

## Antisemitismus heute

Zur Messung aktueller Erscheinungsformen von Judenfeindlichkeit mithilfe des faktoriellen Surveys

### Anti-Semitism Today

Measuring Current Manifestations of Hostility towards Jews Using Factorial Surveys

Heiko Beyer\*

Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Soziologie Ländlicher Räume, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, Germany  
hbeyer@uni-goettingen.de

Ulf Liebe

Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Soziologie Ländlicher Räume, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, Germany und Universität Kassel  
uliebe@uni-goettingen.de

**Zusammenfassung:** In der empirischen Antisemitismusforschung ist die standardisierte Befragung die populärste Methode der Datenerhebung. Ihre Verwendung kann jedoch weder die von Befragten wahrgenommene Normativität des Themas noch die situative Kontextabhängigkeit antisemitischer Kommunikation angemessen berücksichtigen. Die Methode des faktoriellen Surveys (auch „Vignettenexperiment“) bietet die Möglichkeit, solche situativen Merkmale systematisch zu variieren und so ihren Einfluss zu ermitteln. Damit wird eine bessere Operationalisierung von Kommunikationslatenz möglich, einem einflussreichen Konzept in der Antisemitismusforschung, dessen empirische Plausibilität unsere Studie zeigt. Sowohl Konsensgruppen- als auch Umwegkommunikation sind in der vorliegenden Stichprobe von Bedeutung: Stimmt die Mehrheit der Anwesenden antisemitischen Vorurteilen zu, steigt der Grad der Zustimmung zu antisemitischen Aussagen ebenso, wie wenn bei einer antisemitischen Aussage der Begriff „Juden“ durch den Begriff „Israelis“ ersetzt wird. Wird auf die deutsche Vergangenheit Bezug genommen, steigt die Zustimmung zu antisemitischen Aussagen ebenfalls (sekundärer Antisemitismus). Konsensgruppenkommunikation ist besonders bei eher links eingestellten Befragten, Umwegkommunikation besonders bei Personen mit niedrigem sozialen Status zu beobachten.

**Schlagworte:** Antisemitismus; Kommunikationslatenz; Sekundärer Antisemitismus, Israelbezogener Antisemitismus; Vignettenexperiment.

**Summary:** Standardized surveys are the most popular method in research on anti-Semitism. Use of this method, however, neither accounts for the normativity of the subject nor the impact of situational contexts on anti-Semitic communication. Factorial surveys (also “vignette analyses”) overcome these limitations because they allow the systematic manipulation of situational attributes and, accordingly, an estimation of the influence of these attributes on individual evaluations. More particularly, they allow an assessment of communication latency, an influential concept in anti-Semitism research. Our study documents the empirical plausibility of this concept: both consensus-group communication and detour communication can be found in our sample. The degree of affirmation of anti-Semitic statements increases if a majority of co-present participants manifest anti-Semitism. The same effect can be observed if the term “Jews” is replaced by the term “Israelis” (anti-Zionism) and if reference to the Holocaust is made (Secondary Anti-Semitism). The impact of group consensus is stronger among respondents with generally left-wing political attitudes, and detour communication (the replacement of “Jews” with “Israelis”) is more apparent among persons of low social status.

**Keywords:** Anti-Semitism; Communication Latency; Social Latency; Secondary Anti-Semitism; New Anti-Semitism; Vignette Analysis.

\* Die Autoren bedanken sich bei Veronika Andorfer, Christian Benke, Thore Fettköther, Geesche Merkle und Miriam Vorlauffer für die Unterstützung bei der Daten-

erhebung und -eingabe sowie bei den Gutachterinnen und Gutachtern bzw. Herausgeberinnen und Herausgebern der ZfS für wertvolle Hinweise.

## 1. Einleitung

Das zentrale Moment des modernen Antisemitismus hat Jean-Paul Sartre (1945) prägnant auf den Begriff der „totalité syncrétique“ gebracht. Antisemitismus, das ist „passion“ und „conception du monde“ (Sartre 1945), affektive Triebabfuhr und kognitive Rationalisierung gleichermaßen. Für das Phänomen, das Sartre 1944 bei der Niederschrift seines Aufsatzes vor Augen hatte, ist dieses Konzept und die damit verbundene Vorstellung einer charakterologisch verankerten Entwertungsideologie wenig kontrovers. Vielmehr ist die Assoziation von Totalität und Antisemitismus typisch für die theoretische Antisemitismusforschung dieser Zeit und der folgenden Jahrzehnte. Antisemitismus wird nicht nur als das ganze Individuum vereinnahmende Psychose, sondern auch als totalitäre Antwort auf die „nationale“ und „soziale Frage“ des 19. und frühen 20. Jahrhunderts begriffen. Inzwischen ist der Konnex von Totalitarismus und Antisemitismus in verkürzter Form ins Alltagsbewusstsein diffundiert. Im Allgemeinen ist dort die Vorstellung vorherrschend, Antisemitismus sei ein Problem des rechten Randes. Und auch in der aktuellen empirischen Sozialwissenschaft ist Antisemitismus vor allem im Zusammenhang mit autoritären Einstellungen und anderen Symptomen „gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit“ (z. B. Fremdenfeindlichkeit, Homophobie, Abwertung von Behinderten, vgl. Heitmeyer 2008: 21) untersucht worden. Allerdings konnten einige dieser Studien auch zeigen, dass bereits die Annahme, solche Einstellungen und Symptome seien ausschließlich bei einer Minderheit der Gesellschaft zu finden, unzutreffend ist (vgl. Decker et al. 2010; vgl. auch Schwarz-Friesel et al. 2010).

Ein differenzierteres Bild des Antisemitismus ergibt sich, wenn man neuere Formen des Ressentiments in den Blick nimmt. In gewissem Widerspruch zur Annahme einer Exklusivbeziehung von Rechts-Extremismus und Antisemitismus ist in der jüngeren Vergangenheit die These eines „neuen“ israelbezogenen Antisemitismus aufgestellt worden (vgl. Rabinovici et al. 2004), der auch innerhalb der Linken als verbreitet gilt und auch als „Antizionismus“ bezeichnet wird. Vor allem qualitative Fallbeispiele (z. B. Hirsh 2007; Salzborn & Voigt 2011) bilden diesbezüglich die Grundlage für die (leider noch vorwiegend außerakademische) Diskussion um diesen „neuen Antisemitismus“. Auch andere postnazistische Erscheinungsformen des Antisemitismus, wie der bereits seit den 1950ern beobachtete „sekundäre Antisemitismus“ (d. h. die Leugnung oder Relativierung der deutschen Schuld an der Judenvernichtung; Schönbach 1961), sind für breitere

Bevölkerungsschichten nachgewiesen worden; qualitativ von Bergmann (1997), quantitativ von der Forschungsgruppe um Heitmeyer (Heyder et al. 2005). Darüber hinaus wurde von Bergmann & Erb (1986) die politisch-systemische Ebene antisemitischer Kommunikation betont. Die Autoren nehmen an, dass Antisemitismus im Privatbereich in Konsensgruppen und über Umwege und Chiffren weiterhin kommuniziert wird. In der Öffentlichkeit sind dagegen unmittelbar antisemitische Aussagen, die auch auf Nachfrage nicht revidiert oder relativiert werden, nur von offenkundigen Neo-Nazis wahrnehmbar. Dadurch entsteht der Eindruck, dass sich Antisemitismus auf einen marginalen Teil der Bevölkerung beschränkt. Dass dieser Eindruck bisher trotz der theoretischen Fortschritte in der Antisemitismusforschung durch die empirische Sozialwissenschaft nicht nachhaltig korrigiert werden konnte, liegt unseres Erachtens nicht zuletzt daran, dass die Konzepte der Konsensgruppen- und Umwegkommunikation in quantitativ-empirischen Arbeiten nicht systematisch integriert werden konnten.

Der vorliegende Beitrag möchte zur Überwindung dieses Defizits beitragen und aufzeigen, wie die neueren theoretischen Erklärungsansätze der Antisemitismusforschung empirisch getestet werden können. Damit soll auch der methodische Konservatismus der bisherigen Forschung aufgebrochen werden. Die Ansätze des israelbezogenen Antisemitismus und vor allem des sekundären Antisemitismus wurden zwar durchaus in empirische Studien integriert (vgl. Bergmann & Erb 1991a; Heyder et al. 2005), von systematischen Überlegungen hinsichtlich der Ansprüche der neuen Konzepte an empirische Messinstrumente kann jedoch keineswegs die Rede sein. Insbesondere der Ansatz der Kommunikationslatenz von Bergmann & Erb (1986) ist abgesehen von einer Erhebung der genannten Autoren selbst (Bergmann & Erb 1991b), einer Studie von Kovács (2002) und einem Beitrag von Beyer & Krumpal (2010) bisher empirisch kaum zur Anwendung gekommen. Insgesamt dominieren vor allem standardisierte Umfragen mit einigen wenigen Items die empirische Antisemitismusforschung. Dabei sollte gerade bei Untersuchungen über Antisemitismus in Betracht gezogen werden, dass eine „einfache Messung“ möglicherweise zu verzerrten Ergebnissen führt. So ist zum Beispiel bekannt, dass Befragte dazu tendieren, falsche Angaben zu machen, wenn es sich beim Befragungsgegenstand um ein „heikles Thema“ handelt.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Zum Problem sozialer Erwünschtheit in Umfragen zu Antisemitismus siehe Beyer & Krumpal 2010.

