zeitgemäße wie individuelle Vorliebe der Autoren fürs Dokumentarische, vor allem Nabokovs Beschäftigung mit Fotos von und während seinem eigenen Schreibprozeß und Ehrenburgs »fotographischen Anspruch« (269) mit seinen Alltags-Schnappschüssen (veröffentlicht 1933 in *Mein Paris*), die ihm dank einer Leica mit Seitwärts-Objektiv gelangen. Was die Monographie zu dieser »Verbindung von Photographie und Literatur« (268) an Bildern, Zitaten und Deutungen zusammenträgt, ist hochinteressant und sicherlich singulär.

Heinze, Thomas (Hrsg.):

Neue Ansätze im Kulturmanagement: Theorie und Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. – ISBN 3-531-14196-1. 255 Seiten, € 25,90

(Birgit Sens, Dublin / Irland)

Städte und Gemeinden müssen sich nicht nur finanziell, sondern auch gesellschaftlich sowie kommunal neuen Herausforderungen stellen. Die Kulturpolitik ist ein Mittel, gesellschaftliche wie kommunale Probleme in Angriff zu nehmen, doch sie unterliegt finanziellen Zwängen. Die im vorliegenden Band versammelten neuen Ansätze für ein modernes Kulturmanagement bieten Möglichkeiten, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden.

Der einführende Artikel von Bendixen/Heinze bietet einen Überblick über die Kulturförderung und -finanzierung. Die Autoren gehen auf die Ausrichtung der regionalen Kulturpolitik, die den veränderten gesellschaftlichen und ökonomischen Bedingungen Rechnung tragen muß, ein. Dabei stellen sie heraus, daß die Kulturpolitik Sinnfragen stellen und beantworten kann. Dies ist jedoch nur »vor dem Hintergrund einer Diskussion

über tragfähige Zukunftsmodelle moderner Gesellschaften« (16–17) möglich. Kulturarbeit »als gesellschaftliche Querschnittsaufgabe für die Zukunftsgestaltung« (17) ist nur durch eine Kulturpolitik realisierbar, die den Menschen als ein handelndes Subjekt wahrnimmt und ihm neue Chancen zur Mitwirkung und Mitgestaltung ermöglicht, die also eine neue Bürgergesellschaft fordert. Bendixen/Heinze weisen darauf hin, daß die Kultur als Parameter für das Entwicklungspotenzial moderner Gesellschaften eine entscheidende Größe ist. »Eine Gesellschaft verfällt auch ökonomisch, wenn das kulturelle Leben in seiner Dynamik retardiert.« (17) Um gezielt zu fördern und ein entwicklungsfähiges Konzept erstellen zu können, bedarf es einer Bestandsaufnahme und des Wissens der Einzelheiten. Die Autoren stellen entsprechend verschiedene Konzepte und Modelle der kommunalen Kulturfinanzierung vor. Heinze bietet in seinem Artikel zur Kulturentwicklungsplanung einen Überblick über das Spannungsfeld von Projekten am Beispiel einer Fallstudie zur Stadt Rheine. Anhand von Experteninterviews, der Auswertung von Fragebögen, einer Problemendarstellung in Form einer Stärken-Schwächenanalyse wird dabei ein vielfältiges Bild der Situation dieser Stadt geschaffen. Abschließend werden Handlungsperspektiven aufgezeigt.

In den Beiträgen von Hausmann, Tschäpe/Brüggerhoff und Kronenberger-Hüffer stehen vor allem die Managementinstrumente Benchmarking, Coaching und Qualitätsmanagement im Vordergrund. In einer einführenden Beschreibung erhält man einen Überblick über die Instrumente an sich. Anhand des Beispiels der Institution Museum werden daran anschließend diese neuen Konzepte und Strategien für die Arbeit der Institution vorgestellt. Die Kapitel von Lüddemann und Zilcher sind als ein

innovativer, theoretischer und strategischer Diskurs im Kulturmanagement zu verstehen. Im abschließenden Beitrag von Reither wird das Berufsfeld der Kulturwissenschaften thematisiert. Die Autorin stellt hier das Netzwerk als neue Form des Selbstmanagements von Absolventen der Fächer Kulturmanagement und Kulturwissenschaften vor.

Das Autorenteam um den Herausgeber Heinze bietet mit seinen Beiträgen innovative Ansätze. Eng werden die aufgezeigten Perspektiven mit dem Anwendungsgebiet durch Beispiele und eine Fallstudie verzahnt. Die Themenwahl umspannt dabei das gesamte Arbeitsfeld des Kulturmanagements.

Herberg, Dieter; Kinne, Michael; Steffens, Doris:

Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. Berlin: de Gruyter, 2004 (Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 11). – ISBN 3-11-017751-X. 394 Seiten, € 98,00

(Manuela von Papen, London / Großbritannien)

Wer als *Couchkartoffel* mit seinem *Handy* beim *Free-TV-Schauen* *Fingerfood* ißt, *Sitcoms* guckt und in seiner Freizeit nur so *abspace*, *chillt* bestimmt auch bei *Edutainment*, besonders mit dem neuen *Anchorman*, der so *mega-in* und ein *Look-alike* von Tom Cruise ist.

Alles klar? Wer zu denjenigen gehört, die sich diesen (zugegebenermaßen an den Haaren herbeigezogenen) Satz erst einmal übersetzen (lassen) müssen, tut gut daran, ein wenig in der vorliegenden Publikation zu blättern.

Wie im Vorwort gesagt wird, gibt es zwar einen großen Informationsbedarf, aber im Deutschen bislang »kein genuines, auf Prinzipien der wissenschaftlichen Lexi-

kographie basierendes Neologismenwörterbuch.« Im Deutschen, im Unterschied zu anderen Sprachen, wo es bereits seit den Siebzigerjahren Neologismenwörterbücher gibt, spielen sie eher eine geringe Rolle. Das ist verwunderlich, da – wie ein beliebiger Blick in Werbung, Presse und Fernsehen zeigt – die Deutschen doch gerne neue Worte anzunehmen scheinen und alte mit neuen Bedeutungen erweitern. Und trotzdem gibt es im Deutschen bislang nur (meist unvollständige und recht anspruchslose) Trend- und Szenebücher, die beispielsweise die Jugendsprache behandeln.

Was also gebraucht wird, ist ein fundiertes diachronisches Neologismenwörterbuch, das die synchronischen Gesamtwörterbücher ergänzt, denn »[f]achinterne Nutznießer von Neologismenwörterbüchern sind insbesondere die Lexikographen von heute und morgen, darunter die, die im Ausland zweisprachige Wörterbücher mit Deutsch als Ausgangs- oder Zielsprache verfassen« (X). Zudem würde ich noch im Ausland tätige Germanisten und Germanistinnen zu den potentiellen Nutznießern zählen, denn sie sind auch oft überfragt, aktuelle Trends der deutschen Sprache zu benennen.

Den Begriff *Neologismus* findet man erst seit Mitte des 20. Jahrhunderts. Mit Neologismen wird »der Bedarf an Neubenennungen in einer Kommunikationsgemeinschaft [befriedigt]« (XI), ein Bedarf, der natürlich durch die rapiden technologischen, ökonomischen und kulturellen Entwicklungen seit dem Zweiten Weltkrieg deutlich wird. Bei Neologismen handelt es sich entweder um neue lexikalische Einheiten (bisher im Wortschatz nicht vorhanden) oder neue Bedeutungen bereits vorhandener Worte und Ausdrücke.

In diesem Buch nun werden etwa 700 Neologismen im allgemeinsprachlichen