

**MINISTERIUM FÜR HOCH- UND FACHSCHULBILDUNG
DER REPUBLIK USBEKISTAN**

**SAMARKANDER STAATLICHE HOCHSCHULE
FÜR FREMDSPRACHEN**



**TEXTVORLESUNGEN IN DER MASSEN MEDIEN
FÜR DIE STUDENTEN DES 3. STUDIENJAHRES**

Samarkand–2015

Schoimov A. Textvorlesungen in der “**Massenmedien**”.-Samarkand, 2015.

Redakteur: Dozent Jabborov S.

Rezensenten: Professor Bushuy A.M.
Dozent Nurmammedov A.

Erörtert und empfohlen in der wissenschaftlichen Beratung der Samarkander staatlichen Hochschule für Fremdsprachen (Protokol № 1 von 05.09.2015).

Vorlesung I
Massenmedien in Deutschland:
Die Rolle der Massenmedien in unserem heutigen Leben

Zu den Massenmedien gehören vor allem Fernsehen, Rundfunk und Presse. Presse, Rundfunk und Fernsehen bieten ein einheitliches Bild. Die Massenmedien sind berufen, die Bevölkerung umfassend zu informieren, den politischen Prozess im eigenen Lande und der Welt kritisch zu begleiten. Die Information muss wahr, nützlich für die Menschen und umfassend im Sinne des Charakters unserer Epoche sein. Es darf kein Abschweifen von den Hauptfragen auf Nebensächlichkeiten geben. Missbrauch und Verfälschung der Information muss bekämpft werden.

Das Fernsehen ist ein bedeutender Faktor des gesellschaftlichen, geistigen und kulturellen Lebens. Es hat als Mittel der aktuellen politischen Information, der Bildung und Unterhaltung eine große Massenwirksamkeit. Unser Fernsehfunk strahlt verschiedene Programme aus. Das 1. Programm der Informationsfernsehagentur wird in Moskau produziert und ausgestrahlt. Das 2. Programm gehört "dem Russischen Fernsehfunk". Weißrussland hat auch sein eigenes Fernsehprogramm, Beliebte Unterhaltungssendungen wie "Der Glücksrad", "Der Morgenstern", "Das internationale Panorama" und andere fesseln viele Millionen Zuschauer. Das Kinderfernsehen erfreut sich großer Beliebtheit und ist von hoher künstlerischer und pädagogischer Qualität.

Eine immer größere Rolle spielt das Bildungsfernsehen mit Kursen über Mathematik, Russisch, Geschichte. Mit großem Vergnügen erwartet man die Programme mit Sprachkursen in Deutsch, Englisch, Belorussisch. Außerdem empfängt man in Weißrussland 2 Polnische Programme und das West-Fernsehen.

Rundfunk

Jeder besitzt heutzutage ein Rundfunkgerät. Unser Rundfunk gliedert sich in verschiedene Hauptprogramme, z.B.: "Radio Moskau", "Radio Russland", der Belorussische Rundfunk usw. Es gibt auch verschiedene Regionalprogramme. Sehr populär ist der Sender "Leuchtturm", der eine hochaktuelle Information "rund um die Uhr" garantiert. Beliebt sind vor allem Musiksendungen, Hörspiele. Auf Kurzwellen empfängt man auch ausländische Sender solche wie: "Radio Luxemburg", "Radio Berlin International", "Deutsche Welle", BBS usw., die sehr ausführlich über die Ereignisse in der ganzen Welt berichten.

Durch Perestroika ist heutzutage in unserem Land die Freiheit der Presse gewährleistet. Jeder kann sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert unterrichten, in unserem Land erscheinen heute eine Menge von Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Zeitschriften usw. Die Zahl der Zeitungen hat sich in der letzten Zeit verdoppelt. Die Presse versucht alle Lebensbereiche der Menschen zu durchdringen und zu beherrschen. Die Presse informiert frei

und vollständig über die Vorgänge in der Welt. Auch Andersdenkende haben jetzt Freiheit sich zu äußern.

Fernsehen. Rundfunk und Presse sind für mich ein Fenster in die Welt. Ich bin seit vielen Jahren ein ständiger Leser, Zuhörer- und Fernsehfan. Ich bin immer stets gut beraten und bin auf dem Laufenden. In den Zeitungen und Zeitschriften finde ich immer was für mein Hobby, meine Freizeit. Mir machen auch die Sammelserien Spaß. Und vor allem erfahre ich viel Neues und Interessantes über das Leben der Jugendlichen im Ausland, im eigenen Land. Sport, Kultur, politische Ecke sind meine Lieblingsthemen. Am liebsten aber sehe ich fern. Hier hat man die Information gleichzeitig in Wort und Bild.

Musikkonzerte, Fernsehfilme, Trickfilme sind mir nicht fremd. Mit großem Vergnügen sehe ich mir Sprachkursen in Deutsch an. Leider zeigt man uns keine Filme in der deutschen Sprache. Also die Massenmedien spielen eine große Rolle im Leben des Menschen. Sie sind vor allem eine Quelle des Wissens, Denkens und der Weiterbildung.

1.1. Massenmedien

Man unterscheidet folgende Massenmedien: Presse, Radio, und Fernsehen. Von allen Massenmedien wählen die meisten jungen Leute das Fernsehen. Fernsehen ist eine der wichtigsten Erfindungen des 20. Jahrhunderts. Ein moderner Mensch bekommt bis zu 70 % Informationen aus dem Fernsehen. Man sieht Informationsprogramme, Direktübertragungen von politischen, kulturellen und sportlichen Ereignissen, vielseitige Reportagen, Reiseberichte, Spielfilme, Shows, Konzerte und andere Programme. Dank fernsehen gibt es keine Grenzen mehr, man erfährt alles aus der ganzen Welt am Tage der Ereignisse. Vielen Menschen macht das Fernsehen viel Spaß. Man muss aber stundenlang am Fernseher nicht sitzen. Jeder Mensch hat seine Lieblingsübertragungen. Mir gefallen solche Programme wie "Das Wunderfeld", "Oh, glücklicher Mann", "Wer will ein Millionär werden?" und andere. Einige Menschen finden das Fernsehen schädlich. Ich glaube, sie sind im Unrecht. Schädlich ist stundenlanges Sitzen vor dem Fernseher.

Die Rolle der Presse ist in unserem Land sehr groß. Man nennt sie oft die vierte Macht. Die Zeitung dient dazu, die öffentliche Meinung zu bilden und immer Neues zu erfahren. Die Zeitungen berichten über alles: Politik, Kunst, Probleme der Industrie und des Umweltschutzes, Privatleben der Stars, Sport, Bildung und kulturelle Ereignisse. Heutzutage ist es schwer, sich bei der ganzen Pressefreiheit zu orientieren.

Das Rundfunk verliert heute seine Bedeutung. Nur 9 % der Menschen hören heute das Radio.

1.2. Die Rolle der Massenmedien in unserem Leben

Zu Massenmedien gehören das Fernsehen, der Rundfunk und die Presse. Und jede diese Art ist von großer Bedeutung. Schwer zu sagen, welches Medium wichtiger ist.

Also in meinem Leben spielen die Medien eine große Rolle. Am wichtigsten ist mir persönlich das Internet, weil man hier alles machen kann: Man weiss, was in der Welt passiert, man kann mit seinen Freunden, aber auch mit Fremden chatten, man kann sich Filme oder Videos ansehen, man kann sich Musik anhören. Man kann einfach alles.

Es ist nicht so, dass ich ohne Internet nicht mehr Leben kann, aber es spielt schon eine große Rolle in meinem Leben.

Das Fernsehen spielte früher, als ich nicht so oft am PC war, eine große Rolle. Aber mittlerweile sehe ich auch nicht mehr so viel fern.

Seltener lese ich die Zeitungen, da es mich einfach nicht so interessiert. Außerdem gibt es für mich andere Wege, um auf dem neusten Stand zu sein. Zeitschriften und Bücher lese ich hingegen total gern.

In der Jugendsprache zeigt sich ein Spiegelbild der Kultur, wobei seit den letzten Jahrzehnten vulgäre Ausdrücke oft auf der Tagesordnung stehen. Manche Forscher geben dabei den Medien die Schuld, die offen mit der vulgären Sprache umgehen und einen Verfall der Sprache bewirken.

Niemand kann sich heute sein Leben ohne moderne Massenmedien vorstellen, ungeachtet aber, dass die Information in den Massenmedien nicht immer geprüft wird. Wir bemerken manchmal nicht, dass die Medien uns überall umgeben: im Bus, in den Straßen, in der Arbeit, im Auto, im Cafe. Sie haben heute mehr Vorteile als Nachteile und bilden einen der Hauptbestandteil der modernen Gesellschaft und entwickeln sich ständig.

1.3. Die Rolle des Fernsehens im Leben von Kindern und Jugendlichen

Neben der Familie und der Schule übt das Fernsehen aufs Kind einen großen Einfluss, denn es bestimmt ein Verhaltensmuster, den die Kinder und Halbwüchsigen nachzuahmen neigen. Deshalb ist das Fernsehen ein mächtiges Mittel, um dem Kind bestimmte Vorstellungen und Charakterzüge zu aneignen.

Ein Fernseher gibt es heute praktisch in jeder Familie. Aber die Ziele, die das heutige kommerzielle Fernsehen verfolgt, haben mit der Bildung und der Persönlichkeitsentwicklung kaum was zu tun. Das Hauptziel der Mehrheit von Filmen ist die Unterhaltung und die Verbreitung des Zuschauerraums mit der Absicht, einen möglichst größeren Gewinn zu ziehen.

Heutzutage beginnen viele Kinder fern zu sehen, wenn sie noch nicht einmal Dialoge verstehen, geschweige über den Hauptgedanken des Films. Und in vielen Familien wird es in keiner Form kontrolliert, was sich das Kind ansieht, ob der Film die Gewalt oder unanständige Szenen enthält. Und diese wirken negativ auf das Kind, denn es nimmt sich unabsichtlich ein Beispiel daran, wird unruhig und aggressiv.

Manche Eltern verbieten aber die Kinder fern zu sehen, aus Angst, dass es dort nur Brutalität und Hektik gibt und dass selbst die Kindersendungen nicht kindergerecht sind. Das schon, aber sie haben selbst keine Zeit für ihre Kinder, sind den ganzen Tag in der Arbeit. Und wenn sie abends zu Hause sind, dann

sind sie müde und haben überhaupt keinen Wunsch, sich mit Kindern zu unterhalten und zu spielen. Und hoffen auf ihre lebhaft Phantasie.

Nicht alles ist doch so schlimm. Es sei betont, dass er in der letzten Zeit im Fernsehen Kinderprogramme erscheinen. Diese sind unmittelbar auf Kinder gerichtet, auf die Aneerziehung moralischer Eigenschaften und Ansichten und natürlich sie erweitern sein Gesichtskreis und prägen den richtigen Verhaltensmuster.

Alles ist gut in Maßen. Natürlicherweise sind die Eltern nicht imstande, ihr Kind vor dem nicht immer positiven Einfluss des Fernsehens und anderer Massenmedien zu schützen, doch sie können ihr Kind im Voraus stimmen und hiermit die Auswirkung vermindern.

