

Emotionen im Modus der Ironie im politischen Diskurs: eine Analyse der Tagesspiegel-Leserkommentare zum SPD-Kanzlerkandidaten Martin Schulz (2017)

Emotions in the mode of Irony in political discourse: an Analysis of Tagesspiegel reader comments on SPD Chancellor Candidate Martin Schulz (2017)

SAYAH Meroua¹, Université d'Alger 2

Email: meroua.sayah@univ-alger2.dz

Received: 17/01/2026

Accepted: 29/03/2026

Published: 24/05/2026

Kurzfassung:

Der vorliegende Beitrag analysiert ironische Äußerungen in 10 wichtigen Online-Leserkommentaren, die auf einen am 12. Juni 2017 im Tagesspiegel erschienenen Artikel über den Auftritt des SPD-Kanzlerkandidaten Martin Schulz im Brigitte-Magazin reagieren.

Untersucht wird, welche Emotionen durch welche Formen von Ironie in ausgewählten Kommentaren realisiert werden. Im Mittelpunkt werden verschiedene Ironietypen und Ironiesignale herausgearbeitet, die die ironische Wirkung verstärken. Die Ergebnisse zeigen, dass Ironie primär zur indirekten Artikulation negativer Bewertungen dient und im politischen Mediendiskurs als Träger kollektiver Emotionen gegenüber Schulz und der SPD fungiert.

Schlüsselwörter: Emotionale Kommunikation; Ironieformen; politischer Diskurs; Online Kommentare; SPD; Medien.

Abstract:

The present study analyzes ironic utterances in ten selected online reader comments responding to a Tagesspiegel article published on June 12, 2017, which reported on the appearance of the SPD chancellor candidate Martin Schulz in Brigitte magazine. The analysis examines which emotions are expressed through specific forms of irony in the selected comments. Central to the study is the identification of different types of irony as well as irony signals that contribute to the intensification of ironic effects. The findings demonstrate that irony primarily serves as a means of indirectly articulating negative emotions and functions, within political media discourse, as a carrier of collective emotions directed at Schulz and the SPD.

¹ *Entsprechender Autor: SAYAH Meroua*

Keywords: Emotional communication; forms of irony; political discourse; online comments; SPD; media

1. Einleitung:

In der digitalen Medienlandschaft haben sich Leserkommentare zu einem wichtigen Ort der öffentlichen Meinungsäußerung und emotionalen Reaktion entwickelt. Sie spiegeln die unmittelbaren Empfindungen der Leserschaft gegenüber politischen Ereignissen und Persönlichkeiten wider und gewähren Einblick in die Bandbreite der Emotionen, die politische Diskurse begleiten. Besonders in Zeiten politischer Umbrüche und Krisen treten solche Emotionen häufig in Form ironischer Kommentare zutage. Schon der untersuchte Artikel beschreibt Schulz als einen emotionalen, bekenntnisfreudigen Politiker, der sein Publikum mit historischen Analogien und persönlichen Anekdoten einzunehmen versucht. In dieser Zeit war Schulz nicht nur Spitzenkandidat der SPD, sondern auch Vorsitzender der Partei und einer der zentralen politischen Akteure im Bundestagswahlkampf.

Im Rahmen einer qualitativ ausgerichteten diskurslinguistischen Analyse habe ich mich mit den folgenden Fragestellungen beschäftigt:

- Welche Emotionen werden durch ironische Aussagen vermittelt und wie?
- Welche Formen von Ironie lassen sich in Online-Leserkommentaren identifizieren, und welche sprachlichen Signale verstärken die Wirkung dieser Aussagen?

Ziel dieser Studie ist es, zu zeigen, wie ironische Aussagen in Leserkommentaren als diskursive Strategie genutzt werden, um politische Kritik zu äußern und implizit kollektive Emotionen im digitalen Raum zu verhandeln.