Weiterhin können in traditionellen Befragungen situative Faktoren und kontextuelle Eigenschaften kaum berücksichtigt werden.

Aus diesen Gründen plädieren wir dafür, die traditionsreiche Methode des faktoriellen Surveys (auch: „Vignettenexperiment“) in der Antisemitismusforschung verstärkt einzusetzen (vgl. Rossi 1979). Ausgehend von einem Beitrag von Beck & Opp (2001) haben faktorielle Surveys in den letzten zehn Jahren innerhalb der deutschsprachigen Soziologie an Bedeutung gewonnen und werden auch zur Untersuchung von Diskriminierung eingesetzt (Emerson et al. 2001; Jann 2008). Anwendungen innerhalb der Antisemitismusforschung sind uns allerdings nicht bekannt. Dabei kann der faktorielle Survey geradezu als ideale Methode gelten, um den situativen Charakter antisemitischer Kommunikation zu untersuchen. Bei einem faktoriellen Survey werden für gewöhnlich verschiedene Situationsbeschreibungen („Vignetten“) vorgelegt, die sich in einzelnen Attributen unterscheiden. Die Befragten werden gebeten, auf der Grundlage der vorgegebenen Situationsbeschreibung die Vignetten zu bewerten. Durch die systematische experimentelle Variation der Situationsattribute kann dann deren Einfluss auf die Bewertung der Situation geschätzt werden.

Im Fall des Antisemitismus ließe sich so beispielsweise ermitteln, inwiefern das wahrgenommene Meinungsklima in einer Situation Einfluss auf die Bereitschaft hat, antisemitische Einstellungen zu kommunizieren. Damit könnte zugleich dem Umstand Rechnung getragen werden, dass antisemitische Aussagen als öffentlich normiert wahrgenommen werden und daher in Befragungen mit sozial erwünschtem Antwortverhalten zu rechnen ist. Der faktorielle Survey kann solches Antwortverhalten in Rechnung stellen, weil er eine subtilere Messung von Einstellungen erlaubt. Weiterhin können Formen der „Umwegkommunikation“ (Bergmann & Erb 1986) wie israelbezogener Antisemitismus und sekundärer Antisemitismus erfasst werden, die in Situationen, in denen eine Normierung des „Themas Juden“ empfunden wird, zur Anwendung kommen.

Bevor wir anhand einer eigenen Studie die Fruchtbarkeit der Methode für die Antisemitismusforschung illustrieren, gehen wir näher auf die theoretischen Entwicklungen zum postnazistischen Antisemitismus ein. Ein solches „Hand in Hand“ von Theorie und Methode, so selbstverständlich es erscheinen mag, ist keineswegs Standard in der Antisemitismusforschung. Elaborierte theoretische Konzepte stehen hier meistens unvermittelt neben klassischen

Instrumenten der Meinungsforschung (Einzelitems in standardisierten Befragungen), ohne dass die besonderen Anforderungen der jeweiligen theoretischen Ansätze an die empirische Operationalisierung hinterfragt würden.

## 2. Theorien des postnazistischen Antisemitismus

Bis in die 1970er Jahre war die theoretische Beschäftigung mit Antisemitismus vorwiegend psychologischer (insbesondere psychoanalytischer) Natur (vgl. Salzborn 2010; Beland 1992), auch wenn insbesondere die Kritische Theorie versucht hat, psychoanalytische Konzepte in eine umfassendere Theorie der Gesellschaft zu integrieren – mit all den Vor- und Nachteilen, die ein solches Unterfangen mit sich bringt (vgl. Rensmann 1998). Mit den Arbeiten von Volkov (1978), Postone (1982), Clausen (1987), Bauman (1989) und Holz (2001) verschob sich das Schwergewicht, sodass inzwischen durchaus von einer „Soziologie des Antisemitismus“ (Silbermann 1981) im Sinne eines Forschungsfeldes gesprochen werden kann. Bemerkenswert ist jedoch, dass allen der genannten Arbeiten eine Fixierung auf den Antisemitismus bis 1945 (insbesondere auf den nationalsozialistischen) gemein ist, wenn auch einige der Beiträge als Grundlage für die Erklärung aktueller Phänomene dienen können (vgl. Postone 2006) oder auch teilweise explizit postnazistische Phänomene in den Blick nehmen (wie zum Beispiel den Schuldabwehr-Antisemitismus; vgl. Holz 2001).

Ein Ansatz, der sich ausschließlich auf den Antisemitismus nach 1945 bezieht, ist hingegen das Konzept des „sekundären Antisemitismus“, das bereits in den 1960er Jahren am Frankfurter Institut für Sozialforschung entwickelt wurde (Schönbach 1961; Adorno 1997a, 1997b, 1997c). Sekundärer Antisemitismus bezeichnet das Phänomen der Verdrängung deutscher Schuld am Holocaust und die damit einhergehende Relativierung oder gar Leugnung der deutschen Täterschaft. Nicht nur die offene Verhöhnung der Opfer ist hierbei als antisemitisch zu bewerten, sondern auch die Verwendung traditioneller antisemitischer Stereotype wie Rachsucht, Machtstreben und Geldgier. Insbesondere Adorno (1997a, 1997b, 1997c), und Löwenthal (1990a, 1990b) haben Fragmente einer Theorie des sekundären Antisemitismus entwickelt, die erstmals systematisch von Rensmann (1998: 231ff.) zusammengetragen wurden.

Ein zweites aktuelles Phänomen ist der israelbezogene Antisemitismus, d. h. die antisemitische Ab-

wertung Israels und dessen jüdischer Bevölkerung. Im bundesdeutschen Kontext findet sich die Thematisierung eines übersteigerten Israelhasses erstmals im Umfeld der „Neuen Linken“, wo sie als kritische Auseinandersetzung mit Strömungen in der eigenen Bewegung zu verstehen ist (vgl. Kloke 1990). Inzwischen ist der israelbezogene Antisemitismus Gegenstand einer internationalen Debatte über „New Anti-Semitism“ (vgl. Rabinovici et al. 2004). Die Forschung steht hier noch vergleichsweise am Anfang, und sowohl die theoretischen Mechanismen als auch die empirischen Messinstrumente müssen umfassend (weiter-)entwickelt werden.

Strittig ist zum Beispiel, wann Aussagen und Einstellungen als „antisemitisch“ und nicht lediglich als „israelkritisch“ zu kennzeichnen sind. Dies ist nicht zuletzt eine empirische Frage. Der antisemitische Charakter bestimmter Aussagen lässt sich oft erst in Zusammenhang mit dem situativen Kontext erschließen. Das heißt aber auch, dass ein beträchtlicher Teil antisemitischer Kommunikation für die (quantitative) Sozialwissenschaft verloren geht, wenn man ausschließlich auf die gängigen Einzelitems in standardisierten Befragungen zurückgreift, wie dies z. B. im von Wilhelm Heitmeyer geleiteten Bielefelder Projekt zur Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit (GMF) geschieht (vgl. Heyder et al. 2005). Der faktorielle Survey kann dieses Problem ein Stück weit überwinden, wie wir später zeigen werden.

Ein weiteres Problem besteht darin, die analytische Ebene des Zusammenhangs zwischen antijüdischen und israelbezogenen Vorurteilen zu bestimmen. Fraglich ist diesbezüglich, wie Kontinuitäten zwischen den beiden Phänomenen erklärbar sind. Dem Problem kann sich einerseits psychologisch und andererseits soziologisch genähert werden. So könnten die Ähnlichkeiten einerseits Ausdruck einer „Verschiebung“ im psychoanalytischen Sinne sein, was bedeuten würde, dass der israelbezogene Antisemitismus analoge psychische Funktionen wie der klassische Antisemitismus (Welterklärung, Affektabfuhr etc.) erfüllt. Andererseits könnten antiisraelische Aussagen die soziale Funktion haben, antisemitische Einstellungen im öffentlichen Raum sagbar zu machen, und somit als „Umwegkommunikation“ dienen. Für diese Variante votiert der Ansatz der „Kommunikationslatenz“ (Bergmann & Erb 1986).

Die Reaktion von Bergmann & Erb auf die soziologische Theoriearmut bezüglich des postnazistischen Antisemitismus besteht darin, das Augenmerk ein-

deutiger auf die Ebene sozialer Systeme zu legen. Der Begriff der „Kommunikationslatenz“ ist denn auch dem Luhmannschen Theoriegebäude entlehnt. Nach Luhmann (1987: 458) bezeichnet „Kommunikationslatenz“ einen Zustand, in dem bestimmte Kommunikationselemente vom System unterdrückt werden, um dessen Stabilität zu erhöhen. Laut Bergmann & Erb trifft dies für den Antisemitismus und das politische System der BRD zu. Hier werden offen antisemitische Aussagen im öffentlichen Diskurs als unerwünscht wahrgenommen, weil sie in Konflikt mit den Anforderungen des internationalen politischen Systems stehen. Entsprechende Meinungsäußerungen werden demzufolge in der Öffentlichkeit unterdrückt. Diesbezüglich wird eine „anti-antisemitische Norm“ (bzw. ein „Tabu“) angenommen.<sup>2</sup> Meinungen werden nur dann artikuliert, wenn sie vor dem Hintergrund des vermuteten gesellschaftlichen *common sense* nicht als unmittelbar antisemitisch bewertet werden oder wenn Akteure annehmen können, dass die wahrgenommene Norm außer Kraft gesetzt ist, wie dies in „Konsensgruppen“ oder im privaten Bereich der Fall ist. So wird israelbezogener Antisemitismus z. B. als „Umwegkommunikation“ für klassisch antisemitische Aussagen verstanden, die zur Anwendung kommt, wenn letztere als unangebracht erscheinen.

