

*Britt-Marie Schuster / Arnika Lutz (Paderborn)*

## **Eine neue Form politischer Kommunikation? Zu den Video-Podcasts von Angela Merkel**

### **0. Einleitung**

Seit Beginn der Fußballweltmeisterschaft 2006 wendet sich Angela Merkel im wöchentlichen Abstand im Rahmen zumeist vierminütiger Ansprachen auf der Basis von Video-Podcasts<sup>1</sup> an die deutsche Bevölkerung. Mit ihrer Veröffentlichung hat sie als Regierungschefin 2006 weltweit einen Präzedenzfall geschaffen, der einen hohen symbolischen Wert besitzt, da sich die Kanzlerin durch die Nutzung einer neuen Technologie als medienkompetent und fortschrittlich erweist. Dieser Wert ist Angela Merkel bewusst und wird mit ihrem Regierungsprogramm verbunden:

Heute wende ich mich zum ersten Mal auf einem ganz neuen Weg an Sie: mit einem Video-Podcast. Neue technische Möglichkeiten faszinieren nicht nur junge Menschen. Auch ich habe Freude daran. Und deshalb möchte ich Ihnen ziemlich regelmäßig auf diesem Wege erläutern, was die Bundesregierung bewegt – im doppelten Wortsinn: Womit wir uns beschäftigen und was wir tun, um Deutschland voran zu bringen. (08.06. 2006).

Von sprachwissenschaftlicher Seite kann danach gefragt werden, inwieweit die Nutzung neuer Medien dem politischen Sprachgebrauch neue Facetten hinzufügt, Handlungsspielräume eröffnet oder verschließt und etwa die ohnehin enge Symbiose zwischen politischer und Medienkommunikation verstärkt oder schwächt. An Merkels Video-Podcasts ist allein schon ihre thematische Orientierung bemerkenswert: Die Themenauswahl richtet sich nach dem Terminkalender der Kanzlerin und nicht nach der thematischen Agenda gerade aktueller politischer Debatten. Da häufig zukünftige Ereignisse oder gesetzliche Maßnahmen angekündigt werden, sichert sie sich eine zeitlich vorgelagerte Deutungshoheit über die entsprechenden Ereignisse. Dadurch werden traditionelle Wege der politischen Kommunikation und des mediendemokratischen Arrangements durchbrochen. Die Podcasts sollen die „Kanzlerin direkt“ – so der Titel der Podcasts – und damit ohne ein interpretatives Zwischenglied (etwa einen Zeitungskommentar) zeigen. Das Handeln einer politisch mächtigen Frau

---

<sup>1</sup> Unter Podcasting versteht man das Produzieren und Anbieten von Mediendateien im Internet, es können Audio- oder Video-Podcasts vorliegen.

und die Reformvorhaben der Regierung sollen verständlich werden, womit die Zwangsläufigkeit und Richtigkeit dieser Vorhaben vorausgesetzt werden.

Im Folgenden wird zunächst das Thema des Beitrags in die medienlinguistische Forschungslandschaft eingebettet (1) und die sprachliche und textliche Musterhaftigkeit der Podcasts gezeigt (2). Die Untersuchung basiert auf 150 Podcasts, die im Zeitraum von Juli 2006 bis Februar 2010 veröffentlicht worden sind. Um darzustellen, dass die Musterhaftigkeit sich auch dort zeigt, wo innen- und außenpolitische Krisensituationen thematisiert werden, werden zwei Podcasts, einmal zum umstrittenen G8-Gipfel in Heiligendamm, einmal zur Finanzkrise am Ende des Jahres 2008 genauer analysiert (3). Schließlich soll im Abgleich mit verwandten Formen der politischen Kommunikation (etwa der Neujahrsansprache) geklärt werden, ob und inwieweit eine neue bzw. neuartige Form der politischen Kommunikation vorliegt (4.).

## 1. Einbettung in die medienlinguistische Forschungslandschaft

In Anschluss an Habscheid/Klemm (2007: 1) darf man es als eine medienlinguistische Kardinalfrage betrachten, ob und inwieweit neue Medien und ihre interaktiven Möglichkeiten (moderierte Weblogs, Gästebücher u.v.a.m.) etablierte monologische oder dialogische Kommunikationsformen der politischen Kommunikation beeinflussen und verändern. Dass es ein Wechselverhältnis zwischen neuen technologischen Möglichkeiten und sprachlicher Gestaltung geben *kann*, sich dieses aber nicht zwangsläufig ergeben *muss*, lehrt sowohl die Kommunikationsgeschichte als auch die Erforschung neuer Medien. Vielmehr ist der spezifische Gebrauch eines neuen Mediums durch Produzenten vor dem Hintergrund eines kommunikativen Rahmens zu betrachten, der ggfs. zu neuartigen Handlungsmustern bzw. zu ihrer Ausdifferenzierung und Konvergenz führt (vgl. etwa Bucher/Gloning/Lehnen 2010). Mit neuartig soll zum Ausdruck gebracht werden, dass wir es nicht mit einer Neuerfindung des politischen Sprachgebrauchs zu tun haben, sondern mit einer Modifikation, Kombination oder Überlappung schon bestehender, vergleichbarer Formen politischer Kommunikation. Die Ausgangsfrage muss also präziser lauten: Führt die spezifische Nutzung der Video-Podcasts durch eine ranghohe Politikerin vor dem Hintergrund schon etablierter kommunikativer Routinen im Feld des Politischen zu einer neuartigen Facette politischen Sprachgebrauchs?

Unseres Erachtens verlangt die Analyse der Podcasts einen sowohl integrativ-mehrdimensionalen Zugang, wie er von der linguistischen Kommunikationsanalyse vorgeschlagen worden ist (vgl. Muckenhaupt 1999) als auch einen qualitativ-hermeneutischen Zugriff in der Nachfolge von Herrmanns (2003b) und Klein (2007):

- (i) Eine integrative Medienanalyse bezieht sich unter dem Gesichtspunkt der Vernetzung unterschiedlicher Textebenen auf das kommunikative

Einzelereignis, das wir hinsichtlich der Textkomposition, der thematischen und funktionalen Bausteine, der Inszenierung/Perspektivierung der Rednerrolle und des Adressatenbezugs, der lexikalischen, syntaktischen sowie stilistischen Gestaltung ausgewertet haben.

- (ii) Eine integrative Medienanalyse betrachtet jedoch auch die Vernetzung der unterschiedlichen Kanäle bei der audiovisuellen Präsentation (i.S.v. Holly 2007), die ebenfalls beleuchtet worden ist.
- (iii) Eine integrative Medienanalyse sieht das kommunikative Einzelereignis jedoch auch als Schnittstelle von unterschiedlichen Prätexten und Diskurssträngen (vgl. Klein 2007: 210 f.).

Zu den unter (iii) genannten Prätexten gehören sowohl dem Einzelereignis (unmittelbar) vorausgegangene Texte als auch relevante Diskurse (etwa der Globalisierungsdiskurs). Die Kenntnis der Prätexte steuert nach Klein nicht nur die Verstehens- und Akzeptanzbedingungen der Rezipienten, sondern beeinflusst auch das rezeptionsstrategische Kalkül des Textproduzenten – die Podcasts dürfen sowohl kein wesentlich anderes Image von Merkel als auch keine wesentlich andere politische Positionierung zeigen. Insofern lassen sich einerseits die schon zuvor veröffentlichten Podcasts als Prätexte verstehen, andererseits gehören zu den Prätexten auch Reden zu ähnlichen Themen, Interviews und Presseauftritte sowie die Selbstdarstellungen auf anderen Websites wie *angela-merkel.de*. Qualitativ-hermeneutisch vorzugehen, setzt in einem ersten Schritt die Beschreibung der sprachlichen Gestaltung voraus, die in einem zweiten Schritt interpretierend verstanden werden soll. Das Erkenntnisziel bezieht sich darauf, warum Merkel – neben der schon thematisierten Sozialsymbolik – das Medium so nutzt, wie sie es nutzt, und warum es gegenüber alternativen Äußerungsformen interessant ist. Dazu richtet sich das Interesse nicht nur auf Auswahl von Kommunikationsform und Texttyp, sondern auch auf ihre Kompatibilität mit Image und Rollenverständnis der Kanzlerin. So äußert sie unmittelbar nach ihrer Wiederwahl im September 2009 das Ziel, Kanzlerin aller Deutschen sein zu wollen. Damit formuliert sie den Anspruch, die Interessen auch derjenigen im Blick zu haben, die sie nicht gewählt haben. Das zugrunde liegende Politikverständnis streicht nicht divergente Interessen heraus, sondern betont den Ausgleich unterschiedlicher Interessen vor dem Hintergrund gemeinsamer nationaler Ziele. Nicht die oberste und streitbare Vertreterin der Regierungskoalition spricht zu uns, sondern eine Mediatorin, die vermittelt und sich als eine „prima inter pares“ begreift: „Deshalb ist dies auch ein politischer Schwerpunkt unserer Arbeit, und deshalb werden sich Bund und Länder, Ministerpräsidenten und Vertreter der Bundesregierung mit mir in der Woche bei einem Bildungsgipfel in Dresden zusammensetzen.“ (18.10.2008).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Kursivierungen hier und an anderen Stellen von den Verfasserinnen, B.-M. Schuster und A. Lutz.