Die Termini Emotion und Ironie sind zwei zentrale Begriffe, die nicht nur in der Alltagssprache verwendet werden, sondern auch in der politischen oder digitalen Medienkommunikation. Bevor die ausführliche Analyse ironischer Kommentare mit implizierten Emotionen eingegangen wird, ist es daher notwendig, diese beiden Schlüsselbegriffe präzise zu definieren. So lassen sich Funktionen ironischer Aussagen und die damit verbundenen emotionalen Wirkungen verstanden und interpretiert werden.

2. Begriffsbestimmung

2.1 Zum Begriff Emotion

Emotionen sind ein zentraler Bestandteil menschlicher Kommunikation, da neben Gedanken stets auch Gefühle vermittelt und wahrgenommen werden. Menschen reagieren dabei auch auf die emotionalen Zustände anderer, was die Komplexität emotionaler Prozesse verdeutlicht. Trotz des alltagssprachlichen Verständnisses von Emotionen zeigt die Vielzahl von Definitionen, wie schwierig es ist, Emotionalität begrifflich eindeutig zu fassen.

In der Psychologie werden Emotionen als mehrdimensionale Phänomene beschrieben. Zimbardo/Gerrig definieren sie als ein komplexes Muster von Veränderungen, das als Reaktion auf subjektiv bedeutsame Situationen entsteht (vgl. Zimbardo P. & Gerrig, R. 2004, S. 547). Eine ähnlich umfassende Perspektive bieten Kleinginna & Kleinginna (1981), die auf Basis zahlreicher Definitionsansätze Emotion als Zusammenspiel subjektiver und objektiver Faktoren verstehen, das über neuronale und hormonelle

Systeme vermittelt wird und affektive Erfahrungen, kognitive Bewertungen, physiologische Anpassungen sowie expressives und zielgerichtetes Verhalten einschließt (vgl. Siebert –Adzic, Meike 2016: 50).

In Anlehnung an diese Ansätze fasst Schmidt-Atzert Emotionen als qualitative Zustände, die auf drei miteinander verbundenen Ebenen beschrieben werden können: dem emotionalen Erleben, der körperlichen Verfassung und der emotiven Ausdrucksform. (vgl. Schmidt-Atzert 1996: 21)

Insgesamt verdeutlicht dieser Überblick, dass Emotionen als hochkomplexe, mehrdimensionale Prozesse zu verstehen sind, für die es keine einheitliche Definition gibt.

2.2 Begriffsbestimmung von Ironie

Ironie ist ähnlich wie Emotionen ein komplexes und vielschichtiges Konzept, für das keine einheitliche Definition existiert. Trotz ihrer formalen und semantischen Komplexität wird sie in der Alltags- und Medienkommunikation häufig eingesetzt, besonders zur Vermittlung emotionaler Einstellungen und Bewertungen. Traditionell ist Ironie der Rhetorik zugeordnet und dient als stilistisches Mittel, um gegnerische Positionen zu entlarven, zu kritisieren oder ins Lächerliche zu ziehen

Die Ursprünge dieses Begriffs stammen aus dem griechischen *Wort eiron* oder *eironeia* (Vgl. Hartung, M 2002: 15) und wurden als Form der Verstellung verstanden, bei der das Gesagte nicht mit der eigentlichen Sprecherintention übereinstimmt. Der römische Rhetor Quintilian sieht Ironie in seiner "Instutio oratoria" (Vgl. Hartung, M 2002, 33) als eine Form von Verstellung und Gedankenfigur, die Teil der Allegorie ist und durch Tonfall beteiligte Personen oder die Art der Aussage erkennbar wird. Cicero prägte den Begriff *dissimulatio* und führte die Ironie als rhetorische Fachkategorie in die lateinische Tradition ein. Die historischen Zuschreibungen verdeutlichen, dass Ironie stets mit Täuschung, Mehrdeutigkeit und Distanz verbunden war (vgl. Lapp, E. 1992: 18)