### 3. Methodische Implikationen der theoretischen Konzepte

Wir wollen im Folgenden einige methodische Probleme benennen, die sich insbesondere vor dem Hintergrund des Ansatzes der Kommunikationslatenz ergeben. Sowohl das Verhältnis zwischen klassischem Antisemitismus auf der einen Seite und israelbezogenem bzw. sekundärem Antisemitismus auf der anderen Seite ist soziologisch durch das

<sup>2</sup> Inwiefern es eine solche eindeutige Norm des Anti-Antisemitismus in Deutschland wirklich je gegeben hat, ist durchaus fraglich. Vor allem seit den 1980er Jahren (insbesondere in den öffentlich geführten Debatten um Helmut Kohls und Ronald Reagans Besuch des Soldatenfriedhofs Bitburg, auf dem auch Mitglieder der Waffen-SS bestattet wurden, und den Auseinandersetzungen um die Aufführung des antisemitischen Fassbinder-Stückes „Der Müll, die Stadt und der Tod“ in Frankfurt) sind Bemühungen erkennbar, antisemitische Aussagen im öffentlichen Diskurs salonfähig zu machen (vgl. Bergmann 1997). Die Tendenz der „Enttabuisierung“ des Antisemitismus wird durch eine jüngere Studie von Bergmann & Heitmeyer (2005) bestätigt.

Phänomen der Kommunikationslatenz erhellt worden. Die soziale Funktion des sekundären Antisemitismus wird aber auch bereits in den einschlägigen Arbeiten der Kritischen Theorie angedeutet, in denen auf das Interesse der Politik, Auschwitz zu verdrängen, hingewiesen wird (Adorno 1997b). Die Überhöhung der eigenen Opfer-Rolle und die Abwertung jüdischen Leids sowie die Verwendung klassisch antisemitischer Stereotype (wie jene der Rachsucht und Profitgier), wenn die deutsche Schuld an Auschwitz zur Sprache kommt, ist als Legitimationsdiskurs zu verstehen, mithilfe dessen antisemitische Einstellungen in der Öffentlichkeit kommuniziert werden können, ohne dass unmittelbare Sanktionen zu befürchten sind.

Für den israelbezogenen Antisemitismus gilt Ähnliches. Auch er kann als „Umwegkommunikation“ konzeptualisiert werden. Zudem ist er oft an sekundär antisemitische Motive gekoppelt. So werden nicht selten gerade mittels der Anklagen gegen Israel die Verbrechen des Nationalsozialismus relativiert, indem Israel zum Aggressor faschistischer Provenienz verkehrt wird (vgl. Heyder et al. 2005). Diese soziale Funktion der beiden Phänomene verweist auf die Bedeutung *situativer Kontexte* (z. B. Öffentlichkeit der Situation, wahrgenommenes Meinungsklima in der Situation). Eine isolierte Messung der Konzepte erscheint von diesem Standpunkt aus wenig sinnvoll.

Ein Beispiel mag dies illustrieren: Heyder et al. (2005) haben in einer der wenigen quantitativ-empirischen Studien zu israelbezogenem Antisemitismus statistisch signifikante Korrelationen zwischen israelbezogenem und klassischem Antisemitismus festgestellt, während die Konstrukte „israelkritische Einstellungen“ und Antisemitismus keine signifikanten Zusammenhänge aufwiesen. Hier zeigt sich das zentrale Problem der klassischen Befragung: Der antisemitische Charakter von Israelkritik ergibt sich nicht unmittelbar aus dem Gesagten, sondern meist erst aus dem Kontext, in dem sie geäußert wird. So ist zum Beispiel die Aussage „ich werde wütend, wenn ich daran denke, wie Israel die Palästinenser behandelt“ (eins der zwei Items für „israelkritische Einstellungen“ in Heyder et al. 2005: 152) in der Tat, wie von den Autoren angenommen, nicht per se antisemitisch. Wenn diese Aussage jedoch in einer Situation geäußert wird, in der das Thema die deutschen Entschädigungszahlungen für Überlebende des Holocausts in Israel ist, dann können durchaus antisemitische Motive vermutet werden. Als Lösung für das Problem der Kontextabhängigkeit antisemitischer Kommunikation wurde in der Vergangenheit hin und wieder auf das Re-

pertoire qualitativer Methoden zurückgegriffen (vgl. z. B. Hirsh 2007). Die Vorteile standardisierter Erhebungsmethoden – bevölkerungsrepräsentative Daten, Hypothesentests, Vergleichbarkeit und Replizierbarkeit etc. – bleiben bei diesem Forschungsansatz allerdings ungenutzt, was dazu veranlasst, nach alternativen Methoden zu suchen.

Die klassische standardisierte Befragung basiert auf dem der Psychologie entlehnten Ideal der manifesten Einstellung, die mit Frage-Items erhoben werden kann. Diese Annahme ist in Bezug auf antisemitische Einstellungen in doppelter Hinsicht problematisch. *Zum einen* ist, wie bereits erwähnt, die Zustimmung zu antisemitischen Kommunikationselementen (inkl. zu bewertende Aussagen in Befragungen) relativ zur Situation, in der solche Elemente geäußert werden. *Zum anderen* handelt es sich bei Antisemitismus um ein „sensitive topic“ (vgl. Lee 1993), sodass ein „underreporting“ von genuinem Antisemitismus und damit auch eine Verzerrung aller mit ihm im Zusammenhang stehender Kovariaten angenommen werden kann (vgl. Beyer & Krumpal 2010). Wenn demnach von Interesse ist, wie sich israelbezogener Antisemitismus, sekundärer Antisemitismus und klassischer Antisemitismus zueinander verhalten, so ist die übliche Methode der einfachen Korrelationsanalyse von zwei Indices oder Items nicht ausreichend.

Die skizzierte Problematik kann durch eine adäquate Operationalisierung des Ansatzes der Kommunikationslatenz entschärft werden, da dort explizit auf theoretischer Ebene der situative Charakter des bundesdeutschen (und wohl generell „westlichen“) Antisemitismus konzeptualisiert wird. Wir glauben, dass mit dem faktoriellen Survey ein geeignetes Messinstrument vorliegt. Wie der Name bereits impliziert, können dort unter anderem Situationsmerkmale oder Eigenschaften hypothetischer Personen als Faktoren der Bewertung von Situationen modelliert werden.

#### 4. Hypothesen

Bergmann & Erb (1986) nennen insgesamt drei Attribute, die für die Kommunikation von Antisemitismus von Relevanz sind. Grundlegend ist *erstens* von Bedeutung, ob der Akteur sich in einer öffentlichen Situation wähnt oder nicht. Ist dies nicht der Fall, wird explizit judenfeindlicher Antisemitismus offener kommuniziert. Folgende empirische Hypothese lässt sich dann formulieren: *Wenn Akteure eine Situation nicht als öffentlich interpretieren, dann steigt der individuelle Grad der Zustimmung zu antisemitischen Aussagen (H1).*

*Zweitens* spielt es eine Rolle, wie Akteure das Meinungsklima wahrnehmen. In Situationen, in denen ein antisemitischer Konsens unter den interagierenden Akteuren angenommen wird, steigt die Bereitschaft, auch selbst antisemitische Äußerungen zu tätigen: *Wenn Akteure in einer Situation annehmen, dass die Mehrheit der Anwesenden antisemitischen Aussagen zustimmt, dann steigt der individuelle Grad der Zustimmung zu antisemitischen Aussagen (H2).*

*Drittens* weisen Bergmann & Erb (1986) darauf hin, dass die *Form* der Kommunikation berücksichtigt werden muss. In öffentlichen Situationen beziehungsweise ganz allgemein in Situationen, in denen kein antisemitischer Konsens angenommen wird, wählen Personen häufig eine Art der Umwegkommunikation, um vermuteten Sanktionen zu entgehen und dem Gesagten Legitimität zu verleihen. Als wichtigstes Beispiel hierfür betrachten wir israelbezogenen Antisemitismus.

Faktorielle Surveys bieten in diesem Zusammenhang, wie wir sehen werden, die Möglichkeit, zwischen Umwegkommunikation und psychofunktionaler Äquivalenz zu unterscheiden. Der Ansatz der Kommunikationslatenz impliziert, dass Umwegkommunikation nicht vonnöten ist, wenn eine Person sich in einer Situation befindet, wo sie einen antisemitischen Konsens annehmen kann, also wenn sie sich zum Beispiel im privaten Kreis mit vermutlich Gleichgesinnten befindet oder wenn generell die Mehrheit antisemitischen Aussagen zustimmt. Der Effekt der Verschiebung wäre also auf Situationen beschränkt, in denen kein Konsens angenommen werden kann (d. h. in öffentlichen Situationen und wenn kaum jemand zustimmt). Bei Individuen, bei denen jedoch grundlegender antiisraelische Einstellungen antisemitische Einstellungen ersetzt haben, dürfte die Situation keinen Einfluss haben. Bei diesen Personen wirkt zum Beispiel die Substituierung des Begriffes „Juden“ durch den Begriff „Israelis“ immer zustimmungsfördernd. Aus der Perspektive psychofunktionaler Äquivalenz lässt sich dann zunächst die folgende allgemeine Hypothesen herleiten: *Wenn der Begriff „Juden“ durch den Begriff „Israelis“ ersetzt wird, dann steigt der individuelle Grad der Zustimmung zu antisemitischen Aussagen (H3).*

Der Ansatz der Kommunikationslatenz würde diese Hypothese für die Teilpopulation der Individuen aufstellen, die sich in einer öffentlichen Situation (H3') befinden und die keinen antisemitischen Konsens in der Situation annehmen können (H3"). Im Vergleich dazu müsste in privaten Situationen und

in Situationen, in denen die Mehrheit sich antisemitisch äußert, kein Effekt des israelbezogenen Antisemitismus nachweisbar sein.

