

skeptiker

Zeitschrift für Wissenschaft und kritisches Denken **3&4/07**



Feuerlauf zwischen Mythos und Physik

Forum:

Naturalismus Pro und Contra

Alternativwissenschaft
in Österreich (Teil 3)

Der Mythos vom
Riesenkraken

skeptiker
magazin

Nostradamus: Mystery und History
Die Wissenschaft der
Comics und Blockbuster

„Sie haben einen heimlichen Verehrer, stimmt's?“

Für ihre Doktorarbeit hat die Sprachwissenschaftlerin Katja Fuhrmann rund 3000 Horoskope aus Zeitungen und Zeitschriften analysiert.

Carsten Frerk

„Offiziell“ lächelt man darüber – und doch werden sie in Deutschland von rund 80 Prozent der Bevölkerung über 16 Jahren „regelmäßig“ oder „manchmal“ gelesen: die Horoskope in Zeitungen und Zeitschriften. Eine Allensbach-Umfrage von 2001 zeigt bei den Befragten in Ost und West kaum prozentuale Abweichungen nach Alter, Schulbildung, Beruf oder politischem Standpunkt.

Der einzige Unterschied besteht zwischen Frauen und Männern: 23 Prozent der befragten Frauen lesen „regelmäßig“ und weitere 64 Prozent „manchmal“ Horoskope, das heißt, nur etwa eine von zehn Frauen konsumiert keine Horoskope. Bei den männlichen Befragten sind es sechs Prozent und 59 Prozent, zusammen 66 Prozent Horoskopleser. Hinsichtlich dieses geschlechtsspezifischen Unterschiedes ist es nicht verwunderlich, dass es kaum eine Männerzeitschrift mit Horoskopen und so gut wie

keine Frauen- oder Familienzeitschrift ohne Horoskope gibt.

Individual- oder Vulgärastrologie?

Diese Pressehoroskope gelten innerhalb der Astrologenzunft zwar als „Vulgärastrologie“ (da sie eine große Personengruppe eindimensional nur unter deren Tierkreissternbild subsumieren), sie haben aber die weiteste Verbreitung, sind gleichsam allgegenwärtig, und dennoch hat sich die wissenschaftliche Forschung bisher kaum damit beschäftigt. Das ist nun anders.

Die Germanistin Dr. Katja Furthmann hat für ihre Promotion an der Universität Greifswald diese Pressehoroskope systematisch unter die Lupe genommen und 2880 Einzelhoroskope aus 24 verschiedenen deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften untersucht. Ihr besonderes Interesse als Sprachwissenschaftlerin lag in der Frage, wie die Presseerzeugnisse es bewerkstelligen,

dass sie in Massenaufgaben gedruckt werden und dennoch sich so viele Menschen individuell von „ihrem“ Horoskop darin angesprochen fühlen.

Die Sterne können nicht lügen

„Ihr persönliches Glücks-Horoskop“ – So springt es uns an jedem Kiosk vom Cover zahlreicher Frauen- und anderer Publikumszeitschriften entgegen. Und das eigentlich Unglaubliche dabei wird anscheinend nicht einmal mehr bemerkt: Wie kann eine Zeitschrift ernsthaft behaupten, jedem ihrer, sagen wir, Millionen Leserinnen und Leser das persönliche Horoskop zu liefern? Und doch funktioniert es, denn: „Die Sterne lügen nicht!“ In der Tat.

Bei einem Vortrag zu ihrer Doktorarbeit an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald gab Katja Furthmann dem interessierten Publikum Einblicke in die Formulierungskünste dieser Kleintexte: Sie dürfen nicht zu allgemein sein, dann würde sich ein Einzelner nicht angesprochen fühlen. Und sie dürfen nicht zu spezifisch sein, weil sich der Leser/die Leserin dann auch nicht darin erkennen würde.

Und immer gibt es ein „Aber“

Sieben sprachliche Tricks muss der Schreiber laut Fuhrmann beherrschen, damit das Pressehoroskop funktioniert.

