

VORWORT – KRITISCHE PERSPEKTIVEN AUF NACHHALTIGKEIT IN VERSCHIEDENEN KOMMUNIKATIONSKONTEXTEN

Im Kontext der wissenschaftlichen und politischen Diskussion über den Begriff der Nachhaltigkeit wurden in den vergangenen Jahrzehnten mehrere Ansätze und Modelle entwickelt, die sich ihm zu nähern versuchen. So nennt z.B. das 2015 zuletzt aktualisierte Lexikon der Nachhaltigkeit (2015a)¹ u.a. das auf dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft beruhende Cradle-to-Cradle-Modell, das Drei-Säulen-Modell, das Ein-Säulen-Modell & Pyramiden Modell, Tripple Bottom Line und Tripple Top Line. Das vielzitierte und mit dem Konzept der *Corporate Social Responsibility* (CSR) eng verbundene „Drei-Säulen-Modell“ geht hierbei von einer prinzipiellen Gleichrangigkeit bzw. einem anzustrebenden Gleichgewicht zwischen Wirtschaft, Ökologie und Sozialem auf gesamtwirtschaftlicher und gesellschaftspolitischer, globaler und unternehmerischer Ebene aus, „das motivieren soll, einen Ausgleich zwischen den Interessen zu schaffen und das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Brundtland-Definition zu erreichen“ (Lexikon der Nachhaltigkeit 2015b).

Besonders seit dem Beschreibungsansatz im Rahmen des Brundtland-Berichtes der Vereinten Nationen (UN 1987), dem zufolge nachhaltige Entwicklung das Prinzip der intergenerationellen Gerechtigkeit gewähren soll, sodass Lebensbedingungen künftiger Generationen nicht schlechter sein sollen als die der gegenwärtig lebenden (UN 1987: 46)², entwickelt sich Nachhaltigkeit zunehmend zu einem normativ-funktionalen Konzept (Jäger et al. 2007).

Doch mit Normen begeben wir uns im Sinne Luhmanns auf die Ebene von „kontrafaktischen Erwartungen“ (Luhmann 1997: 638; Bohnsack 2017: 161), die etwaigen Enttäuschungen standhalten, oder auch der „Verhaltenserwartungen, die auch dann als ‚richtig‘ festgehalten werden, wenn sie hin und wieder unerfüllt bleiben“ (Luhmann 1991: 95; vgl. auch 2013: 72f.). Dies lässt auch die Frage nach dem Verhältnis zwischen der Leitbildfunktion und der tatsächlichen Umsetzung (und Umsetzbarkeit) nachhaltigkeitsbezogener Werte bzw. Ziele in den Vordergrund rücken. Aus linguistischer Perspektive betrachtet, korrespondiert die Norm bzw. das Leitbild Nachhaltigkeit mit einem Hochwertbegriff, „einem unbestreitbaren und unverhandelbaren Sollenswert der Diskurse oder einer deontischen Tautologie im Sinne von Hermanns (1989)“ (Rocco 2024): Nachhaltigkeit, wie auch immer der Operationalisierungsansatz oder allgemeiner der *modus operandi* ist und was auch immer das Highlighting-and-Hiding-Spiel der drei Nachhaltigkeitssäulen für einzelne gesellschaftliche Gruppen und Kontexte bedeutet, „soll sein“, tritt als erstrebenswertes Ziel in Erscheinung, über welches (wie

1 Vgl. den Vermerk auf der Webseite „Die Standardreferenz der Jahre 2002-2015 zur nachhaltigen Entwicklung – hier als historisches Dokument / letzte Aktualisierungen 2015“ (Lexikon der Nachhaltigkeit 2015a, b).

2 Im englischsprachigen Text: „Humanity has the ability to make development sustainable - to ensure that it meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs“ (UN 1987: 24).