In der neueren Forschung wird diese Grunddefinition erweitert. Knox (1973) und Lapp (1992) fassen zentrale Merkmale der Ironie zusammen, darunter das Sagen des Gegenteils oder etwas anderes als das Gemeinte, das Tadeln durch scheinbares Lob sowie Formen des Spottes und der Lächerlichmachung (zit. nach Calpestrati, Nicolò 2021: 4). Darauf aufbauend interpretieren Wunderlich (1972) Ironie als indirekte Sprachhandlung, während Grice (1975) sowie Spreber und Wilson (1981) sie als konversationelle Implikatur begreifen, bei der die intendierte Bedeutung vom Rezipienten erschlossen werden muss (Vgl. Fehlauer-Lenz, Ingrid 2008 :82-83)

Die Elemente der Negation und des Gegenteils erzeugen ein Spannungsverhältnis zwischen Gesagtem und Gemeintem.

3. Ironievarianten in der digitalen politischen Meinungsäußerung

In digitalen Kommentaren fungiert Ironie zunehmend als emotionale Positionsmarkierung, mit der Kommentierende Gefühle wie Ablehnung, Frustration oder Enttäuschung indirekt und sozial verträglich äußern. Besonders im Kontext politischer Kommunikation etwa in emotional aufgeladener Wahlkämpfen erfüllt sie eine doppelte Funktion: sie ermöglicht zugleich kritische Distanzierung und emotionale Involvierung.

In Anlehnung an Hartung M. (2002, 71) existieren zwei Ironietypen: eine wortorientierte (verbale) und situative Form.

Die Wortironie nach ihm basiert auf sprachlich expliziten Verfahren wie Übertreibung, Litotes, Untertreibung oder Wortspiel. Sie operiert in einem semantischen Spannungsfeld zwischen wörtlicher und intendierter Bedeutung und ist vergleichsweise leicht identifizierbar, da sie in der Schriftsprache durch lexikalisch markierte Brüche realisiert wird.

Ein Beispiel hierfür liefert der Kommentar:

(1) Provinzler (13.06.17, 13:42)

in der drei Monaten kann er anfangen mit seinem Buch . denn dann wird er genug Zeit dafür haben Und seine Partei wird dann da sein, wo es Mist ist - selbst verschuldet. Sorry, man wird doch immer wieder wohl mal nachfragen können, wie es steht um die rotrotgrüne Familie, ob und wie man sich vielleicht doch noch einigen kann auf welche Kompromisse auch immer, welche Korrekturen z.B. der Agenda 2010. Dass da etwas getan werden muss, ist doch wohl klar, nur was, da gibt es eben unterschiedliche Ansätze. Sowas zu bemerken soll schon Bashing sein?? Aber was die richtige Methode ist, kriegt man doch nur durch miteinander Reden heraus. Kritische und orientierungslos gewordene Wähler zu beschimpfen, wird da nicht reichen und zielführend sein.

Im ersten Satz antizipiert der Kommentator ironisch eine politische Niederlage Martin Schulz' und transportiert Spott und Häme. Die emotionale Wirkung äußert sich in Schadenfreude, politischem Pessimismus und einer impliziten Ablehnung des Kandidaten.

(2) 2010ff (13.06.2017 , 06:18):

Schulle sollte sein Buchprojekt sofort beginnen .da könnte noch was gehen

Durch die verkleinernde Namensform *Schulle* wird der Kandidat sprachlich infantilisiert und affektiv herabgesetzt: diese Form der Ironisierung unterminiert politischen Ernst und Autorität und erzeugt eine emotionale Distanz, die zwischen Verachtung, Sarkasmus und Zynismus oszilliert.

