

Werner Kallmeyer / Maja N. Volodina
Institut für Deutsche Sprache, Mannheim /
Staatliche Lomonosov-Universität Moskau

Einleitung: Perspektiven auf Mediensprache und Medienkommunikation

Die Einsicht, dass öffentliches Leben in der modernen Gesellschaft primär von den Massenmedien herstellt und gestützt wird, gehört heute zu den Selbstverständlichkeiten der Medienforschung. Zu den wichtigen Aspekten des medialen öffentlichen Diskurses gehören u.a. die Mechanismen der Herstellung und Verbreitung von Informationen und die damit einhergehende Prägung der Relevanzvorstellungen, die öffentliche Sichtbarkeit von Politik oder auch die medial inszenierte Spiegelung von Alltagswelt und damit die Präsenz von Menschen „wie du und ich“ in der medialen Öffentlichkeit.

Medienwandel hängt generell mit tiefgreifendem Kulturwandel zusammen. Neue Medien verändern die gesellschaftliche Wirklichkeit und die kulturellen Praktiken des Umgangs mit Informationen, sie beeinflussen das gesellschaftliche Wissensmanagement. Das gilt für die großen historischen Etappen der Medienentwicklung, also die Veränderung der Kulturen durch die Einführung der Schrift und den Buchdruck, in der Gegenwart das angebliche Ende der „Gutenberg-Galaxis“ aufgrund der Verdrängung des Buches durch den Computer (Bolz 1993), und auch für die Dominanz von Mündlichkeit gegenüber Schriftlichkeit. Allerdings ist auch zu berücksichtigen, dass mit der Computerkommunikation im Internet die Schriftlichkeit, wenn auch eine ggf. veränderte Schriftlichkeit, eine neue und relevante Rolle bekommt.

Zu den verbreiteten medienwissenschaftlichen Einsichten gehört auch, dass neue Medien nicht einfach alte Medien verdrängen oder wenn, dann nur sehr langsam. Vielmehr übernehmen neue Medien in der Regel zunächst Textsorten und Darstellungsweisen der alten Medien. Frühe Filme waren in vielen Fällen gefilmtes Theater, bevor der Film seine eigenen Ausdrucksformen entwickelt hat; Rundfunk- und Fernsehnachrichten entsprachen in der Textform und der Sprechweise einer vorgelesenen Zeitung usw. Mit der Entwicklung der neuen Medien und der sukzessiven Ausnutzung ihrer Möglichkeiten verändern sich die Nutzungsweisen und Funktionen der alten Medien. Im

Kontext von Telefon-, Fax- und E-mail-Kommunikation relativiert sich z.B. die Rolle von Briefen; diese werden für besondere offizielle, würdige und verbindliche Fälle verwendet wie feierliche Einladungen, Danksagungen, Verträge oder Absichtsbekundungen („letter of intent“). Sicher wechseln die Leitmedien: Zeitung, Rundfunk, Fernsehen und Internet bilden eine Folge von sich in der Leitfunktion verdrängenden Medien. Keines davon ist allerdings überflüssig geworden, vielmehr verändert sich die Funktion der einzelnen Medien im Rahmen der sich verändernden Medienlandschaft. So lässt sich für Zeitung, Rundfunk und Fernsehen eine Abstufung der Informativität feststellen, die auch den Druckmedien ihren bedeutsamen Platz sichert. Das hat mit den unterschiedlichen Darstellungsformaten zu tun und natürlich auch mit der generell feststellbaren umgekehrt proportionalen Beziehung zwischen Informationsdichte und Verbreitung (Auflage, Einschaltquote) in den Massenmedien.

Medienkompetenz in ihren unterschiedlichen Aspekten ist eine wichtige Handlungsvoraussetzung für die Mitglieder der Mediengesellschaft. Das gilt sowohl für den Umgang mit den Medien auf der Seite der Medienproduzenten und der Rezipienten, aber z.B. auch für die gesellschaftlichen Akteure, die als Anbieter von Informationen und ggf. medienrelevanten Ereignissen auftreten – wer in den Medien präsent sein will, muss mit dem Lancieren von Pressemitteilungen und der Themensteuerung des öffentlichen Diskurses vertraut sein ebenso wie mit den Grundmechanismen der Meinungsbildung und -beeinflussung. Allgemein gesagt:

Ein fundiertes, breites Wissen über Medien und die Fähigkeit, sich ihrer souverän zu bedienen, sind Zielvorstellungen, die heute ebenso in den Überlebenskatalog gehören wie Frieden und saubere Umwelt. Medienkompetenz wird zur zentralen Aufgabe für die geistige und soziale Ökologie unserer Gesellschaft um die Jahrhundertwende. (Faulstich 1994, S. 7)

Dementsprechend findet Massenkommunikation die Aufmerksamkeit der unterschiedlichsten Disziplinen. Medienkommunikation ist international Gegenstand einer ganzen Reihe von Konferenzen gewesen, und die Forschung wird durch eine florierende wissenschaftliche Literatur dokumentiert. Auch das IDS hat im deutschen Kontext dem Thema „Sprache und neue Medien“ eine Jahrestagung gewidmet (1999; vgl. Kallmeyer, Hg. 2000).