über *Freiheit* oder *Demokratie*) ein breiter Konsens besteht (ibd.). Und dieser kann wiederum als Grundlage zur Konsensproduktion auf anderen Feldern dienen (ibd.; Schürkmann 2019, Zusammenfassung: 114, 116). Doch gerade hier setzt auch Kritik ein: Dazu gehört einerseits kritische Hinterfragung der Begriffsverwendung, die besonders den ökonomisch instrumentalisierbaren Aspekt der Nachhaltigkeitskommunikation fokussiert. Sie reflektiert sich einerseits in den um *x-Washing*-Begriffe (*Greenwashing*, *Bluewashing*, *Pinkwashing*, *Youthwashing*) kreisenden Metasprachdiskursen, die eine grundlegende Skepsis gegenüber politischen und unternehmerischen Gemeinwohl- und Nachhaltigkeitsdiskursen zum Ausdruck bringen (Rocco 2022: 203), andererseits in sprachwissenschaftlichen Studien, die diese Metasprachdiskurse analysieren (vgl. ibd.; Stöckl/Molnar 2018; Nielsen 2024; Polajnar in diesem Heft), sowie auch in sozial- und politikwissenschaftlichen Untersuchungen und Projekten, die beispielsweise eine gesellschaftliche *Nicht*nachhaltigkeit problematisieren: u.a. in Verbindung mit den Hoffnungsnarrativen, die diese möglicherweise stabilisieren, und dem Konzept der simulativen Demokratie (Blühdorn 2013, 2020; Blühdorn et. al. 2020; vgl. dazu Rocco in diesem Heft).

Auf diese und andere Fragestellungen wird im vorliegenden thematischen Heft der 64.1 *Linguistica* mit dem Titel *Nachhaltigkeitskonzepte und -diskurse in verschiedenen Kommunikationskontexten* aus verschiedenen Perspektiven und im Hinblick auf verschiedene Kommunikationskontexte eingegangen: Dabei werden im ersten, vorwiegend theoretisch ausgerichteten Teil kritische Perspektiven auf Nachhaltigkeit beleuchtet: Ausgangspunkt der explorativen theoretischen Studie von **Goranka Rocco** mit dem Titel *Sprache und Nachhaltigkeit, sprachliche Nachhaltigkeit: zwischen Ökonomisierung und simulativer Demokratie?* ist die Frage, wie das bisher unscharf gebliebene Konzept der sprachlichen Nachhaltigkeit in verschiedenen Sprachen und linguistischen Ansätzen verwendet wurde und definiert werden kann. Im Anschluss daran wird untersucht, ob und inwieweit sprachliche Nachhaltigkeit in einem konkreten Kontext angestrebt wird: In dem des wissenschaftlichen Dialogs, der sich unter dem Druck der Ökonomisierung von Wissen und Wissenschaft (Ranking, Evaluation) zunehmend monolingual artikuliert. Die (den Sprachgebrauch beeinflussende) Ökonomisierung scheint z.T. gegen sprachliche Nachhaltigkeit zu steuern, wobei sich in verschiedenen Kontexten eine Kluft zwischen offiziellen Narrativen zur Mehrsprachigkeitspflege und dem mono- bzw. oligolingualen Habitus abzeichnet. Interpretiert werden diese Trends auch vor dem Hintergrund der Hypothese einer systemischen gesellschaftlichen Nichtnachhaltigkeit und der simulativen Demokratie (Blühdorn 2020, 2013).

Der Beitrag von **Janja Polajnar** *Greenwashing, Pinkwashing, Whitewashing... der kritische Metasprachdiskurs um x-Washing. Eine korpusgestützte diskurslinguistische Analyse öffentlich-medialer Diskurse* behandelt in Anknüpfung an die bisherige theoretische und empirische Forschung die Frage, welche diskursive Relevanz dem *x-Washing*-Muster im öffentlich-medialen Diskursausschnitt mikrodiachron zukommt. Im Rahmen einer qualitativ-quantitativen korpusgestützten Diskursanalyse wird untersucht, wie produktiv sich dieses rekurrente Wortbildungsmuster zeigt, wie es kontextualisiert wird und welche Diskursakteure und diskursive Ereignisse den kritischen

Metadiskurs prägen. Als Grundlage dient dabei ein virtuelles Zeitungs- und Zeitschriftenkorpus des DeReKo. Die Ergebnisse zeigen, dass der kritische Metasprachdiskurs um *x-Washing* in den letzten Jahren im öffentlich-medialen Diskursausschnitt stark an Bedeutung gewonnen hat, worauf auch die erhöhte Produktivität des metaphorischen Wortbildungsmusters und die Vielfalt der *x-Washing*-Begriffe hinweisen, die meist in den Qualitätsmedien von und für bildungsnahe Schichten diskursiv relevant gesetzt werden. Diese reichen von etablierten, lexikographisch erfassten Begriffen, die selbst weitere Komposita bilden, bis hin zu *Ad-hoc*-Bildungen, die im kritischen Metasprachdiskurs neue Perspektiven eröffnen.