Schließlich kann vor dem Hintergrund des sekundären Antisemitismus angenommen werden, dass die Abwehr der deutschen Schuld am Holocaust und die Entwertung der jüdischen Opfer einen positiven Effekt auf die Kommunikation antisemitischer Einstellungen hat: *Wenn in einer Aussage die jüdische Opfer-Rolle relativiert wird, dann steigt der individuelle Grad der Zustimmung zur betreffenden Aussage (H4).*

## 5. Empirische Studie

Der faktorielle Survey (auch „Vignettenexperiment“) geht auf Lazarsfeld und Rossi zurück (vgl. Rossi 1979) und wurde seit Beck und Opps Beitrag (2001) auch zunehmend im deutschsprachigen Raum angewendet. Insbesondere zur Operationalisierung von Problemen der Normgeltung und von Gerechtigkeitsvorstellungen (Jasso & Rossi 1977; Jasso & Opp 1997) scheint der faktorielle Survey geeignet zu sein. Auch in der Diskriminierungsforschung ist die Methode inzwischen zur Anwendung gekommen (Emerson et al. 2001; Jann 2008). Generell besteht der Vorteil dieser Methode darin, dass Situations- und Personenmerkmale systematisch variiert und so die Einflüsse dieser Merkmale auf eine Bewertungs- oder Entscheidungssituation ermittelt werden können. Diese Eigenschaften machen den faktoriellen Survey damit auch zu einem geeigneten Messinstrument für „Kommunikationslatenz“.

Zur Überprüfung der im vorhergehenden Abschnitt aufgestellten Hypothesen haben wir deshalb einen faktoriellen Survey zur Kommunikation von Antisemitismus eingesetzt. Dieser wurde im Rahmen einer schriftlichen Befragung von 279 Studierenden im Alter von 18 bis 30 Jahren aus acht verschiedenen Fakultäten einer großen deutschen Universität durchgeführt; 47 Prozent der Befragten gaben als Geschlecht „männlich“ und 53 Prozent „weiblich“ an. Für die Befragung wurden zu Beginn oder aber am Ende größerer Vorlesungen ein standardisierter Fragebogen verteilt, der unter anderem eine Vignette beinhaltete, die auf einer Skala von -3 „stimme überhaupt nicht zu“ bis +3 „stimme voll und ganz zu“ bewertet werden sollte. Der Fokus der Bewertung liegt auf folgender antisemitischer Aussage: „Dies ist nur ein Beispiel von vielen, an dem sich zeigen lässt, dass es den Juden/Israelis mehr als alles andere ums Geld geht und darum,

Stellen Sie sich vor, Sie nehmen als Besucher an einer wissenschaftlichen Tagung teil und sitzen gerade in der Begrüßungsveranstaltung. Der Redner auf dem Podium heißt alle Teilnehmer willkommen und berichtet unter anderem von einer Begebenheit, die er kürzlich im Zug beobachtet hat: Zwei ihm im Zug gegenüber sitzende Männer haben sich heftig gestritten. Wie sich im Laufe des Streits herausgestellt hat, handelte es sich bei einem der beiden Männer um einen Juden. Der Redner weiß nicht genau, was der Grund für den Streit war, aber es ging irgendwie um aktuelle Entwicklungen in der Weltwirtschaft. Der Redner sagt: „Dies ist nur ein Beispiel von vielen, an dem sich zeigen lässt, dass es den Juden mehr als alles andere ums Geld geht und darum, mehr Einfluss zu gewinnen.“ In der anschließenden Diskussion stimmen einige wenige der Anwesenden dieser Aussage des Redners zu.

*Inwieweit würden Sie persönlich der Aussage des Redners zustimmen?*

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen abends in gemütlicher Runde mit Freunden bei Bier und Wein zusammen. Irgendwann im Laufe des Abends berichtet ein guter Freund von Ihnen von einer Begebenheit, die er kürzlich im Zug beobachtet hat: Zwei ihm im Zug gegenüber sitzende Männer haben sich heftig gestritten. Wie sich im Laufe des Streits herausgestellt hat, handelte es sich bei einem der beiden Männer um einen Israeli. Ihr Freund weiß nicht genau, was der Grund für den Streit war, aber es ging irgendwie um die deutsche Vergangenheit und Entschädigungszahlungen. Ihr Freund sagt: „Dies ist nur ein Beispiel von vielen, an dem sich zeigen lässt, dass es den Israelis mehr als alles andere ums Geld geht und darum, mehr Einfluss zu gewinnen.“ In der anschließenden Diskussion stimmt die Mehrzahl der Anwesenden dieser Aussage Ihres Freundes zu.

*Inwieweit würden Sie persönlich der Aussage Ihres Freundes zustimmen?*

*Anmerkung:* Die Hervorhebungen dienen nur der Veranschaulichung und sind nicht Bestandteil der vorgelegten Vignetten.

#### Abb. 1 Zwei Beispiel-Vignetten aus der Befragung

mehr Einfluss zu gewinnen.“ Abbildung 1 zeigt zwei solcher Vignetten.

Die Situationsbeschreibungen auf den Vignetten unterscheiden sich in vier Faktoren mit jeweils zwei Ausprägungen:

- Öffentlichkeit der Situation (öffentlich vs. privat),
- Anteil der antisemitisch Zustimmenden (einige wenige vs. die Mehrzahl der Anwesenden),
- Bezug zur deutschen Vergangenheit und Entschädigungszahlungen (nein vs. ja),
- abgewertete Gruppe (Juden vs. Israelis).

Insgesamt gibt es demzufolge 16 (2<sup>4</sup>) Vignetten, auf welche die 279 Befragten zufällig verteilt wurden. Jede Person erhielt nur eine Vignette. Dieses Vorgehen soll sozial erwünschtem Antwortverhalten vorbeugen, das zu erwarten gewesen wäre, wenn die Befragten die Vignetten miteinander hätten vergleichen können und sich so der variierten Merkmale bewusst gewesen wären (vgl. Jann 2008: 110). Mithin wurde jede Vignette im Durchschnitt von 17 Befragten bewertet. Da es sich um ein experimentelles Design handelt, ist die Homogenität der Stichprobe (Studierende) unproblematisch.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Die Varianz der unabhängigen Variablen wird beim Experimentaldesign durch die Randomisierung garantiert. In Bezug auf die abhängige Variable (Antisemitismus) mag ein Studierendensample etwas weniger Varianz als eine Bevölkerungsbefragung aufweisen, generell ist es aber unwahrscheinlich, bei heiklen Themen eine Normalverteilung zu erzielen. Die hier vorliegenden Ergebnisse bewe-

Jede Vignette entspricht im Design einem Treatment, und durch die Zuordnung der Vignettenmerkmale kann im Nachhinein ermittelt werden, welche Auswirkungen auf das Antwortverhalten sich ausschließlich auf die Variation der Merkmale zurückführen lassen. Diese Eigenschaft, die der faktorielle Survey mit anderen Experimentalmethoden teilt, gehört zu den generellen Vorteilen dieser Methode gegenüber klassischen Querschnittsbefragungen.

Die deskriptive Verteilung der Vignettenbewertung ist in Abbildung 2 dargestellt. Wie zu erwarten, ist die Verteilung der Vignettenbewertung linkssteil. Alles andere wäre erstaunlich gewesen, da antisemitische Einstellungen weder in der deutschen Bevölkerung im Allgemeinen noch bei Studierenden an deutschen Hochschulen im Besonderen normalverteilt sein dürften.

Unabhängig von der genauen Ausgestaltung der Vignette stimmen 53 Prozent der zu bewertenden antisemitischen Aussage „überhaupt nicht zu“; 34 Prozent lehnen die Aussage zwar ebenfalls ab, nutzen

gen sich durchaus im Rahmen des bundesdeutschen Durchschnitts (vgl. Decker et al. 2010). Darüber hinaus gibt es inhaltliche Gründe, die es sogar sinnvoll erscheinen lassen, die Hypothesen an Studierenden zu testen. So kann das Phänomen der Kommunikationslatenz grundsätzlich nur bei Akteuren beobachtet werden, die Antisemitismus überhaupt als heikles Thema wahrnehmen. Diese Wahrnehmung steigt aber eben unter anderem mit dem Bildungsgrad (vgl. Beyer & Krumpal 2010).

