Publizistischer Sprachgebrauch als kognitive und soziale Tätigkeit

Autor(en): **Perrin, Daniel**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): **- (2005)**

Heft 2

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790725

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Daniel Perrin

Publizistischer Sprachgebrauch als kognitive und soziale Tätigkeit

Was Medienlinguistik der KMW nützt

«The situation is serious and we do have to take some risks.» – Das straffe Quote des Außenministers Josep Pique geht um die Welt und wird von Korrespondenten, Nachrichtenagenturen und Redaktionen laufend in neue sprachliche und kommunikative Umgebungen eingebettet, wobei es seinen Sinn stark verändert. Am Beispiel solcher Rekontextualisierungen (1) umreißt der vorliegende Beitrag das Fachverständnis (2), das Erkenntnisinteresse (3) und die methodischen Zugänge (4) einer Medienlinguistik, die zur Lösung praktischer und theoretischer Probleme publizistischer Kommunikation Wesentliches beitragen kann (5).

1 Einleitung: Zum Beispiel die Rekontextualisierung

Am 4. April 2002 um 07:03 Uhr versendet die Nachrichtenagentur Associated Press (AP) in Frankfurt einen Text, in dem steht:

T1 Derweil betonten die EU-Außenminister ihre Entschlossenheit zu schnellem Handeln: «Die Situation ist ernst, wir müssen Risiken eingehen, und dazu sind wir bereit», sagte der spanische Außenminister und Ratsvorsitzende Joseph Pique.

In der Nachricht der Agentur Reuters vom 4. April, 01:26 Uhr, erscheint das Quote aber in einem anderen Zusammenhang:

T2 Pique räumte ein, noch sei unklar, ob Israel es der Delegation ermöglichen werde, mit Arafat zu sprechen. «Wir müssen Risiken eingehen.» Davon hänge ab, wie hochrangig die EU-Delegation sein werde.

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) schließlich bringt am 4. April um 11:57 Uhr das Quote in wieder anderem Textzusammenhang:

T3 So will die EU zunächst vor allem zur Beruhigung beitragen - mit allen reden, die dabei helfen können, wie Solana sagt. Ohne Vorbedingungen, auch wenn das hilflos wirkt. «Wir müssen Risiken eingehen», meint der Ratsvorsitzende Piqué.

Im ersten Ausschnitt (T1) scheint sich ein Textakteur namens Josep Pique mit «Risiken» zu beziehen auf die «Entschlossenheit zu schnellem Handeln», im zweiten (T2) auf ein Nein von Israel, im dritten (T3) darauf, «hilflos» zu wirken. Das sind drei verschiedene Aussagen: Es ist ein Unterschied, ob ein verantwortlicher Politiker pauschal «schnell» handeln und damit einiges riskieren will oder ob er ein Risiko klar lokalisiert. Und es ist etwas anderes, ob er das Risiko einer Kommunikationsverweigerung des entscheidenden Verhandlungspartners mit einem möglichen Gesichtsverlust verbindet oder nicht.

Die drei Ausschnitte zeigen also den Hauptverantwortlichen einer politischen Entscheidung der EU dreimal in anderem Licht. Gesprochen hat aber nur ein einziger Josep Pique, nur ein einziges Mal, in einem einzigen Kontext: Am 3. April 2002 um Mitternacht, nach einer mehrstündigen Sitzung einer EU-Sonderkommission, begegnete er einer komplexen Frage eines Journalisten mit einer komplexen, abwägenden Antwort, gegen deren Ende er sinngemäß sagte, man sei sich der Risiken bewusst, Arafat allenfalls nicht treffen zu können, versuche es aber trotzdem.

Diese komplexe Antwort wurde in den drei Agenturmeldungen von der Frage losgelöst, verdichtet und in neue Text- und Kommunikationsumgebungen gestellt, rekontextualisiert. *Rekontextualisierung* bezeichnet hier eine sprachliche Tätigkeit, bei der Autorinnen und Autoren einen Text oder Textteil in neuen Kommunikationssituationen präsentieren – womit sich dessen kommunikative Umgebung ändert.

In einer solchen neuen Umgebung aber kann die wörtlich gleiche Äußerung ein völlig anderes Verständnis nahe legen. Wer die Frage-Antwort-Situation nicht kennt, bezieht beim Textverstehen das semantisch (also in seiner Bedeutung) unterbestimmte Wort «Risiken» auf mögliche Risiken, wie sie in der Textumgebung des Quotes genannt werden. In diesen neuen Rahmungen entstehen die Bedeutungsvorstellungen von Risiken des schnellen Handelns oder der Kommunikationsverweigerung oder des Gesichtsverlusts – und damit ein je anderes Bild des Außenministers Pique, der EU-Sonderkommission, der EU überhaupt.

Das Beispiel der Rekontextualisierung von Piques Antwortfragment lässt erahnen, dass der Sprachgebrauch den Sinn journalistischer Arbeit wesentlich prägt und dass eine Analyse dieses Sprachgebrauchs zur Erforschung der Funktion von Massenmedien Wesentliches beitragen kann.[1] Die Kommunikations- und Medienwissenschaft untersucht konkreten Sprachgebrauch aber kaum. Mit der Medienlinguistik dagegen hat sich in der Linguistik eine

Teildisziplin herausgebildet, die den Sprachgebrauch im Zusammenhang mit Medien systematisch erforscht.