1.4. Aufgaben der Massenmedien in der Gesellschaft

Die Bedeutung der Massenmedien für die moderne Gesellschaft ist kaum zu überschätzen. Sie prägen das Bild der Menschen von ihrer Welt und ihrer weiteren Umwelt vielfach stärker als eigenes Erleben, als Schule oder andere Bildungsinstitutionen.

Massenmedien sind dadurch gekennzeichnet, dass sie sich an eine Masse richten, an ein nach Zusammensetzung und Anzahl unbestimmtes Publikum, das nicht an einem Ort versammelt ist. Prinzipiell sind sie für jeden zugänglich. Sie wirken in eine Richtung, und zwar vom Kommunikator zum Rezipienten. Dazu können sie nur auf indirektem Weg wirken, nämlich durch technische Hilfsmittel (Rotationsdruck, Funkwellen, Sende- und Empfangsgeräte). Traditionellerweise werden Presse, Hörfunk und Fernsehen als Massenmedien bezeichnet. Massenmedien kann man deshalb als Transportmittel der indirekten Kommunikation bezeichnen, die im Leben vieler Menschen einen größeren Raum einnimmt als die direkte Kommunikation.

Nur in der Familie, mit Freunden und am Arbeitsplatz findet noch direkte Kommunikation statt. Doch schon wenn wir über Gott und die Welt, Kinofilme oder Sport reden, können wir merken, dass fast alle ihr wissen, oder auch oft ihre Meinung, aus den Medien beziehen. Um den Unterschied zwischen direkter und indirekter Kommunikation zu verdeutlichen, gibt es ein schönes Beispiel: Ein Schauspieler müsste in einem Theater jahrelang allabendlich auftreten, sollte er von ebenso vielen Zuschauern gesehen werden wie bei einem einzigen Fernsehauftritt. Dies zeigt das Phänomen der Massenmedien.

Die Massenmedien haben viele politikbezogene Aufgaben und Leistungen. Über diese Aufgaben gibt es in der Literatur unterschiedliche Auffassungen, und als wichtigste werden angesehen: Information, Orientierung und Integration, Artikulation, Kritik und Kontrolle, „Erziehung“.

Die Massenmedien haben die Aufgabe, das Publikum über das politische, wirtschaftliche, kulturelle und andere Geschehen, über Parlament, Regierung, Parteien, Gerichte, Interessengruppen, über Fakten und Handelnde zu informieren. Ziel dabei ist die Fähigkeit der Mediennutzer, sich ein Bild von allgemein wichtigen und sie interessierenden Fragen, Vorgängen und

Ereignissen in Staat und Gesellschaft zu machen. Sie verfügen damit über genug Wissen, um sich am politischen Geschehen zu beteiligen. Sei es durch die Teilnahme an Wahlen, durch aktive Mitarbeit in Parteien, Bürgerinitiativen usw. Da unsere Gesellschaft viel zu großräumig geworden ist, kommen wir mit dem direkten Gespräch nicht mehr aus. Wir als einzelne und die vielfältigen Gruppen, die in dieser Gesellschaft bestehen, sind darauf angewiesen, miteinander durch die Medien zu kommunizieren.

„Dabei müssen wir uns der Tatsache bewusst sein, dass wir die Welt zum großen Teil nicht mehr unmittelbar erfahren, sondern es handelt sich überwiegend um eine durch Medien vermittelte Welt!“

Im tagesaktuellen und dokumentarischen Journalismus geht es darum, Wirklichkeit abzubilden. Sonst wäre es Fiktion. Kein Medium ist in der Lage, die ganze Wirklichkeit darzustellen. Es kann immer nur ein Ausschnitt sein. Dem Publikum Sachverhalte und Ereignisse so exakt und so verständlich wie möglich zu zeigen, ist Ziel der meisten Journalisten. Sie versuchen dabei, die Wirklichkeit zu schildern.

Doch das wird bestritten. Für Anhänger der Theorie des Konstruktivismus gibt es gar keine erkenntnistheoretische Realität. Alles, was als real angesehen wird, ist für sie bloß eine Konstruktion von Wirklichkeit. Ihre These lautet: Die Massenmedien informieren uns nicht objektiv, sondern sie bereiten Ausschnitte der Wirklichkeit durch Auswahl, bewusste Anordnung und geschickte Präsentation zu Inszenierungen auf, die als Manipulation und potentielle Fälschung nicht erkennbar sind. Sie werden von den Rezipienten für wahr gehalten.

Fast alles, was in der Presse auftaucht, ist rechtlich geschützt. Im 18. Jahrhundert hat man sich eine Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit erkämpft, welche im 19. Jahrhundert zeitweilig geduldet, im autoritären und totalitären Staat des 20. Jahrhunderts beseitigt und in den demokratischen regierten Staaten verfassungsrechtlich gesichert worden ist. So steht im Artikel 5 des Grundgesetzes:

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Deutschland gilt als das Ursprungsland der Zeitung. Nach Funden, gelten als die ältesten Nachrichtenblätter der „Aviso“ (auch Avisa, Anzeiger) aus Wolfenbüttel und die Straßburger „Relation“ (Mitteilung). Von ihnen wurden Ausgaben aus dem Jahr 1609 gefunden. Während sie meistens nur wöchentlich erschienen, kam 1650 in Leipzig mit den „Einkommenden

Zeitungen“ (danach war „Zeitung“ gleichbedeutend mit Nachricht) die erste Tageszeitung der Welt heraus. Doch davon will die moderne Gesellschaft nichts mehr hören. Denn die Deutschen lassen sich von (fast) niemanden übertreffen, was das Hören und Sehen angeht. Während praktisch in jedem Haushalt ein Radio- und ein Fernsehgerät stehen, beziehen nur drei Viertel aller bundesdeutschen Haushalte regelmäßig eine Tageszeitung. Es gibt darüber hinaus einen deutlichen Trend zu Zweit- und Drittgeräten: 1993 lebte fast jeder dritte Bürger in einem Haushalt mit mindestens zwei Fernsehapparaten; und drei von vier Bürgern besaßen mindestens drei Radios in ihrem Haushalt.

Dazu kann man heutzutage alle Informationen, die man braucht, aus dem Internet beziehen. Die Weiterentwicklung der Technik, bietet den Massenmedien neue Transportwege und ebnet den Weg in die Informationsgesellschaft.

„Meine These ist, dass der Umbau im Mediensystem die gesellschaftliche Integrationsleistung der Medien verändern und schwächen wird. Die Strukturveränderungen im Kommunikationssystem einer Gesellschaft führen dazu, dass einzelne Leistungen sich ändern, aber auch wegfallen. Die zeitgleiche Versammlung großer Publika wird zunehmend von vielen, zu unterschiedlichen Zeitpunkten realisierten Kommunikationskontakten abgelöst, stabile Kommunikationsräume werden ergänzt durch flüchtige, transterritoriale Räume von Gleichgesinnten und Interessierten. Quantitative Erweiterungen oder Reduzierungen von Medienfunktionen sind daher das eine, das andere jedoch der qualitative Wandel des Kommunikationssystems, den vielschichtige Grenzaufhebungen kennzeichnen zwischen den Bereichen der medialen Aussagenentstehung, der kommunikationstechnischen Vermittlung und der Nutzung, zwischen den Prozessen und Formen der Kommunikation sowie den Kommunikationsräumen – von der Individual- bis zur Massenkommunikation. Welche Rolle können Medien künftig mit Blick auf andere „Sozialisationsagenten“ wie Familie, Schule, Hochschule und peer-groups spielen und wer – falls die Medien ausfallen – kann sie erbringen? Am Beispiel Integration wird deutlich, dass die Medien aus strukturellen Gründen immer weniger das leisten können, was von ihnen erwartet wird. Die Fragen lassen sich weiter fassen: Welche Idee gesellschaftlicher Kommunikation setzt sich durch und wie viel Integration braucht eine Gesellschaft, um handlungsfähig zu bleiben? Die Innovationen im Kommunikationssystem ergänzen zunächst herkömmliche Medienleistungen, sie beinhalten jedoch auch das Potential, sie langfristig abzulösen. Das würde die parzellierenden bzw. segmentierenden Effekte der Medienkommunikation stärken und neuartige Integrationsprozesse initiieren. Auf jeden Fall werden sich die Integrationsleistungen der Medien ändern – verstanden als die Möglichkeit des Einzelnen, sich mit „seiner“ Gesellschaft, in der er lebet, und „seinem“ Kulturraum, dem er sich zugehörig fühlt, zu identifizieren.“ (Claudia Mast)

1.5. Massenmedien in Deutschland

Die Massenmedien gehören zu den wichtigen Kommunikationsmitteln, die auf breite Kreise der Bevölkerung einwirken. Die Massenmedien übernehmen eine wichtige Aufgabe in der modernen Gesellschaft. Sie beleuchten komplizierte Entwicklungsprozesse auf den verschiedenen Lebensgebieten: Politik, Wirtschaft, Kultur. Zu den Massenmedien gehören vor allem Fernsehen, Rundfunk und Zeitungen.

Die Bürger der BRD haben die Möglichkeit, sich aus vielen Medien zu informieren. Hier existieren über 2000 Verlage. Täglich werden über 100 neue Titel veröffentlicht. Deutschland gilt als das Ursprungsland der Zeitung. Nach Funden, gelten als die ältesten Nachrichtenblätter der „Aviso“ und die Straßburger „Relation“. Täglich erscheinen in der BRD 383 Zeitungen mit fast 1600 lokalen und regionalen Ausgaben, für die 136 eigenständige Redaktionen arbeiten. Die verkaufte Gesamtauflage liegt bei rund 32,9 Mio Exemplaren. Die bekanntesten Zeitungen sind: „Bild-Zeitung“, „Die Zeit“, „Spiegel“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Es gibt auch eine Reihe der Zeitungen, die nur am Wochenende erscheinen: „Bild am Sonntag“, „Welt am Sonntag“, „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“. In den letzten Jahren sind mehr und mehr Zeitungen dazu übergegangen, sieben Mal wöchentlich zu erscheinen, so z.B. die „Berliner Zeitung“.

Die Zahl der Hörfunk- und Fernsehprogramme nimmt weiterhin zu. In der Bundesrepublik gibt es 11 Landesrundfunkanstalten, eine Anstalt des Bundesrechts, die Anstalt Zweites Deutsches Fernsehen. Der größte Sender ist der Westdeutsche Rundfunk mit rund 4400 Mitarbeitern, der kleinste Radio Bremen mit rund 650 Beschäftigten.

Was Fernsehen betrifft, hat ein Deutscher die Auswahl zwischen bis 33 Programmen – sofern er in einem verkabelten Haushalt lebt. Verfügt er über eine private Antenne für den Satellitendirekttempfang, so kann er allein über 100 Programme aus ganz Europa empfangen.

Einige Fernsehprogramme im deutschen Fernsehen:

ARD – das erste Programm, ZDF – das Zweite Deutsche Fernsehen mit Sitz in Mainz ist ein öffentlich-rechtlicher Sender, Pro7 – Fernsehen aus München zielt auf ein junges, intelligentes Publikum, RTL – ist die beliebteste TV-Sender der Deutschen. Besonders beliebt ist das Programm aus Köln bei der umworbenen Zielgruppe der 14- bis 49jährigen. TM3 –für Frauen.

