

## S. Schäfer/A. Mohr · »Die neue Ego-Jugend« (Hamburger Morgenpost)

Folgende Textmerkmale lassen sich erkennen:

	Zeile	Argumentationsstruktur - Stilmittel
1	Überschriften	Vorangestellte Unter-Überschrift nimmt <i>Generalthese</i> vorweg – <i>unvollständige Syntax</i> <sup>1</sup> ( <i>Ellipse</i> ) + zweifache <i>Alliteration</i> + drittes Wort mit Reibelaut (wirkt verstärkend). Überschrift wirkt ( <i>Neologismus</i> »Ego-Jugend«) bewusst provozierend (auf die mutmaßliche Zielgruppe: jugendliche Leser/innen). Damit übernimmt sie die Funktion des nicht vorhandenen <i>Teasers</i> <sup>2</sup> .
2	1-5	Erzeugung eines Bildes (Schlange-Stehen [ <i>Metapher</i> ]) zur Konstruktion einer (provozierenden) <i>Antithese</i> : beim iPhone die ersten, beim sozialen Engagement die letzten.
3	6-8	<i>These</i> (»Jugend wird egoistischer«), wird <i>deduktiv</i> mit <i>Fakten-Argumenten</i> entfaltet (Bezug: renommiertes Forschungsinstitut [ <i>Autoritäts-Argumente</i> ]).
4	9/10	Eingeschobenes <i>Paradoxon</i> (»Vielleicht liegt es an den dramatischen Klimaprognosen ... «) soll Spannung erzeugen; darin eingebaut: eine <i>Klimax</i> (»Stürme, Fluten, verhungernde Massen«).
5	11-15	<i>Fakten-</i> (bzw. <i>Autoritäts-</i> ) <i>Argumente</i> .
6	16	<i>These</i> hinsichtlich der Erwartungshaltung der Jugendlichen in Form einer <i>Metapher</i> (»Karre aus dem Dreck ziehen«).
7	17-25	<i>Deduktive</i> Entfaltung der (anklagenden) <i>These</i> auf der Basis von <i>Fakten-</i> bzw. <i>Autoritätsargumenten</i> .
8	<i>Bildimpuls</i>	Visuelle Verstärkung des Textinhaltes (der Textinformation).
9	27-29	Generalisierung der vorangestellten Informationen (Jugendliche übernehmen kaum Verantwortung, zeigen unverhältnismäßig wenig Interesse an den sozialen Zusammenhängen ihres Lebens).
10	29/30	<i>Metaphorisch</i> gestaltete <i>These</i> (»höher schlagende Herzen«) zur Einleitung des Gegenbefundes (hohe Konsumorientierung der Jugendlichen).
11	31-33	<i>Deduktiv</i> gebrauchte <i>Faktenargumente</i> (ohne Quellenverweis).
12	33-35	<i>Unvollständige Syntax</i> ( <i>Ellipse</i> ), variiert den Inhalt der Unter-Überschrift; der <i>parataktisch</i> <sup>3</sup> bzw. <i>asyndetisch</i> angefügter Abschluss stellt eine <i>Emphase</i> dar (in Gestalt einer <i>Rhetorischen Frage</i> , die offenkundig eine Anklage formuliert [logischer Umkehrschluss] oder auch als Appell verstanden werden kann).

Bezugnahme ↗  
Seite 2

<sup>1</sup> Unter **Syntax** (griech. σύνταξις [sýntaksis], aus σύν - ‚zusammen‘ u. τάξις - ‚Ordnung‘, ‚Reihenfolge‘) versteht man allgemein ein Regelsystem zur Kombination elementarer Zeichen zu einem Zeichensystemen. Insbesondere versteht man unter Syntax ein Teilgebiet der Grammatik natürlicher Sprachen, das die Zusammenfügung von Wörtern bzw. Wortgruppen zu größeren Einheiten bis hin zu Sätzen behandelt, also die **Satzlehre**.

<sup>2</sup> Ein **Teaser** (engl. to tease - ‚reizen‘, ‚necken‘) oder **Anriss-Text** ist in der Werbe- und Journalistensprache ein kurzes Text- oder Bildelement, das zum Weiterlesen, -hören, -sehen, -klicken verleiten soll.

<sup>3</sup> Eine **Parataxe** (griech. παράταξις [parátaxis] - ‚Beiordnung‘, ‚Nebenordnung‘) ist eine Aneinanderreihung selbstständiger Sätze (Hauptsätze). Allerdings können auch Wortgruppen oder Wörter parataktisch konstruiert, also unverbunden aneinandergereiht sein. Das Gegenteil der Parataxe ist die Hypotaxe (griech. ὑπό [hypó] - ‚unter‘ u. τάξις [táxis] – s.o.), die *Unterordnung* von Nebensätzen unter Hauptsätze bezeichnet (*Satzgefüge*).