Die erste und bis Herbst 2010 auch die zweite Amtsperiode ihrer Kanzlerschaft ist häufig mit solchen Attributen wie *präsidial* bezeichnet worden. Obwohl die Kanzlerin im Jahr 2010 ihr Auftreten auf der politischen Bühne verändert und alte Antagonismen wieder aufleben lässt, um für die CDU verloren geglaubtes Terrain zurückzuerobern, dominiert auch heute noch ein eher präsidialer, konsensorientierter Habitus die Podcasts. Insofern dürfen wir unsere Ausgangsfrage also noch einmal präzisieren: Führt die spezifische Nutzung der Video-Podcasts durch eine ranghohe Politikerin vor dem Hintergrund schon etablierter kommunikativer Routinen, die im öffentlichen Sprachgebrauch vage mit dem Etikett *präsidial* bezeichnet werden und tieferliegend auf routinierte Stilmerkmale, eine routinierte Selbstdarstellung hindeuten, zu einer neuartigen Facette politischen Sprachgebrauchs?

## 2. Sprachliches Profil der Video-Podcasts

### 2.1. Aufbau der Video-Podcasts

Die Video-Podcasts, die meist eine Länge von drei bis fünf Minuten haben, werden im wöchentlichen Abstand Sonnabend veröffentlicht; sie wählt eine Form monologischer und unidirektionaler Kommunikation. Da die Video-Podcasts eine Autonomie gegenüber Tagespolitik zeigen, wird ein zusätzlicher politischer Raum geschaffen: Gegenüber der großen politischen Bühne, die uns durch die Massenmedien erreicht und die politischen Protagonisten beim Handlungsvollzug zeigt, sehen wir in den Podcasts ein *Eine-Frau-Stück*, das immer nach einem ähnlichen Drehbuch aufgeführt wird.

Die Podcasts haben von 2006 bis 2009 einen ähnlichen Aufbau: Einem musikalisch untermalten Vorspann, bei dem sich Merkel zunächst inmitten einer Menschenmenge zeigt, folgt ein Zoom auf die Eingangstür des Bundeskanzleramts, woraufhin der Weg von der Eingangstür bis zum Schreibtisch der Bundeskanzlerin folgt. Der Schreibtisch zeigt ein Schild mit der Aufschrift „Bundeskanzleramt“ und eine Handglocke, die die Zeremonie einzuleiten scheint. Der Vorspann spielt mit den Landesfarben. Im Januar 2009 wurde der Vorspann geändert, erhalten bleibt jedoch das Schlussbild mit dem Schreibtisch Merkels. Nach dem Vorspann beginnt das *Eine-Frau-Stück*: Merkel präsentiert sich neuerdings vor einer Fototapete mit der Aufschrift „Die Kanzlerin direkt“, die ca. ein Drittel des Bildhintergrunds einnimmt, der restliche Hintergrund variiert dem Anlass angemessen (etwa das Logo einer Tagung, Fahnen o.ä.). In ihren Videopodcasts, die Merkel nicht selbst verfasst,<sup>3</sup> sondern durch ihre

<sup>3</sup> Zuständige Medienagenturen: 08. Juni 2006 – 29. Juli 2006: RCC Public Affairs (Wolfgang Stock, Merkel-Biograf); September 2006 – Dezember 2006: EVISCO AG

Unterschrift authentifiziert, präsentiert sie einen konzeptionell schriftlichen Text, den sie (wahrscheinlich) abliest. Zwischen der reinen Textversion, die im Internet zur Verfügung gestellt wird, und der dann verlesenen Version finden sich nur geringfügige Abweichungen. Die mediale Mündlichkeit ist dennoch durch den Einsatz nonverbaler und paraverbaler Elemente präsent. Die Körperhaltung der Kanzlerin ist zumeist ruhig: Will sie einer (Teil)Äußerung Nachdruck verleihen, so wird dies meist durch Handbewegungen erreicht, so etwa das Schließen der Hände zu einer Faust, mit deren Hilfe ein Pochen angedeutet wird, oder durch das leichte Heben beider Daumen, das Optimismus verbreiten soll, oder durch Hochziehen der Augenbrauen, um einer Äußerung mehr Nachdruck zu verleihen. Offenheit, jedoch auch Bezüge auf ein Kollektiv werden durch das Öffnen der Handflächen erreicht; negativ oder positiv konnotierte Lexeme werden mimisch unterstützt. Daneben werden Pausen, die bisweilen emphatisch gedeutet werden können, eine Erhöhung der Lautstärke sowie ein betont langsames Sprechen eingesetzt. Neben dem Hochziehen der Augenbrauen, gelegentlichem Stirnrunzeln, Augen-Zusammenkneifen oder Lächeln vermeidet es die Kanzlerin, stärkere Emotionen (Lachen oder Verärgerung) mimisch auszudrücken. Es zeigt sich hier schon, dass die unterschiedlichen Themen in etwa ähnlich behandelt werden und dass Körperhaltung, Gestik und Mimik in der Regel der staatstragenden Rolle angepasst werden. In den Podcasts wechselt die Kamera zumeist zwischen einer Fern- (Halbtotale) und Nahaufnahme, was z.T. auch Indikator für die Relevanz des gesetzten Themas oder Subthemas sein kann. Insgesamt wirken die ruhige Körperhaltung, die in der Körpermitte gefalteten Hände lehrbuchmäßig, bzw. sie sind unauffällig und lenken den Rezipienten nicht ab.

Während das lexikalische Profil der Podcast-Texte differenziert zu betrachten ist (vgl. 2.4.), ist zur syntaktischen Gestaltung resümierend zu sagen, dass eine recht einfache Syntax vorliegt, die komplexere hypotaktische Konstruktionen ebenso wie den Aufbau komplexerer Nominalgruppen meidet. Sparsam wird von Techniken Gebrauch gemacht, die die syntaktische Gestaltung auflockern könnten und einer Syntax des Hörens zugerechnet werden könnten. Es fehlen bis auf gelegentliche Nachträge oder Ausklammerungen alle weiteren Formen der Herausstellung, etwa Vor-Vorfeldbesetzungen. Der einzige stilistische Kunstgriff, den sie sich im Bereich der Syntax erlaubt, ist der syntaktische Parallelismus mit entsprechenden Anaphern. Weder finden sich also die für eine mündliche Diktion typischen Konstruktionsbrüche, noch werden mit der Syntax verknüpfte Gewichtungen und Hervorhebungen genutzt, was wie auch schon der sparsame

---

– The Electronic Vision Company, München Aufsichtsrat: Prof. Roland Berger (Vorsitz), Dr. Burkhard Schwenker, Joachim Hausmann; Januar – Dezember 2007: EVISCO AG; Januar – Dezember 2008: orgeldinger media group gmbh; Januar 2009 – Februar 2010: EVISCO AG.

Einsatz von Gestik und Mimik auf einen Unterschied zur traditionellen, persuasiven Parlamentsrede hinweist.

## 2.2. Themen- und Handlungsabfolge

Es ist auffällig, dass die Podcasts auf die nähere Zukunft gerichtet und deshalb prospektiv orientiert sind, womit Merkel gegenüber dem politischen oder medialen Diskurs die Deutungshoheit über bestimmte Ereignisse beansprucht. Im Rückblick auf vergangene Ereignisse würde sie mit den Interpretationen politischer Akteure und medialer Beobachter konkurrieren und müsste ggfs. eigenes Handeln rechtfertigen. Durch diese prospektive Orientierung ergibt sich eine Dominanz folgender sprachlicher Handlungen: FESTSTELLEN, BEHAUPTEN, VERSPRECHEN, PROGNOTIZIEREN, aber auch eines in die Zukunft gerichteten WÜNSCHENS. Sie sind auffälliger als verstehensstützende Handlungen wie das ERKLÄREN oder argumentationsstützende Handlungen wie das BEGRÜNDEN oder SCHLUSSFOLGERN.