2 Medienlinguistik als zuständige Teildisziplin

Medienlinguistik ist die Teildisziplin der Linguistik, die sich befasst mit dem Sprachgebrauch im Umfeld von Medien, primär von publizistischen Medien.[2] Die Medienlinguistik bearbeitet also, wie etwa die Rechts- oder die Betriebslinguistik, ein bestimmtes Anwendungsfeld von Sprache. Als Angewandte Linguistik arbeitet sie transdisziplinär mit der Medienpraxis zusammen. Gemeinsame Fragestellungen an den gleichen Gegenstand verbinden sie interdisziplinär mit der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Medienlinguistik arbeitet theorie- und praxisgeleitet (2.1), versteht Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Praktiken (2.2) und schlägt so die Brücke von der Linguistik zu den Kommunikations- und Medienwissenschaften (2.3).

2.1 Theoriebasiert, theorie- und praxisgeleitet

Als Wissenschaft arbeitet Medienlinguistik theoriebasiert, als Angewandte Wissenschaft geht sie theorie- und praxisgeleitet vor: Theoriegeleitet sucht sie in Daten aus der Medientextproduktion Antworten auf linguistische oder sprachgerichtete kommunikations- und medienwissenschaftliche Fragestellungen, praxisgeleitet klärt sie mit linguistischen Werkzeugen Probleme der Medienpraxis – und überprüft damit zugleich die Reichweite der Theorie (Abb. 1).

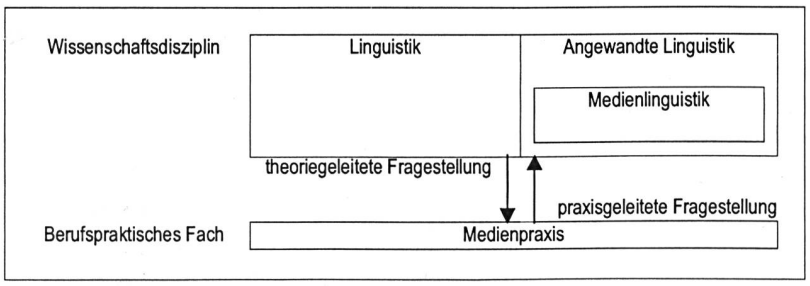

Abbildung 1: Medienlinguistik als Angewandte Linguistik

So kann Medienlinguistik etwa theoriegeleitet untersuchen, wie Sprachbenutzer als einzelne Akteure oder ganze Organisationen mit den Äußerungen anderer umgehen, oder sie kann praxisgeleitet forschen nach handhabbaren und kommunikativ zufrieden stellenden Techniken der Redewiedergabe.

2.2 Sprache als kognitive und soziale Tätigkeit

Sprachgebrauch zu erforschen, bedeutet zuerst, nach der fertigen Sprache, nach sprachlichen Äußerungen (a) zu fragen. Sprachliche Äußerungen sind das Ergebnis von Sprachgebrauch und legen den Grund für neuen Sprachgebrauch, etwa für Verstehensprozesse. Zu fragen ist aber auch nach dem «Gebrauch» selbst: dem Sprachgebrauch einerseits als individuell-kognitiver (b), andererseits als systemisch-gesellschaftlicher Tätigkeit (c) – und schließlich nach Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Tätigkeit (d). – Zuerst die Übersicht (Abb. 2):

Hintergrund		sozial	
		–	+
kognitiv	–	fertige Sprache	und soziale Tätigkeit
	+	und kognitive Tätigkeit	und kognitiv-soziale Tätigkeit

Abbildung 2: Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Tätigkeiten

Für die Untersuchung von Rekontextualisierungen in der journalistischen Textproduktion zum Beispiel stellen sich Fragen nach:

a) den Veränderungen, die eine Äußerung durch einen einmaligen oder wiederholten Rekontextualisierungsprozess erfährt. Zum Beispiel: Wie ändert sich die Bedeutung eines Quotes mit der sprachlichen und kommunikativen Umgebung?
b) den Handlungen, Strategien und Routinen – den kognitiven Tätigkeiten, mit denen die Sprachbenutzer Äußerungen rekontextualisieren. Zum Beispiel: Was tut ein Journalist genau und warum tut er es, wenn er eine Äußerung aus einem Quellentext löst und in seinen Text einbaut?
c) den Rekontextualisierungsmustern, die sich in einer Gemeinschaft eingelebt haben oder die dort festgelegt worden sind. Zum Beispiel: Wie verhält sich das, was eine Redaktion mit einem Quote tut, zu den Normen, die in dieser Redaktion für die Beitragsproduktion gelten?
d) dem Zusammenspiel individueller Rekontextualisierungshandlungen und kollektiver Handlungsmuster, also nach überindividuellen Mustern. Zum Beispiel: Wie werden in Medienorganisationen gemeinsame Vorstellungen akzeptabler Quotes ausgehandelt und umgesetzt?