Eine dritte wortorientierte oder verbale Ironie liegt in einem anderen Kommentar und zwar:

(3) hdschmidt(13.06.17, 11:21) @mika7 am 13.06.17 10:27

Ausserdem geht mir die Nummer mit dieser Alkoholsucht langsam auf den Wecker. Da gebe ich Ihnen recht, dass genug darüber geredet wurde. Die Journalisten sollten endlich aufhören ihn immer wieder darauf anzusprechen und die Kommentatoren hier, könnten das Thema auch als oft genug behandelt ablegen. **Aber es macht sich gut immer wieder zu versuchen ihn damit zu diskreditieren.**

Hier liegt eine sarkastisch gefärbte Ironie vor, die auf der Diskrepanz zwischen scheinbar zustimmender Formulierung und kritischer Intention basiert. Die fettgedruckte Aussage dient der Distanzierung von emotional übersteigter Kritik an Schulz und entlarvt durch eine Umkehr der Bedeutung.

Im Gegensatz dazu entsteht situative Ironie nicht durch sprachliche Marker, sondern durch Diskrepanz zwischen normativer Erwartung und realer Situation. Sie setzt ein hohes Maß an Kontextwissen und pragmatischer Kompetenz voraus. Ein Beispiel aus den untersuchten Kommentaren ist:

(4) Provinzler (13.06.17, 10:11):

Vielleicht ist die Linkspartei ja auch so "kategorisch kompromisslos", weil es die SPD auch mit diesem Kandidaten ebenfalls ist? Leidtragende solcher eitlen Alleingänge sind jedenfalls mal wieder wir alle, die wir erneut aller Optionen auf eine Regierungsalternative beraubt sind. Ist zwar ok, weil Frau Merkel als Kanzlerin schon gut ist, aber auch ein Armutszeugnis sowohl für die Linkspartei als auch für die SPD. Miteinander reden tun die ja offenbar nicht. Und der SPD reichen wohl die paar Ministersessel in der GroKo - das Volk interessiert gar nicht.

Die implizite Unterstellung, dass der Machterhalt der SPD höher gewichtet werde als das Gemeinwohl, stellt einen normativen Bruch dar. Dieser erzeugt affektive Reaktionen wie Entrüstung, Zweifel und moralische Enttäuschung gegenüber der Partei.

Ein weiteres Beispiel:

(5) Gelöschter Nutzer (13.06.17, 07:59) :

Nun kriegen wir den Makro-Martin und der Slogan steht auch schon fest: Sozialdemokratie im Marsch!

Durch Wortspiel und intertextuelle Referenz (Macron vs. Martin) wird eine übersteigerte politische Selbstinszenierung ironisiert. Die emotionale Wirkung oszilliert zwischen Spott, politischem Misstrauen und Ablehnung einer als symbolisch leer empfundenen Politik.

4. Verdeckte Emotionen : ironische Marker als emotionale Hinweise

Kennzeichnend für eine ironische Aussage ist die Indirektheit (Ballmer, K. 2001: 05) d.h. sie funktioniert typischerweise so, dass die intendierte Bedeutung nicht direkt ausgesprochen wird. Der Zuhörer oder Leser muss sie von der wörtlich formulierten Aussage anhand kontextueller Hinweise erkennen. Allerdings kann sie explizit geäußert werden etwa durch den Einsatz von Übertreibung, Kontrast oder bestimmte Signalwörter, die die ironische Absicht deutlich machen. Wenn die Kommunikation mündlich läuft, können paralinguistische Mittel in Form rhetorischer Fragen, Tonhöhe und Intonation durch die Großschreibung und Emoticons die ironische Aussage verstärken.

Schon der Kontext ist bei der Erkennung und Interpretation von der Ironie von großer Bedeutung. Es gibt Fälle, bei denen eine ironische Aussage nicht zur entsprechenden Situation passt und der Leser oder Zuhörer muss in der Lage sein, das Gegenteil von dem Gesagten zu entschlüsseln (Vgl. Hartung, Martin 2002 :44) Die Kontextabhängigkeit hat Searle in seiner Sprechakttheorie erwähnt (vgl. Ballmer, Karen 2001: 8). Ein konkretes Beispiel liegt in dem folgenden Kommentar:

(6) BRCI(13.06.17, 07:40):

Hat der Mann keine Berater oder hört er einfach nicht zu? Wenn das mit der Selbstpräsentation so weitergeht, bringt er die SPD in den Bereich der französischen Freunde 10%! Vielleicht doch gleich die Karl-Biografie schreiben?