Zu Beginn eines Podcasts wird der thematische Anknüpfungspunkt genannt. Im Regelfall sind die Texte nicht monothematisch, sondern greifen eine Reihe von Subthemen auf, die im Horizont des angeschlagenen Themas liegen. Dabei lässt sich erkennen, welche Themen in der Regel miteinander verknüpft werden: Ist der Anlass für ein Podcast ein internationales Ereignis, so bietet es häufig Anlass, die Rolle der deutschen Außenpolitik darzustellen. Ist der Anlass hingegen ein inländisches Ereignis, so führt ein kulturelles Ereignis dazu, eine Besinnung auf die nationale Identität einzuleiten, ein Bildungsgipfel dazu, einen in der Zukunft liegenden Beschluss über ein Regierungsvorhaben (etwa eine Gesetzesvorlage) zu besprechen oder ähnlich wie der Besuch einer Messe oder eines Wirtschaftsunternehmens dazu, ihr zentrales Anliegen zu vermarkten: die Förderung von (potentiellen) Leistungsträgern, um die wirtschaftliche Rolle in der Welt zu behaupten. Nach einem Bekenntnis zum nachhaltigen Wirtschaften in einem Podcast zu einem Green-IT-Gipfel wird das zentrale Anliegen besonders hervorgehoben: „Ich bin zutiefst überzeugt, dass gerade Deutschland, das in den Umwelttechnologien einen Spitzenplatz in der Welt hat, die Verbindung mit der Informationstechnologie eine gute Möglichkeit ist, in neue Branchen und neue Marktsegmente vorzustoßen.“ (15.11.2008).

Die Verknüpfung von Themen folgt einem utilitaristisch-pragmatischen Weltbild und ergibt sich durch einen übergeordneten Argumentationstopos (i.S.v. Wengeler 2008: 226 ff.): „Weil eine Maßnahme, Initiative o.ä. dem Erhalt oder dem Ausbau wirtschaftlicher Stärke dient, ist sie zu begrüßen“. Der Topos des wirtschaftlichen Nutzens kann mit dem Humanitäts-Topos („Weil ein bestimmtes politisches und/oder wirtschaftliches Handeln die Rechte der Menschen einschränkt, sollte dieses unterbleiben.“) verbunden werden. Interessanterweise

fehlen alle Topoi, mit denen sich ein negatives Zukunftsbild verbinden lässt, etwa der Bedrohungs-Topos („Sofern sich ein Zustand nicht gravierend ändert, werden die Menschen in Deutschland darunter zu leiden haben“). Da die Podcasts in den Kontext von Reformvorhaben der Bundesregierung gestellt werden, werden sie jedoch vom Topos des wirtschaftlichen Nutzens durchzogen. Diesem Topos folgend ist der Schutz der Umwelt kein Ziel an sich, sondern dient dazu, potentielle Absatzmärkte für die deutsche Umwelttechnologie zu fördern. Auch Migration wird in den Kontext internationalen Wettbewerbs gestellt: „So werden wir dazu beitragen, dass mehr Menschen eine Chance haben, anspruchsvolle Berufe ausüben zu können und damit zum Wohlstand in unserem Lande beitragen zu können.“ (18.10.2008).

Das wiederholt auftretende „Kinder sind unsere Zukunft“ (etwa im Podcast vom 11.10.2008) und die damit verbundenen Bildungsinvestitionen werden dadurch gerechtfertigt, dass sie späterhin dazu beitragen könnten, den Wirtschaftsstandort Deutschland zu erhalten. Die Formel steht jedoch nicht in einem ideologiefreien Raum: „'Kinder sind unsere Zukunft' ist nicht nur eine Floskel, sondern aktuelles Leitmotiv einer Politik des Humanvermögens“ (Honig 2010: 345). Die thematischen Verflechtungen zeigen eine Affinität zu einem teils konservativen, teils (wirtschafts)liberalen Weltbild und damit eine, wenngleich verhaltene parteispezifische Imprägnierung.

### **2.3. Perspektivierungen und Positionierungen**

Obwohl die Kanzlerin in den Podcasts selten auf sich Bezug nimmt, sind ihre Perspektivierungen präsent, was an entsprechenden Personal-, Temporal- und Lokaldeiktika deutlich wird. Darüber hinaus wird die eigene Sprecherhaltung, besonders das Für-Wahr-Halten, durch den Gebrauch von Modalverben/-adverbien markiert. Die Podcasts erschöpfen sich jedoch nicht in einem Ankündigen von Handlungen, sondern versuchen auch eine Gesellschaftsdiagnose, die mit argumentativen Positionierungen einhergeht.

Zunächst zu den Perspektivierungen: Nach der Setzung des thematischen Rahmens wird, sofern es sich um wiederkehrende Ereignisse handelt (etwa der 9. November), das entsprechende Ereignis historisch perspektiviert, in der Bedeutung für Deutschland ermessen, bevor bevorstehende Handlungen (etwa Maßnahmen) genannt werden (etwa der Kampf gegen Rechtsradikalismus). Sofern es sich um bevorstehende singuläre Ereignisse handelt, werden unmittelbar nach der thematischen Setzung bevorstehende Handlungen bzw. Absichten mit ‚wir wollen‘ genannt. Damit kann je nach Dringlichkeit des Themas auch ein ‚wir müssen‘ oder ‚wir haben die Absicht‘ verbunden sein/werden. Eine Auswertung von 20 Podcasts aus dem Zeitraum vom 04.10.2008 bis zum 19.09.2009 hinsichtlich des Gebrauchs von Modalverben hat ergeben, dass das auf Fähigkeiten gerichtete

Modalverb *können* am häufigsten gebraucht wird (89 Belege), gefolgt von dem Interessen zum Ausdruck bringenden *wollen* (41 Belege) und dem gebietenden *müssen* (35 Belege). Epistemische Verwendungsweisen, die vorrangig dazu gebraucht werden, Vermutungen zu äußern oder Sichtweisen anderer distanzierend zu referieren, erscheinen nicht, was den postulativen Charakter der Podcasts und ihre Organisation von der Sprecher-Origo aus unterstreicht. Grundsätzlich fehlen sprachliche (Teil)Handlungen wie ABSCHWÄCHEN oder ABWÄGEN oder die Angabe von Präferenzen gegenüber möglichen Alternativen.

Mit der Verwendung der Modalverben verbindet sich häufig der Gebrauch des personaldeiktischen *Wir*. Merkel ordnet sich damit unterschiedlichen Gruppen zu. Wenn es sich um Ereignisse nationaler Tragweite handelt, die alle Deutschen ansprechen (könnten), oder wenn ein gemeinsames Kulturgut hervorgehoben werden soll, so etwa die deutsche Verfassung: „unser deutsches Grundgesetz“ (06.12.2008), darf dieses *Wir* bzw. possessive *Unser* als ein alle Bürgerinnen und Bürger inkludierendes *Wir* gedacht werden. Wenn Beschlüsse im Vordergrund stehen, meint das *Wir* die Bundesregierung oder ein anderes national oder international wirkendes Gremium. Das *Wir* ist also einerseits ein die Bevölkerung vereinnahmendes *Wir*, andererseits ein die Bevölkerung ausschließendes, für die politischen Protagonisten reserviertes *Wir*. Neben dem häufig ermutigend gemeinten *Wir wollen/können* zeigt sich die Kanzlerin als sensible Beobachterin gesamtdeutscher Stimmungen, so durch *verba cogitandi* oder *verba sentendi*. Eine der in den Podcasts am häufigsten gewählten Formulierungen ist „wir wissen“, wobei die Semantik dieser Konstruktion zwischen einem einfachen ‚Kenntnis von etwas haben‘ und einem eher deontischen *wissen* (im Sinne eines Sollens oder ‚überzeugt sein von‘) schwankt.

*Wir wissen*, dass im letzten Jahr die Zahl der Arbeitslosen um 800.000 gesunken ist und dass 450.000 neue sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse entstanden sind. (17.03. 2007). (*wissen*: ‚haben Kenntnis von‘). *Dafür wissen wir*, dass wir uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen können. Nach dem Ende des Kalten Krieges, durch die Globalisierung ist der Wettbewerbsdruck auf die Europäische Union gestiegen. Deshalb müssen wir durch Innovation und Kreativität alles dafür tun, damit das europäische Sozialmodell auch weiter die Form ist, in der wir in Europa zusammen leben können. (24.03. 2007). (*wissen*: ‚sind der Überzeugung‘).