2.3 Medienlinguistik und KMW

Die Medienlinguistik und die Kommunikations- und Medienwissenschaft (KMW) befassen sich beide mit öffentlicher Kommunikation – mit der Produktion und der Rezeption von Kommunikationsangeboten, mit den Produkten selbst und mit der Umwelt, die diese Kommunikation beeinflusst und durch sie beeinflusst wird. Interdisziplinäre Zusammenarbeit drängt sich hier auf (Abb. 3).

Die beiden Disziplinen ergänzen sich in Erkenntnisinteresse und Methode: Die KMW strebt primär Befunde an, die mit statistischer Wahrscheinlichkeit allgemein gelten. Das bedingt breite Erhebungen mit sparsamem Aufwand

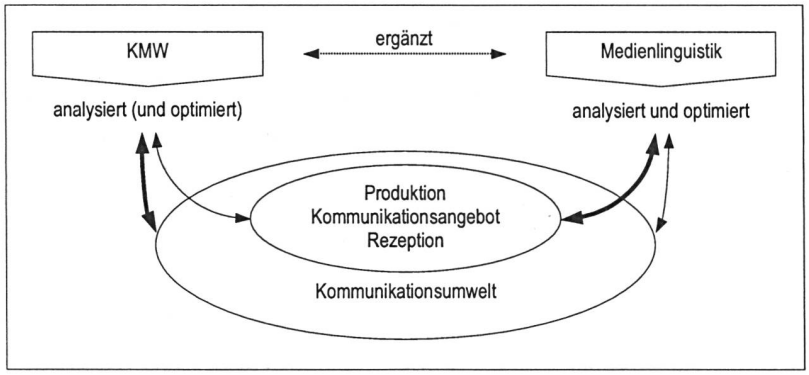

Abbildung 3: Die interdisziplinäre Zusammenarbeit von KMW und Medienlinguistik

für den einzelnen Fall. Die Medienlinguistik dagegen will Regelhaftigkeiten sprachbasierter Sinnkonstruktion an natürlichen Fällen präzise und schlüssig nachweisen; dafür argumentiert sie für die Übertragbarkeit ihrer Befunde oft mit Plausibilität statt Statistik.

In interdisziplinärer Zusammenarbeit können KMW und Medienlinguistik zum Beispiel breit untersuchen, welche politischen Akteure mit welchen Themen in welchen Medienangeboten auftreten – und an wenigen Texten oder Verstehenssituationen schlüssig nachweisen, dass die gleiche Quellenäußerung je nach Rekontextualisierung gegensätzliche Bedeutungsvorstellungen nahe legt und damit ganz unterschiedliche Wirkungen auslösen kann. Diese Einsicht relativiert beispielsweise Ansätze, die aus Inhaltsanalysen von Kommunikationsangeboten auf Wirkungen schließen.

3 Die Fragestellungen

Das Erkenntnisinteresse der Medienlinguistik gilt primär publizistischen Medien: Sie dienen eigenständigen Zwecken und stellen damit ein eigenes Anwendungsfeld für Sprache dar; Medien im weiteren Sinn dagegen sind mit fast aller Kommunikation verbunden. – Ein erster Überblick (Abb. 4) zeigt mögliche Felder von Fragen zum Sprachgebrauch in publizistischer Kommunikation. Diese Felder sind geordnet nach Teilhabern (a), Tätigkeiten (b) und linguistischer Sprachbeschreibung (c).

Fragestellungen		Sprachteilhaber			
		Quelle	Medien	Publikum	Allgemein
Sprachtätigkeit	Produktion	...	Beispiel 2	Beispiel 1	
	Rezeption	...	...	Beispiel 3	
Sprachbeschreibung	synchron	...	Beispiel 4	...	...
	diachron	Beispiel 5	...	...	

Abbildung 4: Medienlinguistische Fragestellungen im Überblick, grob aufgerastert

a) Die Sprachteilhaber publizistischer Kommunikation lassen sich einteilen in Quellen, Medienschaffende, die Publika und Allgemeinheit. Quellen, Medienschaffende und Publika sind direkt an publizistischer Kommunikation beteiligt, die umfassende Allgemeinheit ist es indirekt: Mit ihr tauschen sich die direkt beteiligten Sprachteilhaber aus, etwa in Gesprächen nach der Rezeption von Medienbeiträgen (Beispiel 1).

b) Viele Situationen publizistischer Kommunikation legen die Sprachteilhaber auf eine der Tätigkeiten Produktion und Rezeption fest: Medienschaffende etwa produzieren Medienbeiträge (Beispiel 2), Publika rezipieren sie (Beispiel 3). In Situationen wie Recherchegesprächen oder redaktionellen Foren sind aber auch laufende, rasche Wechsel möglich.

c) Linguistik erfasst den Sprachzustand synchron, zu einem Zeitpunkt, oder diachron, zu mehreren Zeitpunkten. Synchrone Beschreibung kann zeigen, wie die journalistische Fachsprache Rekontextualisierungen benennt (Beispiel 4). Diachrone Beschreibung kann zeigen, ob und wie eine Sprache eine andere beeinflusst – zum Beispiel die Sprache von Quellen diejenige von publizistischen Medien (Beispiel 5).