Auf den ersten Blick scheint der Kommentar als neutral aber mit dem Kontext wird die Ironie deutlich. Schon im journalistischen Ausgangstext sagt Schulz, dass er nach seiner Kanzlerschaft ein Buch über Karl V schreiben solle, und die Ironie in der Frage *Vielleicht doch gleich die Karl-Biografie schreiben?*

erschließt sich nur im Lichte des Artikels: Schulz inszeniert sich durch den historischen Verweis auf Karl V als europäisch denkende Führungspersönlichkeit und suggeriert eine gewisse Parallele zwischen sich und der machtpolitischen Symbolfigur des Habsburger Kaisers. Ironie entsteht durch die Dekonstruktion der Selbstinszenierung, die Spott, Zweifel und politische Geringschätzung transportiert.

Rhetorische Fragen zählen zu den etablierten sprachlichen Mitteln, durch die die Ironie markiert werden kann und affektiv aufgeladen sind. Sie sind zwar formal gebildet aber intendieren keine Antwort. Der im Folgenden stehende Kommentar bestätigt das:

(7) Happyrocker(13.06.17, 09:02):

Wer will denn einen Kanzler, der an derartiger Realitätsverzerrung, gepaart mit völlig überzogenem Selbstbild leidet?

Die rhetorische Struktur maskiert eine scharfe Kritik als Nachfrage und der ironische Gehalt ergibt sich aus der Übertreibung "*mit völlig überzogenem Selbstbild*" verknüpft mit der Suggestivfrage, die keine Zustimmung, sondern eine Ablehnung provoziert. Dieser Ironiemarker wirkt ironisch, weil es nur scheinbar eine Antwort erwartet. allerdings drückt es Kritik indirekt und viele negative Emotionen aus.

(8) ZyanKarli (13.06.17, 15:51)

Die "BRIGITTE" ist klinisch so gut wie tot. Früher war das mal ne ordentliche Zeitschrift. Nach der von Ihnen richtig beschrieben "Umstrukturierung" ist die Onlineausgabe auf BRAVO- Niveau geschrumpft, ohne Dr. Sommer. Dafür gibts einfältige Texte ohne Rechtschreibprogramm... Die Abonnentinnen fliehen in Scharen, und jetzt hat sich Schwesigs PInkx-Pseudofeminismuslobbyverein reingedrängt. Dafür müssen die wohl Hofberichterstattung betreiben, um sich überhaupt noch über Wasser halten zu können... Ich geb der BRIGITTE nicht mehr lang. Ist dann wohl auch besser so.

Die Ironie wird hier durch eine Kombination aus Übertreibung, metaphorischer Sprache, spöttischen Vergleichen und abwertenden Lexemen erzeugt. Hyperbeln wie „klinisch so gut wie tot“ und der Vergleich mit BRAVO verdeutlichen den Kontrast zwischen Anspruch und Realität, während ideologisch gefärbte Begriffe wie "Schwesigs PInkx-Pseudofeminismuslobbyverein" polemische Distanz markieren. Abschließend verstärkt die resignativ-zynische Bemerkung „ist dann wohl auch besser so“ die ironische Grundhaltung und transportiert Verachtung, Spott und Frust. Die Funktion der Ironie in diesem Kommentar liegt als indirekte Diskreditierung journalistischer Entwicklungen und in der affektiven Abgrenzung gegenüber bestimmten politischen und medialen Positionierungen.

