

Kontrastive Medienlinguistik



Vorgeschichte

In den vergangenen Jahren hat jene Forschungsrichtung innerhalb der Linguistik immer mehr Aufmerksamkeit gefunden, die sich mit dem Sprachgebrauch in den Massenkommunikationsmedien befasst. Angesichts unterschiedlicher Medienkulturen und differenzierter Ausgestaltung von präferenten Textsorten in den Medien verschiedener Länder wuchs dabei das Interesse für vergleichende Untersuchungen. Dieses Interesse äußerte sich in zahlreichen Publikationen, aber auch in speziellen Tagungen. So fand im Mai 2004 in Helsinki ein internationales Kolloquium zum Thema *Presstextsorten im Vergleich / Contrasting text types in the press* statt. Ihm folgte im Mai 2007 in Landau eine internationale Fachtagung mit dem Titel *Kontrastive Medienlinguistik*. Eine dritte Veranstaltung dieser Tagungsserie wurde im März 2010 an der Universität Salzburg ausgerichtet, und eine Fortsetzung der Reihe ist für 2012 in Zürich geplant.

Am Ende der Salzburger Tagung wurde die Anregung vorgetragen, für die immer prominenter werdende Forschungsrichtung ein Informationsportal im Internet zu begründen. Seit Ende Mai 2010 ist das noch im Aufbau befindliche Webportal ‚Kontrastive Medienlinguistik‘ freigeschaltet. Die Internetadresse lautet

www.kontrastive-medienlinguistik.net

Was ist unter 'kontrastiver Medienlinguistik' zu verstehen?

- ▶ ‚Kontrastive Medienlinguistik‘ befasst sich in vergleichender Perspektive mit dem Sprachgebrauch in den Massenkommunikationsmedien.

Der Begriff des Mediums gehört zu jenen Grundbegriffen der Kommunikations- und der Sprachwissenschaften, die sich dank ihrer häufigen Verwendung in unterschiedlichen Bereichen durch eine recht unscharfe Bedeutung auszeichnen.

Das Wort ‚Medium‘ stammt aus dem Lateinischen und bedeutet dort wörtlich ‚Mitte‘ oder ‚das Mittlere‘. In der heutigen deutschen Allgemeinsprache kann man seine all-gemeinste Bedeutung umschreiben als ‚vermittelndes Element‘. In dieser Bedeutung findet es in verschiedenen Wissenschaften, aber auch in Parawissenschaften, Naturreligionen und bei Zauberkünsten Verwendung.



In der Linguistik bzw. in den Sprachwissenschaften verwendet man den Ausdruck ‚Medium‘ mindestens in sechs verschiedenen Bedeutungen:

1. als Bezeichnung für die Sprache selbst, und zwar in ihrer Eigenschaft, Träger des Denkens und der Kommunikation zu sein;
2. als Bezeichnung für eine grammatische Kategorie des Genus verbi zwischen Aktiv und Passiv, z.B. im Griechischen und im Sanskrit;
3. als materielle Basis sprachlicher Zeichen, die in der natürlichen Kommunikation zwischen Menschen verwendet werden: in der direkten interpersonalen Kommunikation i.d.R. Schallwellen (mündliche Sprachverwendung) oder z.B. Papier und Tinte bzw. Druckerschwärze (schriftliche Sprachverwendung; schriftliche Zeichen können aber auch durch andere Formen des optischen Kontrasts wie Vertiefungen auf Tontafeln, Farbe auf Felswänden oder Leuchtpunkte auf einem Bildschirm u. Ä. konstituiert sein);
4. als technisch hergestellte Produkte und Infrastrukturen, die eine Kommunikation ohne direktes Beisammensein der Beteiligten (am gleichen Ort zur gleichen Zeit) ermöglichen; solche Produkte sind z.B. das Flugblatt oder heute: der Flyer, das Buch, die Zeitung oder Zeitschrift, das Plakat, die Postkarte und das Telegramm, das Telefon, heute einschließlich Mobiltelefon mit SMS

und MMS, die Grammophon- bzw. Schallplatte, heute die CD und DVD oder der MP3-Player, Radiosendestationen und -empfangsgeräte, der Kinofilm, Fernsehsender und -empfänger einschließlich Videorekorder bzw. moderner: DVD-Player oder Festplattenrekorder, der Personalcomputer sowie Spielekonsolen mit entsprechender Software und – last, but not least – das Internet v.a. mit E-Mail und World Wide Web);

5. als Institutionen und Organisationen der Massenkommunikation (die Presse mit Zeitungsredaktionen, Druckereien und Vertriebsgesellschaften, Radioprogrammanbieter, Fernsehanstalten, Online-Dienste, Nachrichtenagenturen, Buchverlage, Filmagenturen, Musikproduktionsfirmen, Produktionsfirmen für Werbung usw.);
6. als Bereiche der Massenkommunikation, die über die unter 5) genannten Institutionen erfolgt.