Interessant ist nun, wie diese Formulierung in die Handlungsabfolge der Podcasts eingebunden wird. Häufig ist sie Indikator dafür, dass ein potentieller Einwand entkräftet werden soll; dies lässt sich nicht nur als Markierung der eigenen Perspektive, sondern auch als eine Perspektivenübernahme deuten. Wiederholt präsentiert sich die Kanzlerin als Dialogpartnerin, die die Sorge und Nöte der Bürgerinnen und Bürger berücksichtigt und versteht, diese jedoch für unberechtigt hält:

Wir haben uns diese Entscheidung nicht leicht gemacht, weil wir wissen, dass viele Menschen fragen: ‚Ist das wirklich notwendig?‘ Und: ‚Ist das nicht zu gefährlich für unsere Soldaten?‘ *Ich darf Ihnen sagen*, dass wir bei dem Mandat darauf geachtet haben, dass das Risiko kalkulierbar ist. (16.09. 2006)

Die Kanzlerin präsentiert sich als ein handlungsmächtiges Ich, das aus ihren Beobachtungen die richtigen Schlüsse zu ziehen weiß. Mit dem wiederholt gebrauchten „Ich sage ihnen“ autorisiert Merkel durch ihre Glaubwürdigkeit die nachfolgende Proposition, so dass die damit vollzogene Handlung einem BESCHWÖREN oder BETEUERN gleichkommt. Ähnlich verhält es sich mit dem oben skizzierten Gebrauch des deontischen *wir müssen* und mit anderen Formulierungen des Für-Wahr-Haltens (etwa *Ich bin überzeugt ...*): „Viele Menschen fragen mich, ob angesichts der sprudelnden Steuereinnahmen denn tatsächlich die Erhöhung der Mehrwertsteuer kommen muss. *Ich sage ihnen*: Ja, wir haben uns das gut überlegt, aber wir haben eine riesige Lücke in unserem Haushalt.“ (09.09.2006).

Die Podcasts zeigen noch andere Möglichkeiten der Hinwendung zum potentiellen Rezipienten. Zum Teil wird Vertreterinnen und Vertretern von Berufsgruppen für ihr Engagement gedankt. Häufiger werden die Bürgerinnen und Bürger darauf verpflichtet, in ihren Anstrengungen (u.a. *gemeinsam anstrengen, gemeinsam daran arbeiten*) nicht nachzulassen. Auffällig sind hier Formulierungen, dass man „noch besser werden“ oder sich „weiter bemühen“ müsse. Die Podcasts erschöpfen sich jedoch nicht in volitiven Absichtserklärungen, in die Zukunft gerichteten Geboten und Beteuerungen der Handlungsmächtigkeit. Es finden sich auch sprachliche Handlungen, die für das Argumentieren konstitutiv sind: Auffällig ist, dass im Rahmen der argumentativ-konklusiv zu verstehenden sprachlichen Handlungen die Vertextung von Grund-Folge-Zusammenhängen dominiert. Die Folgerungen werden hauptsächlich mit dem Konjunkionaladverb *deshalb* gekennzeichnet, während die umgekehrte Reihenfolge, erst die Folge, dann der Grund, seltener gewählt wird. Kausale Subjunktionen (*weil*) und kausal zu interpretierende Präpositionalgruppen, etwa mit *wegen*, fehlen fast. Die Auswertung der Podcasts aus dem Zeitraum von 2008 bis 2009 zeigt entsprechend folgende Zahlen: Zur Vertextung von Grund-Folge-Zusammenhängen ergeben sich für *deshalb* 54 Belege, für *denn* immerhin noch 28 Belege und für *weil* nur 4 Belege, wobei weitere konsekutive Subjunktionen, allen voran *so dass*, nicht auftauchen. Für die Präferenz für die mit *deshalb* gekennzeichnete Grund-Folge-Relation können folgende Gründe angeführt werden: Die parataktische Verknüpfung erlaubt eine gleichrangige Informationsgewichtung, während eine subordinative Verknüpfung mit *so dass* die Folgen nicht so eindeutig wie ein *deshalb* markierte. Da der mit *deshalb* eingeleitete Hauptsatz zumeist die oft nur geplante Reaktion auf einen festgestellten Sachverhalt zeigt, wird die Tatkraft der Regierung besonders betont. Außerdem – und dies wird als rhetorischer Schachzug

genutzt – kann die syntaktische Autonomie auch mit inhaltlicher Autonomie zusammenwirken, so dass der Zusammenhang zwischen Grund und Folge eher assoziativ und vage ist. Folgerungen leiten sich aus der Sachverhaltsdarstellung ab, begründet wird aber selten etwas. Charakteristisch für diesen argumentativen Duktus ist etwa die folgende Textstelle:

Natürlich wissen wir, dass die Auslandseinsätze mit besonderen Risiken verbunden sind. *Deshalb tut die Bundeswehr alles dafür*, die Sicherheit der Soldaten in besonderer Weise zu gewährleisten. [...] Für die Familienangehörigen zu Hause bedeutet die Abwesenheit ihrer Familienangehörigen im Auslandseinsatz natürlich auch eine besondere Herausforderung. *Deshalb tut die Bundeswehr alles dafür* – zum Beispiel in den Familienbetreuungszentren –, hier auch die Betreuung zu gewährleisten. (13.12. 2009).

Das ERKLÄREN im engeren Sinne findet sich in den Podcasts nun wenig. Wiederholt streut sie Fragen wie „Worum geht es?“ und Äußerungen wie „Es geht um“ ein, seltener „Es geht darum, dass ...“, die auf einen erklärenden Duktus hindeuten. In der Regel fungieren diese Formulierungen jedoch nur als Einleitungen, um den Redegegenstand zu präzisieren: „Damals haben sich die Staaten vereinbart, dass die Würde und die Rechte jedes einzelnen Menschen zu schützen sind. Es geht um Freizügigkeit, es geht um körperliche Unversehrtheit, und es geht natürlich um Meinungsfreiheit.“ (06.12.2008).

Zwar kann man diese Strategie der Verständniserklärung zurechnen, aber kaum dem ERKLÄREN. Eine weitere verständnisfördernde Technik, die auch in den Zusammenhang mit sprachlichen Handlungen PRÄZISIEREN und SPEZIFIZIEREN gebracht werden kann, ist das ILLUSTRIEREN, teilweise eingeleitet durch die Frage: „Was wird dort gemacht?“ Auch hier, ähnlich wie bei der Ausgestaltung von Grund-Folge-Zusammenhängen, wird Regierungshandeln als folgerichtiges, fast zwangsläufiges Handeln dargestellt.

## 2.4. Versteckte Ideologeme

Merkel deutet Kontroversen, wie sie in einer demokratischen Gesellschaft alltäglich sind, ebenso wie das Konfliktpotential mancher Themen allenfalls an. Zu ihrem in den Podcasts vertretenen Wertesystem gehört der offene, aber letztlich auch ziel- und konsensorientierte Dialog, der häufig als ‘vernünftig’ bezeichnet wird. Insofern dominieren auf das gegenseitige Einverständnis zielende Verben/Substantive wie *verabreden/Verabredung* und *vereinbaren/Vereinbarung*, vgl.:

Was wollen wir erreichen? Die Europäische Union möchte einen Beitrag dazu leisten, dass die internationale Staatengemeinschaft zu neuen Verabredungen

kommt. *Verabredungen*, die eine Stärkung des Internationalen Währungsfonds bedeuten, *Verabredungen*, die mehr Transparenz in die Finanzmärkte bringen, und eine *Verabredung*, die auch die Bedeutung und die Rolle der Entwicklungs- und Schwellenländer stärkt. (01.11.2008).

Der Wunsch, sich nicht allzu eindeutig zu positionieren, verbindet sich auch mit einem weiteren Kennzeichen der Podcasts, ihrer – bezogen auf die Darstellung von Sachverhalten – Vagheit. Dazu gehören solche Formulierungen wie *besonderen Risiken*, die Verwendung von Indefinitpronomen wie *viele* oder die oft unterbleibende Konkretisierung von opaken Begriffen wie *Maßnahmenpaket*. Darüber hinaus werden Fahnen-/Stigmawörter unterschiedlicher Parteien zumeist gemieden. Die häufig gebrauchten Lexeme/Phraseme wie *soziale Marktwirtschaft*, *Exportweltmeister* oder *Standort Deutschland* besitzen zwar eine christdemokratische Konnotation, können mittlerweile aber auch als allgemeine Hochwertwörter eingestuft werden. Slogans wie *Sozial ist das, was Arbeit schafft* oder *Wir müssen so viel besser sein, wie wir teurer sind* werden vom Rezipienten möglicherweise auch als parteiunabhängige Gemeinplätze eingestuft. In den Podcasts erscheinen ferner nur usualisierte Metaphern. Sie verwendet Gebäude-metaphorik (*Fundament* oder *Architektur*: „Wir brauchen eine globale Architektur für das gemeinsame Wirtschaften.“ – 31.01.2009), zu der auch die in der Wirtschaftskrise zu findende Metapher des Brücken-Bauens gehört (vgl. 3.2.). Daneben schöpft sie aus dem Quellbereich *Schienenverkehr* (häufig ‚Weichen stellen‘) und begreift etwa Deutschland als „Lokomotive für Europa“, (04.11.2006). Dadurch dass sie oft in die Zukunft gerichtete Handlungen benennt, ist auch das häufige, für die Politik ohnehin bedeutende Auftreten der Weg-Metaphorik (*auf gutem Wege sein, den Weg weiter gehen, den Weg gemeinsam gehen, Pfad der Bundesregierung* u.ä.) zu erklären.