Außerdem zählen die typografischen Ironiemarkern wie die Schriftart zu den emotiv bedeutendsten Mitteln in den Online-Kommentaren. (Calpestrati, Nicolo 2021:7). In dem untersuchten Korpus spielt zunächst die Großschreibung eine große Rolle und macht die Ironie erkennbar wie ist im folgenden Fall:

(9) provinzler (13.06.17, 13:11) @hdschmidt (13.06.17, 12:36)

ie SPD ZU VIELE KOMPROMISSE EINGING in der GroKo. Das soll ich nicht mitbekommen haben? Haha, was meinen Sie, warum ich die SPD nicht mehr wähle.

Die Großschreibung in diesem Kommentar *ZU VIELE KOMPROMISSE EINGING in der GroKo* verstärkt die Ironie, sie wirkt als übertrieben oder betont, was hier auf eine ironische Haltung hinweist. Es wirkt, als

ob der Sprecher das Thema der Kompromisse in der GroKo absichtlich dramatisch oder spöttisch hervorhebt, um seine Unzufriedenheit auszudrücken. Die Lachinterjektion "Haha" fungiert als paralinguistisches Ironiesignal, das den Satz ironisch einrahmt und eine effektive Haltung von Spott, Überlegenheit und Distanz markiert und zusammen mit der rhetorischen Frage betonen die Kritik, rahmen die Aussage spöttisch ein und ersetzen prosodische Signale der gesprochenen Sprache. Diese Kombination vermittelt Spott, Distanz und Unzufriedenheit auf indirekte Weise.

Schon im Kommentar (3) hdschmidt (13.06.17, 11:21) fungiert die Fettschrift in der Aussage " **Aber es macht sich gut immer wieder zu versuchen ihn damit zu diskreditieren** " als Ironiemarker gegenüber dem wiederholten medialen Verweis auf Schulz' und signalisiert die kritische Distanz zum journalistischen Verhalten.

Weitere Ironiemarker lassen sich besonders im folgenden Kommentar sichtbar werden:

(10) **Happyrocker (13.06.17, 10:22)**

Geschichten von tollen Männern, die völlig unverschuldet und unvermeidlich quasi zur Suchterkrankung gezwungen werden, interessieren mich nicht. Da könnte ich ja auch auf die spätere Autobiographie von Martin Schulz warten ;)

Hier wird zunächst die semantische Übertreibung "*völlig unverschuldet und unvermeidlich quasi zur Suchterkrankung*" eine überzogene Darstellung von persönlichem Leid konstruiert, die bewusst ins Lächerliche gezogen wird, diese Hyperbel dient der ironischen Dekonstruktion einer Opfererzählung und signalisiert Skepsis gegenüber der Ernsthaftigkeit solcher Narrative . Verstärkt wird dieser Effekt durch die ironisch markierte Wortwahl in der Formulierung "*tolle Männer*", die positiv erscheint aber sarkastisch gemeint ist. Hinzu trifft die intertextuelle Anspielung, wenn die Rede auf eine hypothetische "*Autobiographie von Martin Schulz*" gelenkt wird. Diese Bemerkung positioniert Schulz ironisch in die Nähe überhöhter Prominenz und stellt implizit infrage, ob seine Geschichte wirklich lesens- oder erinnerungswürdig ist. Abschließend fungiert das Zwinker- Emoticon ;) als direkter Ironiehinweis, der den ironischen Tonfall unterstreicht und dem Leser signalisiert, die vorangegangene nicht wörtlich zu nehmen. Die Verbindung dieser Marker erzeugt eine kontextuelle Inkongruenz und verweist auf eine ablehnende geprägte emotionale Haltung etwa Zynismus und Spott ohne das explizit zu äußern.

5. Ergebnisse der Analyse

Zur Veranschaulichung der zentralen Ergebnisse der Analyse werden in der folgenden Tabelle zehn ausgewählte Kommentare dargestellt, die verschiedene Formen von Ironie in Bezug auf den Tagesspiegel-Artikel über Schulz enthalten.