In dem *Zur Bildkarriere der Klimastreifen in digitalen und urbanen Räumen: Vom wissenschaftlichen Technobild zum Schlagbild in hybriden Konstellationen semiotischer Landschaften* betitelten Beitrag geht **Eva Gredel** der Frage nach, welche Bildkarriere das aus der Wissenschaft stammende Technobild der Klimastreifen des Klimatologen Ed Hakwins in hybriden Konstellationen semiotischer Landschaften erfährt. Anhand von Daten aus urbanen und digitalen Räumen werden die Klimastreifen und ihre Varianten als semiotische Einheiten untersucht. Dabei wird ein dezidiert multimodaler Ansatz gewählt, der das Technobild nach den Analysedimensionen Referenzialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität betrachtet. Die Studie zeigt, dass die Bildkarriere der Klimastreifen in digitalen und urbanen Räumen in mehreren Phasen verlief: Vorkommen des wissenschaftlichen Technobilds in digitalen Räumen, Veröffentlichung unter Creative-Commons-Lizenzen und die Option für Internetnutzerinnen und -nutzer, lokalisierte Varianten zu generieren sowie hohe Reichweiten der Klimastreifen als *born digital data* und Gemeinschaftsgüter. Schließlich machten sich Akteurinnen und Akteure von Klimaschutzinitiativen im Zuge referentieller Verfahren die Klimastreifen für Straßenproteste und somit für die zeichenhafte (Um-)Gestaltung urbaner Räume zu eigen. Durch die weite Verbreitung und fortschreitende Popularisierung der Klimastreifen in digitalen Räumen (*on the screens*) und in urbanen Räumen (*on the streets*) sind Klimastreifen inzwischen als Schlagbild einzustufen.

Lena Rebhans Beitrag mit dem Titel *„Unwörter“ im Klimadiskurs: Abwertende Komposita aus diskurs- und korpuslinguistischer Perspektive* untersucht, wie abwertende Komposita *Klimahysterie* und *Klimaterrorist* („Unwort des Jahres“ 2019 bzw. 2022) im Kontext der Klimagegendiskurse verwendet werden und wie die Klimaschutz(protest)bewegung diskursiv konstituiert wird. Die exemplarische Analyse der „Unwörter“ *Klimahysterie* und *Klimaterrorist* beleuchtet diese einerseits als Referenzausdrücke und andererseits in Propositionen aus Zufallsstichproben des Metakorpus WebXL des DWDS. Die Studie erarbeitet mehrere propositionale Grundaussrichtungen (Kritisieren, Ideologisieren, Diskreditieren) und vertieft dabei die argumentative Grundlage der analysierten „Unwörter“. Diese können als Symptome einer Weltdeutung verstanden werden, die Klimaaktivistinnen und -aktivisten irrationales und gefährliches Handeln zuschreibt.

Der zweite thematische Teil des Sonderheftes widmet sich der Nachhaltigkeit im Rahmen der Unternehmenskommunikation und allgemeiner der institutionellen Kommunikation (Organisationen, Vereine). **Nina Janich**, **Gina-Maria Sache** und

Niklas Simon erkunden in ihrem Beitrag mit dem Titel *Gut für dich, gut für den Planeten. Lokale vs. globale Dimensionen von Nachhaltigkeit auf Produktverpackungen* die Relevanz raumsprachlicher Perspektivierungen in der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation. Die exemplarische multimodale Analyse von 25 deutschsprachigen Produktverpackungen für Milch- und Milchersatzprodukte zeigt, dass Raumbezüge sprachlicher und visueller Art in vielfältiger Weise und zugunsten unterschiedlicher Raumkonzepte vorkommen. Während bei Milchprodukten unter ‚lokal‘ Nähe, Regionalität, Nachbarschaft und Heimat verstanden werden, geht es bei Milchersatzprodukten um das Spannungsverhältnis zwischen dem europäischen Handelsraum und dem globalen Mehrwert der Produkte. Entsprechend sind auf Milchprodukten unternehmerische Selbstzuschreibungen von Verantwortung für nachhaltige Entwicklung zu finden, während sich die Texte auf Milchersatzprodukten an Adressatenkreise richten, deren Konsumententscheidung als verantwortungsvolles Handeln gelobt wird.