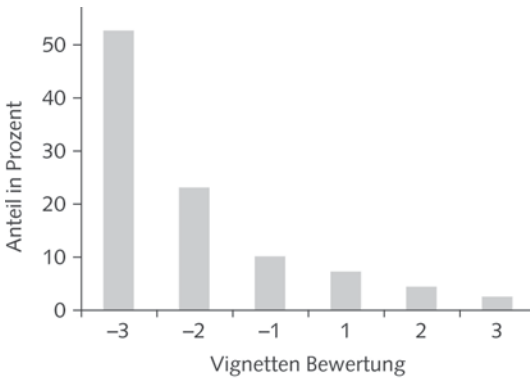


Abb. 2 Bewertung der Vignetten unabhängig vom Kontext

jedoch nicht den Extremwert der Skala. Insgesamt 13 Prozent stimmen der antisemitischen Aussage mehr oder wenig zu. Der Mittelwert über alle Treatments auf der rekodierten Skala (Werte 1 bis 6, wobei höhere Werte eine stärker antisemitische Einstellung bedeuten) liegt bei 1,89 und die Standardabweichung bei 1,24 ( $N = 265$ ;  $SE = 0,08$ ).

Diese Werte sind jedoch wenig aussagekräftig, da uns gerade die experimentelle Variation des Bewertungskontextes interessiert. Aus diesem Grund haben wir die Mittelwerte für die einzelnen Attribute/Vignettenmerkmale verglichen. Diese werden in Tabelle 1 dargestellt. Zunächst können wir zeigen, dass die von uns in *H1* bis *H4* angenommenen Zusammenhänge tatsächlich mit den Daten in Einklang stehen. Alle Faktoren zeigen einen positiven Effekt. Ein privater Frame, eine zustimmende Mehrheit, die Bezugnahme auf „Israelis“ statt auf „Juden“ und die Erwähnung der deutschen Vergangenheit und von Entschädigungszahlungen verstärken die Bereitschaft, antisemitischen Aussagen zuzustimmen. Dabei ist einzig der Unterschied zwischen „öffentlicher Situation“ und „privater Situation“ statistisch nicht signifikant.<sup>4</sup>

Hierfür kann es zwei Erklärungen geben. Zum einen zeigte sich anhand der Daten, dass der Frame

<sup>4</sup> Da die Voraussetzung der Normalverteilung nicht gegeben ist, haben wir zur Kontrolle der Ergebnisse zusätzlich Rangsummentests (Mann-Whitney) durchgeführt. Die Ergebnisse stehen weitgehend in Einklang mit den parametrischen Tests, sodass wir uns dafür entschieden haben die Mittelwertvergleiche abzdrukken, um den Informationsgehalt der Daten auszunutzen. Eindeutig keine Unterschiede können beim Faktor „Öffentlichkeit“ erkannt werden ( $p=0,69$ ). Der Faktor „Anteil der Zustimmenden“ weist einen  $p$ -Wert von 0,10 auf und die anderen beiden Faktoren haben jeweils einen  $p$ -Wert von 0,01.

„wissenschaftliche Tagung“, der uns als Beispiel für eine öffentliche Situation im Experiment diente, nur für wenige Studierende Alltagsrelevanz besitzt. Auf die Frage „Haben Sie schon einmal an einer wissenschaftlichen Tagung teilgenommen?“ antworteten nur 22 Prozent der Befragten ( $N = 61$ ) mit „ja“. Zum anderen sollte die Privatheit des Umfeldes nur dann kommunikationsfördernd wirken, wenn dort bei antisemitischen Äußerungen keine Sanktionen zu erwarten sind. Aus diesem Grund war es notwendig, zusätzliche Informationen über den Freundeskreis der Befragten zu erheben. An diesem Punkt kann einer der zentralen Vorteile des faktoriellen Surveys illustriert werden. Da zusätzlich zur Vignettenbewertung Personeneigenschaften erhoben werden, besteht die Möglichkeit weitere personenbezogene Kovariaten in die Auswertung aufzunehmen. So haben wir im vorliegenden Fall in Anschlussfragen an das Vignettenexperiment unter anderem nach der Meinung „einer Person, auf deren Meinung Sie sehr viel Wert legen, z. B. ein Familienmitglied oder ein Freund bzw. eine Freundin (...) zu Juden“ gefragt. Nur 6,77 Prozent ( $N = 17$ ) gaben hier eine „negative“ oder „sehr negative Meinung“ an. Für diese Individuen ist jedoch der Mittelwertunterschied zwischen „öffentlicher Situation“ und „privater Situation“ tatsächlich sehr viel höher ( $\bar{x}_p - \bar{x}_o = 0,31$ ) als für Probanden, deren Freunde eine „positive“ oder „sehr positive Meinung zu Juden“ haben ( $\bar{x}_p - \bar{x}_o = 0,02$ ). Beide Differenzen unterscheiden sich jedoch nicht auf einem der üblichen Signifikanz-Niveaus ( $t$ -Test). Dies kann durchaus an der geringen Fallzahl in einer der beiden Befragten-Gruppen liegen.

In einem zweiten Schritt haben wir alle Faktoren in einem multivariaten linearen Regressionsmodell (OLS) geschätzt. Zusätzlich haben wir die Ergebnisse mit Ordered-Logit-Modellen verglichen (siehe Anhang), um die Schiefe der Verteilung explizit zu berücksichtigen. Bei allen in Tabelle 2 berichteten Modellen unterscheiden sich die  $t$ - bzw.  $z$ -Werte jedoch in der Größenordnung nicht wesentlich voneinander, was für beide Verfahren auch ähnliche Signifikanzniveaus impliziert. Da die Interpretation von OLS-Schätzungen der Mehrheit der Leserinnen und Leser leichter fallen dürfte und zudem die Skala unmittelbar das Instrument abbildet, das den Befragten auch vorlag, haben wir uns entschieden, die OLS-Modelle hier zu berichten.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Hox et al. (1991) haben darauf hingewiesen, dass die Annahmen des linearen Modells bei faktoriellen Surveys verletzt sind, sobald Befragte mehrere Vignetten bewerten. In diesem Fall wäre dann eventuell auf Mehrebenenana-



**Tabelle 1** Mittelwertvergleiche nach Faktoren und Attributen

Faktoren	Mittelwert	Differenz	Standard- abweichung	Fallzahl	Standardfehler
<i>Öffentlichkeit</i>					
öffentlich	1,88	0,03	1,24	126	0,11
privat	1,91		1,25	139	0,11
<i>Anteil d. Zustimmungen</i>					
einige wenige	1,75	0,30 <sup>+</sup>	1,12	136	0,10
Mehrheit	2,05		1,35	129	0,12
<i>Abgewertete Gruppe</i>					
Juden	1,75	0,30 <sup>+</sup>	1,22	135	0,11
Israel	2,05		1,24		0,11
<i>Vergangenheitsbezug</i>					
nein	1,68	0,42 <sup>**</sup>	1,11	129	0,10
ja	2,10		1,33	136	0,11

Anmerkungen: <sup>+</sup> p < 0,1, \* p < 0,05, \*\* p < 0,01, \*\*\* p < 0,001; Varianzhomogenität liegt vor (p-Wert Levene-Test > 0,01); abhängige Variable ist die Vignettenbewertung (1 = kein Antisemitismus; 6 = starker Antisemitismus).

Die Koeffizienten in Modell 1 Tabelle 2 bestätigen zunächst, was sich im bivariaten Test bereits angedeutet hat: Den stärksten Effekt besitzt der sekundäre Antisemitismus, das heißt die Abwehr der deutschen Schuld am Holocaust und die Verwendung antisemitischer Stereotype in Bezug auf die Überlebenden. Der Unterschied des Faktors „Anteil der Zustimmungen“ ist im multivariaten Modell nicht mehr statistisch signifikant, weist jedoch nach wie vor in die angenommene Richtung und liegt nur unwesentlich oberhalb des 10-Prozent-Niveaus (p = 0,12).

Zur Überprüfung der theoretischen Hintergrundannahmen, wie sie weiter oben erörtert wurden, war es notwendig, ein weiteres Modell zu schätzen, in dem Interaktionseffekte berücksichtigt werden. Konkret stellte sich die Frage, ob die Verschiebung des Abwertungsobjektes situativer oder psychischer Natur ist. Wenn das Abwertungsobjekt „Israelis“ die psychische Funktion des Objektes „Juden“ übernimmt und dieses ersetzt, so sollte der Faktor „abgewertete Gruppe“ unabhängig vom Situationskontext einen positiven Einfluss auf den berichteten Antisemitismus besitzen. Wenn es sich jedoch um ein soziales Phänomen in dem Sinne handelt, dass nur in bestimmten Situationen mehr oder weniger bewusst eine Umwegkommunikation gewählt wird, dann sollte die Interaktion der Faktoren „abgewer-

tete Gruppe“ und „Öffentlichkeit“ (vgl. H3') sowie „abgewertete Gruppe“ und „Anteil der Zustimmungen“ (vgl. H3'') von Relevanz sein.

Modell 2 in Tabelle 2 liefert diesbezüglich keine eindeutigen Ergebnisse, da die beiden Interaktionseffekte unterschiedliche Vorzeichen aufweisen. Allerdings wurde oben bereits angedeutet, dass die Validität des Faktors „Anteil der Zustimmungen“ höher als die des Faktors „Öffentlichkeit“ sein dürfte. Tatsächlich ist der Interaktionseffekt zum „Anteil der Zustimmungen“ statistisch signifikant. Der positive Haupteffekt des Faktors „abgewertete Gruppe“ wird neutralisiert, wenn in der Situation die Mehrzahl der Anwesenden zustimmt. Dieser Befund würde für den Ansatz der Kommunikationslatenz sprechen. Umwegkommunikation wird strategisch angewendet, wenn kein antisemitischer Konsens zu erwarten ist.