1.6. MassenmedienFernsehen

Das Fernsehen ist neben Zeitungen, Zeitschriften und Rundfunk ein wichtiges Massenmedium, das viele Benutzer* erobert hat. In Deutschland allein sind es 65 Millionen Menschen.

Das Fernsehen informiert uns und erlaubt uns, am Geschehen* teilzunehmen. Es führt uns Länder und Leute aus der ganzen Welt vor. Es läßt uns sich an die Vergangenheit erinnern und über die Gegenwart nachdenken*. Das Fernsehen ermöglicht es, "mit dabei zu sein" und erweitert uns so unser

Weltbild. Außerdem übt es einen großen Einfluß* auf die Meinungsbildung seiner Zuschauer aus.

Das Fernsehen hat eine große Anziehungskraft* auf viele Menschen. Es fasziniert. Die Ansprüche* der Zuschauer sind unterschiedlich. Der eine sucht nach den Informationen und möchte über das Geschehen in der Welt informiert werden, der zweite interessiert sich für Sport über alles*, der dritte ist für Wissenswertes aus Natur und Technik begeistert, der vierte bevorzugt es, Musik zu hören und nur Videoclips zu sehen, der fünfte möchte Unterhaltung und träumt nur von Spielfilmen. Den verschiedenen Interessen der Zuschauer entspricht ein reiches Programmangebot.

Die Sendungen kommen über Antenne, Kabel und Satellit ins Haus und bringen, was wir sehen wollen: Aktuelles aus aller Welt, Unterhaltung, Sport und Informationen zu Politik. Wenn der eine Sender mit seinem Programm endet und man weiterschauen möchte, schaltet man auf einen anderen Sender. Fernsehen gibt es schon zum Frühstück und der Sendeschluß* ist spät in der Nacht.

Stark entwickelt sich in den letzten Jahren der Video-Bereich. Man nutzt den Recorder, um die bevorzugten Spielfilme, Unterhaltungsprogramme, Shows aufzuzeichnen. Man kauft oder leiht Kassetten aus und stellt sein eigenes TV-Programm zusammen. Das Angebot ist groß, von Sprachkursen und Ballett bis zu den Western, Komödien und Horror.

Das Fernsehen ist aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Über das Fernsehen werden wir informiert und unterhalten. Aber mancher sitzt stundenlang vor diesem flimmernden* "Fenster zur Welt" und hat schon Schwierigkeiten mit dem Fernsehen. Die Programmgestalter* haben aber gar nicht geplant, daß wir alles sehen müssen.

Die Rolle der Massenmedien in unserem heutigen Leben ist sehr gross. Ohne Massenmedien kann die moderne menschliche Gesellschaft überhaupt nicht auskommen. Unter Massenmedien versteht man Rundfunk, Fernsehen, Internet und Presse.

Das wichtigste Massenmedium von heute ist das Fernsehen, weil Fernsehsendungen von vielen Milliarden Menschen unseres Planeten täglich angeschaut werden. Im Fernsehen werden aktuelle Reportagen und Nachrichten, Diskussionen und Shows, Unterhaltungs- und Sportsendungen, populärwissenschaftliche und Lernprogramme für Kinder und Erwachsene übertragen.

Der zweite Platz unter den Massenmedien gehört dem Rundfunk. Hier gilt das Motto „Was nicht gesehen werden kann, kann gehört werden". Aus diesem Grund wird im Radio die grösste Aufmerksamkeit der Musik, den Nachrichten, dem Wetterbericht und ähnlichen Sachen gewidmet.

Die moderne Presse ist das älteste Massenmedium und ist von zahlreichen Zeitungen, Zeitschriften und sonstigen Druckschriften vertreten. In der Presse

werden die aktuellsten Probleme des politischen, wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und wissenschaftlichen Lebens erläutert.

Sehr schnell wächst heute die Bedeutung von Internet und sein Einfluss auf unser Leben. Unsere Existenz kann heutzutage ohne Internet kaum vorgestellt werden. Im Internet kann man alle möglichen Bücher und Informationen finden, beliebige Lebensmittel und Waren kaufen, Tickets und Reisen buchen und kaufen, Musik und Filme downloaden, Dienstleistungen und Waren anbieten oder kaufen, Nachrichten und Artikel lesen, sich an diversen Foren und Blogs beteiligen etc. Über Internet kann man Briefe verschicken, Daten übergeben, Telefongespräche führen und viele sonstige nützliche Sachen erledigen.

Vorlesung II

Rundfunk, Fernsehen, Internet und Presse

Heute sehen fast alle Leute fern. Sie können sich das Leben ohne Fernsehen nicht vorstellen. Viele haben zu Hause mehr als zwei Fernseher. Kinder kommen von der Schule und sofort suchen die Fernbedienung. Aber ist das gut? Sollen wir so lange vor dem TV sitzen? Hat es Einfluss auf unsere Gesundheit?

Durchschnittlich sitzt ein Mensch in Deutschland täglich zwischen 3 und 4 Stunden vor dem Fernseher. Pro Woche macht das ca. 21 Stunden, pro Monat 84 Stunden und pro Jahr 1095 Stunden. Von einem Jahr verbringen Menschen in Deutschland also rein statistisch 45 Tage vor der Flimmerkiste. Zu diesen Personen zählen auch Kinder unter 14 Jahre.

Fernsehen ist eine gute Weise um freie Zeit zu verbringen. Zweifellos hilft es uns erholen und macht uns Spaß. Es ist ein große Vergnügen sich nach dem ganzen anstrengenden Tag auf ein bequemes Sofa zu setzen und sich ein Film vom Lieblingsregisseur anzusehen – das reduziert Stress und entspannt. Dank dem Fernsehen sind wir auch gut informiert. Jeder Tag können wir verschiedene Nachrichten anschauen und viele Informationen einholen. Die Welt ist **klein** geworden. Im Fernsehen kann man Ratschläge aus vielen Gebieten bekommen. Frauen können kochen lernen. Männer sehen Auto-**Moto**-TV. Junge Leute können sogar Fremdsprachen lernen. Deshalb können sie zu Hause neue Kenntnisse gewinnen. Auf diese Weise verbringen Menschen die Freizeit. Es zeigt viele Werbungen, die fast immer einen Film oder ein Programm unterbrechen. Das ist sehr ärgerlich für mich, aber für Fernsehen ist Werbung eine wichtige Quelle der Einkommen Fernsehen ist ein gutes Medium und wenn die Leute keine Probleme vom Fernsehen oder von Fernsehern haben,

sehen sie nicht zu viel fern. Das spricht für das Fernsehen. Fernsehen hat aber auch seine Nachteile. Die Leute, die sagen, dass junge Menschen zu viel fernsehen, glauben, dass Fernsehen ein schlechtes Medium ist. Fernsehen hat viele negative Aspekte. Wenn man zu viel fernsieht, wird man oft nicht aktiv, und kann dick und ungesund werden. Die Gammastrahlen von Fernsehen können Gesundheit beschädigen. Leute, die zu oft fernsehen, können Probleme mit den Augen bekommen, und können vergessen, wie man mit anderen Leuten Spaß hat. Fernsehen ist eine Gefahr besonders für die Kinder. Viele Kinder sind süchtig nach dem Fernsehen und sehen ihre Lieblingssendungen, wenn sie Hausaufgaben oder etwas Wichtiges machen sollen. Die Kinder sehen drastischen Szenen, die machen im Laufe der Zeit auf sie keinen Eindruck. Viele junge Leute, die zu viel Zeit vor dem Fernseher verbringen, gehen zu spät ins Bett, und dann werden sie müde, und können mehr Probleme bekommen. Ebenso es stiehlt unsere Zeit. Viele Familien können nicht Wochenende ohne Fernsehen verbringen. Sie sehen lieber einen Film anstatt einen Spaziergang machen. Sie verschwenden ganze Tage statt aktiv die Zeit verbringen. Anstatt mit der Familie zu sprechen, streiten wir welches dumme Programm wollen wir anschauen. Es ist auch überfüllt mit Gewalt. Deshalb haben Leute kein starkes Gerechtigkeitsempfinden und sind weniger hilfsbereit. Sie treiben keinen Sport, weil sie von der Schule kommen und sofort die Fernbedienung suchen. Mangel am Sport bewirkt viele Krankheiten und Fettsucht. Manchmal führt Fernsehen zu der Sucht. Leute können nicht mehr ohne TV leben und verbringen jede Minute vor dem Fernseher. Heutzutage haben viele Menschen das Problem. Im Fernsehen können wir viele brutale Szenen, Kriege, Gewalt, Verbrechen sehen. Es popularisiert oft auch Hass gegen Menschen, die fremder Rasse oder Herkunft sind. Am häufigsten zeigt Fernsehen menschliche Tragödien und Katastrophen. Außerdem wird man nicht mehr zum selbständigen Nachdenken angeregt. Das kann blöd machen. Das ist auf sich Job oder Studium auswirken. Viele sehen den Fernseher als einen "guten Freund", das in die eigene Persönlichkeit zurückgedrängt wird. Meiner Meinung nach ist Fernsehen ein Dieb der Zeit. Menschen vergessen die ganze Welt wegen des Fernsehens. Das wird nicht gefährlich, wenn wir maßhalten werden.

Vorlesung III

Face-to-Face-Kommunikation

Jeder besitzt heutzutage ein Rundfunkgerät. Unser Rundfunk gliedert sich in verschiedene Hauptprogramme, z.B. : "Radio Moskau", "Radio Russland", der Belorussische Rundfunk usw. Es gibt auch verschiedene Regionalprogramme. Sehr populär ist der Sender "Leuchtturm", der eine hochaktuelle Information "rund um die Uhr" garantiert. Beliebt sind vor allem Musiksendungen, Hörspiele. Auf Kurzwellen empfängt man auch ausländische Sender solche wie: "Radio Luxemburg", "Radio Berlin International", "Deutsche Welle", BBS usw. , die sehr ausführlich über die Ereignisse in der ganzen Welt berichten.

Durch Perestroika ist heutzutage in unserem Land die Freiheit der Presse gewährleistet. Jeder kann sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert unterrichten, in unserem Land erscheinen heute eine Menge von Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Zeitschriften usw. Die Zahl der Zeitungen hat sich in der letzten Zeit verdoppelt. Die Presse versucht alle Lebensbereiche der Menschen zu durchdringen und zu beherrschen. Die Presse informiert frei und vollständig über die Vorgänge in der Welt. Auch Andersdenkende haben jetzt Freiheit sich zu äußern.

Fernsehen. Rundfunk und Presse sind für mich ein Fenster in die Welt. Ich bin seit vielen Jahren ein ständiger Leser, Zuhörer- und Fernsehfan. Ich bin immer stets gut beraten und bin auf dem Laufenden. In den Zeitungen und Zeitschriften finde ich immer was für mein Hobby, meine Freizeit. Mir machen auch die Sammelserien Spaß. Und vor allem erfahre ich viel Neues und Interessantes über das Leben der Jugendlichen im Ausland, im eigenen Land. Sport, Kultur, politische Ecke sind meine Lieblingsthemen. Am liebsten aber sehe ich fern. Hier hat man die Information gleichzeitig in Wort und Bild.