Die Medienlinguistik, wie sie auf dem Webportal im Mittelpunkt steht, befasst sich mit verschiedenen Aspekten des Sprachgebrauchs in jenen Massenkommunikationsmedien, die unter Punkt 5 und 6 aufgeführt sind.

Der Vergleich kann auf verschiedenen Ebenen vorgenommen werden:

- a) interkulturell zwischen dem medialen Sprachgebrauch in verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften (etwa zwischen verschiedenen Sprachen (innerhalb und außerhalb von Ländern), zwischen verschiedenen Staaten (und/oder Nationen) mit gemeinsamer Sprache, zwischen Regionen, kulturellen Landschaften und Gemeinschaften einschließlich Subkulturen usw.)
- b) diachron zwischen verschiedenen historischen Zeiträumen innerhalb einer Kommunikationsgemeinschaft
- c) intermedial zwischen verschiedenen Medien
- d) intramedial zwischen verschiedenen Textsorten / Ressorts bzw. Sendeformaten oder AutorInnen usw. innerhalb eines Mediums

Was bietet das Webportal?

Die Startseite führt zu speziellen Seiten, von den eine beispielsweise über die bisherigen Tagungen zur kontrastiven Medienlinguistik (mit den jeweiligen Programmen, Abstracts und Publikationen) sowie über bevorstehende Konferenzen, Workshops und dergleichen auf dem Gebiet der (kontrastiven) Medienlinguistik informiert.

Die umfangreichsten Informationen bieten verschiedene Bibliographien. Hier sind nicht ausschließlich kontrastive Arbeiten berücksichtigt. Es sollen alle Untersuchungen berücksichtigt werden, die einen Bezug zur Verwendung von Sprache und/oder anderen semiotischen Systemen (z.B. grafische Aspekte wie Layout, Bilder, Fotos, Diagramme usw.) in den Massenmedien haben. Ziel ist es, ein möglichst vielseitiges Angebot zu erstellen. Auch wenn die Publikationssprache des Portals Deutsch ist, sollen in den Bibliographien Arbeiten in und zu allen Forschungssprachen berücksichtigt werden.

Jeweils historisch angeordnet sind Verzeichnisse der Monographien und der Sammelbände, die sich mit dem Sprachgebrauch in Massenkommunikationsme-

dien befassen. Bei einem Teil der Sammelbände sind auch die Inhaltsverzeichnisse abrufbar.

Die Seiten mit den medienlinguistischen Aufsätzen und Rezensionen medienlinguistischer Werke sind in alphabetischer Ordnung nach den Namen der jeweiligen Verfasser(inn)en aufgebaut. Noch in Vorbereitung befindet sich eine Datei mit Qualifizierungsarbeiten, die nicht über den Buchhandel erhältlich sind oder waren.

Eine weitere Seite enthält eine Liste von Forscherinnen und Forschern, die auf dem Gebiet der (kontrastiven) Medienlinguistik arbeiten. Neben den Namen und den Institutionen, an denen die Betreffenden tätig sind oder waren, enthält die Liste auch Kontaktdaten, Verknüpfungen zu Homepages bzw. Publikationsverzeichnissen und teilweise auch Fotos.

Schließlich kann man sich auch für einen geplanten künftigen Newsletter anmelden, der in unregelmäßigen Abständen über Tagungen und Neuerscheinungen zur Medienlinguistik informieren wird.

Anregungen, Vorschläge und Kritik zur Gestaltung des Webportals können auf folgendem Wege an Hartmut Lenk gerichtet werden:

Universität Helsinki
Institut für moderne Sprachen / Germanistik
Pf. 24 (Unioninkatu 40 C)
00014 Universität Helsinki
FINNLAND

Tel. +358-9-19 12 31 76
Fax +358-9-19 12 30 69
Hartmut.Lenk [at] helsinki.fi