

aus: Deutsch als Fremdsprache 1 (2011), 56f.

**Heinz-Helmut Lüger/Hartmut E.H. Lenk (Hg.): Kontrastive Medienlinguistik. Mit CD-ROM**

Verlag Empirische Pädagogik, Landau 2008, 453 S., 34,90 € (Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft, 15)

Ein Titel, der Interesse weckt, denn es geht um gleich zwei aktuelle und höchst relevante Felder der modernen „globalisierten und mediatisierten“ Welt: Medien und Sprach(kultur)vergleiche.

Doch zunächst darf man fragen: Was ist eigentlich Medienlinguistik? „Nicht eigentlich eine neue linguistische Teildisziplin“, schreiben die Hg. in ihrem Einleitungsaufsatz, sondern „ein (mehr oder weniger) neues Untersuchungsfeld“. Sie beschäftigen sich „mit dem Sprachgebrauch in den Medien“ (11), und mit „Medien“ – diese Klärung ist angesichts des schillernden Begriffs nötig – seien „Massenmedien“ gemeint, das Web eingeschlossen.

Nun sollte aber nicht jede Untersuchung, die Material verwendet, das den Massenmedien entstammt, dieses attraktive (weil aktuelle und reizvolle Fragen thematisierende) Etikett für sich reklamieren. Die medienlinguistische Beschäftigung mit den Medien sollte doch wenigstens so weit gehen, dass man sich für die Medienspezifik, d. h. die „Medialität“ der jeweiligen Texte, interessiert, die (in diesem Medienverständnis) von den technischen, institutionellen und kulturellen Besonderheiten der Massenmedien geprägt sind, und zwar

aus einer linguistischen Perspektive. Hier wäre ein erster Prüfstein für die Beiträge eines Bandes mit einem solchen Titel.

Was kontrastive Linguistik ist, muss hingegen nicht mehr geklärt werden – sie ist eine zwar noch „relativ junge“ (Metzler Lexikon Sprache), aber doch schon so etablierte „Teildisziplin“ (Lexikon der Sprachwissenschaft) oder „Ausrichtung“ der Sprachwissenschaft (Metzler Lexikon Sprache), dass sie es immerhin zu Einträgen in den einschlägigen Lexika gebracht hat. Hier ist unstrittig, dass es um synchron angelegte interlinguale Vergleiche (mit und ohne Interkulturalität) geht. Das wäre ein zweiter Prüfstein.

Schaut man sich dann die (neben der Einleitung) 23 Beiträge dieses Bandes an, der aus einer gleichnamigen Landauer Tagung des Jahres 2007 hervorgegangen ist, stellt man etwas erstaunt fest, dass – zweiter Prüfstein – sieben davon gar nicht kontrastiv vorgehen, darunter übrigens durchaus lesenswerte: z. B. M. Hoffmann über Infotainment in deutschen Zeitungstexten zu einem Bond-Film oder H. E. H. Lenk über Presseschauen in Deutschlandfunk und Berliner Zeitung und die darin verwendeten Verben der Zitateinbettung. (Allerdings sollte ein „Medienlinguist“ wissen, dass der Deutschlandfunk weder „regierungs-eigen“ (359) ist noch „von der Bundesregierung finanziert“ (360).)

Besser sieht es mit der medienlinguistischen Ausrichtung aus – erster Prüfstein –, aber auch hier gibt es Fehlplatzierungen: Ein (ebenfalls guter) Beitrag – von K. Farø – beschäftigt sich mit der Grammatik der Instruktion, interessiert sich aber gar nicht für die Medialität der Texte, die auch nur „aus praktischen Gründen alle aus dem Internet stammen“ (290); zwei Beiträge sind gar nicht oder nur schwach linguistisch (Giessen über Kultur-faktoren auf Websites und Bilut-Homplewicz über Uni-Zeitungen).

bleiben immerhin 14, also die gute Hälfte, die man kontrastiv-medienlinguistisch nennen könnte; in allen geht es um Zeitungen oder Zeitschriften, zwei davon berücksichtigen auch Online-Versionen von Zeitungen. Das hat gute Gründe, denn der Landauer Hg. H.-H. Lüger ist ein ausgewiesener Printmedienexperte.