Dennoch ist der verwendete Wortschatz nicht nur einer Konsensrhetorik verpflichtet. Dagegen spricht zum einen, dass die von ihr prolongierten Begriffe/Phraseme eher der konservativen Lexik zuzurechnen sind. Zum anderen versucht sie geschickt, einige wenige erfolgreiche Fahnenwörter anderer Parteien wie *Nachhaltigkeit* zu vereinnahmen oder umstrittene Begriffe wie *Globalisierung* neu zu besetzen. Daneben fehlen Begriffe, die mit negativen Konnotationen belastet sind (etwa *Hartz IV*). Mit der Neubesetzung von Begriffen ist häufig eine Dekontextualisierung verbunden. Dies wird besonders am Begriff „Nachhaltigkeit“ deutlich. Merkel löst ihn aus dem politischen Kontext, in dem er eigentlich ein grünes Fahnenwort ist, indem sie auf seinen begrifflichen Ursprung in der Forstwirtschaft verweist (s.u.). Wie auch der dann folgende Beleg deutlich macht, evoziert ihre Verwendung nicht den Kontext der Ökologie, sondern bedient ein Traditions-Frame (i.S.v. Klein 2007: 218).

Worum geht es bei der Nachhaltigkeitsstrategie? Das Wort Nachhaltigkeit kommt ursprünglich aus der Forstwirtschaft. Es sagt, dass immer nur soviel Holz geschlagen werden kann, wie auch durch Aufforstung nachwächst. Dieses Prinzip muss Oberprinzip aller politischen Handlungen sein – sowohl im sozialen Bereich, im Umweltbereich, aber auch beim Wirtschaften. (15.11.2009). Vor Ort zeigen viele Handwerksbetriebe, wie man an die Zukunft denkt, nachhaltig wirtschaftet und für die Menschen etwas Gutes tut. (05.09.2009).

Das aus dem politischen *Geschäft* vertraute Besetzen von Begriffen, häufig auch verbunden mit einem Re-Framing zeigt sich auch bei dem Begriff der Globalisierung (s. 3.1.). Ideologisch polyseme Begriffe wie „Globalisierung“ werden von ihrer antagonistischen Positionierung – für oder gegen Globalisierung – gelöst. Das Besetzen von Begriffen kann sich auch so gestalten, dass eine über den Verwendungskontext geleistete Akzentuierung bestimmter Bedeutungsfacetten geleistet wird. So verfährt sie mit dem Begriff „Krise“. Unter Krise wird ein transitorischer Zustand verstanden, der eher Chancen als Gefahren in sich birgt, die durch tatkräftiges Handeln ergriffen werden können. Wie aus dem folgenden Wörterbucheintrag hervorgeht, wird damit ein zentrales Moment von Krise erfasst, andere Momente werden aber ausgeblendet:

**Krise**, die; -, -n [älter Crisis = Krisis (2)< griech. krisis = Entscheidung, entscheidende Wendung, zu krínein, kritisch; in der allg. Bed. beeinflusst von frz. crise]: 1. *schwierige Lage, Situation, Zeit [die den Höhe- u. Wendepunkt einer gefährlichen Entwicklung darstellt]; Schwierigkeit, kritische Situation; Zeit der Gefährdung, des Gefährdetseins.* (Duden 2007<sup>b</sup>: 1022)

Sind die Neubesetzung bestimmter Begriffe, verbunden mit einem Re-Framing, und auch das Evozieren nur einzelner Bedeutungskomponenten eher geschickte sprachliche Schachzüge, darf jedoch auch nicht unbemerkt bleiben, dass dem allgemeinen Begriffsverständnis zumindest zuwiderlaufende Verwendungen vorhanden sind. Ein gutes Beispiel ist die Verwendung von „Nicht-Regierungsorganisationen“ statt etwa „Rebellen“ im folgenden Beleg, da Nicht-Regierungsorganisationen dem allgemeinen Begriffsverständnis nach eher humanitäre Organisationen, die in Krisenregionen arbeiten, und nicht jede beliebige nicht-staatliche Gruppe sind: „Aber deshalb müssen wir auch darauf achten, dass Regierungen rund um die Welt stark genug sind, um Nicht-Regierungsorganisationen, die Menschenrechtsverletzungen begehen, auch wirklich bekämpfen zu können.“ (06.12.2009).

Da dies eher ein eigenes Thema wäre und eher der Sprachkritik angehörte, sei an dieser Stelle nur darauf verwiesen, dass sich in den Podcasts auffällig viele lexikalische Ungeschicklichkeiten zeigen, sei es, dass der Strukturen des SED-Herrschaftsapparates „gedacht wird“ (vgl. 10.01.2009), sei es, dass die Judenverfolgungen als „Schicksal“ bezeichnet werden (vgl. 08.11.2008).

### 3. Krisenkommunikation in der Kanzlerdemokratie

#### 3.1. Die „Globalisierung mit menschlichem Gesicht“: Der bevorstehende Gipfel in Heiligendamm

Der Video-Podcast vom 02.06. 2007 zum bevorstehenden G8-Gipfel in Heiligendamm wurde ausgewählt (s. Transkript des Podcasts im Anhang), weil er als umstrittenes Ereignis große Medienresonanz erfahren hat, was einen Einbezug gesellschaftlicher Diskurse erwartbar macht. Jedoch finden sich auch in diesem Podcast wieder nur die Bausteine, die oben schon thematisiert worden sind: Das ANKÜNDIGEN von Ereignissen, indem mitgeteilt wird, wo, wann und unter welcher Beteiligung es stattfindet. Es wird nicht nur das Ereignis, sondern auch die zu bearbeitenden Themen und die Art der Themenbehandlung angekündigt. Die katalogartige Behandlung von Themen wird mit der Frage „Worum geht es?“ (Z. 21 f.) eingeleitet und gibt der Rede auch durch lexikalische Repetition Struktur („es geht einmal um“, „es geht darum“), wobei mit diesen Formulierungen, wie oben ausgeführt, der Redegegenstand präzisiert wird. Zusätzlich werden die kommunikativen Maximen der Themenbehandlung benannt: nämlich *offen* (Z. 42), *direkt* (Z. 41) und *intensiv* (Z. 41). Kontroversen werden nur angedeutet („wir werden bis zum Gipfel noch hart um Formulierungen ringen“ – Z. 30 f.), allerdings nicht ausgeführt, worin der Dissens bestehen könnte.

Einen weiteren Baustein stellt das MITTEILEN EINER ABSICHT dar. Dies korrespondiert mit den in die Zukunft verweisenden Sprechereinstellungen, so mit dem volitiven *wir wollen*. In diesem Podcast stellen mehr als ein Drittel Ankündigungshandlungen und Absichtserklärungen dar. Allerdings versucht Merkel – und das könnte ein Verweis auf den öffentlichen Diskurs sein –, das Ereignis zu legitimieren. Legitimiert wird zunächst durch die eigene Autorität. Nachdem Frau Merkel Freude angesichts des bevorstehenden Ereignisses bekundet hat, rückt sie sich durch das akzentuierte „und dennoch weiß ich“ (Z. 3) in den Vordergrund. Diese Fokussierung des *Ichs* gegenüber dem *Wir* profiliert sie häufig als Dialogpartnerin, die der Perspektivenübernahme fähig ist, die nicht nur durch die Formulierung von Fragen (Z. 4-6) selbst, sondern auch durch das betont langsam gesprochene „großen Aufwandes“ kontextualisiert wird. Dem ZUGESTEHEN des Zweifels folgt ein WIDERLEGEN des Zweifels, bei der die Kanzlerin sich durch das betont gesprochene „nachdem ich viel darüber nachgedacht habe“ (Z. 6 f.) als kompetent ausweist und die Entscheidungsfrage „mit einem ganz klaren Ja“ beantwortet. Wie gesehen, ein häufiger Schachzug innerhalb der Podcasts, der sich auch als Autoritätszug werten lässt. Dies verbindet sich auch mit der Darstellung als souveräne Regierungschefin im Konzert der Mächtigen, denen sie Bedingungen diktieren kann („allerdings muss auch klar sein“, Z. 38 f.). Außer der gezeigten Strategie tritt Angela Merkel mit den Rezipienten nicht in Kontakt.

