Anmerkung zum Begriff der Inszenierung oder Inszeniertheit. Burger lehnt ihn ab, weil mit ihm ein "nur so tun als ob" nahegelegt werde, das zu entlarven sei (S.415). Natürlich kann diese Theatermetapher Täuschung oder schönen Schein nahelegen. Mit ihr verbunden ist aber auch die Unterscheidung von Bühne und Zuschauerraum, wobei dasjenige, das sich jenseits der Rampe abspielt, eben dadurch für die Zuschauer eine besondere Bedeutung gewinnt. Der Nutzen des Inszenierungsbegriffs liegt gerade darin, diese Dimension zu verdeutlichen, die schließlich auch Burger im Blick hat, wenn er sagt: "Mediengespräche haben eine eigene Wirklichkeit, in die Elemente anderer Wirklichkeiten transformiert werden und in der sie eine immanente neue Funktion erhalten." (S.413)

Die Ziele, die Burger mit seinem Buch verfolgt, hat er zumindest ein großes Stück weit eingelöst, indem er "immanente Regeln und Werte" (S.10) der Medien-Wirklichkeit offenlegt. Die kritische Auseinandersetzung mit Topoi der Medienforschung und -kritik erfolgt dagegen eher implizit. Insgesamt ist seine Darstellung reich an Informationen und anregenden Details. Wer am Mediengespräch und seiner Ana-

lyse interessiert ist, wird deshalb das Buch mit Gewinn lesen, auch wenn er nicht mit jeder Position und Aussage Burgers einverstanden ist.

Ulrich Püschel (Trier)