Für das bessere Verständnis von Medialität kann man aus den Sprach- und Kulturvergleichen eine Menge erfahren: z. B., dass die neuen Formen der Gratiszeitungen alle mehr Bilder und graphische Elemente verwenden, aber sich im Hinblick auf Nähestil-Elemente und Anglizismen in den verschiedenen Landeskulturen sehr wohl unterscheiden (E. U. Große); dass bestimmte bildliche Konkretisierungen sprachlicher Metaphern nicht in allen einzelsprachlichen Versionen internationaler Tourismuskampagnen funktionieren (G. Held); dass deutschsprachige und englischsprachige Zeitungen unterschiedliche Stile der Redewiedergabe

entwickelt haben, sodass etwa verblose Formen heute typisch für die Boulevardpresse der Schweiz und Deutschlands sind, in der Englands und Australiens aber gar nicht vorkommen (S. Hauser); dass finnische Immobilienanzeigen – anders als deutsche – schon im Print mehr Fotos haben, ihre Onlineversionen aber den nüchtern-knappen, kargen Sprachstil bewahren, während die deutschen online „sprachlich explodieren“ und mehr Imagearbeit betreiben (J. Möller-Kiero); dass in einem Artikel einer lettischen Zeitung die Bild-Sprache-Relation eher redundant sei, während sie in einem Artikel der „Süddeutschen Zeitung“ komplementär sei (I. Plaude).

Der letzte Fall zeigt übrigens wieder einmal, wie wenig ergiebig die traditionelle Frage nach Dominanz- und Passungsverhältnissen in der Untersuchung von Sprache-Bild-Beziehungen ist. Überhaupt würde man sich bei der sinnvollen und notwendigen Einbeziehung von Bildern etwas mehr begriffliche Präzision wünschen. Hilfreich wäre dabei z. B. die Unterscheidung von Kodalität, die Zeichenarten wie Sprache oder Bild betrifft, und Modalität, wo es um sog. „Kanäle“ oder Sinne geht, wie etwa in visueller und auditiver Wahrnehmung und Kommunikation. Das würde vielleicht die unsinnige Verwechslung von „Visualisierung“ und „Bebilderung“ erübrigen, die auch in diesem Band immer wieder zu verzeichnen ist (vgl. 38, 41, 80, 83, 98f., 326f.). Es ist „schräg“, wenn man im Fall von Printmedien, in denen Bilder zusätzlich zu oder anstatt der Schriftsprache eingesetzt werden, „Visualisierung“ vermuten wollte – als ob die Schriftsprache keine visuelle Zeichenart wäre! Ganz absurd klingt der Terminus „Mehrkanaligkeit“ für Schrift-Bild-Kombinationen (vgl. 83, 89); auch die Rede von „multimodaler“ Kommunikation (vgl. 96, 98) bleibt in diesem Sinne vage, geht es in Printmedien doch immer nur um mehrere Zeichenarten in ein und demselben Modus, dem der Visualität.

Die (kontrastive) Medienlinguistik kann und sollte sich also noch weiterentwickeln. Vielversprechende Ansätze findet man hier etwa in den schon erwähnten Beiträgen von Hauser und Möller-Kiero, aber auch z. B. in dem (nichtkontrastiven) Versuch von S. Stein, die Textsorte literarische Rezension durch verschiedene Medien (Zeitung, Fernsehen, Internet) zu verfolgen und anzudeuten, wie sich Varianten ausbilden und wie sich dabei Beteiligte, Funktionen, Ansprüche und Diskurspositionen verändern. Würde man dies kontrastiv ausbauen, wäre es auch ein Beitrag zu einer kontrastiven Medienlinguistik.

Für den vorliegenden Band (jedenfalls für einen Großteil seiner Aufsätze) würde vorerst ein etwas bescheidenerer Titel genügen: „Zeitungs-/Zeitschriftentexte im Vergleich“. So „abgerüstet“ kann man ihn empfehlen.

*Werner Holly*