

**Christoph Moss / Jill-Cathrin Heurich: Weblogs und Sprache.  
Untersuchung von linguistischen Charakteristika in Blog Texten.  
Essentials, Springer 2015, eBook, 39 S.**

Das in der Reihe *essentials* publizierte Werk untersucht die Sprache im virtuellen Gebiet, konkret die Sprache von Weblogs. Im Geiste der Reihe *essentials* beschränken sich die Autoren des Beitrags zur quantitativen Linguistik auf die Präsentation von Wissen in konzentrierter und verständlicher Form. Die Untersuchung in der rezensierten Monographie konzentriert sich auf Weblogs, journalistische Kommentare und die sog. Corporate Blogs. Im Vorwort heißt es dazu: „Es handelt sich um eine Vergleichsstudie, die ein Forschungsdesign aus den Jahren 2007 und 2010 wiederholt“ (S. V).

Im ersten, theoretisch orientierten Teil werden die untersuchten Textsorten – journalistische Zeitungskommentare, Corporate Blogs und Weblogs – näher vorgestellt. Besonders wird das Thema der Authentizität und Glaubwürdigkeit der Verfasser angesprochen, die durch die Benutzung der Mittel der gesprochenen Sprache erreicht wird: „Wird ein Verfasser also verstanden, wirkt er glaubwürdig, und die Leser vertrauen ihm“ (S. 2). Mit der Glaubwürdigkeit hängt die Frage zusammen, ob die Journalisten und Corporate-Blogger ihre eigene Meinung ausdrücken, oder die Meinung der Organisation vertreten, für die die Texte entstehen. Denn, so die Autoren, die Journalisten teilen die Meinung der Zeitung mit und die Corporate Blogger schreiben im Namen der Firma, zusätzlich sollten darauf achten, dass sie nicht Werbetexte produzieren (S. 2). Des Weiteren werden die Anredeformen diskutiert, z. B. ob der Leser geduzt oder gesiezt wird. Die Autoren stellen sich fünf Grundfragen, die im praktischen Teil näher behandelt werden: (1) die Zahl der produzierten Wörter der jeweiligen Blogger, (2) die Zahl der Anglizismen in den einzelnen Medien, (3) die Frequenz der Frage- und Ausrufezeichen, (4) die Intensität der ich-bezogenen Kommunikation und (5) die Verwendung von Emoticons.

Der Fokus liegt auf den Veränderungen, die im dynamischen Milieu des Internets stattfinden. Erforscht werden nur die einzelnen Blogs; sowohl die Überschriften als auch die Kommentare der Nutzer werden nicht ausgewertet. Die Präsentation der Ergebnisse beschränkt sich überwiegend auf Tabellen und Abbildungen, nur „die wesentlichen Tendenzen werden schriftlich zusammengefasst“ (S. 11). Das untersuchte Korpus besteht aus 500 journalistischen Kommentaren, 500 Weblogeinträgen und 500 Corporate Blogs. Analysiert werden nur die auf Deutsch geschriebenen Texte, die aus dem Jahre 2014 stammen. Als Quelle dienten die Kommentare aus den on-line Versionen der überregionalen Tageszeitungen und

die nach der *Deutschen Blogcharts*-Liste populärsten Blogs. Von den Blogs wurden diejenigen ausgeschlossen, die mit Video und Bild arbeiten.

Die Arbeit bietet eine große Menge visueller Darstellungsformen. So sind auf 39 Seiten des „Textes“ 28 Tabellen und elf Abbildungen zu finden. Dadurch wird die Lektüre erschwert, denn mehrmals tauchen auf einer Seite zwei Tabellen und nur ein Absatz begleitender Text auf (z. B. S. 13, 22). Die visuelle Darstellung steht dem Geist von E-Publikationen entgegen. Zum Beispiel kommen die Tabellen zum Text auf Seite 21 erst auf Seiten 26 und 27 vor. Durch die ständige Notwendigkeit zu blättern, fühlt sich ein Leser des praktischen Teils verloren. Manche Tabellen könnten komprimiert werden. Prototypisch könnten die Kapitel 4.2 Häufigkeit des Wortes „ich“, 4.6 Häufigkeit des Wortes „mich“ und 4.7 Häufigkeit des Wortes „mein“ genannt werden, wo die Anzahl der Pronomina beobachtet wird. Pro untersuchter Gruppe – Weblogs, Corporate Blogs und journalistische Kommentare – kommen drei Tabellen mit den entsprechenden Pronomina vor, dies könnte auch in einer Tabelle zusammengefasst werden.

Ebenso fraglich ist der Nutzen von Tabelle 4.26 (S. 28), wo die Anwendung von ganzen drei Emoticons abgebildet ist. Willkürlich scheint die Distribution der Tabellen und Abbildungen. Beispielsweise wird das Kriterium Häufigkeit sowohl in Form einer Tabelle (S. 27, Tab. 4.24 und 4. 25) als auch in Form einer Abbildung (S. 28, Abb. 4.8) visualisiert.

Die Studie verschafft eine knappe Übersicht über ein Segment der deutschen Blogosphäre, die quantitativ ausgewertet wurde. Die Analyse stützt sich auf vorangegangene Studien und versucht die Trends und die Entwicklung der Sprache von Blogs zu beschreiben. Die Zielgruppe bleibt unklar, obwohl im Untertitel *Untersuchung von linguistischen Charakteristika in Blog-Texten* steht. Die bloße Auszählung der Wörter und ihre Visualisierung ohne tief gehende Kommentare und Interpretation lässt sich wohl kaum als linguistische Untersuchung bezeichnen. Es fragt sich, warum dieser Text in Form eines Buches veröffentlicht wurde, denn die 39 Seiten wären ausreichend für eine komplexere Studie oder einen Artikel. Was den Leserkreis betrifft, so dürften sich Laien, durch die große Zahl an Graphiken belastet fühlen; umgekehrt verdeckt der wissenschaftliche Apparat, mit dem die Autoren auf den ersten Blick arbeiten, – Zitate, Tabellen, Literaturverzeichnis – nur die Oberflächlichkeit die des Textes, die einer wissenschaftlichen Rezeption entgegensteht.

Mgr. Michal Kunc  
(student doktorského studia Německý jazyk)  
Katedra germanistiky  
Filozofická fakulta  
Univerzita Palackého v Olomouci  
Křížkovského 511/10  
771 47 Olomouc