Den Podcast durchzieht das Leitmotiv: Globalisierung menschlich gestalten (Z. 8–14, Z. 22/23, Z. 25–27 sowie Z. 34–36). Aus dem Vorhaben „Wir wollen die Globalisierung, wie wir es nennen, menschlich gestalten“ (Z. 8/9), das am Ende des Beitrags noch einmal als zentral ausgewiesen wird („ein menschlicheres Gesicht [...] geben“, Z. 44), folgt die Richtigkeit der internationalen Zusammenarbeit. Dieser konklusive Zusammenhang wird durch „unsere Welt wächst immer mehr zusammen“ (Z. 7/8) gestützt. Aus der Verknüpfung der Äußerungen lässt sich entnehmen, dass die Globalisierung als unvermeidlicher Vorgang mit zum Teil negativen Folgewirkungen gesehen wird, die aber, außer dem allusiven Verweis auf Hedge-Fonds (Z. 25) als Tribut an den gesellschaftlichen Diskurs, nicht benannt werden. Es wird unterstellt, dass es Gestaltungsbedarf gibt und dass Politik gestalten kann. Die Verwendung des Hochwertwortes „menschlich“ liegt in der Bedeutung ‚im Interesse der Menschen‘ vor, evoziert einen positiven Wert, ohne dass konkrete Maßnahmen genannt werden. Gleichzeitig wird auch deutlich, dass die „soziale Dimension der Globalisierung“ v.a. ermöglichen soll, längerfristig ökonomischen Profit aus der Globalisierung zu ziehen (bspw. durch die Vermeidung von Raubkopien). Damit wird der Begriff „Globalisierung“, der hier zunächst nicht als Fahnenwort transparent wird, gerade mit den deontischen Bedeutungskomponenten gebraucht, die laut Hermanns (2003a) für Globalisierungsbefürworter wesentlich ist. Da gleichzeitig in den gesamten Podcasts Ideologeme des Neoliberalismus wie *Flexibilisierung*, *Privatisierung* und *Wettbewerbsfähigkeit* u.ä. konsequent vermieden werden, bieten die Podcasts einen vermeintlichen ideologischen Schonraum.

Dieser Schonraum korrespondiert mit einem anderen Merkmal der Podcasts: ihrer Vagheit, die besonders in den Z. 9–14 sichtbar wird. So wird jeweils betont von den „wesentlichen Akteure[n]“ (Z. 11), ohne dass diese namentlich genannt werden, von den „wichtige[n] Initiativen“ (Z. 11), ohne dass diese präzisiert werden, und von einer „Vielzahl [...] wesentlicher Initiativen“ (Z. 14) gesprochen, ohne dass dies am historischen Beispiel Rambojet konkretisiert wird. Dadurch wird auch hier die Gestaltungskraft des Politischen beschworen. Zur Vagheit tragen nicht nur einzelne Lexeme bei, sondern auch die Tatsache, dass kaum Angaben zum status quo gemacht werden: Wenn „Finanzinstrumente besser zu untersuchen“ (Z. 24) sind, wüsste man bspw. gerne, wie sie bisher untersucht worden sind. Alle politischen Vorhaben werden als Etappe eines Weges beschrieben, wobei zumeist beteuert wird, sich *auf einem guten Weg zu befinden*, *die richtigen Weichen gestellt zu haben* oder *neue Wege gegangen zu sein*, ohne dass die einzelnen Wegstrecken markiert werden, oft verbunden mit der Ermahnung, „dass noch viel zu tun sei“ (vgl. Z. 36). Spezifische Festlegungen, die ggfs. prekär, weil einklagbar, wären, unterbleiben. Einerseits ist der Beitrag durch die enge kohäsive Vernetzung verständlich; andererseits vermeidet er ziemlich konsequent Präzisierungen, Konkretisierungen und Exemplifizierungen. Der Wissensaufbau bleibt deshalb unvollständig, die Informativität fraglich.

### 3.2. „Brücken bauen wollen“: Die Wirtschaftskrise und ihre Folgen

Schon früh wird postuliert, dass die Krise die Möglichkeit in sich berge, längst überfällige Reformen durchzusetzen: „Unser Ziel ist es, dass Deutschland nach der Krise besser aufgestellt ist, moderner – und für das 21. Jahrhundert und die Globalisierung gut gerüstet.“ (20.12. 2008).

Im gesamten Jahr 2009 wird zudem betont, dass Maßnahmen dazu verhelfen sollen, „dass Deutschland stärker aus der Krise herauskommt, als es hineingeht“ (17.01.2009) oder „damit wir stärker aus der Krise herauskommen, als wir hineingegangen sind“ (19.09.2009). Merkel meldet sich erst spät und erst dann zur Krise, als das Maßnahmenpaket zur Krisenbekämpfung kurz vor der Verabschiedung steht. Dies ermöglicht ihr auch, die negativen Konnotationen von Krise auszublenden. Ein Indiz dafür ist, dass Verba timendi ebenso wie Lexeme der *Bedrohung* fehlen. Krise wird konsequent als Chance und in positivem Sinne als Herausforderung gedeutet:

Angesichts der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise ist auch die wirtschaftliche Lage in der Bundesrepublik Deutschland deutlich schwieriger geworden. Die Krise macht auch um Deutschland keinen Bogen. Deshalb hat die Bundesregierung in dieser Woche ein Maßnahmenpaket verabschiedet, das einen Beitrag dazu leistet, dass wir diese Krise nicht nur überwinden, sondern sogar gestärkt aus ihr hervorgehen. Das Maßnahmenpaket ist ein Mix aus verschiedenen Instrumenten, die erst in ihrer Gesamtschau die Wirkungen entfalten können, die wir wollen. Unser Maßstab ist dabei, dass wir vor allen Dingen eine Brücke für den Arbeitsmarkt bauen wollen und Arbeitsplätze in Deutschland sichern wollen. Denn wir wissen: Die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Menschen in Deutschland – das ist unsere Stärke, nur deshalb sind wir Exportweltmeister, nur deshalb sind wir wirtschaftlich stark. (17.01.2009).

In diesem Podcast finden sich wieder die typischen sprachlichen Kennzeichen. Es dominiert eine beschwichtigende Sachverhaltsdarstellung, bei der Probleme nicht direkt benannt werden. Das Phrasem ‚um etwas keinen Bogen machen‘ impliziert zwar, dass die Krise Deutschland erreicht hat, die Auswirkungen der Krise werden jedoch nicht thematisiert. Der perspektivischen Sachverhaltsdarstellung folgt wiederum die Darstellung tatkräftigen Handelns auf der Basis einer Grund-Folge-Relation (gekennzeichnet mit dem typischen *deshalb*), in der die Möglichkeit gestärkt aus der Krise hervorzugehen, wiederum betont wird. Woraus das mehrfach genannte Maßnahmenpaket bestehen soll, wird nicht präzisiert und seine Güte lediglich beteuert. In diesem Textausschnitt schwankt der Referenzbereich des Personaldeiktikons *wir* von einem den Rezipienten exkludierenden, die Bundesregierung umfassenden *Wir* zu einem inkludierendem

*Wir*. Irritierend ist die Verwendung des Phrasems ‚eine Brücke für den Arbeitsmarkt bauen wollen‘. Zwar suggeriert dieses Bild aktives Handeln, doch ist es – wie auch bei anderen, unten aufgeführten Verwendungen – schief. Brücken werden eigentlich gebaut, um Hindernisse zu überwinden. Da allerdings die Krise nicht von ihrem Bedrohungs-, sondern von ihrem Befreiungspotential aus gesehen wird, ist die Lesart von Brücke nicht gemeint. Gemeint könnte vielmehr sein, dass die „Brücke“ den Weg von einem unsicheren Zustand (Krise) in einen sicheren Zustand (Stabilität) ermöglicht, so wie auch im folgenden Beleg: „Mit der Umweltprämie ist es uns gelungen, eine Brücke für die Facharbeiter und Meister in den Automobilbetrieben zu bauen, denn wir haben die Inlandsnachfrage gestärkt“ (12.08.2009). Das Bild gehört zu den wichtigsten Elementen der „Krisenrhetorik“ der Podcasts, was auch zu einer erheblichen Redundanz führen kann:

Der Politik geht es deshalb darum, *Brücken zu bauen* – hin zu der Zeit, wenn Wachstum wieder weltweit möglich ist. Ich glaube, dass wir deshalb ein richtiges Maßnahmenpaket verabschiedet haben, das jetzt noch im Bundestag und im Bundesrat beraten werden muss. Worum geht es? Es geht auf der einen Seite darum, in der akuten Situation der Krise *Brücken zu bauen*, und auf der anderen Seite darum, das Geld so einzusetzen, dass damit die Zukunftsfähigkeit und Innovationskraft gestärkt werden. (22.11.2008).