1. Die Themen müssen umfassend präsentiert werden:

Das gelingt am einfachsten durch die Verwendung aufzählender, gegensätzlicher oder alternativer Bindewörter: „aber“, „auch“, „ob“, „zwar“. Ein Beispiel: „Sie lieben zwar Harmonie, aber vor Stillstand fürchten Sie sich so sehr, dass Sie ständig für neue Impulse sorgen.“



Glück, Liebe und Erfolg ... Keine Frauenzeitschrift mag auf die Horoskope verzichten.



Die umfangreiche Untersuchung, die dem Vortrag zugrunde lag, ist die Doktorarbeit der Referentin, die mit dem Promotionspreis der Commerzbank Stiftung an der Universität Greifswald ausgezeichnet wurde. Wer Genaueres wissen möchte, dem sei diese Arbeit als Buch empfohlen.

Katja Furthmann:

„Die Sterne lügen nicht. Eine linguistische Analyse der Textsorte Pressehoroskop.“ 1. Auflage 2006, 546 Seiten mit 42 Abb., gebunden. 67,90 € [D]. ISBN 3-89971-323-0; Vandenhoeck & Ruprecht (V&R) unipress

Ebenfalls geeignet sind variable Bezüge: Viele erreichen dies, andere tun das, manche wiederum jenes. Es „könnte“ eben sein, „vielleicht“, es ist „nicht auszuschließen, dass ...“ Der Grundsatz lautet: Keine klaren Zuordnungen, sondern Vermischung verschiedener Beschreibungen und Möglichkeiten.

2. Allgemeinheit durch „umbrella terms“: Durch die Verwendung von möglichst abstrakten und allgemeinen Begriffen können diese auf eine Vielzahl individueller, spezifischer Lebenssituationen bezogen werden. Es ist daher im Pressehoroskop immerzu die Rede von Projekten, Personen, Chancen, Risiken, Vorteilen, Problemen, Entscheidungen etc. Also von Mehrdeutigkeiten, mit denen der Leser seine konkreten Bezüge nahezu automatisch verbindet.

Dazu gehören auch Rahmenwörter, die unscharf bleiben, aber gerade deshalb in ihrer Mehrdeutigkeit beliebig konkret zu füllen sind. „Sie haben Sinn für Humor.“ Was heißt das? Dass man oft und gerne lacht oder dass man prima Witze erzählen kann? Ebenso funktioniert eine Formulierung wie „Es gibt Spannungen.“ Was ist darunter zu verstehen? Krach, Streit, eisiges Schweigen? Jede Füllung passt.

3. Skala der Relativität:

Eigenschaften sind stets relativ. Was exakt ist etwa „wichtig“, „neu“, „schnell“, „groß“, „klein“, „langsam“, „leicht“ oder „schwer“? Jeder hat hierfür seine individuellen Maßstäbe, zudem besitzen positive Werte keinen eindeutigen Grenzwert. Wie wichtig ist „wichtig“ und wie neu ist „neu“? Ebenso relativ

sind Formulierungen wie „manchmal“ oder „alles“.

Alles hat eben zwei Seiten

4. Allgemeine und zeitlose Wahrheiten:

Sprichwörter und Allgemeinplätze sind nicht widerlegbar und eignen sich besonders für unspezifische Aussagen, die der Leser spezifisch mit Sinn und Bedeutung füllt: „Alles zu seiner Zeit!“, „Alles hat zwei Seiten“ etc. Ebenso ist eine Aussage wie „Sie haben einen heimlichen Verehrer“ nicht zu widerlegen. Falls dies möglich wäre, dann wäre der Verehrer ja nicht mehr heimlich.