Musikkonzerte, Fernsehfilme, Trickfilme sind mir nicht fremd. Mit großem Vergnügen sehe ich mir Sprachkursen in Deutsch an. Leider zeigt man uns keine Filme in der deutschen Sprache. Also die Massenmedien spielen eine große Rolle im Leben des Menschen. Sie sind vor allem eine Quelle des Wissens, Denkens und der Weiterbildung.

Politische Beteiligung in einer Massendemokratie wird durch Presse, Funk und Fernsehen erst möglich. Der einzelne kann politische Entscheidungen nur treffen, wenn er umfassend informiert ist unterschiedliche Meinungen kennen lernen und gegeneinander abwagen kann. Die Massenmedien stellen Öffentlichkeit her, in der ein Austausch der verschiedenen politischen Meinungen von gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen, Parteien und politischen Institutionen stattfindet. Nur solche Meinungen, die in den

Massenmedien zu Diskussthematen werden, haben die Chance öffentlich wirksam zu

werden. Öffentliche Meinung wird somit weitgehend durch die veröffentlichte Meinung bestimmt. Daraus ergibt sich eine besondere Verantwortung der Massenmedien.

Presse, Hörfunk und Fernsehen in Deutschland stehen im Kampf um die Gunst des Publikums. 2005 besaßen 98 Prozent aller Familien einen Fernsehapparat, 98,7 Prozent — ein Radio, 75 Prozent — einen Videorecorder, 84 Prozent — einen CD-Player, 61 — einen Computer, 46,8 — einen DVD-Player.

Die Massenmedien erhalten ihre Informationen sowohl durch eigene Korrespondenten als auch durch die Nachrichtenagenturen des In- und Auslandes. Neben der Deutschen Presseagentur (dpa, Hamburg) und dem Deutschen Depeschendienst (ddp, Bonn) gibt es deutschsprachige Dienste von Associated Press (ap, Frankfurt), Agence France Presse (afp, Bonn) und Reuters (Bonn). In Berlin sind etwa 900 deutsche Journalisten und rund 450 ausländische Journalisten aus 61 Staaten tätig.

AUFGABEN DER MASSEN MEDIEN

Die Massenmedien haben die Aufgabe • Informationen zu verbreiten, sie sollen so umfassend, sachgerecht und verständlich wie möglich sein; zur Meinungsbildung der Bürger beizutragen, indem sie komplizierte politische Probleme und Zusammenhänge einsichtig machen und politische Ereignisse kommentieren; die Entscheidungen der politischen Institutionen sowie das Verhalten der Amtsinhaber zu kontrollieren und Missstände zu kritisieren.

VERFASSUNGSRECHTLICHE REGELUNGEN

Artikel 5

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet.

Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Das Grundgesetz schützt die Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit in Art. 5 Abs. 1. Damit wird in erster Linie der Schutz vor staatlichen Eingriffen gewährleistet, zum Beispiel: Meinungsäußerungen sind nicht strafbar; staatliche Überwachung und Unterdrückung von Veröffentlichungen sind unzulässig; Behörden müssen Publikationsorganen Auskunft geben: Journalisten brauchen Informanten nicht preisgeben.

Art. 5 Abs. 2 schützt den einzelnen gegen die Macht der Medien. Beleidigungen und Verleumdungen stehen unter Strafe. Schwierig

ist die Abwägung zwischen der Freiheit der Berichterstattung und dem Recht an der eigenen Persönlichkeit, zu dem der Schutz der Privat- und Intimsphäre, der persönlichen Ehre und das Recht am eigenen Bild gehören. Bei unrichtigen Tatsachenbehauptungen — nicht aber bei Werturteilen und Meinungsäußerungen — besteht ein Anspruch auf Gegenüberstellung.

ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

In der Bundesrepublik Deutschland ist die Pressefreiheit durch Artikel 5 des Grundgesetzes geschützt. Die Presse ist vom Staat unabhängig. Rund 400 Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sind fast ausnahmslos in privatem Besitz. Sie geben (Stand: 2005) 387 Zeitungen (355 Tages-, 25 Wochen- und 7 Sonntagszeitungen) mit einer täglichen Druckauflage von 25 Millionen Exemplaren heraus. Viele Tageszeitungen erscheinen mit mehreren Lokalausgaben unter verschiedenen Namen. Man nennt das „Publizistische Einheiten“. Sie haben eine Vollredaktion und für die verschiedenen Lokalausgaben jeweils eine Lokalredaktion. Es gibt 135 Publizistische Einheiten mit 1576 Zeitungsausgaben. Daneben erscheinen über 800 Publikumszeitschriften mit einer Auflage von 124 Millionen Exemplaren.

Dazu sind illustrierte, Jugend-, Kinder-, Frauen-, Programmzeitschriften; zu den größten Publikumszeitschriften gehören „Stern“ und „Bunte“. Außerdem gibt es noch rund 3500 Fachzeitschriften mit 17 Millionen Auflage. Wenn man alle herausgegebenen Zeitschriften zusammenzählt, auch Werk-, Fach-, Haus- und Kundenzeitschriften, aber auch die Mitgliederzeitschriften kleiner und großer Verbände, so steigt die Zahl der herausgegebenen Zeitschriften auf ca. 10 000, eine genaue Zahl ist schwer zu ermitteln.

Die Verfügungsgewalt über Zeitungen konzentriert sich immer mehr auf einen kleinen Kreis von Pressemonopolen. Das größte Presseunternehmen Deutschlands ist der Pressetrust Axel Springer. Fast ein Drittel aller Zeitungen kommt aus den Verlagen des Axel-Springer-Konzerns.

Zeitungen und Zeitschriften unterscheiden sich in Niveau, Zielgruppen und Verbreitungsgebiet, so die Tageszeitungen in überregionale Zeitungen mit hohem Anspruch: Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Frankfurter Rundschau;

* regionale und lokale Abonnementszeitungen;

* Straßenverkaufszeitungen („Boulevard-Blätter“): Bild, Abendzeitung, BZ, Express,

Für die politische Meinungsbildung sind außerdem wichtig

* Wochenzeitungen: Die Zeit, Rheinischer Merkur/Christ und Welt, Die Woche;

* Magazine: Der Spiegel, Focus;

* Sonntagszeitungen: Welt am Sonntag.

Die auflagenstärksten Presseorgane

(Stand: 2005)

Presseorgan

Verkaufte Auflage
 (in Tsd. Exemplaren)
 Überregionale Tageszeitungen
 Süddeutsche Zeitung 440,5
 Frankfurter Allgemeine Zeitung 373,5
 Die Welt 253,0
 Nrnfrurter Rundschau 191,0
 Sonntagszeitungen
 Bild am Sonntag 2420,0
 Welt am Sonntag 442,0
 Strassenverkaufszeitungen
 Bild, Hamburg 4265,0
 BZ, Berlin 262,0
 Express, Kln 222,0
 Abendzeitung, Mnchen 185,0
 Wochenzeitungen
 Die Zeit 441,0
 Die Woche 131,0
 Rheinischer Merkur 101,0
 Das Parlament 15,0
 Magazine
 Der Spiegel 1011,0
 Focus _____ 734,0 _____

Die Verkaufsauflage der Wochenzeitungen (1,94 Millionen Exemplare), der Publikumszeitschriften (1.23,38 Millionen), der Fachzeitschriften (14,93 Millionen) und der Kindenzeitschriften (42,09 Millionen) war 2005 leicht rückläufig gegenüber dem Vorjahr 2004.

Den überregionalen Tageszeitungen und den großen Wochenzeitungen und Magazinen kommt neben dem Fernsehen eine bedeutende Rolle zu, weil sie von vielen politisch besonders Interessierten gelesen werden, die Einfluss auf die Meinungen ihrer Umgebung haben („Meinungsführer“). An ihnen orientieren sich auch Journalisten vieler anderer Zeitungen.

HÖRFUNK UND FERNSEHEN

Bei Hörfunk und Fernsehen (Rundfunk) existieren öffentlich-rechtliche und private Anbieter nebeneinander. Nach 1945 wurden selbstständige Rundfunkanstalten öffentlichen Rechts errichtet. Sie sollten unabhängig vom Staat und von mächtigen Wirtschaftsinteressen sein. Daher sollen sie sich durch Rundfunkgebühren ihrer Hörer (und später Zuschauer) finanzieren, die von den Benutzern eines Radios oder/und Fernsehapparats zu zahlen sind. Die Rundfunkgebühr (für die Benutzung eines Radios und eines Fernsehapparats) betrug heute (Stand: 2005) 51,09 Euro pro Vierteljahr: die Radiogegebühr (für die Benutzung nur eines

Radios) — 16 Euro pro Vierteljahr. Für die Benutzung eines Fernsehapparats muss man 51,09 Euro pro Vierteljahr zahlen unabhängig davon, ob man noch ein Radio benutzt oder nicht. Inzwischen erzielen die Rundfunkanstalten einen erheblichen Teil ihrer Einnahmen mit Werbeeinblendungen.

Für PCs mit Zugang zum Internet müssen ab 2007 auch Rundfunkgebühren entrichtet werden. Werden die Rundfunkgebühren bereits für andere Medien des Haushalts bezahlt, fallen keine Zusatzgebühren an. Allerdings sind PCs mit TV- oder Videokarten grundsätzlich ebenfalls meldungspflichtig. Kontrolliert werden die öffentlich-rechtlichen Anstalten durch Rundfunk- und Verwaltungsräte, die sich aus Vertretern gesellschaftlich wichtiger Gruppen zusammen setzen. Weil die Kultur in die Zuständigkeit der Bundesländer fällt, wurden Landesrundfunkanstalten gegründet, die seit 1950 zusammen die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD) bilden. Nach dem Beitritt der neuen Länder gibt es elf Länderanstalten:

- BR — Bayerischer Rundfunk, München;
- HR — Hessischer Rundfunk, Frankfurt am Main;
- MDR — Mitteldeutscher Rundfunk, Leipzig;
- NDR — Norddeutscher Rundfunk, Hamburg;
- ORB — Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg, Potsdam;
- RB — Radio Bremen;
- SR — Saarlandischer Rundfunk, Saarbrücken;
- SFB — Sender Freies Berlin;
- SDR — Süddeutscher Rundfunk, Stuttgart;
- SWF — Südwestfunk, Baden-Baden;
- WDR — Westdeutscher Rundfunk, Köln.

Diese elf Länderanstalten verbreiten eigene Hörfunk- und Fernsehprogramme (regionale „Dritte Fernsehprogramme“) und strahlen zusammen das Gemeinschaftsprogramm Erstes Deutsches Fernsehen (Erstes Programm) aus, das auf ganzem Territorium Deutschlands empfangen werden kann. 1961 wurde durch die Länder eine neue bundesweite reine Fernsehanstalt gegründet, das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mit Sitz in Mainz, es strahlt das „Zweite Programm“ bundesweit aus.

Zwei überregionale Sender sind in Köln: die Deutsche Welle (DW) und der Deutschlandfunk (DF). Der DF wendet sich an die Hörer in Deutschland und im europäischen Ausland und sendet in 15 Sprachen. Die DW sendet vorwiegend auf Kurzwelle in die ganze Welt, und zwar in 30 Sprachen. Beide Anstalten sind der ARD angeschlossen und arbeiten auf der Grundlage von Bundesgesetzen. Sie haben die Aufgabe, mit ihren Hörfunksendungen ein umfassendes Bild der Bundesrepublik Deutschland zu vermitteln.