Nach diesem Raster auszuloten sind nun die medienlinguistischen Fragestellungen aus synchroner und diachroner Perspektive (3.1) sowie aus Produktions- und Rezeptionsperspektive (3.2).

3.1 Synchrone und diachrone Perspektive

In jedem Feld des Rasters sind medienlinguistische Fragestellungen denkbar. Dieser Abschnitt zeigt die Typen der Fragestellungen aus den letzten zwei Zeilen des Rasters (Abb. 4): Fragestellungen zur Sprache von Quellen, Medienschaffenden, Publika und der sie umschließenden Allgemeinheit in synchroner und diachroner Beschreibung (Abb. 5).

Synchron bezieht sich die Sprache bestimmter Teilhaber publizistischer Kommunikation (SX) auf Ausschnitte aus der Welt der gleichen oder anderer Sprachteilhaber (WY): Die Sprache der Quellen (SQ), der Medienschaffenden (SM), der Publika (SP) oder der Allgemeinheit (SA) kann sich beziehen auf Weltausschnitte im Umfeld der Quellen (WQ), der Medienschaffenden (WM), der Publika (WP) oder auf beliebige Weltausschnitte (WA). – In diese Felder gehört zum Beispiel die Fragestellung nach der begrifflichen Differenzierung von Filmtypen in Programmzeitschriften.[3]

Diachron kann die Sprache (SX) bestimmter Teilhaber publizistischer Kommunikation die Sprache (SY) bestimmter anderer Teilhaber beeinflussen: Zum Beispiel kann die Sprache von Quellen (SQ) die Sprache von Medienschaffenden (SM) mitprägen, dann die Sprache der Publika (SP) und schließlich die Alltagssprache überhaupt

Fragestellungen		Sprachteilhaber			
		Quelle	Medien	Publikum	Allgemein
Sprache	synchron: $Sprache_X$ benennt Weltausschnitt$_Y$	S_Q, $W_{Q,M,P,A}$	S_M, $W_{Q,M,P,A}$	S_P, $W_{Q,M,P,A}$	S_A, $W_{Q,M,P}$
	diachron: $Sprache_X$ beeinflusst $Sprache_Y$	S_Q, S_M	S_M, S_P	S_M, S_A	

Abbildung 5: Medienlinguistische Fragestellungen aus synchroner und diachroner Perspektive

(SA). – In diese Felder gehören zum Beispiel Fragen nach dem Einfluss eines Leitmediums auf die Sprache anderer Medien,[4] nach dem Einfluss von Mediensprache auf Alltagssprache[5] oder nach den Veränderungen der Sprache in den Zeitungen.[6]

3.2 Produktions- und Rezeptionsperspektive

Dieser Abschnitt zeigt die Typen medienlinguistischer Fragestellungen aus den ersten zwei Zeilen des Rasters (Abb. 4): Fragestellungen zum Sprachgebrauch als Produktions- und Rezeptionstätigkeit (Abb. 6):

Fragestellungen		Sprachteilhaber			
		Quelle	Medien	Publikum	Allgemein
Tätigkeit	Produktion: X produziert für Y	Q, M	M, P	P, A (S_M-stimuliert)	
	Rezeption: X rezipiert S_Y	Q, S_Q	M, S_Q	P, S_M	A, S_P

Abbildung 6: Medienlinguistische Fragestellungen zur Produktion und Rezeption

Bestimmte Teilhaber publizistischer Kommunikation (X) produzieren Sprache für bestimmte andere Teilhaber (Y): die Quellen (Q) für die Medienschaffenden (M), diese für die Publika (P), die Publika schließlich, angeregt durch publizistische Kommunikation, für die Allgemeinheit (A), dies allerdings im direkten Gespräch. – In diese Felder gehört zum Beispiel die Fragestellung nach den Textproduktionsstrategien, die PR-Redakteure mit Blick auf ihre Adressaten einsetzen.[7]

Bestimmte Teilhaber publizistischer Kommunikation (X) rezipieren Sprache anderer Teilhaber (SY): die Quellen (Q) die Sprache ihrer eigenen Quellen (SQ), die Medienschaffenden (M) die ihrer Quellen (SQ), die Publika (P) die der Medienschaffenden (SM), die Allgemeinheit (A) schließlich, vorwiegend im direkten Gespräch, die Sprache der Publika (SP). – In diese Felder gehört zum Beispiel die Fragestellung nach den Anschlussdiskursen bei der Fernsehnutzung.[8]

4 Die Forschungsmethoden der Medienlinguistik

Solche Fragestellungen nun untersucht die Medienlinguistik mit vier Gruppen von Methoden. Je nach medienlinguistischer Fragestellung hat eine Methode zu erfassen: die fertige Sprache allein (4.1), den Sprachgebrauch als kognitive Tätigkeit (4.2), den Sprachgebrauch als soziale Tätigkeit (4.3) oder den Sprachgebrauch als kognitive und soziale Tätigkeit (4.4). Eine Methode zu jeder der vier Gruppen wird nun grob skizziert.