Der vorliegende Band nun vereint einen großen Teil der Beiträge der Konferenz „Mediensprache als Objekt inderdisziplinärer Forschungen“, die Ende Oktober 2001 an der Philologischen Fakultät der Moskauer Staatlichen Lomonosov-Universität stattfand. Der Themenkreis der Konferenz schloss verschiedene Aspekte der Medienanalyse ein: Aspekte der Hermeneutik, der Psycholinguistik, der Kognitionswissenschaft, der Pragmatik, der interkulturellen Kommunikationsforschung, der mediensprachlichen Stilistik sowie der Massenkommunikationsforschung (vgl. Volodina 2003 u. i. Vorb.). Das besondere Interesse dieser Zusammenstellung liegt darin, dass sie einen Einblick in die wissenschaftliche Diskussion zum Thema in Russland gibt. Dort ist die Verhandlung der Thematik in einem so weit gespannten interdisziplinären Rahmen neu.

Die Gliederung des Bandes macht unterschiedliche thematische Komplexe deutlich, die in sich wiederum eine Reihe verschiedenartiger, sich ergänzender Perspektiven aufzeigen:

1. Allgemeine theoretische Überlegungen

Elena Kubriakova umreißt das Arbeitsfeld der massenmedialen Kommunikation und ihrer Informationsmedien, ausgehend von allgemeinen Betrachtungen der relevanten und daher mit Priorität zu untersuchenden Aspekte. **Valerij Dem'jankov** geht von der Grundannahme aus, dass Medienanalyse und Textinterpretation keine gegensätzlichen oder einander ausschließenden Interpretationsverfahren darstellen, und entwickelt aus linguistischer Sicht ein Bild der wesentlichen Eigenschaften der medialen Ereignisdarstellung. Im Anschluss daran verallgemeinern **Valery Kusnezov** und **Julia Artamova** die Frage der angemessenen Textinterpretation unter Bezug auf Positionen der Hermeneutik. **Maja Volodina** wiederum fokussiert als zentralen Gegenstand Mediensprache einschließlich ihrer kulturellen Einbettung und ihres Wirkungspotenzials in der Gesellschaft.

2. Psycholinguistische Ansätze zur Medienforschung

Alexsei Leontiev nähert sich der Repräsentation von Ereignissen in Nachrichtentexten aus psychologischer Sicht und konzentriert sich vor allem auf

die Verfahren der Verfälschung und damit der Manipulation. **Victor Petrenko** schließt an mit der Entwicklung eines psychosemantischen Zugangs zur Rekonstruktion der Veränderung interner Bilder von der Welt durch Kommunikation. **Olga Grigorjeva** berichtet von einer konkreten Untersuchung der Semantik von Empfindungen in Massenmedien und diagnostiziert Entwicklungen in der Mediensprache wie z.B. die Zunahme negativer Emotionen in den russischen Medientexten. **Lidia Matveyeva** berichtet von der Entwicklung eines Modells technisch-medialer Kommunikation und präsentiert vor diesem Hintergrund eine faktorenanalytische Untersuchung der Rezeption von Werbesendungen des Fernsehens.

3. Mediensprache aus kognitiver Perspektive

Olga Aleksandrova skizziert unter Bezug auf die vorliegende Forschung einen Problemaufriss für die Untersuchung massenmedialer Diskurse unter besonderer Berücksichtigung kognitiver und pragmatischer Aspekte. **Irina Rubert** wendet sich einem Ausschnitt des globalen kognitiv orientierten Untersuchungsprogramms zu und hebt die zentrale Rolle von Mythologemen für die Rezipientenbeeinflussung hervor. **Dmitrij Goudkov** konzentriert sich auf die Rolle von nationalen Mythen im russischen politischen Diskurs und hebt die Rolle der Verwendung von Namen hervor, die auf Texte, Personen oder Situationen als historische Präzedenzfälle verweisen. Zur Erklärung der Ausprägung der öffentlichen Meinung angesichts von kriegerischen Auseinandersetzungen stellt **Anatolij Tschudinow** einen kognitiv orientierten Ansatz für die Untersuchung der Methoden metaphorischer Rechtfertigung und Verurteilung von Krieg vor und vergleicht in dieser Hinsicht russische und amerikanische Massenmedien. Im Unterschied zu den voraufgehenden Beiträgen, die sich ausschließlich oder vergleichend auf russische Diskurse beziehen, gibt **Natalja Butschneva** einen Einblick in die wichtigsten Aspekte der Metaphorisierung von Termini der Technik, Medizin usw. in der deutschen Gegenwartsprese.