In Deutschland werden rund 240 Hörfunkprogramme und mehr als 40 Fernsehprogramme produziert. In Konkurrenz treten dabei die öffentlich-

rechtlichen Rundfunkanstalten ARD und ZDF mit einer Vielzahl von privaten TV-Anbietern mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Private Veranstalter bieten seit 1984 Hörfunk- und Fernsehprogramme an. Sie finanzieren sich durch Werbeeinnahmen oder durch Gebühren, die die Zuschauer für empfangene Sendungen zahlen (Pay-TV). Die erfolgreichsten privaten Fernsehveranstalter sind RTL, SAT.

1, DSF, n-tv, VOX, ProSieben, Kabel 1, N24, Premiere, VIVA und andere. Bei den Einschaltquoten liegen sie ungefähr gleichauf mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Das Bundesverfassungsgericht hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Aufgabe der „Grundversorgung“ der Bevölkerung zugeschrieben. Im „Gebührenfestsetzungsurteil“ von 1994 heisst es, der öffentlich-rechtliche Rundfunk habe zu gewährleisten, „dass der klassische Auftrag des Rundfunks erfüllt wird, der neben seiner Rolle für die Meinungsbildung und Willensbildung, neben Unterhaltung und Information seine kulturelle Verantwortung umfasst... In der Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung mit Rundfunkprogrammen im dualen System findet die Gebührenfinanzierung ihre Rechtfertigung.“

Dank der Neuaufbau teil Telekommunikationsstrukturen verfügt Deutschland über eines der leistungsfähigsten Telekommunikationsnetze der Welt; den Markt teilen sich die Deutsche Telekom AG und eine Reihe weiterer Anbieter. Mehr als zwei Millionen Arbeitnehmer sind mit ihrer Firma online vernetzt, so dass sie ihrem Beruf von zu Hause aus nachgehen können.

KRITIK AN DEN MEDIEN

Die Macht der Medien und die Art und Weise, wie sie mit ihr umgehen, stößt auf Kritik. Umstritten ist schon die Kontrollfunktion der Medien. Man wendet ein, als „Vierte Gewalt“ fehle ihnen die demokratische Legitimation, Journalisten brauchen sie keiner Wahl zustellen. Viele Journalisten lassen in die Berichterstattung ihre persönliche, parteiische Meinung hereinfließen. Kritik wird auch an der Vermittlung von Politik durch die Medien verübt:

Vor allem Fernsehen und Boulevardzeitungen

- * vereinfachen unzulässig komplizierte Sachverhalte;
- * dramatisieren unbedeutende Ereignisse;
- * personalisieren sachliche Probleme;
- * spielen ein Thema für kurze Zeit hoch, um es plötzlich völlig fallen zu lassen;
- * verbreiteten fast ausschließlich negative Meldungen und zeichnen ein durchgängig pessimistisches Bild der Welt.

Trotz dieser Kritik sollte nicht übersehen werden, dass freie Medien ein unverzichtbarer Bestandteil einer demokratischen Gesellschaft sind. Sie machen politische Entscheidungen durchschaubar (transparent) und üben eine wichtige

Kontrollfunktion aus, indem sie Machtmissbrauch, Amtswillkür und Korruption aufdecken. Diese Macht der Medien erfordert gleichzeitig ein hohes Verantwortungsbewusstsein der „Medienmacher“, die Orientierung an einer Medienethik, die eine Verletzung der Menschenwürde und eine Propagierung von Gewalt ausschließt.

PRESSEBERICHTE ZUM THEMA

Am 3. Mai 1953 wurde das erste Programm der Deutschen Welle, dem Auslandsrundfunk der Bundesrepublik Deutschland, über die Kurzwelle gesendet.

Zuerst durften nur deutschsprachige Programme gesendet werden, aber schon bald wurden auch fremdsprachige Sendungen durch den Alliierten Kontrollrat* zugelassen. Diese wurden im Laufe der Jahre immer mehr erweitert, so dass heute Programme in 30 Sprachen angeboten werden. Beliebte sind auch die deutschen Sprachkurse.

Seit 1974 ist die Deutsche Welle rund um die Uhr auf Sendung. Sie wurde

zu einem der beliebtesten Auslandsender der Welt. Mit dem Ende der Sowjetunion übernahm man frühere sowjetische Sendungen in der Nähe der Städte Samara, Nowosibirsk und Irkutsk für die Verstärkung der Ausstrahlung nach Asien.

1992 wurde DW-TV gestartet, das weltweite Auslandsfernsehen via Satellit.

Seit 1994 gibt es auch ein Internet-Angebot, dw-world.de. Es wird heute in 31 Sprachen angeboten. Die Deutsche Welle hat ein internationales Team von rund 1500 Mitarbeitern aus mehr als 60 Ländern.

(„Der Weg“ 44/2004)

Texte erläutern

Alliierten Kontrollrat das oberste Regierungsorgan im besetzten Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg

BIG BROTHER LEBENSLANG;

REALITY-FORMATE AUF DEM VORMARSCH

Der Trend zur Reality-Show ist im deutschen Fernsehen weiterhin ungebrochen. Nach Talentshows („Deutschland sucht den Superstar“) und sogenannten Ekel-Formaten (Dschungel-Show „Ich bin ein Star; Holt mich hier raus“) machten die Sender 2004/05 insbesondere mit Themen wie Erziehung, Schönheit und Wohnen Quote.

Seit 2004 steht die Alltagswelt des Durchschnittsdeutschen im Mittelpunkt der Reality-Formate. Der Zuschauer erhielt dabei lebensnahe Einblicke in den Familienalltag unter deutschen Dächern; insbesondere Serien mit Beratungswerten beliebt. So engagierte RTL „Die Super-Nanny“, die geplagten Eltern eine Anleitung für den Kampf im Kinderzimmer bot. Bei der Wohnungseinrichtung bekam Otto Normalverbraucher professionelle TV-Hilfe von Einrichtern und Stilberatern („Einsatz in 4 Wänden“, RTL) oder Heimwerk

Spezialisten („Do it yourself, Pro7).

Der Zuschauer als Voyeur. Auch vor den Menschen selbst machte der Verwandlungs-Trend nicht halt: Visagisten, Hairstylisten, Modedesigner und Typberater kreierten Schönheiten („New Life — Endlich schön“, Pro7); den Höhepunkt dieser Entwicklung markierten Sendungen aus dem Operationssaal.

Egal, ob sich Patientinnen die Brust vergrößern lassen, durch Fettabsaugung zum Idealgewicht streben oder Falten per Laserstrahl den Kampf ansagen — das Fernsehvolk war hautnah dabei. Im September 2004 übertrug RTL eine Brust-OP live und in voller Länge. Und im Herbst 2004 moderierte Veronika Pooth (ehemals Feldebusch) auf Pro7 die aus den USA übernommene Reality-Show „The Swan“: 16 Frauen sollten sich durch Operationen, Ernährungs- und Typberatung von hässlichen Entlein in schicke Schwäne verwandeln.

Der Erfolg solcher Formate hat mehrere Gründe: Der Zuschauer genießt es, in die Rolle eines Voyeurs zu schlüpfen, der tiefe Einblicke in das Leben anderer Menschen erhält. In den Reality-Sendungen findet er zudem eine ihm bekannte Alltagswelt wieder. Anders als bei Promi-Porträts ist so die emotionale Einbindung gegeben: Der Zuschauer vergleicht seine eigene Lage (Erziehung der Kinder, Aussehen) mit der TV-Welt — und stellt befriedigt fest,

dass das eigene Leben in vergleichsweise geordneten Bahnen verläuft.

Loben als lebenslange Fiktion? Den Hang zum Voyeurismus befriedigten auch Sendungen, in denen es um menschliches Zusammenleben in Extremsituationen ging. Bei ARD und ZDF sollten sich Familien in ungewohnter Umwelt bewahren, beispielsweise in der Südsee („Traumfischer“, ZDF) oder in Sibirien („Stimmenflüstern“, ZDF). Bei den Privaten mussten es mehr oder minder bekannte TV-Figuren nach bewährter Dschungelcamp-Manier miteinander für eine bestimmte Zeit in skurriler Umgebung aushalten, so z. B. bei Pro7 in einer Burg. Auch die Urmutter dieser Art der Fernsehunterhaltung, „Big Brother“, lief unterdessen weiter — nun als Endlosversion in einem künstlichen Dorf. Wenn die Quote stimmt, können die Protagonisten theoretisch sogar lebenslanglich bleiben: Die Reality-Fiktion triumphiert endgültig über die Wirklichkeit, der Peinlichkeit der Protagonisten sind dabei keine Grenzen gesetzt.

So machte 2005 der Begriff vom „Unterschichtenfernsehen“ die Runde, er greift aber zu kurz: Zum Reality-Stammpublikum gehören Zuschauer aus allen sozialen Schichten. Werbewirtschaft und TV-Sender beobachteten die Unterschichten-Debatte gleichwohl mit Sorge: Immer weniger Firmen mochten

ihr Produkt in einem schlecht beleumdeten Umfeld präsentieren. Der wachsende Druck der Geldgeber konnte sich am ehesten positiv auf die Qualität der Fernsehprogramme auswirken.

(„Harenberg Aktuell 2008“)

HOCH PRAMIERT: DIE OFFENTLICH-RECHTLICHEN

Allen Unkenrufen über die angeblich nachlassende Qualität des Öffentlich-rechtlichen Fernsehens zum Trotz: ARD und ZDF waren 2004 das Maß aller Dinge in der deutschen TV-Landschaft. Beredter Ausdruck der qualitativen Vormachtstellung waren zahlreiche Auszeichnungen. Im Rahmen der renommiertesten deutschen Medienpreise, die privaten Anbieter mussten sich mit einigen wenigen Ehrungen begnügen, ARD und ZDF zeigten es allen Kritikern, die immer wieder die Öffentlich-rechtliche Programmverflachung beklagt hatten, vor allem beim prestigeträchtigen Grimme-Preis: Unter allen 14 Preisträgern aus drei Wettbewerbskategorien fand sich mH Pro7-Moderator Stefan Raab lediglich ein Repräsentant der privaten Anbieter; in der Kategorie „Spezialpreis“ honorierten die Juroren Raabs Engagement bei der Förderung von Musiktalenten im Rahmen seiner

Sendung „SSDSGPS —> Ein Lied für Istanbul“. Auch im Ausland standen Öffentlich-

rechtliche Sendungen hoch im Kurs: Die ARD-Vorabendserie „Berlin, Berlin“ wurde in den USA mit dem Auslands-Emmy ausgezeichnet.

Qualität contra Billigproduktionen. Als besonders fruchtbar erwies sich die Zusammenarbeit zwischen ZDF und ARTE, denn gleich vier Grimme-Preise

gingen auf das Konto dieser Produktionsgemeinschaft. Die Öffentlich-Rechtlichen traten damit eindrucksvoll den Beweis an, dass auch in Zeiten knapper Budgets anspruchsvolle TV-Unterhaltung serviert werden kann. Oder wie Dr. Ulrich Spies, der verantwortliche Referent des Grimme-Preises den TV-Sendern ins Stammbuch schrieb: „Es mangelt in Deutschland nicht an kreativen Autoren, visionären Regisseuren und tollen Schauspielern — wohl aber an dem Vertrauen der Sender auf den Qualitätsanspruch des Zuschauers.“

Billig produzierte Flops, die das letzte Jahr bei vielen Sendern gepragt haben, sollten die Programmplaner eines besseren belehren.“ Zahlreiche dieser Flops gingen auf das Konto der Privaten; von „Bachelorette“ und „Big Boss“ bei RTL und „Hire and Fire“ bei Pro7 bis „Kampf um Deine Frau“ bei Sat.1. Ein wesentlicher Grund für den qualitativen Vorsprung der Öffentlich-Rechtlichen ist nach wie vor ihre Kompetenz im Bereich der politischen Nachrichten.