Diese Tabelle differenziert zwischen den identifizierten Ironietypen, benennt sprachliche Ironiemarker, erläutert die jeweilige kommunikative Funktion der Ironie sowie die damit verbundene emotionale Wirkung. Diese Beispiele wurden so ausgewählt, dass sie sowohl die Bandbreite der eingesetzten Mittel als auch die affektive Vielfalt der Reaktionen exemplarisch abbilden.

Nr.	Ironietyp	Beispiele	Ironiemarker/ Marker-Kategorie	Ironiefunktion	Emotionale Wirkung
1;2; 3;7; 8;9; 10.	Wort- orientierte Ironie	„in drei Monaten kann er anfangen mit seinem Buch zu schreiben“	Sprachlich Antizipation: „in drei Monaten“	Spott über politische Niederlage	Schadenfreude, politischer Pessimismus
		„Schulle sollte sein Buchprojekt sofort beginnen...“	Sprachlich Verkleinerungsname: <i>Schulle</i>	Affektive Herabsetzung des SPD-Kandidaten Martin Schulz	Verachtung, Sarkasmus
		„Aber es macht sich gut, immer wieder zu versuchen, ihn damit zu diskreditieren.“	Typografisch Fettdruck	Kritik an wiederholter Thematisierung (Alkohol-vergangenheit)	Sarkasmus, emotionale Überlegenheit
		„BRIGITTE ist klinisch so gut wie tot.. Schwesigs Pinkx-Pseudo-feminismus lobbyverein“	Sprachlich Typografisch Hyperbel, Metapher, abwertende Komposita	Indirekte Diskreditierung journalistischer Entwicklung und polemische Abgrenzung	Verachtung, politische Resignation, polemischer Frust.
		„Wer will denn einen Kanzler, der an derartigen Realitätsverzerrung leidet?“	Sprachlich Rhetorische Frage	Indirekte Kritik	Ablehnung, Spott
		„ZU VIELE KOMPROMISSE EINIGUNG...Haha“	Typografisch und Parasprachlich	Betonung der Kritik, Ersatz prosodischer Mittel	Spott, Überlegenheit
		„...Autobiographie von Martin Schulz warten ;)“	Parasprachlich	Ironisierung narrativer Überhöhung	Zynismus, Skepsis
4;5; 6	Situative Ironie	„...das Volk interessiert gar nicht.“	Situationsbasiert Kontextuelle Dissonanz	Kritik an Parteitaktik	Entrüstung, moralische Enttäuschung

		„Makro-Martin... Sozialdemokratie im Marsch!“	Sprachlich Wortspiel (Makro-Martin)	Delegitimierung politischer Selbstinszenierung	Misstrauen, Ablehnung
		„Vielleicht doch gleich die Karl - Biografie schreiben.“	Sprachlich Kontextverschiebung (Karl-V- Anspielung)	Entwertung politischer Ambitionen	Zweifel, Spott

Tabelle 1: Ergebnisse der Analyse ironischer Kommentare zum Tagesspiegel-Artikel über Martin Schulz (12.06.2017)

6. Fazit

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die wortorientierte Ironie bei der Analyse der Leserkommentare im TAGESSPIEGEL über den Auftritt von Martin Schulz im Rahmen von BRIGITTE LIVE die dominierende Art affektiver Artikulation darstellt. Die Kommentierenden greifen bevorzugt explizite sprachliche Mittel wie Übertreibung, rhetorische Fragen, paralinguistische Marker (z.B. Großschreibung, Emoticons) und sarkastische Lexik, um evaluative Affekte wie Spott, Sarkasmus, Frustration, Zynismus und politisches Misstrauen zu kodieren. Ironie fungiert dabei als Mittel der Distanzierung ebenso wie als Ausdruck subjektiver Betroffenheit. Ihre Indirektheit erlaubt es, Kritik emotional aufzuladen, ohne direkt aggressive Aussagen zu vollziehen, wodurch eine kommunikative Absicherung für die Kommentierenden entsteht.