4. Pragmatische Betrachtungen des Mediendiskurses

Irina Kobozeva setzt die Beschäftigung mit konzeptuellen Metaphern und ihren Erscheinungsformen in Texten aus pragmatischer Perspektive fort und

berichtet vom Aufbau einer Datenbank metaphorischer Modelle, mit denen in russischen Massenmedien auf europäische Politik Bezug genommen wird. **Pavel Parshin** knüpft an vorliegende Beobachtungen der dichten, in den letzten Jahrzehnten gleichsam explodierten Intertextualität in massenmedialen Texten an und geht konkret der Frage nach, inwieweit es in der Werbung spezifische Funktionen intertextueller Bezüge gibt. Auch **Julia Pirogova** nimmt die Werbung als exemplarischen Gegenstand für die Untersuchung von persuasiven Strategien und stellt insbesondere die Eigenschaften von Differenzierungsstrategien dar, mit denen die Besonderheit von Produkten und, in der Sprache des Marketing, ggf. ihr „Alleinstellungscharakter“ etabliert werden. **Ludmila Minaeva** setzt die Beschäftigung mit Werbung mit einer Darstellung von Verfahren der multimodalen Imageherstellung und -pflege in den Massenmedien fort. **Tatjana Komova** zeigt anhand der Analyse des lexikalischen Felds von Ausdrücken für Bezugseinheiten sozialer Zugehörigkeit die historische Tiefe von personalen und sozialen Identitätsdefinitionen und betrachtet unter dieser Perspektive historische literarische und politische Texte und vergleicht damit in einem Ausblick den gegenwärtigen Identitätsdiskurs in den russischen Massenmedien. Einen anderen Aspekt der massenmedialen Kommunikation hebt **Werner Kallmeyer** hervor, indem er die Frage nach der Rolle des Fernsehens als Bühne für die Auseinandersetzung um Sprach- und Kommunikationsnormen sowie Leitbilder des sozialen Verhaltens stellt und einige Untersuchungsaspekte anhand von Beispielen aus dem deutschen Fernsehen demonstriert.

5. Spezifische Erscheinungen der Mediensprache

Grigorij Solganic stellt eine historische Analyse der russischen Zeitungssprache im 20. Jahrhundert vor und der Art und Weise, wie sie die politischen Prozesse spiegelt. **Vladimir Leitchik** wendet sich politischen und sozialen Prozessen in den russischen publizistischen Texten der Gegenwart zu und zeigt Tendenzen der Intellektualisierung und Demokratisierung auf. **Oksana Ksenzenko** hebt die besondere Rolle von Sprachspielen und dem Spiel mit Bildern in der gegenwärtigen Werbung hervor. Die beiden folgenden Beiträge beschäftigen sich mit allgemeineren Sprachentwicklungen unter dem Einfluss der Massenmedien. **Ludmila Kudryavtseva** weist deren Einfluss auf die Herausbildung einer allgemeinen Umgangssprache im mo-

dernen Russisch nach, und **Tatiana Bogrdanova** stellt detailliert den Einfluss des Englischen in russischen Zeitungstexten dar. **Anja Herzog** schließlich öffnet noch einmal den Blick auf eine andere Form von medialer Kommunikation, die Internetkommunikation, und zeigt deren sprachliche Besonderheiten im deutschsprachigen Raum.

Schon diese kurze Übersicht macht deutlich, dass die Beiträge des Bandes auf der einen Seite eine Reihe gut etablierter Themen der internationalen Forschung wie konzeptuelle Metaphern und kognitive Bilder, Image, Persuasion und Intertextualität am Beispiel unterschiedlicher Bereiche wie Politik oder Werbung aufgreifen und vertiefen. Auf der anderen Seite wird eine Erweiterung des Gegenstandsbereichs sichtbar durch die Einbeziehung z.B. von Gesprächsformen und auch der Internetkommunikation. Insofern kann der vorliegende Band auch zur Diskussion um den angemessenen Zuschnitt einer interdisziplinären Erforschung der massenmedialen Kommunikation beitragen.

Die Beteiligung von Werner Kallmeyer an der Konferenz in Moskau ebenso wie die Veröffentlichung dieses Bandes in einer IDS-Reihe markiert den Beginn einer internationalen Kooperation in der Erforschung von Medienkommunikation und Mediensprache.

Bibliografie

- Bolz, Norbert W. (1993): Am Ende der Gutenberg-Galaxis. München.
- Faulstich, Werner (Hg.) (1994): Grundwissen Medien. München.
- Kallmeyer, Werner (Hg.) (2000): Sprache und neue Medien. (= Institut für Deutsche Sprache, Jahrbuch 1999). Berlin/New York.
- Volodina, Maja N. (Hg.) (2003): Mediensprache als Objekt interdisziplinärer Forschungen. Moskau. [Володина, М.Н. (2003): Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Москва.]
- Volodina, Maja N. (i. Vorb.): Internationale Konferenz „Mediensprache als Objekt interdisziplinärer Forschungen“, Philologische Fakultät der Staatlichen Lomonosov-Universität Moskau, 25.-27. Oktober 2001. Tagungsbericht. (Ersch. demn.).