So setzen die Zuschauer vor allem auf ARD und ZDF, wenn sie sich politisch informieren wollen. Die „Tagesschau“ um 20 Uhr ist eine Institution. Dem „heute-journal“ und den „Tagesthemen“ am späten Abend haben RTL und Sat.1 nichts Gleichwertiges entgegenzusetzen. Auch die Sendehoheit im Bereich Late-Night-Talk haben die Öffentlich-Rechtlichen mit Publikumsbeliebten wie Harald Schmidt, Johannes B. Kerner, Sandra Maischberger und Reinhold Beckmann eindeutig zurückerobert. Mit Fußball-Europa meisterschaft, Bundesliga und Olympischen Spielen gaben ARD und

ZDF 2004selbst beim ebenso publikumswirksamen wie teuren Sport den Ton an.

Medienstar im Morgenmantel. Dass man aber auch als Comedian einanspruchsvolles TV-Programm bieten kann, bewies Olli Dittrich, der 2004 — nach 1995 und 2003 — bereits seinen dritten Grimmi-Preis (diesmal mit Gold)erhielt, in seiner Rolle als Bier trinkender „Dltsche“ in Pantoffeln und Morgenmantelerklärt er in seiner Imbissbude die Welt aus seiner Sicht. Die ohneDrehbuch und vorgefertigte Dialogtexte auskommende Sendung erhielt zudem den Deutschen Fernsehpreis 2004 für die beste Comedy. Um die Entwicklungdes Fernsehens hat sich auch der Musiker und Komponist KlausDoldinger u. a. mit Titelmelodien zu „Tatort“, „Liebling Kreuzberg“ und „DasBrot“ verdient gemacht. Den Grimmi-Juroren war Doldingers „geschmacksundstilbildende Musik“ die besondere Ehrung des Deutschen Volkshochschulverbandeswert.

(„Harenberg Aktuell 2006")

„TELENOVELA“

Der Begriff „Telenovela"* wurde zu einem der Wörter des Jahres 2005 inDeutschland. Dies ist eine spezielle Form der Fernsehserie, die in Lateinamerikakonzipiert wurde und seit den 1990er-Jahren auch in anderen Regionender Welt ausgestrahlt wird. Mehrere Teienovelas wurden und werden inzwischen in Deutschland produziert und täglich von vielen Millionen Menschengesehen.

(„Der Weg" 1/2006)

Texterlauterungen

Telenovela/Normalerweise wird täglich ein Kapitel ausgestrahlt. DieSendung endet normalerweise nach acht bis zwölf Monaten undhat meistens einen glücklichen Ausgang.

1, Nehmen Sie Stellung zu der großen Bedeutung, die in der heutigenGesellschaft den Massenmedien heigemessen wird. Vergleichen Sædie Situation in Deutschland mit der in Ihrem Land.

2, Vor weichen Aufgaben stehen die Massenmedien in Deutschland?Inwieweit sind diese Aufgaben übernational? Begründen Sie IhreMeinung.

3, Sprechen Sie zum Inhalt des Artikels 5 des Grundgesetzes. WelcheGrundrechte der Bürger in einem demokratischen Staat finden darin ihren Ausdruck?

4, Charakterisieren Sie die mannigfaltige Presselandschaft im modernenDeutschland. Nennen Sie die populärsten Zeitungen und Zeitschriften.Ziehen Sie einen Vergleich zu der Situation in IhremLand.

5, Wie sind Hörfunk und Fernsehen in Deutschland organisiert? WelchesPrinzip des deutschen Staates äußert sich iu solch einer Struktur?

6, Weicher Kritik werden die Massenmedien in Deutschland ausgesetzt?Wie sieht die Situation in ihrem Land aus?

- 7, Sprechen Sie anhand der oben angeführten (Presse)Materialienüber:
- a) den bekanntesten deutschen Sender „Die Deutsche Weile“;
 - b) die neuesten Trends im deutschen Fernsehen;
 - c) über die heutige Situation bei den Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland.
- 8, Sprechen Sie verallgemeinernd über die Bedeutung, die den freien Massenmedien in einer demokratischen Gesellschaft zu kommt. Begründen Sie Ihre Meinung,
- 9, Führen Sie eine Diskussion, Teilen Sie sich in zwei Gruppen. Jede Gruppe findet Argumente für eine These und vertritt sie beim Diskutieren.
- a) Die Massenmedien in einer modernen Gesellschaft sind von ausschlaggebender Bedeutung bei der Meinungsbildung der Bürger.
 - b) Die Massenmedien spielen überhaupt keine Rolle, weil ihnen praktisch keine Aufmerksamkeit in der Gesellschaft geschenkt wird.

Vorlesung IV

Massenmedien in Usbekistan:

Das wichtigste Massenmedium von heute

Der Kommunikationsbereich der Massenmedien umfasst das gesamte System der Massenmedien. Es können im Rahmen des Bereichs auch Teilbereiche gebildet werden, etwa nach dem Kriterium der Verbreitungsform (Presse, Rundfunk, Fernsehen, Internet). Ein Teil der Informationen, die über die Massenmedien verbreitet werden, betreffen das Wettergeschehen. Der Wetterbericht ist eine selbstständige Textsorte in Zeitungen, Zeitschriften, im Internet. Im Fernsehen und Rundfunk ist diese Textsorte zeitlich an die Nachrichtensendungen gekoppelt. Der Wetterbericht als Textsorte konstituiert den Kommunikationsbereich mit anderen journalistischen Textsorten, wie zum Beispiel Bericht, Kommentar oder Reportage.

Unter dem Begriff der Massenmedien versteht die Luhmannsche Systemtheorie alle Einrichtungen der Gesellschaft, die sich zur Verbreitung der Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen (vgl. LUHMANN 1996, S. 10). Eckoldt führt die Definition noch weiter aus und fügt hinzu, die Kommunikation der Massenmedien im Sinne des Kommunikationsmodells ist adressatenlos und in nichtfiktionaler Absicht verfasst. Adressatenlos heißt in diesem Falle nur, dass kein konkreter Adressat gemeint ist, sondern ein imaginärer Leser/Hörer/Zuschauer und nicht etwa, dass die Massenmedien ihre Kommunikate an niemanden richten (vgl. ECKOLDT 2007, S. 58). Dem ist natürlich zuzustimmen, selbst wenn der Begriff adressatenlos recht verwirrend zu sein scheint, weil er auf das Fehlen eines Adressaten deuten könnte. Die Medien operieren als System nach einem binären Code, der von Luhmann als die Unterscheidung von Information und Nicht-Information bestimmt wird. Die Informationen, so Luhmann weiter,

lassen sich nicht wiederholen, das heißt, sie werden direkt nach Emission zur Nichtinformation (vgl. LUHMANN 1996, S. 37 ff.) Doch ECKOLDT macht auf die Defizite des Codes aufmerksam (vgl. 2007, S. 61 f.) und schlägt die Leitdifferenz aktuell/nicht aktuell vor (vgl. ebd., 45 S. 68 ff.) als einen Code nach dem die Massenmedien operieren. Dieser Code ermöglicht eine bessere Erklärung der Sendewiederholungen als der ursprüngliche (Information/Nichtinformation). Der Wetterbericht, obwohl er nach der Ausstrahlung im Sinne von Luhmann zur Nichtinformation wird, die nicht wiederholbar ist (vgl. LUHMANN 1996, S. 41), ist fortwährend aktuell und kann wiederholt werden, bis eine Aktualisierung des Berichtes vorliegt oder seine Gültigkeit – der Zeitraum über den er prognostiziert – abgelaufen ist. Er wird immer wieder gesendet bzw. er ist ständig in der Zeitung präsent und behält seinen Informationscharakter. Die selbstständige Veralterung des Systems durch die Publikation der aktuellen Informationen zwingt es dazu, die Realität fortlaufend zu beobachten, um immer neuere Inhalte zu suchen (vgl. LUHMANN 1996, S. 42).

Nach Luhmann gliedert sich das System der Massenmedien in drei Programmbereiche: Nachrichten und Berichte, Werbung und Unterhaltung¹⁰. Durch diese Bereiche unterhält das System zahlreiche strukturelle Kopplungen zu anderen Funktionssystemen, indem sich die Medien der Themen bedienen, über die sie alle Gesellschaftsbereiche erreichen können. So ist die Werbung eng mit dem Wirtschaftssystem verbunden, die Unterhaltung an das Kunstsystem gekoppelt. Auch andere Themenbereiche begünstigen strukturelle Kopplungen. Es seien an dieser Stelle nur Sport und Wissenschaft genannt. Der Programmbereich Nachrichten und Berichte ist deutlich strukturell an das politische System gekoppelt. (Vgl. LUHMANN 1996, S. 122 ff.)

¹⁰ Dazu gibt es heute andere Auffassungen, z.B. ECKOLDT 2007. Diese Diskussion ist für die weitere Arbeit jedoch nicht von Belang und wird daher nicht verfolgt.

Der Wetterbericht als eine Textsorte im Kommunikationsbereich der Massenmedien gehört in den Programmbereich der Nachrichten und Berichte. Die Wetterberichte entstammen ursprünglich dem Wissenschaftssystem und sind ein Beispiel für die strukturelle Kopplung der beiden Systeme – Massenmedien und Wissenschaft. Die neusten Entwicklungen im Bereich der Massenmedien haben aber den Wetterbericht auch als eine Form von Werbeträger oder Unterhaltung etabliert. Es sind davon fast ausschließlich die privaten Medien betroffen. Im Unterschied zu den öffentlich-rechtlichen Sendern operieren die privaten Sender als Organisationen in der Peripherie zum Wirtschaftssystem, das heißt, dass sie zumindest in einem Teil ihres Operierens den binären Code zahlen/nicht zahlen einsetzen. Man versucht daher, um die Knappheit zu mindern, möglichst viele Programmbereiche dafür zu nutzen. Sehr viele Inhalte werden in die Unterhaltung verschoben, weil durch diesen Bereich die psychischen Systeme am schnellsten angesprochen werden. Die

öffentlich-rechtlichen Sender operieren in dieser Hinsicht anders, weil für sie die Wirtschaftlichkeit nicht unbedingt als Priorität im Vordergrund steht. Sie haben die Bereiche der Werbung und Unterhaltung weitestgehend reduziert und dafür den Bereich der Nachrichten und Berichte ausgebaut. Zu diesem Bereich gehören auch die Wetterberichte, die anschließend untersucht und beschrieben werden.