Eine weitere zentrale Frage der Forschung, die mit den bisherigen empirischen Instrumenten noch nicht beantwortet werden konnte, ist jene nach der Sozialstruktur der Kommunikationslatenz. Welche Personengruppen sind hierfür besonderes anfällig? Auf der Basis des theoretischen Ansatzes lassen sich einige Vermutungen aufstellen. Bergmann & Erb (1986) erwähnen zum Beispiel, dass die Funktion der Kommunikationslatenz für rechte Gruppen weniger bedeutsam sein dürfte als für linke Gruppen. Bei rechtsextremen Organisationen handelt es sich bereits per se um antisemitische Konsensgruppen. Individuen, die entsprechende politische Einstellungen vertreten, versuchen das wahrgenommene

lysen zurückzugreifen. Da wir den Befragten nur jeweils eine Vignette vorgelegt haben, stellt sich dieses Problem in der vorliegenden Studie nicht.

**Tabelle 2** Faktoren antisemitischer Kommunikation (OLS Regressionen)

	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Öffentlichkeit (0 = öffentl. Situation; 1 = private Situation)	0,05 (0,16)	-0,12 (0,22)	-0,56 (0,74)
Anteil d. Zustimmungen (0 = wenige stimmen AS zu; 1 = Mehrheit stimmt AS zu)	0,24 (0,16)	0,57** (0,22)	1,03 (0,74)
Abgewertete Gruppe (0 = Vorurteile gg. Juden; 1 = Vorurteile gg. Israelis)	0,34* (0,16)	0,48+ (0,28)	1,25+ (0,72)
Vergangenheitsbezug (0 = keine Holocaustreferenz; 1 = Holocaustreferenz)	0,45** (0,16)	0,45** (0,16)	-0,05 (0,69)
Öffentlichkeit X abgewertete Gruppe		0,35 (0,31)	0,38 (0,31)
Anteil d. Zustimmungen X abgewertete Gruppe		-0,67* (0,31)	-0,66* (0,31)
Politische Einstellung (0 = links; 9 = rechts)			0,22+ (0,13)
Status der Eltern (0 = niedrig; 9 = hoch)			0,13 (0,12)
Politische Einstellung X Anteil d. Zustimmungen			-0,25* (0,11)
Status X abgewertete Gruppe			-0,20+ (0,11)
Konstante	1,35*** (0,18)	1,28*** (0,21)	-0,09 (0,86)
Korrigiertes R <sup>2</sup>	0,05	0,06	0,12
N	245	245	245

Anmerkungen: + p < 0,1, \* p < 0,05, \*\* p < 0,01, \*\*\* p < 0,001; nicht standardisierte Koeffizienten, Standardfehler in Klammern; abhängige Variable ist die Vignettenbewertung (1 = kein Antisemitismus; 6 = starker Antisemitismus); Ergebnisse des dritten Modells unter Kontrolle der übrigen Interaktionseffekte zwischen den Faktoren und den Personenvariablen „politische Einstellung“ und „Status“.

„Tabu“ eher zu brechen als sich ihm unterzuordnen. Das heißt, eher rechts Eingestellte werden auch in öffentlichen Situationen und in Situationen, in denen nur wenige andere Personen antisemitischen Aussagen zustimmen, solche Aussagen gutheißen.

Aus gruppen-soziologischer Perspektive ist zudem interessant, welchen Einfluss der Status einer Person beziehungsweise deren Familie auf die Bereitschaft hat, offen antisemitische Aussagen zu äußern beziehungsweise zu tolerieren. Aus der Forschung ist bekannt, dass Normkonformität und Status einen umgekehrt U-förmigen Zusammenhang aufweisen (ein Überblick und aktuelle Befunde finden

sich in Phillips & Zuckermann 2001). Die Befolgung sozialer Normen ist bei Personen mit mittlerem Status am größten, während bei Personen mit besonders niedrigem oder besonders hohem Status häufiger deviantes Verhalten beobachtet werden kann. Da in unserem Studenten-Sample keine Personen mit einem gesamtgesellschaftlich besonders niedrigem Status zu erwarten sind, könnte aber auch ein linearer Zusammenhang zwischen Normbefolgung und Status vorliegen, d. h. Konsensgruppen- und Umwegkommunikation wären von größerer Bedeutung, wenn der Status geringer ist.

In Modell 3 wurden diese weiterführenden Überlegungen überprüft. Betrachten wir zunächst die

Haupteffekte. Nicht überraschend ist folgender Befund: Je weiter rechts die eigene politische Einstellung der Probanden eingeordnet wird<sup>6</sup>, desto antisemitischer wird die Vignette bewertet. In Bezug auf den Status – gemessen über den subjektiv wahrgenommenen Status der Familie bzw. der Eltern<sup>7</sup> – lässt sich ein positiver, wenn auch nicht signifikanter Effekt nachweisen.

Von den insgesamt acht Interaktionseffekten stellen sich zwei als statistisch signifikant heraus, die zudem in die vermutete Richtung weisen. Wir berichten der Übersichtlichkeit halber hier nur diese signifikanten Interaktionseffekte. Je rechter die Einstellung von Befragten, desto weniger bedeutsam ist es für die eigene Artikulation von Antisemitismus, ob die Mehrheit oder nur einige andere Personen der antisemitischen Aussage zustimmen. Und je höher der subjektiv wahrgenommene Status der Eltern ist, desto weniger Einfluss hat die Substitution des Begriffes „Juden“ durch den Begriff „Israelis“ auf die Vignettenbewertung. Ein alternatives Modell, das einen u-förmigen Zusammenhang zwischen Status und Umwegkommunikation testet, zeigte keine signifikanten Effekte, so dass in der vorliegenden Stichprobe tatsächlich, wie oben angenommen, eher ein linearer Zusammenhang vorzuliegen scheint. Die beiden Befunde sind somit generell theoriekonform, allerdings sind heterogenere Stichproben notwendig, um weitreichendere Aussagen zu treffen.

<sup>6</sup> Die „politische Einstellung“ wurde mit dem Item „Viele Menschen verwenden die Begriffe ‚rechts‘ und ‚links‘, wenn es darum geht, unterschiedliche politische Einstellungen zu kennzeichnen. Wenn Sie an Ihre eigenen politischen Ansichten denken, wo würden Sie diese Ansichten auf einer Skala von 1 bis 10 einstufen, wobei 1 = links und 10 = rechts bedeutet?“ gemessen. Die Variable wurde für die Regressionsanalyse rekodiert, so dass das untere Skalende 0 ist.

<sup>7</sup> „Sozialer Status“ wurde mit dem folgenden Item gemessen: „In unserer Gesellschaft wird oftmals zwischen ‚oben‘ und ‚unten‘ unterschieden. Personen, die oben stehen, haben ein hohes Einkommen, einen hohen Bildungsabschluss und einen respektierten Beruf. Personen, die unten stehen, haben ein geringes Einkommen, einen niedrigen oder gar keinen Bildungsabschluss und keinen Beruf. Wenn Sie an Ihre Familie denken: Wo würden Sie Ihre Eltern in unserer Gesellschaft einordnen?“ Die entsprechende Skala läuft von 1 („unten“) bis 10 („oben“) und wurde für die Regressionsanalyse ebenfalls rekodiert.

## 6. Diskussion der Ergebnisse

Die präsentierten Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Artikulation judenfeindlicher Stereotype zunächst davon abhängt, ob sich Personen in einem sozialen Umfeld wähen, in dem antisemitische Aussagen toleriert werden. Ist dies der Fall, erhöht sich die Bereitschaft, Vorurteile auszusprechen. Wir hatten angenommen, dass dieses Phänomen der „Konsensgruppenkommunikation“ dazu führen müsste, dass generell im privaten Bereich häufiger antisemitische Aussagen getroffen werden als im öffentlichen Bereich. Diese Hypothese kann anhand der vorliegenden Daten allerdings nicht gestützt werden, wobei der Grund hierfür hauptsächlich in der unbefriedigenden Operationalisierung der „Öffentlichkeit“ liegen könnte.

Die Bereitschaft antisemitischen Aussagen zuzustimmen, erhöht sich zudem, wenn Formen der Umwegkommunikation wie sekundär antisemitische oder israelbezogene Inhalte zur Verfügung stehen. Das bedeutet nicht, dass z. B. jede Form der Israelkritik als Indikator für antisemitische Einstellungen gelten kann. Vielmehr kommt es auf den konkreten Inhalt des Gesagten an. In unserem Fall wurde ein klassisches antisemitisches Stereotyp (Habgier) zugrunde gelegt, bei dem lediglich die Begriffe „Jude“ und „Israeli“ ausgetauscht wurden. Diese Substitution bewirkt eine Steigerung der Zustimmung zum Stereotyp der Habgier um einen halben Skalenpunkt (bei einer Skala von 1–6).