4.1 Sprachprodukte untersuchen mit der Versionenanalyse

Linguistik untersucht zuerst die sprachlichen Äußerungen an sich. Eine produktionsgerichtete Medienlinguistik, die nach dem sprachlich Besonderen in ihrem Anwendungsfeld fragt, stellt aus diesem Blickwinkel scharf auf die intertextuellen Ketten journalistischer Textproduktion: Aus früheren Texten entstehen rasch und laufend neue. Was dabei mit den Äußerungen geschieht, erfasst die Versionenanalyse. Grundlage für Versionenvergleiche sind linguistische Text- und Gesprächsanalysen einzelner Medienbeiträge.[9]

Eine Anwendung der Versionenanalyse zeigt der Fall «Risiken» (s.o., Teil 1): Ein Ausschnitt aus der komplexen Antwort eines spanischen Politikers findet über mehrere Zwischenstufen bis zum knappen deutschen Quote in einer Online-Nachricht. Der Ausschnitt selbst wird umformuliert; zudem ändert sich die Einbettung von Stufe zu Stufe radikal. Neue Text- und Kommunikationsumgebungen legen aber neue Verstehensweisen nahe – zum Beispiel andere, vagere, aber auch eindeutigere Bezüge. Das Problem verschärft sich, wenn ein Quote sprachliche Einheiten wie «Risiken» oder «die Situation» enthält, deren Bedeutung stark unterbestimmt ist, also vom Kontext abhängt.

Für solche Nachweise reicht der Vergleich von Textversionen, von fertigen Texten. Keinen Aufschluss gibt die Versionenanalyse hingegen zum Beispiel darüber, ob die Journalisten beim Rekontextualisieren bewusst gehandelt haben oder nicht; ob die Praktiken typisch sind für bestimmte Medien mit bestimmten Zielpublika oder nicht; ob in den Redaktionen die Praxis und die damit verbundenen Probleme diskutiert und ausgehandelt werden oder nicht. Dafür sind weitere methodische Zugriffe nötig.

4.2 Kognitive Praktiken untersuchen mit der Progressionsanalyse

Versteht Linguistik die Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Tätigkeit, untersucht sie den Zusammenhang von Sprachgebrauch und kognitiver Tätigkeit mit: Was zum Beispiel tun Journalisten genau, wenn sie im Takt der Medienproduktion Beiträge auf Maß herstellen, und warum tun sie es so? – Das erfasst die Progressionsanalyse.

Die Progressionsanalyse ist ein Mehrmethoden-Ansatz, mit dem Daten auf drei Stufen gewonnen und aufeinander bezogen werden können: Vor dem Schreiben wird mit Interviews und teilnehmender Beobachtung die Arbeitssituation nachgezeichnet, während des Schreibens mit computergestützter Beobachtung die Schreibbewegung vermessen, nach dem Schreiben mit datengestütz-

ten retrospektiven Verbalprotokollen das Repertoire der Schreibstrategien erschlossen.[10]

So verbindet die Progressionsanalyse als Mehrmethoden-Ansatz drei völlig unterschiedliche, sich ergänzende Blickwinkel und ermöglicht eine plastische Vorstellung vom Gegenstand. Sie kann zum Beispiel zeigen, mit welchen Überlegungen ein Nachrichtenjournalist Originaltöne von Politikern vorwiegend nach seiner eigenen Gestaltungsabsicht rekontextualisiert – auch im Bewusstsein, dass diese Gestaltungsabsicht von der vermutbaren Handlungsabsicht der Politiker im Originalkontext stark abweicht.[11]

Im Kern geht es bei der Progressionsanalyse also um kognitive Muster. Soll dagegen erforscht werden, wie eine Gemeinschaft, etwa eine Redaktion, ihre Texte in sozialer Tätigkeit produziert, muss die Progressionsanalyse mit weiteren Methoden verbunden werden.

4.3 Soziale Praktiken untersuchen mit der Variationsanalyse

Versteht Linguistik die Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Tätigkeit, untersucht sie die soziale Tätigkeit mit. Zum Beispiel: Welche sprachlichen Mittel wählt eine Redaktion, um ihre Leistungen auf bestimmte Adressatengruppen auszurichten? – Das erfasst die Variationsanalyse.

Die Variationsanalyse fragt nach Art und Häufigkeit der typischen Merkmale von Äußerungen bestimmter Sprachteilhaber in bestimmten Kommunikationssituationen. Erkennbar wird das Besondere, das diese Sprache unterscheidet von den Sprachen der gleichen Teilhaber in anderen Situationen oder von den Sprachen anderer Sprachteilhaber.[12]

Eine breit angelegte Variationsanalyse vermag das Besondere der Sprachen bestimmter Gemeinschaften in bestimmten Situationen zu zeigen. Sie kann zum Beispiel aufzeigen, mit welchen dramaturgischen Mitteln zwei unterschiedlich ausgerichtete Nachrichtenredaktionen des gleichen Fernsehsenders ihre Beiträge typischerweise gestalten und so je eigene Wirklichkeiten konstruieren.[13]

Was die Variationsanalyse gegenüber etwa der Progressionsanalyse an Breite gewinnt, verliert sie aber an Tiefe: Warum eine Gemeinschaft ihre Texte bevorzugt in eine bestimmte und nicht die andere sprachliche Gestalt bringt, kann die Variationsanalyse nicht erfassen. Etwas an Tiefe wäre zurückzugewinnen mit einem Verfahren, das nicht nur die Textprodukte erfasst, sondern auch die institutionalisierten Anschluss- und Metadiskurse dazu.