Der Bereich der Nachrichten und Berichte ist für die Erarbeitung und Verarbeitung von Informationen verantwortlich. In diesem Bereich „muss mit allen Mitteln einer eigens dafür ausgebildeten journalistischen Schreibweise der Eindruck erweckt werden, als ob das gerade Vergangene noch Gegenwart sei, noch interessiere, noch informiere“ (LUHMANN 1996, S. 55). Um dies zu erreichen, werden die Informationen nach einigen Prinzipien selektiert. Die typischen Selektoren für die Nachrichten sind nach LUHMANN (vgl. 1996, S. 58 ff.): Neuheit der Information, Konflikte, Quantitäten, lokaler Bezug, Normverstöße/Präferenz für Außergewöhnliches, Unterschied von Gutem und Schlechtem, Interesse an Personen, Aktualität und Möglichkeit der Rekursivität, Äußerung von Meinungen.

Diese Erkenntnisse konnten auch durch spätere, nicht zwangsläufig system-theoretische, Untersuchungen zu den Massenmedien bestätigt werden. Zu den Nachrichtenfaktoren äußert sich PÜRER (1996, S. 51, zitiert nach ECKOLDT 2007, S. 55). Er nennt unter anderem folgende Kriterien, die auch für den Wetterbericht zutreffen: Publikumsinteresse, Ausmaß eines Ereignisses, geographische Nähe, Neuigkeitswert, Kuriosität/Ungewöhnliches, Spannung/Ungewissheit, Wissenschaft/Fortschritt, Tragödie, Tiere. Und schließlich ist es die hohe Aktualität des Wetterberichtes, die für das entsprechende Publikumsinteresse sorgt, das wiederum die Nachrichtenauswahl bestimmt. Als Faktoren, die das entsprechende Interesse der Leser erzeugen, wobei man dies meiner Meinung nach auch auf die Hörer und Zuschauer ausweiten kann, nennt LINDEN (vgl. 2000, S. 18 ff.) Primärimpulse (Familie, Tod, Religion usw.), Sekundärimpulse (technische Revolutionen, Seuchen, Gefahren), Mega-Events (Olympische Spiele, Expo), Serien (der Wiedererkennungswert schafft das Interesse), Identifikation (Name und Gesicht einer Person – darauf hat zum Beispiel „Das Wetter“ von Jörg Kachelmann aufgebaut), Superlative und Exklusives und Paradoxes.

Was ist aber die von Luhmann angedeutete journalistische Schreibweise? Im Bereich der Massenmedien gehören zu den Hauptmerkmalen der sprachstilistischen Realisierung insbesondere die Verwendung weitgehend allgemeinverständlicher, schnell rezitierbarer und massenwirksamer lexikalischer Mittel und syntaktischer Konstruktionen (einschließlich Fremdwörter, Termini, Realienbezeichnungen, Jargonismen, Neologismen, Attribute, Aufzählungen, originelle Wortverbindungen und Wortbildungskonstruktionen, usw.) (vgl. MALÁ 2003, S. 125) und die Aktualisierung durch originelle Wortgruppen und Wortbildungskonstruktionen,

durch Modifizierungen, Phraseologismen, Wortspiele, Meta-phen und andere Stilfiguren (vgl. KALVERKÄMPER 1981, S. 187). Im Bereich der Syntax ist ein Verzicht auf unübersichtliche und schwer verständliche Kon-struktionen zu beobachten. Dies führt zur Reduzierung der Satzlänge und zur Dominanz der Einfachsätze. Man verzichtet auch auf direkten Gebrauch des Konjunktivs. Man kann aber einen Hang zum Gebrauch von Superlativen und Elativen feststellen. (Vgl. LÜGER 1995, S. 32 f.) Mit der Reduzierung der Satz-länge geht auch die Verkürzung der Texte einher. Dies wird unter Anderem durch Nominalkomposita und Nominalisierungen erreicht (vgl. MUCKENHAUPT 2000, S. 70) 48 Insbesondere für den Teilbereich des Rundfunks und des Fernsehens kann man von einer Relativierung der Sprache ausgehen. Der Text wird durch das Zusammenspiel durch Bild und Ton relativiert, das heißt, er ist nicht mehr der Träger der Information, sondern er bekommt eine erklärende und kommentie-rende Funktion (vgl. HOLLY/PÜSCHEL 1993, S. 145 ff.). Im Falle der Wetterbe-richte ist dies umgekehrt. Das Bild – soweit in der Zeitung und im Fernsehen vorhanden – visualisiert den Text und unterstützt die Verstehensprozesse. Darüber hinaus kann man eine Vermischung von Stilen feststellen, die zur Aufhebung der Grenzen zwischen den traditionellen Programmsparten und auch zu einer Mischung von Textsorten, Stilen und Varietäten führt. Es werden auch Unterhaltungselemente in neue Programmsparten eingeführt. (Vgl. HOL-LY/PÜSCHEL 1993, S. 145 ff.) Dies betrifft vor allem die privat finanzierten Me-dien, worauf bereits oben eingegangen wurde. In der Sprache der Massenmedien nehmen die Formen der Personalisierung einen großen Raum ein. Es werden vor allem in dem Bereich Nachrichten und Berichte Namen mit Funktionsbe-zeichnungen gebraucht (vgl. MUCKENHAUPT 2000, S. 70). Aber auch die Wer-bung macht davon Gebrauch, um ihre Informationen glaubwürdiger zu machen.

In Teilbereichen der Massenmedien, in denen die mediale Mündlichkeit vor-herrschend ist – also Hörfunk und Fernsehen – ist eine Vermischung von Merkmalen geschriebener und gesprochener Sprache üblich, denn die meisten Texte – so auch der Wetterbericht – sind konzeptionell schriftlich. Eine Gegen-überstellung von Merkmalen gesprochener und geschriebener Sprache findet sich in Sieber 1998. 49 Abb. 10: Sprachliche Merkmale konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit (SIEBER 1998, S. 186) In den folgenden Kapiteln werden die sprachlichen Merkmale der Wetterbe-richte im Kommunikationsbereich der Massenmedien untersucht. Es wird dabei zwischen drei Teilbereichen unterschieden, weil die Texte zu unterschiedlichen Typen gehören. Im Falle der Presse sind es konzeptionell und medial schriftliche Texte, im Hörfunk und im Fernsehen konzeptionell schriftliche, aber medial mündliche Texte. 50 3Textlinguistische GrundbegriffeKommunikationsbereiche wurden im vorangehenden Kapitel als Ensembles von Textsorten beschrieben. Diese müssen auch den sprachlichen Codes des Sys-tems mitführen. Die vorliegende Arbeit soll diese These beweisen, indem Wet-tervorhersagen und

Wetterberichte in ihren Kommunikationsbereichen untersucht und beschrieben werden. Beide Textsorten sollen daher auch textlinguistisch eingeordnet werden – typologisiert und klassifiziert. Die Textlinguistik gebraucht in vielen Fällen beide Begriffe synonym, doch eine Trennung scheint produktiv zu sein. Diese Trennung wird im folgenden Kapitel vorgeschlagen. An derselben Stelle werden ein Kriterienkatalog zur Klassifizierung von Textsorten sowie eine Typologisierung der Texte nach dem Kriterium der Medialisierung vorgeschlagen, die im anschließenden Kapitel zur Stellung und geschichtlichen Entwicklung des Textbegriffs in der Linguistik weitergeführt wird. Der Text wird dort als Gegenstand der Textlinguistik betrachtet und analysiert. Ausgangspunkt dieser Überlegungen ist die allgemeinsprachliche Auffassung des Textbegriffs. Die bisherigen Ansätze werden daher diskutiert, um schließlich zu einem Begriff zu gelangen, der unterschiedliche mediale Typen berücksichtigt und mit dem Typologisierungsvorschlag nach dem Aspekt der Medialisierung einhergeht.

Texte können zu Textsorten gruppiert werden, die anschließend klassifiziert und zu Kommunikationsbereichen zusammengefasst werden können. Auch Wettervorhersage und Wetterbericht können als Textsorten ermittelt werden. Sie gehören unterschiedlichen Kommunikationsbereichen an. Auch hier besteht keine Einigkeit, weder über den Begriff selbst noch über die Hierarchiestufe, auf der die Textsorte angebracht ist. Das Kapitel 3.2.2 erörtert dieses Problem. Der Textsortenbegriff wird in seinen bisherigen Ausprägungen verfolgt und diskutiert. Ebenfalls wird die Opposition von Textsorte und Textmuster angesprochen. 5051 Ein weiteres Kriterium zur Klassifizierung von Textsorten ist die Textfunktion. Daher reflektiert ein weiteres Unterkapitel über bisherige Ansätze der Textfunktion (Kapitel 3.2.3). Abschließend wird eine Trennung zwischen der internen Textfunktion, der internen und externen Bereichsfunktion sowie der Bewirkungsfunktion vorgeschlagen.

Klassifikation versus Typologie

Bisher wurden die Begriffe der Klassifikation und der Typologie in der vorliegenden Arbeit an mehreren Stellen gebraucht, ohne eine Unterscheidung vorzunehmen. Auch in der Textlinguistik herrschte bisher keine Einigkeit in der Begriffsbestimmung. Im vorliegenden Kapitel sollen beide Begriffe voneinander abgegrenzt werden. Darüber hinaus werden Klassifikations- und Typologisierungskriterien vorgeschlagen.

Die Textlinguistik ist seit ihren Anfängen um eine Textsortenklassifikation bemüht. Für die linguistische Klassifizierung der Textsorten können verschiedene Kriterien herangezogen werden. Die Ansprüche an eine angemessene textlinguistische Klassifikation wurden relativ spät von Isenberg aufgestellt. Eine Texttypologie muss mindestens folgende Aussagen über Texte enthalten (vgl. ISENBERG 1983, S. 309):

- ☐ den Geltungsbereich,
- ☐ die Typologisierungsbasis,

- ☐ eine überschaubare endliche Menge von Texttypen, die anhand der Typologisierungsbasis definiert werden,
- ☐ eine Beschreibung aller für den Texttyp spezifischen Regularitäten, sowie
- ☐ eine Menge von Anwendungsprinzipien.

Eine linguistische Typologie muss also homogen, monotypisch, strikt und exhaustiv sein. Sie ist homogen, wenn sie eine einheitliche Typologisierungsbasis enthält und alle Texttypen auf dieselbe Weise in Bezug auf diese Typologisierungsbasis definiert sind. Die Texttypologie ist monotypisch, wenn sie mehrfache Zuordnung ein und desselben Textes zu verschiedenen Texttypen ausschließt. Sie ist strikt, wenn sie keine typologisch ambiguen Texte berücksichtigt, also Texte, die sich aufgrund verschiedener Interpretationen der konstituenten Satzfolge verschiedenen Texttypen zuordnen lassen. Und schließlich ist die Typologie exhaustiv, insofern sie alle Texte des Geltungsbereichs erfasst (vgl. ISENBERG 1983, S. 314 ff.).

Vorlesung V

Die neuen Medien (Computer und Computernetzwerke)

Massenmedien machen es möglich, praktisch zur selben Zeit Nachrichten an Millionen von Menschen zu übermitteln. Als Verfasser dieser Nachrichten fungieren üblicherweise Organisationen und die Empfängerschaft (audience) setzt sich aus Einzelpersonen zusammen.

Das Telefon: Sprache ohne Mauern.

Der Phonograph: Musik ohne Mauern.

Die Fotografie: Museum ohne Mauern.