Ein signifikanter Zusammenhang lässt sich zwischen der sprachlichen Gestaltung des journalistischen Ausgangstextes und der Form der Kommentare erkennen. Der Artikel von Armin Lehmann über den Auftritt von Martin Schulz im Format BRIGITTE LIVE enthält zahlreiche ironisch pointierte Formulierungen etwa in der stilisierten Beschreibung von Schulz' Auftreten oder in der Bemerkung über das Publikum. Solche Formulierungen transportieren implizite Bewertungen, die Schulz als kalkulierenden und wenig authentischen Kandidaten rahmen. Damit bietet der journalistische Ausgangstext somit eine sprachliche Vorlage, die es den Lesern ermöglicht, ihre affektiven Reaktionen in emotional zugespitzter Weise zu äußern. Der ironisch gefärbte Sprachgebrauch fungiert als interpretativer Deutungsrahmen, der sich in den Leserkommentaren in verstärkter Form fortsetzt. So greifen viele Kommentierende Formulierungen oder Bewertungen aus dem Artikel auf und transformieren sie ironisch weiter.

In diesem Zusammenhang fungiert Ironie nicht nur als stilistisches Mittel, sondern auch als affektives Ausdrucksmedium. Sie macht Emotionen im politischen Diskurs anschlussfähig, indem sie ihnen eine sozial akzeptierte Form verleiht etwa in Gestalt von Sarkasmus, Zynismus oder übertriebener Höflichkeit. Besonders im Fall der Bundestagswahl 2017 und der öffentlichen Wahrnehmung von Martin Schulz als Kanzlerkandidat wird deutlich, wie sehr ironische Sprachverwendung mit kollektiven politischen Affekten verknüpft ist und als diskursive Ressource zur affektiven Meinungsäußerung fungiert.

7. Literaturverzeichnis

- [1] Ballmer, K. 2001. Aspekte und Effekte der Ironie in der Alltagskommunikation. Grin Verlag. München. Deutschland. <https://www.grin.com/document/101530#summary-details>
- [2] Calpestrati, Nicolò 2021. Ironie als Verführungskunst: Kommunikative Funktionen und pragmatische Effekte ironischer Äußerungen zur Schaffung von Gruppenbildung in halbstrukturierten Gesprächen Linguistik online. Universität Bern, Die Schweiz. Vol. 106, núm.1.
- [3] Fehlauer-Lenz, Ingrid. Von der übersetzten Ironie zur ironischen Übersetzung. Martin-Luther - Universität –Halle Wittenberg. Deutschland . 2008 .
- [4] Hartung, M. 2002. Ironie in der Alltagssprache. Eine gesprächsanalytische Untersuchung. Verlag für Gesprächsforschung. Deutschland .
- [5] Lapp, E. 1992. Linguistik der Ironie. Gunter Narr Verlag. Tübingen. Deutschland .
- [6] Siebert –Adzic, Meike 2016. Die Bedeutung von Emotionen im Führungskontext: Führungsherausforderungen in Organisationen. Universität Kassel. Deutschland.
- [7] Schmidt-Atzert, L. 1996. Lehrbuch der Emotionspsychologie. Verlag w. Kohlhammer. Stuttgart. Deutschland .
- [8] Zimbardo P. & Gerrig, R. 2004. Psychologie. 16.Auflage. Pearson Education. München. Deutschland.

8. Anhang

Lehmann, Armin (2017): SPD-Kandidat Schulz beim Magazine Brigitte Bekenkertyp, mächtig emotional. SPD-Chef und Kanzlerkandidat Martin Schulz plaudert beim Frauen-Magazin. Brigitte freimütig über seine Schwächen und Lieben und über ein Vorbild: Karl V. Webseite: <https://www.tagesspiegel.de/politik/bekenkertyp-machtig-emotional-5255152.html> (Zugriff: 17/01/2026)