Worin liegt nun die Attraktivität dieses Bildes? ‚Brücken bauen für X‘ evoziert ein tatkräftiges, zielstrebiges und auf das Wohlergehen der Menschen gerichtetes Handeln. Näher gelegen hätte es vielleicht, das Lexem „überbrücken“ zu verwenden, wobei eher die Existenz einer Notlage präsupponiert wäre, die mit der Konnotation ‚Krise als Herausforderung‘ nicht kompatibel gewesen wäre. In dem gesamten, oben gezeigten längeren Textausschnitt (17.01.2009) werden Lexeme/Phraseme gewählt, die die Bedrohlichkeit und die Auswirkungen der Krise abfedern. Im weiteren Verlauf des Podcasts werden wieder die einschlägigen Hochwertwörter wie „Exportweltmeister“ gebraucht und viele Formulierungen verwendet, die einen fast paternalistischen Charakter gewinnen („wir wissen“, „werden wir Sorge dafür tragen“, „unterstützen“, „alles daran setzen“). Die Krise bietet Merkel Anlass, sich als Krisenmanagerin zu bewähren. Sie gibt ihr aber nicht Anlass, sich dem Populismus anzubiedern (etwa populistischer Kritik an Managergehältern).

#### 4. Fazit

Ein zentrales Moment der Podcasts ist *die Stilisierung der Rolle als situationsmächtige Bundeskanzlerin*: Der gesamte Sprechstil, die Gestik und Körperhaltung weisen die Bundeskanzlerin als situationsmächtige Politikerin aus. Da jedoch

jede auftrumpfende Geste sowie jede Form des sprachlichen Forcierens fehlt, wird sie jedoch als eher bescheiden gezeigt. Dass die Stilisierung einer Rolle im Vordergrund steht, zeigt sich auch an der eigeninitiativ gesetzten thematischen Agenda, an der generellen Dominanz ich-orientierter sprachlicher Handlungen, an der permanenten Kennzeichnung von Perspektive und Sprecherhaltung sowie die dadurch bedingten präferierten lexikalischen Selektionen. Ein weiteres zentrales Moment ist die *Suspendierung der parlamentarischen Rhetorik*: Die Stilisierung der Rolle *Bundeskanzlerin* bringt es mit sich, dass viele Elemente des persuasiven Sprachspiels der parlamentarischen Rhetorik fehlen. Dennoch kann gezeigt werden, dass sich Merkel nicht außerhalb des Parteipolitischen und einer entsprechend christdemokratisch gefärbten Sichtweise bewegt, was sich an der Prolongierung bestimmter Hochwertwörter und Slogans, an der Neubesetzung von Begriffen, an der thematischen Verknüpfung und an entsprechenden Argumentationstopoi zeigt. Unseres Erachtens dienen die Podcasts der *Konsensdeklaration und Identitätsstiftung*: Das für die parlamentarische Rhetorik typische Freund-Feind-Schema ist nicht vorhanden. Dissens wird allenfalls angedeutet. Es wird dadurch ein grundsätzliches harmonisches, über alle Friktionen und Fraktionen hinweg wirkendes und übersichtliches Gesellschaftsbild gezeichnet – einer reformierungsbedürftigen Gesellschaft zwar, die aber erfolgreich veränderbar ist. Die Reformen selbst werden allerdings kaum erläutert. Nicht sie stehen eigentlich im Vordergrund, sondern die Gestaltungskraft des Politischen, um die Welt und Deutschland voranzubringen. Was scheinbar wenig ideologisch ist, ist ein Ausschnitt einer ziemlich kohärenten und letztlich parteipolitisch geprägten Weltansicht.

In das etablierte Spektrum politischer Kommunikationsformen fügen sich die Video-Podcast nicht nahtlos ein. Das einzig denkbare Vergleichsobjekt ist die ähnlich inszenierte Neujahrsansprache. Anders aber als die Ansprache sind die Video-Botschaften nicht retrospektiv, sondern prospektiv ausgerichtet. Anders als die Neujahrsansprache liegt der thematische Fokus sowohl auf Außen- als auch Innenpolitik. Anders als die Neujahrsansprache werden gesellschaftlich positive und negative Ereignisse (etwa eine Kindesentführung) kaum gestreift; auch das Appellative, Motivierende tritt zurück. Während in den Ansprachen von Kohl über Schröder bis Merkel, wie postulativ auch immer, Werte wie Solidarität, Nächstenliebe, Mitmenschlichkeit, Friedfertigkeit oder Generationengerechtigkeit beschworen werden (zu Kohl: Kleining 1991), um die disperse Gesellschaft zusammenzuhalten, treten Elemente dessen, was man als Traditionsframe bezeichnen kann, zurück. Nichts mag einem an der sprachlichen Gestaltung der Podcasts unbekannt vorkommen und nicht irgendwo im politischen Sprachgebrauch verankert sein. Jedoch: Mit der Nutzung der Video-Podcast wird der Weg eingeschlagen, institutionalisierte Wege der Darstellung der Politik (Print, Fernsehen, aber auch Parlament) und der institutionalisierten Anschlusskommunikation zu umgehen; eine Möglichkeit, die sich sonst eher in der Face-to-Face-Kommunikation ergibt. Dieser neue politische Raum bricht in gewisser

Weise mit bekannten Kommunikationsformen: Er ist auf die Bundeskanzlerin zentriert, verstärkt Bekanntes (Vagheit, die mangelnden Festlegungen), unterläuft das Parteipolitische und ist doch Ausdruck einer ziemlich kohärenten Weltsicht. Dadurch ergibt sich ein Auseinanderklaffen zwischen postuliertem Anspruch und Realisierung: Durch das Anliegen, etwas erläutern zu wollen, wird die Veröffentlichung der Podcasts in den Kontext der Bürgerpartizipation und Meinungsbildung gestellt. Da jedoch Erklärungen und Begründungen unterbleiben, dienen die Podcasts eher der Imagebildung der Kanzlerin und scheinen auf eine ausgeklügelte Polit-PR hinzuweisen.

Fragt man sich, wo eine Rolle in ähnlicher Weise mit den Mitteln des Video-Podcasts inszeniert wird, dann stößt man auf Praktiken in der Unternehmenskommunikation. Obgleich entsprechende Podcasts noch nicht einer sprachlichen Analyse unterzogen werden, lässt die Studie von Mitarbeiterzeitungen von Habscheid/Hartz (2007) auf Schnittstellen schließen. So sehen Habscheid/Hartz Mitarbeiterzeitungen unter dem Gesichtspunkt einer „Konsens erzählung“ (2007: 195), zu deren Bestandteilen das Beschwören einer Selbstoptimierungsaufgabe und die Angabe von Pionierleistungen gebraucht wird. Neuartig wäre möglicherweise, dass sich über die häufig dokumentierte Beeinflussung des politischen durch den ökonomischen Wortschatz hinaus (vgl. Burghardt 1994) auch eine Konvergenz von Texttraditionen zeigt. Blickt man auf die sprachliche Gestalt der Podcasts, so hinkt der Vergleich nicht: Merkel als Vorsitzende der Deutschland AG spricht wöchentlich zu ihrer Belegschaft. Leider folgt sie dabei derselben Immunisierungsstrategie, wie sie Ranghöhere gegenüber ihren Untergebenen häufig an den Tag legen.