Von Bedeutung ist eine solche Umwegkommunikation vor allem, wenn die Bedingung der Konsensgruppenkommunikation nicht gegeben ist. Stimmt die Mehrheit der Anwesenden in einer Situation einer offen judenfeindlichen Aussage zu, ist der Einfluss der Begriffswahl (Jude vs. Israeli) weniger relevant für die Artikulation antisemitischer Meinungen, als wenn nur eine Minderheit des sozialen Umfelds antisemitisch zu sein scheint. Dieser Befund spricht dafür, dass es sich beim Verhältnis zwischen israelbezogenem Antisemitismus und klassischem Antisemitismus eher um ein soziales als psychologisches Phänomen handelt: Die Verschiebung scheint eher kommunikativer als projektiver Natur zu sein. Hätten israelbezogene Einstellungen klassisch antisemitische prinzipiell ersetzt, sollte das Meinungsklima der Situation weniger relevant sein, als dies unsere Ergebnisse implizieren. Für grundlegendere Aussagen sind jedoch Replikationsstudien nötig.

In einem komplexeren Modell fanden wir weitere theoriekonforme Ergebnisse: Je weiter rechts sich

eine Person im politischen Spektrum verortet, desto weniger wichtig ist für sie, ob eine Mehrheit oder nur eine Minderheit antisemitischen Aussagen zustimmt. Mit steigendem Status der Eltern, sinkt zudem die Notwendigkeit, antisemitische Aussagen im Gewand der „Israelkritik“ vorzutragen. Es scheint sich also zu bestätigen, dass insbesondere Personen, für die eine wahrgenommene Norm des „Anti-Antisemitismus“ mehr Geltung besitzen dürfte (linke und vergleichsweise niedrige Statusgruppen), eher auf das situative Meinungsklima und Formen der Umwegkommunikation zurückgreifen, um eventuell vorhandene antisemitische Einstellungen zu kommunizieren.

## 7. Resümee

Die empirische Erfassung aktueller Formen des Antisemitismus ist sicherlich eine der anspruchsvolleren Aufgaben, mit denen sich die heutige Sozialwissenschaft konfrontiert sieht. Nicht nur die Messung als heikel empfundener antisemitischer Einstellungen gestaltet sich schwierig, sondern auch die empirische Umsetzung der Implikationen mitunter schon seit Jahrzehnten geführter theoretischer Debatten. In welchen Situationen welche Ausdrucksform des Antisemitismus in welchem Maße kommuniziert wird, ist diesbezüglich eine zentrale Frage. Mit dem bisherigen *state of the art* standardisierter Befragungen kommt man hier kaum weiter, da Einzelitems fast immer situationsunabhängige Maßzahlen liefern sollen. Unsere Studie hat gezeigt, dass dieser Anspruch weder theoretisch plausibel noch empirisch haltbar ist.

Die Ergebnisse des von uns durchgeführten Vignettenexperiments zeigen, dass bei Antisemitismus Konsensgruppen- und Umwegkommunikation von signifikanter Bedeutung sind: Stimmt die Mehrheit der Anwesenden antisemitischen Vorurteilen zu, ist von „Israelis“ anstatt von „Juden“ die Rede und wird auf deutsche Entschädigungszahlungen Bezug genommen, dann steigt die Zustimmung zu antisemitischen Aussagen. Die Konsensgruppenkommunikation ist besonders bei eher links eingestellten Befragten von Bedeutung. Ein gesteigertes Bedürfnis nach Umwegkommunikation konnten wir bei Personen mit einem vergleichsweise niedrigeren sozialen Status beobachten.

Der vorliegende Beitrag gibt damit Anstoß, das bisherige Vorgehen in der empirischen Antisemitismusforschung zu überdenken und neue Ansätze zur Messung von Antisemitismus zu entwickeln und anzuwenden. Der faktorielle Survey ist unserer Meinung nach in der Lage, auf einige gängige Probleme der Antisemitismusforschung zu reagieren, muss aber nicht zwangsläufig die einzige Vorgehensweise sein. Die experimentelle Sozialforschung hält eine Vielzahl von Methoden wie Choice-Experimente (Auspurg & Liebe 2011) und Feldexperimente (Diekmann 2008) bereit, die bisher ungenutzt geblieben sind. Es sind nicht immer unbedingt bevölkerungsrepräsentative Befragungen nötig, um Erkenntnisse über die Wirkweise antisemitischer Einstellungen und Kommunikation zu gewinnen.

Nichtsdestotrotz ist es einer der zentralen Vorteile des faktoriellen Surveys, dass die Methode in größeren Befragungen eingesetzt werden kann und insbesondere für die in ihrer Qualität zu- und im Preis abnehmenden Internetpanels sehr gut geeignet ist. Ein Vorteil heterogener Stichproben bestünde in diesem Zusammenhang darin, zusätzliche Informationen zur Sozialstruktur der Kommunikationslatenz erfassen zu können. Zudem würden Bevölkerungsbefragungen mittels faktorieller Surveys validere Daten liefern als bisherige Umfragen. Obwohl nachgewiesen werden konnte, dass Antisemitismus auch in der Mitte der Gesellschaft verbreitet ist (Schwarz-Friesel et al. 2010), kann man davon ausgehen, dass die üblichen Umfragen das Ausmaß antisemitischer Einstellungen aufgrund sozial erwünschten Antwortverhaltens unterschätzen. Eine solche Fehleinschätzung des gesamtgesellschaftlichen Potenzials des Antisemitismus birgt enorme Risiken für die politische Kultur der Bundesrepublik und die hiesigen jüdischen Gemeinden. Nur empirische Ergebnisse, die auf dem Niveau der theoretischen Reflexion zum Thema liegen, versprechen verlässliche Erkenntnisse. Dass dies nicht nur von wissenschaftlichem, sondern auch von gesellschaftlichem Interesse ist, ist offenkundig.

## Anhang

Tabelle A1 Faktoren antisemitischer Kommunikation (Ordered Logit Regressionen)

	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Öffentlichkeit (0 = öffentl. Situation; 1 = private Situation)	0,17 (0,25)	-0,11 (0,38)	-0,30 (1,33)
Anteil d. Zustimmungen (0 = wenige stimmen AS zu; 1 = Mehrheit stimmt AS zu)	0,32 (0,25)	0,91* (0,38)	2,13 (1,33)
Abgewertete Gruppe (0 = Vorurteile gg. Juden; 1 = Vorurteile gg. Israelis)	0,76** (0,25)	1,02* (0,45)	3,44* (1,41)
Vergangenheitsbezug (0 = keine Holocaustreferenz; 1 = Holocaustreferenz)	0,87** (0,25)	0,88** (0,26)	-0,01 (1,22)
Öffentlichkeit X abgewertete Gruppe		0,50 (0,51)	0,58 (0,54)
Anteil d. Zustimmungen X abgewertete Gruppe		-1,06* (0,51)	-1,15* (0,51)
Politische Einstellung (0 = links; 9 = rechts)			0,54* (0,24)
Status der Eltern (0 = niedrig; 9 = hoch)			0,28 (0,23)
Politische Einstellung X Anteil d. Zustimmungen			-0,39* (0,19)
Status der Eltern X abgewertete Gruppe			-0,40* (0,20)
Cut 1	1,24*** (0,31)	1,40*** (0,37)	4,97** (1,69)
Cut 2	2,41*** (0,34)	2,58*** (0,40)	6,21*** (1,70)
Cut 3	3,13*** (0,36)	3,31*** (0,42)	6,98** (1,70)
Cut 4	4,03*** (0,42)	4,22*** (0,47)	7,93*** (1,72)
Cut 5	5,11*** (0,55)	5,30*** (0,59)	9,10*** (1,76)
Likelihood-Ratio $\chi^2$	-304,48	-301,69	-290,58
McFaddeeb R <sup>2</sup>	0,035	0,044	0,079
N	245	245	245

Anmerkungen: \* p < 0,1, \* p < 0,05, \*\* p < 0,01, \*\*\* p < 0,001; Logits; Standardfehler in Klammern; abhängige Variable ist die Vignettenbewertung (1 = kein Antisemitismus; 6 = starker Antisemitismus); Ergebnisse des dritten Modells unter Kontrolle der übrigen Interaktionseffekte zwischen den Faktoren und den Personenvariablen „politische Einstellung“ und „Status“.