4.4 Kognitiv-soziale Praktiken untersuchen mit der Metadiskursanalyse

Versteht Linguistik die Sprache als Schnittstelle kognitiver und sozialer Tätigkeit, untersucht sie auch den Zusammenhang von kognitiver und sozialer Tätigkeit beim Sprachgebrauch. Wie zum Beispiel verstehen die Medienschaffenden, die Medienorganisationen, die Adressaten oder die Öffentlichkeit die Kommunikationsangebote? – Das erfasst die Metadiskursanalyse.

Die Metadiskursanalyse untersucht Kommunikation über Sprache. Sichtbar wird, wie Sprachgebrauchsregeln in einer Gemeinschaft bewusst ausgehandelt und angewandt werden.[14] Grundlage der Metadiskursanalyse sind die linguistischen Verfahren zur Analyse von sprachlicher Kommunikation.

Mit der Metadiskursanalyse von Leitbildentwicklung, Blattkritik und Anschlussdiskursen in einer Zeitungsredaktion lässt sich zum Beispiel nachweisen, wie sich ein Leitbild als verschriftete Norm der Redaktion in der Alltagsarbeit der Medienschaffenden niederschlägt – und wie umgekehrt die alltägliche Produktion zur Weiterentwicklung der Normen beiträgt, also strukturbildend wirkt.[15]

4.5 Die Methoden ergänzen sich

Dieser Abschnitt (4) hat vier grundsätzlich unterschiedliche, sich ergänzende linguistische Verfahren zur Datenerhebung und -analyse skizziert: die Versionenanalyse zur Untersuchung von Sprachprodukten, die Progressionsanalyse zu kognitiven Praktiken, die Variationsanalyse zu sozialen Praktiken oder die Metadiskursanalyse zu kognitiv-sozialen Praktiken.[16]

Die vier Ansätze erfassen insgesamt acht Facetten ihres Gegenstands, hier der journalistischen Textproduktion: die Textkette, den Arbeitskontext, die Schreibstrategien, die Revisionenfolgen im Schreibprozess, das Textprodukt, das Makroprodukt von Sendung und Programm, die verschrifteten redaktionellen Normen und schließlich die institutionalisierte interne Diskussion dieser Normen. Dabei setzt jeder Ansatz eigene Schwerpunkte (Abb. 7):

→ Methode ↓ Gegenstand	Versionen-analyse	Progressions-analyse	Variations-analyse	Metadiskurs-analyse
Quellentextkette	++	–	–	–
Arbeitskontext	+	+	+	–
Strategien	–	++	–	–
Revisionen	–	+	–	–
Endprodukte	+	+	+	+
Makroprodukte			++	+
Qualitätsvorgaben	–	–	+	+
Blatt-/Sendekritik	–	–	–	++

Abbildung 7: Vier methodische Ansätze erfassen den Gegenstand überschneidend in acht Facetten

Die Gegenüberstellung verdeutlicht erstens, dass sich der Gegenstand aus diesen vier Blickwinkeln mit linguistischen und linguistisch basierten interdisziplinären Methoden systematisch erfassen lässt. Zweitens wird deutlich, dass jeder Blickwinkel passende Methoden verlangt. Die Frage nach kognitiven Praktiken etwa kann nur über den Einblick in kognitive Zusammenhänge beantwortet werden. Ähnliches gilt für die sozialen Praktiken und das Zusammenspiel.

Die Linguistik schöpft aus einer vergleichsweise langen Geschichte institutionalisierter Schnittstellen zur kognitiv und sozial orientierten Disziplinen und zur Sprachpraxis (Psycho-/Neurolinguistik, Soziolinguistik, Angewandte Linguistik). Sie hat Übung darin entwickelt, komplexe, lebensnahe Fragestellungen methodisch differenziert und mit hohem Anspruch an die Validität der Ergebnisse anzugehen. Das macht sie dort, wo sie den Sprachgebrauch in publizistischer Kommunikation untersucht, zu einem interessanten Partner der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

5 Fazit: Interdisziplinär anschlussfähig, transdisziplinär nützlich

Abgesehen vom methodischen Repertoire: Was trägt der Zugang über die Sprache zur Erforschung publizistischer Medien bei? – Redaktionelle Arbeit besteht darin, mit Kommunikationsangeboten Öffentlichkeit herzustellen. Sprache ist dabei zugleich ein Mittel zum Steuern der Prozesse und der Rohstoff der Produkte selbst: Redaktionen fertigen in diskursiven Prozessen Texte aus Texten. Die Analyse solcher Prozesse kann empirisch hart zeigen, welche kognitiven und sozialen Praktiken in Massenmedien spielen und wo und wie sie ineinander greifen.

So wird nachweisbar, wie individuelle Entscheidungen verzahnt sind mit Normen und Mitteln, mit Einschränkungen und Erleichterungen in Arbeitsgruppen, in Medienorganisationen, in der berufsständischen Institution Journalismus und in weiteren gesellschaftlichen Zusammenhängen. «The situation is serious and we do have to take some risks» – an konkretem Geschehen kann die Medienlinguistik belegen, dass publizistische Medien in ihrer Funktion und ihrem Funktionieren weder allein durch freischwebend handelnde Individuen noch allein durch abstrakte Systeme bestimmt werden.