5. Anschaulichkeit und scheinbare Präzisierung:

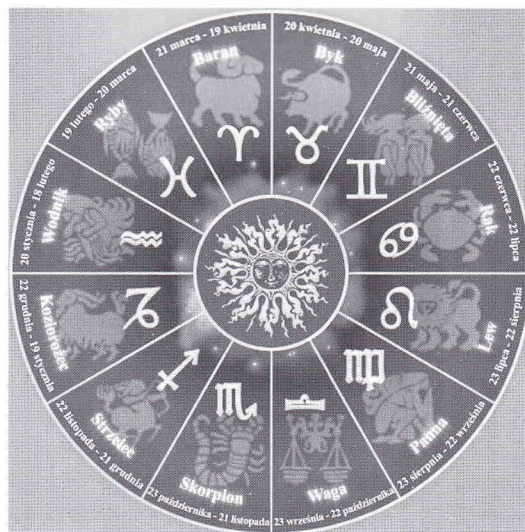
Unspezifisches lässt sich in Horoskopen auch über Phrasen und Metaphern transportieren. Man solle „den Ball flach halten“, das kann alles Mögliche bedeuten, ebenso wie „nach den Sternen greifen“. Metaphern wiederum sind auffüllbare Konzepte. Sie beschreiben das Leben als Weg – und schon ist der Leser unterwegs im Veränderlichen. Kriegs- oder Wettermetaphern eignen sich besonders, denn das Leben auch „Kampf“ bedeutet, das hat jeder irgendwie schon mal erlebt – gegen was oder wen, das bleibt der Deutung des Lesers überlassen, ebenso wie er über „sonnige Aussichten“ oder eine „trübe Zeit“ sinnieren darf.

6. Pseudowissenschaftliche Evidenz:

Durch die vorgebliche Berechnung von Planetenkonstellationen „Venus und Uranus im Quadrat“ wird eine Fremdbestimmung suggeriert, die durch Personifizierung der Planeten noch direkter wird: „Venus flüstert Ihnen zu ...“ Geleitet von kosmischen Kräften fühlt sich die Leserin in der kosmischen Einheit geborgen. Diese Verknüpfung von Quasi-Religiösem und pseudowissenschaftlicher Argumentation dürfte ein wesentlicher Grund für die erfolgreiche Verbreitung der Pressehoroskope sein.

7. Inszenierung von Nähe und Beteiligung:

Durch die direkte Ansprache der Leserin („Verabreden Sie sich doch mal: Sie sind doch kein Mauerblümchen!“) wird Nähe suggeriert und eine emotionale Beteiligung vorgegaukelt, als würde das Horoskop mit einem reden.



Wie genau kann die „Stundenschau“ (Horoskop) sein, wenn Hunderttausende Leserinnen und Leser dieselbe bekommen?

Diese Absicht wird noch durch eine zielgruppenorientierte Einfärbung des Sprachstils abgerundet. „Das Horoskop in einer Zeitschrift, die hauptsächlich von sozial Schwächeren gelesen wird, ruft eher zur Kompromissbereitschaft gegenüber dem Chef auf als das Horoskop in einem Magazin für Gutsituierte“, erklärte Furthmann. „Letzteres rät zum Beispiel dazu, das eigene Licht nicht unter den Scheffel zu stellen.“ Eine finanzkräftigere Klientel werde häufiger dazu animiert, sich etwas zu gönnen, etwa in Form eines Wellness-Wochenendes. Für die finanzschwächere Leserschaft dagegen gelte: „Verschieben Sie größere Anschaffungen auf später.“

Chancen erst be- und dann ergreifen

Diese Formulierungsprinzipien agieren nicht einzeln, sondern sind zusammenwirkende Elemente, die jede Zeitschrift anders zu ihrem jeweils eigenen Stil mixt. Grundsätzlich bleibt jedoch die subtile Verbindung von vage/allgemein/anschaulich erhalten, die die vermeintliche Individualisierung ermöglicht, weshalb das Horoskop immer irgendwie zu stimmen scheint.

Zum Abschluss des Vortrages sorgte Katja Furthmann für Heiterkeit, als sie ankündigte, jedem der Zuhörer/-innen ein persönliches Horoskop für das kommende Jahr zu stellen: „Das Jahr steckt voller Chancen. Sie müssen nur noch lernen, sie zu erkennen – und zu ergreifen.“ *Humanistischer Pressedienst* (www.hpd-online.de)