**Tabelle A2** Übersicht über die verwendeten Individualmerkmale

Variablenname	Item	Mittel	SD
Politische Einstellung	Viele Menschen verwenden die Begriffe „rechts“ und „links“, wenn es darum geht, unterschiedliche politische Einstellungen zu kennzeichnen. Wenn Sie an Ihre eigenen politischen Ansichten denken, wo würden Sie diese Ansichten auf einer Skala von 1 bis 10 einstufen, wobei 1 = links und 10 = rechts bedeutet?	3,67	0,09
Status	In unserer Gesellschaft wird oftmals zwischen „oben“ und „unten“ unterschieden. Personen, die oben stehen, haben ein hohes Einkommen, einen hohen Bildungsabschluss und einen respektierten Beruf. Personen, die unten stehen, haben ein geringes Einkommen, einen niedrigen oder gar keinen Bildungsabschluss und keinen Beruf. Wenn Sie an Ihre Familie denken: Wo würden Sie Ihre Eltern in unserer Gesellschaft einordnen?	5,90	0,09

## Literatur

- Adorno, T.W., 1997a: Schuld und Abwehr: Eine qualitative Analyse zum Gruppenexperiment. S. 121–324 in: R. Tiedemann (Hrsg.), Theodor W. Adorno: Gesammelte Schriften, Volume 10.2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Adorno, T.W., 1997b: Was bedeutet: Aufarbeitung der Vergangenheit? S. 555–572 in: R. Tiedemann (Hrsg.), Theodor W. Adorno: Gesammelte Schriften, Volume 10.2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Adorno, T.W., 1997c: Zur Bekämpfung des Antisemitismus heute. S. 360–383 in: R. Tiedemann (Hrsg.), Theodor W. Adorno: Gesammelte Schriften, Volume 10.2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Auspurg, K. & U. Liebe, 2011: Choice-Experimente und die Messung von Handlungsentscheidungen in der Soziologie. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 63: 301–314.
- Bauman, Z., 1989: *Modernity and the Holocaust*. Cornell: Cornell University Press.
- Beck, M. & K.-D. Opp, 2001: Der Faktorielle Survey und die Messung von Normen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 53: 283–306.
- Beland, H., 1992: Psychoanalytische Antisemitismustheorien im Vergleich. S. 93–121 in: W. Bohleber & J.S. Kafka (Hrsg.), *Antisemitismus*. Bielefeld: Aisthesis.
- Bergmann, W., 1997: Antisemitismus in öffentlichen Konflikten. Kollektives Lernen in der politischen Kultur der Bundesrepublik 1949–1989. Frankfurt a.M.: Campus.
- Bergmann, W. & R. Erb, 1986: Kommunikationslatenz, Moral und öffentliche Meinung. Theoretische Überlegungen zum Antisemitismus in der Bundesrepublik Deutschland. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 38: 223–246.
- Bergmann, W. & R. Erb, 1991a: Antisemitismus in der Bundesrepublik Deutschland. Ergebnisse der empirischen Forschung von 1946–1989. Opladen: Leske + Budrich.
- Bergmann, W. & R. Erb, 1991b: „Mir ist das Thema Juden irgendwie unangenehm.“ Kommunikationslatenz und die Wahrnehmung des Meinungsklimas im Fall des Antisemitismus. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 43: 502–519.
- Bergmann, W. & W. Heitmeyer, 2005: Communicating Anti-Semitism – Are the “Boundaries of the Speakable” Shifting? *Tel Aviver Jahrbuch für deutsche Geschichte* 33: 70–89.
- Beyer, H. & I. Krumpal, 2010: „Aber es gibt keine Antisemiten mehr“: Eine experimentelle Studie zur Kommunikationslatenz antisemitischer Einstellungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 62: 681–705.
- Claussen, D., 1987: *Grenzen der Aufklärung. Zur gesellschaftlichen Genese des modernen Antisemitismus*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Decker, O., M. Weißmann, J. Kiess & E. Brähler, 2010: Die Mitte in der Krise: Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2010. Berlin: Ebert Stiftung.
- Diekmann, A., 2008: *Soziologie und Ökonomie: Der Beitrag experimenteller Wirtschaftsforschung zur Sozialtheorie*. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 60: 528–550.
- Emerson, M.O., K.J. Chai & G. Yancey, 2001: Does Race Matter in Residential Segregation? Exploring the Preferences of White Americans. *American Sociological Review* 66: 922–35.
- Heitmeyer, W. (Hrsg), 2008: *Deutsche Zustände*. Folge 6. Frankfurt a.M. Suhrkamp.
- Heyder, A., J. Iser & P. Schmidt, 2005: Israelkritik oder Antisemitismus? S. 144–163 in: W. Heitmeyer (Hrsg.), *Deutsche Zustände*. Folge 3. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hirsh, D., 2007: *Anti-Zionism and Antisemitism: Cosmopolitan Reflections*. New Haven: Yale Initiative for the Interdisciplinary Study of Antisemitism.
- Holz, K., 2001: *Nationaler Antisemitismus: Wissenssoziologie einer Weltanschauung*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Hox J.J., I.G.G. Kreft & P.L.J. Hermkens, 1991: The Analysis of Factorial Surveys. *Sociological Methods & Research* 19: 493–510.
- Jann, B., 2008: *Erwerbsarbeit, Einkommen und Geschlecht: Studien zum Schweizer Arbeitsmarkt*. Wiesbaden: VS.
- Jasso, G. & K.-D. Opp, 1997: Probing the Character of Norms: A Factorial Survey Analysis of Norms and Po-

- litical Action. *American Sociological Review* 62: 947–964.
- Jasso, G. & P.H. Rossi, 1977: Distributive Justice and Earned Income. *American Sociological Review* 42: 639–651.
- Kloke, M.W., 1990: Israel und die deutsche Linke. Zur Geschichte eines schwierigen Verhältnisses. Frankfurt a.M.: Haag und Herchen.
- Kovács, A., 2002: Public Identity in Defining the Boundaries of Public and Private: The Example of Latent Antisemitism. *Social Research* 69: 179–94
- Lee, R.M., 1993: *Doing Research on Sensitive Topics*. London: Sage.
- Löwenthal, L., 1990a: Individuum und Terror. S. 161–174 in: L. Löwenthal (Hrsg.), *Falsche Propheten. Studien zum Autoritarismus*. Schriften Bd. 3. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Löwenthal, L., 1990b: Calibans Erbe. S. 136–150 in: L. Löwenthal (Hrsg.), *Judaice. Vorträge, Briefe*. Schriften Bd. 4. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Luhmann, N., 1987: *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Poliakov, L., 2002: *Geschichte des Antisemitismus in 8 Bdn.* Frankfurt a.M.: Jüdischer Verlag.
- Postone, M., 1982: Die Logik des Antisemitismus. *Merkur* 36: 13–25.
- Postone, M., 2006: History and Helplessness: Mass Mobilization and Contemporary Forms of Anticapitalism. *Public Culture* 18: 93–110.
- Rabinovici, D., U. Speck & N. Sznajder (Hrsg.), 2004: *Neuer Antisemitismus? Eine globale Debatte*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Rensmann, L., 1998: *Kritische Theorie über den Antisemitismus. Studien zu Struktur, Erklärungspotential und Aktualität*. Berlin: Argument.
- Rossi, P.H., 1979: Vignette Analysis: Uncovering the Normative Structure of Complex Judgments. S. 176–86 in: R.K. Merton, J.S. Coleman & P.H. Rossi (Hrsg.), *Qualitative and Quantitative Social Research*. New York: Free Press.
- Salzborn, S., 2010: Antisemitismus als negative Leitidee der Moderne: Sozialwissenschaftliche Theorien im Vergleich. Frankfurt a.M.: Campus.
- Salzborn, S. & S. Voigt, 2011: Antisemiten als Koalitionspartner? Die Linkspartei zwischen antizionistischem Antisemitismus und dem Streben nach Regierungsfähigkeit. *Zeitschrift für Politik* 4: 290–309.
- Schönbach, P., 1961: *Reaktionen auf die antisemitische Welle im Winter 1959/60*. Frankfurt a.M.: Europäische Verlagsanstalt.
- Schwarz-Friesel, M., E. Friesel & J. Reinharz (Hrsg.), 2010: *Aktueller Antisemitismus – Ein Phänomen der Mitte*. Berlin & New York: de Gruyter.
- Silbermann, A., 1981: *Der ungeliebte Jude. Zur Soziologie des Antisemitismus*. Zürich: Edition Interfrom.
- Volkov, S., 1987: Antisemitism as a Cultural Code: Reflections on the History and Historiography of Antisemitism in Imperial Germany. *Leo Baeck Institute Year Book* 23: 25–46.

### Autorenvorstellung

Heiko Beyer, geb. 1981 in Zschopau. Studium der Soziologie, Philosophie und Kulturwissenschaften an der Universität Leipzig. 2009 Projektmitarbeiter an der Universität Leipzig; seit 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Georg-August-Universität Göttingen.

Forschungsschwerpunkte: Soziologische Theorie, Soziologie der Moderne, Antisemitismus- und Antiamerikanismusforschung.

Ausgewählte Publikationen: „Aber es gibt keine Antisemiten mehr“: Eine experimentelle Studie zur Kommunikationslatenz antisemitischer Einstellungen (mit I. Krumpal). *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 62, 2010; Antiamerikanismus und Antisemitismus: Zum Verhältnis zweier Ressentiments (mit U. Liebe), *ZfS* 39, 2010: 215–232.

Ulf Liebe, geb. 1978 in Halle/Saale. Studium der Soziologie an der Universität Leipzig. Promotion 2006 in Mainz. Von 2003 bis 2006 Projektmitarbeiter am Institut für Soziologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Von 2006 bis 03/2010 wissenschaftlicher Assistent am Institut für Soziologie der Universität Leipzig. Seit 04/2010 Juniorprofessor für Soziologie Ländlicher Räume an der Georg-August-Universität Göttingen und der Universität Kassel.

Forschungsschwerpunkte: Soziologische Theorie, Wirtschaftssoziologie, Umweltsoziologie.

Ausgewählte Publikationen: *Probleme und Konflikte in wirtschaftlichen Transaktionen*, Frankfurt am Main 2004; *Zahlungsbereitschaft für kollektive Umweltgüter: Soziologische und ökonomische Analysen*, Wiesbaden 2007. Zuletzt in dieser Zeitschrift: Antiamerikanismus und Antisemitismus: Zum Verhältnis zweier Ressentiments (mit Heiko Beyer), *ZfS* 39, 2010: 215–232.