## Anhang

### Basistranskript des Video-Podcasts vom 02.06. 2007 nach GAT2

am kommenden mittwoch <<len> beginnt (-) in heiligendamm (-) der ge: acht gipfel>. (---) heiligendamm ist der veranstaltungsort; (-) weil deutschland in diesem jahr den vorsitz <<rall> UNTER den ge: acht staaten hat>. (---) <<acc> wir freuen uns auf unsere gäste> (-) und DENnoch WEISS ich (-) dass viele menschen angesichts des <<len> GRO:SSen aufwandes> für die SICHERheit fragen, (--) SIND solche treffen <<rall> WIRKlich nö:tich? (--) STEhen die ergebnisse auch in einem vernünftigen verhältnis zu dem (-) was an vorkehrungen getroffen werden muss. (---) ich möchte diese frage (.) nachdem ich <<acc> VIEL darüber nachgedacht habe> (.) mit einem ganz klaren (.) ja beantworten. (---) unsere welt, (.) wächst immer mehr zusammen. (---) wir WOLlen die globalisierung <<acc> wie wir es nennen> (--) MENSCHlich gestalten. (--) daZU reicht es <<cresc> NICH> (.) wenn sich immer nur <<rall> zwei> (.) staats=und regierungschefs miteinander treffen, (-) sondern es ist WICHTich

dass <<cresc> <<len> die WE:SENTlichen>> akteure (.) miteinander beraten (.) und WICHTIGE initiativen entwickeln. (---) <<acc> und wer einmal auf die geschichte> der ge: acht treffen schaut, (-) die neunzehnhundertfünfundsiebzig im französischen schloss ramboje: (-) beGONNen haben (-) der wird sehen (-) dass eine <<rall> VIELzahl ganz WESENTlicher> initiativen (.) VON diesen ge: acht staaten ausgegangen ist. (---) wir wissen heute dass die industrieländer ALLEINE (.) die probleme nicht mehr bewältigen können. (---) deshalb haben wir AUCH (.) die staats=und regierungschefs von <<len> indien (.) china (.) mexiko (.) brasilien (.) UND (.) südafrika eingeladen>. (---) <<acc> wir werden am FREItag der nächsten woche> MITeinander beraten, (-) WIE=es in vielen fragen auf der welt weitergeht, (-) und wir werden das <<rall> NICHT> bei einem EINmaligen ereignis belassen (-) sondern haben verabredet <<acc> für die nächsten zwei jahre> (---) REGELmäßige treffen zwischen den ACHT großen industrielländern (-) und den fünf großen schwellenländern stattfinden zu lassen. (---) worum geht es; es geht einmal um das thema WACHStum, (-) weil aus WACHStum auch wohlstand erWACHsen kann, (-) natürlich NUR, (.) wenn wir die SO:ziale dimension der globalisierung NICHT vergessen. (---) es geht daRUM neue finanzinstrumente (.) BESser zu untersuchen und zu gestalten, (-) zum BEIspiel die transparenz von hedsch fonds (.) zu verbessern. (---) es geht darum geistiges eigentum zu schützen und die investitionsfreiheit zu sichern (---) damit ALLE menschen auf der welt (-) von den möglichkeiten der globalisierung auch wirklich profitieren können. (-) wir werden über das thema klima und enerGIE, (-) sprechen; (---) dieses thema ist SCHWIERig, (.) für VIELE beteiligte (-) aber ich bin sehr froh (-) <<acc> dass zum beispiel auch der amerikanische präsident jetzt deutlich gemacht hat> (-) DASS wir <<len> an DIEsem vom MENSCHEN verursachten THEma des klimawandels> (.) NICHT vorbeikommen (---) wir werden bis zum gipfel noch HART um formulierungen ringen, (-) aber ich HOFFE dass wir einen fortschritt (.) GEGENüber der heutigen situation erreichen. (---) wir werden uns auch mit dem thema (.) afrika beschäftigen; (-) dazu werden WICHTIGE <<acc> afrikanische staats=und regierungschefs nach heiligendamm kommen> (---) wir WOLlen (.) die armut auf diesem KONTinent (.) BEkämpfen (-) es ist der euroPÄISCHe NACH:BARKontinent, (-) und die menschen dort müssen AUCH eine chance haben (-) <<len> SICH ORdentlich und vernünftig entwickeln zu können>. (---) <<acc> dazu ist noch viel zu tun>. (-) deutschland wird im nächsten jahr SEINE entwicklungshilfe (-) um siebenhundertfünfzig millionen euro AUFstocken und daMIT einen beitrag zur bekämpfung von armut leisten. (---) allerdings muss AUCH klar sein (-) <<rall> das GELD (.) muss bei den menschen ankommen> (-) deshalb brauchen wir MEHR transparenz (-) MEHR demokratie (-) und MEHR OFFENheit IN den afrikanischen ländern. (---) über ALLE diese fragen werden wir <<len> SEHR diREKT (-) und SEHR intensiv> (-) und auch sehr offen sprechen. (---) das ist der vorteil eines solchen gipfels in heiligendamm. (---) wir wollen die zeit nutzen, (---) um anschließend

den menschen deutlich zu machen (-) wir haben ALLES daran gesetzt, (-) um der globalisierung <<rall> ein menschlicheres gesicht zu geben>. (---) DAS sind wir den menschen auf der welt (.) schuldig.

### Literaturverzeichnis

- Burkhard, Arnim 1996: Politolinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung. In: Klein, Josef/Diekmannshenke, Hajo (Hg.): Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation. Berlin/New York, S. 75-100.
- Bucher, Hans-Jürgen/Gloning, Thomas/ Lehnen, Katrin (Hrsg.): Neue Medien – neue Formale. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation. Frankfurt am Main 2010.
- Kunkel-Razum, Kathrin/Scholze-Stubenrecht, Werner/ Wermke, Matthias 2007 (Hg.): Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 6., überarbeitete Auflage. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, S. 1022.
- Habscheid, Stephan/Hartz, Ronald 2007: Konsenserzählungen in Mitarbeiterzeitungen. Am Beispiel des Globalisierungsdiskurses. In: Habscheid, Stephan/Klemm, Michael (Hg.): Sprachhandeln und Medienstrukturen in der politischen Kommunikation. Tübingen, S. 1-12.
- Habscheid, Stephan/Klemm, Michael 2007: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Problemhintergrund, Fragestellungen, Analyseansätze. In: Habscheid, Stephan/Klemm, Michael (Hg.): Sprachhandeln und Medienstrukturen in der politischen Kommunikation. Tübingen, S. 1-12.
- Hermanns, Fritz 2003a: Die Globalisierung. Versuch der Darstellung des Bedeutungsspektrums der Bezeichnung. In: Wengeler, Martin (Hg.): Deutsche Sprachgeschichte nach 1945. Diskurs- und kulturgeschichtliche Perspektiven. Hildesheim/Zürich/New York (= Germanistische Linguistik 169-170), S. 409-438.
- Hermanns, Fritz 2003b: Linguistische Hermeneutik. Überlegungen zur überfälligen Einrichtung eines in der Linguistik bislang fehlenden Teilfaches. In: Linke, Angelika/Ortner, Hanspeter/ Portmann-Tselikas, Paul R. (Hg.): Sprache und mehr. Ansichten einer Linguistik der sprachlichen Praxis. Tübingen, S. 125-163.
- Hermanns, Fritz/Holly, Werner 2007: Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens. Tübingen.
- Holly, Werner 2007: Audiovisuelle Hermeneutik. Am Beispiel des TV-Spots der Kampagne „Du bist Deutschland.“ In: Hermanns, Fritz/Holly, Werner (Hg.): Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens. Tübingen, 387-426.
- Honig, Michael Sebastian 2010: Geschichte der Kindheit im „Jahrhundert des Kindes“. In: Krüger, Heinz-Hermann/Grunert, Cathleen (Hg.): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. 2. erw. Auflage. Wiesbaden.
- Klein, Josef 2007: Linguistische Hermeneutik politischer Rede. Eine Modellanalyse am Beispiel von Kanzler Schröders Verkündigung der Agenda 2010. In: Hermanns, Fritz/

- Holly, Werner (Hg.): *Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens*. Tübingen, S. 201-241.
- Kleining, Gerhard 1991: *Das qualitativ-heuristische Verfahren der Textanalyse am Beispiel der Neujahrsansprachen von Helmut Kohl*. In: Opp de Hipt, Manfred/Latniak, Erich (Hg.): *Sprache statt Politik? Politikwissenschaftliche Semantik- und Rhetorik-Forschung*. Wiesbaden, S. 246-278.
- Muckenhaupt, Manfred 1999: *Die Grundlagen der kommunikationsanalytischen Medienwissenschaft*. In: Leonhard, Joachim-Felix/Ludwig, Hans-Werner/Schwarze, Dietrich/Straßner, Erich (Hg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. Berlin/New York, S. 28-57.
- Wengeler, Martin 2008: „Ausländer dürfen nicht Sündenböcke sein“. *Diskurslinguistische Analyseebenen, präsentiert am Beispiel zweier Zeitungstexte*. In: Warnke, Ingo H./Spitzmüller, Jürgen (Hg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York, S. 207-236.