Das sind empirische Argumente gegen eine einseitig akteurs- oder systemtheoretische Modellierung journalistischer Medienkommunikation – weitgehend ein Desiderat der Kommunikations- und Medienwissenschaft.[17]

Daniel Perrin, Dr. phil., geboren 1961, ist Professor für Medienlinguistik und leitet das Institut für Angewandte Medienwissenschaft IAM der Zürcher Hochschule Winterthur. Arbeitsschwerpunkte: Medienlinguistik, Textproduktionsforschung, Wissenstransfer. Projekte und Publikationen: http://www.iam.zhwin.ch/team
daniel.perrin@zhwin.ch

Anmerkungen

1 Ekström, 2001 zum Beispiel stellt für Fernsehnachrichten fest, dass der überwiegene Teil der Quotes von der Kommunikationsabsicht des Textakteurs losgelöst und der Kommunikationsabsicht der Autoren des Beitrags unterworfen wird. Roth, 2002 stellt für Radionachrichten fest, dass die sprachliche Gestaltung von Interviewfragen die Antworten stark vorprägt. Sleurs et al., 2003 stellen umgekehrt fest, dass PR-Redakteure ihre Medienmitteilungen mit Pseudozitaten ausstatten, diese so formulieren, dass ihrer Erfahrung nach die Chance für eine Übernahme in journalistische Medien steigt.

2 Möhn et al., 2001 publizieren den ersten Band mit «Medienlinguistik» im Titel; Androutsopoulos, 2003 und Perrin, 2004 beschreiben Medienlinguistik programmatisch.

3 Klein, 2000 stellt zusammen, wie die Sprache deutscher Programmzeitschriften die Filmtypen unterscheidet und bezeichnet.

4 Leitner, 1985 untersucht, wie sich die Sprachnormen der BBC zwischen 1922 und 1954 entwickelt haben. Am Beispiel der Australian Broadcasting Commission zeigt er den weltweiten sprachbildenden Einfluss von BBC auf englischsprachige Radioprogrammanbieter.

5 Michel, 2001 erforscht, ob der Wandel der Syntax in überregionalen deutschen Tageszeitungen des 19. Jahrhunderts den Wandel der Syntax des Deutschen überhaupt beeinflusst hat.

6 Straßner, 2001 beschreibt den Wandel der Zeitungssprache «von der Korrespondenz zum Hypertext».

7 Sleurs et al., 2003 untersuchen, wie Quellenakteure mit der Sprache ihrer Quellen umgehen und wie sie die Sprache ihrer Medienmitteilungen auf die Medienredaktionen ausrichten.

8 Klemm, 2000 zeichnet nach, wie Zuschauerinnen und Zuschauer in Haushalten Fernsehbeiträge rezipieren und dabei mit anderen Zuschauenden und mit Nichtzuschauenden im Haushalt kommunizieren. Deutlich erkennbar werden Wechselwirkungen zwischen der Aneignung von Fernsehangeboten und der Alltagskommunikation im Haushalt. Branner, 2002 untersucht Werbezitate in Alltagsgesprächen Jugendlicher.

9 Bell, 1991 56 ff. arbeitet früh mit dem Vergleich von Textversionen im Nachrichtenfluss. Ekström, 2001 zeigt eine Variante, die implizite Versionenanalyse: Empirisch kennt er nur ausgestrahlte Fernsehnachrichten-Beiträge mit Quotes. Wenn er diese Quotes als «fragments» (ebenda, 568) versteht, vergleicht er sie implizit mit den Interviews, von denen er plausiblerweise annehmen kann, dass sie stattgefunden haben.

10 Perrin, 2003 oder Sleurs et al., 2003 diskutieren ähnliche Umsetzungen der Progressionsanalyse detailliert.

11 Perrin, 2006 i.V., Fall «Wahlkampf»

12 Werlen, 2000a und Werlen, 2000b zum Beispiel untersuchen sprachliche Unterschiede der Textsorten Nachricht und Wetterbericht in zwei Programmen (und damit zwei Marken mit unter-

schiedlichen Zielgruppen) des öffentlichen Senders Schweizer Radio DRS. – Als ein Spezialfall der Variationsanalyse lässt sich die Kritische Diskursanalyse (CDA) verstehen. Sie vermutet in journalistischer Medienproduktion grundsätzlich Ideologie (etwa verdeckte politische Wertung, Verschleierung von Verantwortung, gesellschaftliche Stereotype) und sucht nach entsprechenden sprachlichen Merkmalen. Fairclough, 1995 führt in die CDA von Medienbeiträgen ein; Choi, 2002 gibt eine beispielhafte Analyse.

13 Perrin, 2006 i.V., Fälle zur «Tagesschau» und zum Nachrichtenmagazin «10 vor 10»

14 Häusermann, 2004 schließt auf redaktionelle Regeln, indem er analysiert, wie Radioschaffende auf Sendung mit Pannen umgehen. Roth, 2002 leitet gesprächsanalytisch aus Interviewfragen ab, wie Interviewer ihr Gegenüber einschätzen und ihm eine Rolle zuschreiben. Klemm, 2000 untersucht in Äußerungen von Zuschauern vor dem Fernseher, wie Medienbeiträge tatsächlich verstanden werden.