In ihrem *Nachhaltigkeitsdiskurs in der Lebensmittelwerbung* überschriebenen Beitrag analysieren **Nika Bernardič** und **Janja Polajnar**, wie Nachhaltigkeit in der Werbung aus jüngster Vergangenheit (2019–2021) konzeptualisiert wird, d.h. welche Nachhaltigkeitsdimensionen und nachhaltigkeitsbezogenen Themen Unternehmen diskursiv relevant setzen, um umweltbewusste und -verantwortliche Konsumentinnen und Konsumenten u.a. anzusprechen. Die Grundlage der qualitativen multimodalen Diskursanalyse bilden drei Imagewerbepots führender Einzelhandelsketten, EDEKA, tegut... und Kaufland, die Nachhaltigkeit explizit thematisieren, und vier Facebook-Werbeanzeigen von tegut..., die durch präzise Kennzeichnung der Produktmerkmale mit Nachhaltigkeit indirekt argumentieren. Dabei erweist sich, dass in der Lebensmittelwerbung aus jüngster Vergangenheit bei einem vielfältigen Themenspektrum multimodal argumentiert wird, um zum einen das Produktsortiment bzw. die Produkte als ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig darzustellen. Zum anderen werden vor allem in den Image-Werbepots die Einzelhandelsketten als wirtschaftlich und gesellschaftlich (umwelt-)verantwortliche Akteure und als Vorbilder dargestellt.

Im Beitrag von **Marianne Grove Ditlevsen** und **Martin Nielsen** *Zur Erzählung über den DFB und seine Nachhaltigkeitstrategie* wird anhand der Nachhaltigkeitsstrategie des Deutschen Fußball-Bunds (DFB) der Frage nachgegangen, wie Organisationen ihre Nachhaltigkeitsstrategien kommunizieren. Die Storytelling-Analyse zeigt, dass sich die Erzählstruktur als Überwindung der Diskrepanz zwischen einem (negativen) *Ist*-Zustand und einem (positiven, zuversichtlichen) *Soll*-Zustand gestaltet. Die Analyse von Isotopien (semantische Kategorien: Botschaft, Konflikt, Rollenverteilung, Handlung) zeigt, dass die Rollen, die mit dem DFB verbunden sind, durch umfangreiche Isotopieketten unterstützt werden. Der DFB positioniert sich dabei als ein proaktiver, verantwortungsvoller und uneigennütziger Akteur mit den für die notwendige Transformation erforderlichen Werten, Ressourcen und Kompetenzen, der zielgerichtet auf eine nachhaltige Zukunft hin arbeitet.

Der abschließende Teil des vorliegenden Sonderheftes wendet sich dem Konzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung zu. In seinem Beitrag mit dem Titel *Nachhaltigkeitsförderung in DaF-Lehrwerken für die Anfängerstufe und Vorschlag eines*

eigenen BNE-Modells für den Fremdsprachenunterricht erforscht **Jan Černetič** das Nachhaltigkeitskonzept aus der Bildungsperspektive und speziell aus der fremdsprachendidaktischen Perspektive. Im Anschluss an den theoretischen Überblick wird im empirischen Teil der Studie untersucht, inwiefern nachhaltigkeitsorientierte Inhalte in gymnasialen DaF-Lehrwerken vertreten sind. Dabei wird auch ein eigenes Modell für eine ganzheitliche und allmähliche Annäherung an das Thema vorgeschlagen, einschließlich des Einsatzes aktueller korpuslinguistischer und KI-Ressourcen in fremdsprachendidaktischen Aktivitäten. Die Studie zeigt, dass in den DaF-Lehrwerken für Anfänger nachhaltigkeitsorientierte Inhalte eher ansatzweise und indirekt vorkommen und bei variierendem Gewicht der einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen auftreten. Vor diesem Hintergrund plädiert der Autor für eine möglichst frühe und schrittweise Sensibilisierung der Lernenden und eine gezielte Entwicklung der relevanten Kompetenzen.