15 Perrin, 2006 i.V., Fälle zur Leitbildentwicklung des «Tages-Anzeigers»

16 Perrin, 2006 i.V. stellt die Methoden einander gegenüber.

17 Nach einer Integration der Akteurs- und der Systemperspektive fragen zum Beispiel Bucher, 2004, Raabe, 2004 oder Wyss, 2004. Ihren Ansätzen gemeinsam ist, dass (System-)Strukturen das Handeln einzelner Akteure zugleich ermöglichen und begrenzen – und dass umgekehrt die Strukturen erst durch das Handeln geschaffen werden. Individuum und System interagieren also laufend.

Literatur

Bell, A. (1991). The language of news media. Oxford: Blackwell.

Branner, R. (2002). Zitate aus der Medienwelt. Zu Form und Funktion von Werbezitaten in natürlichen Gesprächen. Muttersprache(4), 337-359.

Bucher, H.-J. (2004). Journalismus als kommunikatives Handeln. Grundlagen einer handlungstheoretischen Journalismustheorie. In M. Löffelholz (Ed.), Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch (2 ed., pp. 263-285). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Choi, D. (2002). A critical discourse analysis on different representations of the same event in the media. Essen: LAUD Linguistic Agency.

Ekström, M. (2001). Politicians interviewed on television news. Discourse & Society, 12(5), 563-584.

Fairclough, N. (1995). Media discourse. London: Arnold.

Häusermann, J. (2004). Zugespieltes Material. Der O-Ton und seine Interpretation. In H. Maye, C. Reiber & N. Wegmann (Eds.), Original / Ton. Zur Mediengeschichte des O-Tons. Konstanz: UVK.

Klein, W. P. (2000). Die Bezeichnungen für Filmtypen im Deutschen. Eine Untersuchung zur Lexik der Mediensprache. Deutsche Sprache(4), 289-311.

Klemm, M. (2000). Zuschauerkommunikation. Formen und Funktionen der alltäglichen kommunikativen Fernsehaneignung. Frankfurt am Main et al.: Lang.

Leitner, G. (1985). A diachronic study of broadcast communication. In G. Bentele & E. W. B. Hess-Lüttich (Eds.), Zeichengebrauch in Massenmedien. Zum Verhältnis von sprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen (pp. 376-394). Tübingen: Niemeyer.

Michel, D. (2001). Zeitungssyntax – Sprachwandel im 19. Jahrhundert. Deutsche Sprache(3), 223-241.

Möhn, D., Roß, D., & Tjarks-Sobhani, M. (Eds.). (2001). Mediensprache und Medienlinguistik. Festschrift für Jörg Hennig. Frankfurt am Main et al.: Lang.

Perrin, D. (2003). Progression analysis (PA): Investigating writing strategies at the workplace. Journal of Pragmatics, 35(6), 907-921.

Perrin, D. (2004). Journalistisches Schreiben – Coaching aus medienlinguistischer Perspektive. In K. Knapp, G. Antos, M. Becker-Mrotzek, A. Deppermann, S. Göpferich, J. Grabowski, M. Klemm & C. Villiger (Eds.), Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch (pp. 255-275). Tübingen et al.: Francke.

Perrin, D. (2006 i.V.). Medienlinguistik. Konstanz: UVK.

Raabe, J. (2004). Journalismus und seine Akteure. Empirische Journalismusforschung jenseits des Personen- und Systemparadigmas. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Roth, A. L. (2002). Social epistemology in broadcast news interviews. Language in Society, 31, 355-381.

Sleurs, K., Jacobs, G., & Van Waes, L. (2003). Constructing press releases, constructing quotations: A case study. Journal of Sociolinguistics, 7(2), 135-275.

Straßner, E. (2001). Von der Korrespondenz zum Hypertext. Zeitungssprache im Wandel. In U. Breuer & J. Korhonen (Eds.), Mediensprache – Medienkritik (pp. 87-102). Frankfurt am Main et al.: Lang.

Werlen, I. (2000a). Variation im gesprochenen Hochdeutschen in der deutschen Schweiz am Beispiel der Nachrichten von Radio DRS 1 und Radio DRS 3. In A. Häcki Buchofer (Ed.), Vom Umgang mit sprachlicher Variation. Soziolinguistik, Dialektologie, Methoden und Wissenschaftsgeschichte. Festschrift für Heinrich Löffler zum 60. Geburtstag (pp. 311-327). Tübingen/Basel: Francke.

Werlen, I. (2000b). »Zum Schluss das Wetter« – Struktur und Variation von Wetterberichten im Rundfunk. In J. Niederhauser & S. Szlek (Eds.), Sprachsplitter und Sprachspiele (pp. 155-170). Bern: Lang.

Wyss, V. (2004). Journalismus als duale Struktur: Grundlagen einer strukturationstheoretischen Journalismustheorie. In M. Löffelholz (Ed.), Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch (2., überarb. Aufl.). Opladen: Westdeutscher Verlag.