Ljubljana, 5.12.2024

Janja Polajnar und Goranka Rocco

Literatur

- BLÜHDORN, Ingolfur (2013) *Simulative Demokratie: Neue Politik nach der postdemokratischen Wende*. Berlin: Suhrkamp.
- BLÜHDORN, Ingolfur (2020) „Haben wir es gewollt? Vorüberlegung“ In: I. Blühdorn/F. Butzlaff/M. Deflorian/D. Hausknost/M. Mock (Hrsg.), *Nachhaltige Nicht-Nachhaltigkeit: Warum die ökologische Transformation der Gesellschaft nicht stattfindet*. Bielefeld: transcript Verlag, 31–45.
- BOHNSACK, Ralf (2017) *Praxeologische Wissenssoziologie*. Opladen/Toronto: Budrich.
- HERMANN, Fritz (1989) „Deontische Tautologien. Ein linguistischer Beitrag zur Interpretation des Godesberger Programms (1959) der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands.“ In: J. Klein (Hrsg.), *Politische Semantik*. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 69–149.
- JÄGER, Alexander/Jürgen DEUSCHLE/Ortwin RENN (2007) „Ein normativ-funktionales Konzept für Nachhaltige Entwicklung“. In: O. Renn/J. Deuschle/A. Jäger/W. Weimer-Jehle (Hrsg.), *Leitbild Nachhaltigkeit. Eine normativ-funktionale Konzeption und ihre Umsetzung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 39–71.
- Lexikon der Nachhaltigkeit (2015a) *Modelle und Konzepte zur Nachhaltigkeit* https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/modelle_und_konzepte_zur_nachhaltigkeit_2018.htm [26.11.2024].
- Lexikon der Nachhaltigkeit (2015b) *Drei Säulen Modell* https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/1_3_a_drei_saeulen_modell_1531.htm [26.11.2024].
- LUHMANN, Niklas (⁶1991) *Soziologische Aufklärung 1. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- LUHMANN, Niklas (1997) *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- LUHMANN, Niklas (2013) *Kontingenz und Recht: Rechtstheorie im interdisziplinären Zusammenhang*. Berlin: Suhrkamp.
- NIELSEN, Martin (2024) „Visuelles Rainbowwashing – der Regenbogen als universelles Diversity Label.“ In: S. Boßow-Thies/M. Stumpf (Hrsg.), *Diversity in der Wirtschaftskommunikation*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43199-0_12
- ROCCO, Goranka (2022) „Youthwashing im Kontext der X-WASHING Metadiskurse.“ *Annali. Sezione germanica* 32, 191–207.
- ROCCO, Goranka (2024) „Nachhaltigkeit, Inklusion, Diversity vs. Greenwashing, Bluewashing, Pinkwashing, Wokewashing ... Was sagt die x-washing-Metaphorik über Nachhaltigkeitsdiskurse aus?“ In: H. Acke/N. Vujčić (Hrsg.), *Sprache - Kultur - Kommunikation. Festschrift für Christopher Schmidt zum 65. Geburtstag*. Berlin: Peter Lang, 427–436.
- SCHÜRKMANN, Christiane (2019) „Einer strahlenden Zukunft entgegen. Zur utopischen und ideologischen Rhetorik der Nachhaltigkeit in der Endlagerung hoch radioaktiver Abfallstoffe.“ *Soziologie und Nachhaltigkeit* 5/2, 111–134.
- STÖCKL, Hartmut/Sonja MOLNAR (2018) „Eco-Advertising: The Linguistics and Semiotics of Green(-Washed) Persuasion.“ In: A. Fill/H. Penz (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Eco-Linguistics*. New York: Routledge, 259–274.
- UN (1987) *Report of the World Commission on Environment and Development “Our Common Future”*. <https://digitallibrary.un.org/record/139811?v=pdf> [26.11.2024].