Das elektrische Licht: Raum ohne Mauern.

Film, Radio, Fernsehen: Klassenzimmer ohne Mauern.

(McLuhan, Marshall, S. 248)

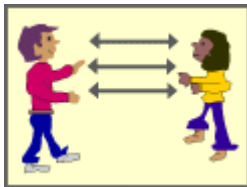
Die Entwicklung und der weit verbreitete Gebrauch von gedrucktem Text in Europa im 15. Jahrhundert brachte eine völlig neue Form von Kommunikation hervor. Erstmals konnte eine einzelne Aussage ohne nennenswerte Fehler dupliziert und an Tausende von Menschen verteilt werden. Anfangs zur Verbreitung religiöser Texte und Streitschriften genützt, wurde dieser "Massenzugang" zu Kommunikation rasch populär und diente bald der Weitergabe von Neuigkeiten, unterhaltsamen Texten und gesetzlichen Vorschriften.

Ausgehend von diesen ersten einfachen "Pamphleten" haben sich die "Massenmedien", wie sie oft genannt werden, weiterentwickelt und umfassen heute die Printmedien (Bücher, Tageszeitungen, Magazine), die elektronischen

Medien(Radio, Fernsehen, Audio-, Videoaufnahmen) und die neuen Medien (Computer und Computernetzwerke).

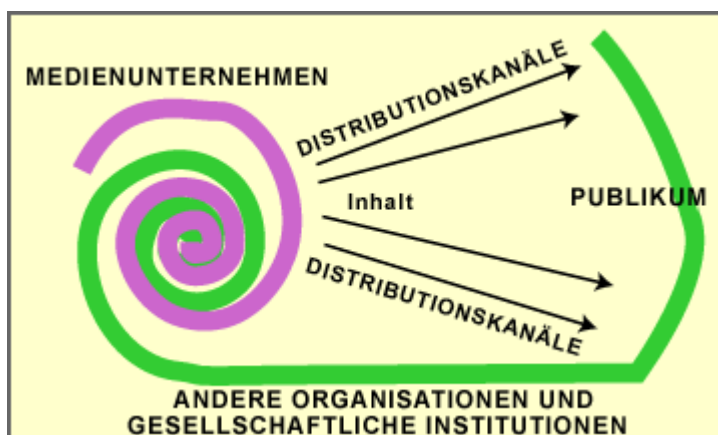
Diese Medien unterscheiden sich in vielem, weisen jedoch alle die Merkmale auf, die die Wissenschaftler zur Definition von Massenkommunikation heranziehen:

- Nachrichten der Massenkommunikation werden von eigenen Organisationen, Medienunternehmen erstellt.
- Das Nachrichtenmedium ist so beschaffen, dass es eine genaue Vervielfältigung der Aussagen zulässt.
- Die Nachrichten werden praktisch zur selben Zeit an ein großes Publikum übermittelt.



Face-to-Face-Kommunikation erfolgt über viele Kanäle, beinhaltet viele Möglichkeiten, Botschaften zu übermitteln und zu empfangen und zeichnet sich durch eine hohe Komplexität aus.

Die Situation wird aber noch komplexer, wenn man die vielen Medienunternehmen mit ihrer Produktion und Distribution von Millionen von Aussagen berücksichtigt. Sie können von Millionen von Menschen empfangen werden, die alle Teilnehmer an Face-to-Face-Kommunikation sind. Der Schnittpunkt zwischen diesen beiden Formen von Kommunikation führt zu einem Bild, das alle Kommunikatoren und ihre wechselseitige Interaktion beinhalten muss:



Überblick über Massenkommunikation

Zu den Massenmedien zählen die Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Flugblätter)

, der Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) und, seit den 1990er-Jahren, die digitalen Medien (Internet, Social Media usw.).

Eine bekannte Definition lautet: Die Massenmedien sind Kommunikationsmittel, die durch technische Vervielfältigung und Verbreitung mittels Schrift, Bild oder Ton Inhalte an eine unbestimmte (weder

eindeutig festgelegte noch quantitativ begrenzte) Zahl von Menschen vermitteln und somit öffentlich an ein anonymes, räumlich verstreutes Publikum weitergeben.^[1] In bestimmten historischen Phasen lassen sich Leitmedien identifizieren.

Das wissenschaftliche Fach, das sich mit der Geschichte und Wirkung der Massenmedien beschäftigt, heißt Medienwissenschaft.

Definition

Eine bekannte Definition von Massenkommunikation stammt von Gerhard Maletzke. Er definiert fünf entscheidende Faktoren für Massenkommunikation^[2]:

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien) indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zw. Aussagenden und Aufnehmenden) an ein disperses Publikum vermittelt werden.“

Diese Definition schließt z. B. Theaterveranstaltungen als Massenkommunikation aus, da das Publikum nicht ausreichend verteilt (dispers) ist. Sie erlaubt aber die Einbeziehung von Graffiti und Tattoo, da diese über einen langen Zeitraum ein disperses Publikum erreichen können.

Weiterhin vernachlässigt diese Begriffserklärung den sozialen Charakter, den Medien heute innehaben. Denn Massenmedien sind zu komplexen sozialen Institutionen geworden, die durch Politik, Recht und Ökonomie in ihrer Ausgestaltung beeinflusst werden. Ohne diese Dimension ist ein sinnvoller internationaler Vergleich von Medien und Mediensystemen kaum möglich.

Hierauf aufbauend entwickelte Ulrich Saxer 1998 eine Definition, die Medien nicht nur als technische Artefakte, sondern in ihrer gesellschaftlichen Dimension zu erfassen versucht.^[3] „Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ und sind durch fünf mehr oder weniger stark ausgeprägte Merkmale gekennzeichnet^[4]:

1. Medien stellen technische Kommunikationskanäle dar, die verschiedene Zeichensysteme - visuelle (z.B. Zeitungen), auditive (z.B. Radio) und audiovisuelle (z.B. Fernsehen) - mit unterschiedlich ausgeprägter Kapazität transportieren können
2. Medien müssen sich organisieren, um ihre jeweilige Medientechnik wirkungsvoll zum Tragen bringen zu können

3. Medienkommunikation resultiert aus Herstellungs-, Bereitstellungs- und Empfangsprozessen und bildet damit ein komplexes System der Medien.
4. Medien können sowohl funktional als auch dysfunktional sein. Sie sind in kultureller, wirtschaftlicher, politischer und sozialer Hinsicht problemlösend und problemschaffend zugleich.
5. Medien sind institutionalisiert.

Durch Massenmedien wird Massenkommunikation ermöglicht. Die Massenkommunikation geschieht öffentlich, wodurch im Prinzip jeder Zugang zu den Angeboten von Massenmedien hat.^[5] In diesem Sinne umfasst die sozialwissenschaftliche Definition von Massenmedien:^{[1][6]}

- drucktechnisch reproduzierte Medien (z. B. Flugblatt, Plakat, Buch, Presse)
- Film, Hörfunk und Fernsehen
- massenhaft verbreitete Speichermedien (z. B. CD, DVD)
- Webseiten im Internet.

Harry Pross teilt Medien abhängig von deren Produktions- und Rezeptionsbedingungen in Gruppen ein:^[7]

- primäre Medien sind Mittel des menschlichen Elementarkontaktes ohne Gerät,
- sekundäre Medien bedürfen zu ihrer Hervorbringung, nicht jedoch zu ihrer Wahrnehmung, Geräte,
- tertiäre Medien setzen auf Seiten des Produzenten wie auf der des Konsumenten Geräte voraus.

Ergänzt werden können quartäre Medien, die auf beiden Seiten Geräte voraussetzen, nicht aber ausschließlich massenmedialer Kommunikation oder Mitteilungsverbreitung dienen. Das Internet ist z. B. ein Medium, das vom Nutzer in anderem Ausmaß aktive Entscheidungen über den Konsum verlangt und z.T. direkte Rückkopplung des Nutzers zum Anbieter erlaubt. Daraus ergeben sich schnelle und spontane Wechsel der Zuordnung aufgrund der wechselnden Benutzungsmodi: Wechsel zwischen tertiären Eigenschaften und quartären sind etwas Neues, das in diese Struktur einzufügen ist. Digitalisierung ermöglicht die Integration und Mischung der ersten drei Medienstufen in der vierten. Quartäre Medien bieten eine enge Verbindung massenmedialer Eigenschaften (tertiäre Medien), erlauben aber den jederzeitigen schnellen Wechsel zwischen individueller und Gruppenansprache / Kommunikation, aber immer unter Bedingungen, die auf beiden Seiten der Kommunikation auf Geräte angewiesen ist.^[8]

Allein die Technizität eines Mediums definiert dieses aber noch nicht als Massenmedium, vielmehr muss dieses Medium in den sozialen Prozess der Massenkommunikation integriert sein. So ist beispielsweise ein nicht für den

Markt, sondern für einen genau definierten Empfängerkreis privat produziertes Buch zwar als Printmedium technisch hergestellt und Hörfunk- und Fernsehtechnik können im Küstenfunk oder zur Videoüberwachung eingesetzt werden – in diesen Fällen fungieren diese Medien aber nicht als Massenmedien.^[9]

Geschichte

Die mit Massenmedien einhergehende Massenkommunikation ist gegenüber der Individualkommunikation durch eine fehlende Auswahl der Empfänger gekennzeichnet, d. h., die Rezipienten sind nicht im Vorhinein festgelegt, sie sind räumlich verstreut (im Gegensatz zum „Präsenzpublikum“ z. B. bei einem Theaterstück, einem Vortrag oder einem Konzert) und ihre Anzahl ist prinzipiell unbegrenzt.^[5] Dieses disperse Publikum ist kein überdauerndes soziales Gebilde, die Rezipienten oder Rezipientengruppen sind untereinander anonym, unstrukturiert, unorganisiert und inhomogen (Menschen aus unterschiedlichen sozialen Schichten, mit unterschiedlichen Einstellungen, Lebensweisen und Interessen). Die Bezeichnung „Masse“ deutet in diesem Zusammenhang auf die unbestimmt große Anzahl von Menschen, an die Aussagen übermittelt werden, ohne sie persönlich individuell zu adressieren – in Abgrenzung zum soziologischen Begriff der Masse in seiner massenpsychologischen oder kulturkritischen Dimension.^[1]

Entsprechend fungiert das Internet nicht zwangsweise als Massenmedium, da auch hier Individualkommunikation möglich ist (z. B. bei der Nutzung von E-Mail-Systemen).

Meist kommt dazu eine räumliche Distanz, wie z. B. bei Live-Sendungen in Hörfunk und Fernsehen, oder eine raum-zeitliche Trennung zwischen Kommunikator und Rezipienten, etwa beim Lesen einer Zeitung oder beim Sehen einer bereits aufgezeichneten Fernsehsendung.^[10]

Gesellschaftliche Funktion

In demokratischen Staaten wird den Massenmedien und insbesondere dem Journalismus häufig die Aufgabe zugeordnet, zur Information und Meinungsbildung der Bevölkerung beizutragen, sowie Kontrolle und Kritik auszuüben. Teilweise werden ihnen auch eine Rolle als „Vierte Gewalt“ zugeschrieben. Zur Kritik an den Medien siehe: Funktionen der Massenmedien und Medienkritik bzw. Medienmanipulation.

Literatur:

Maletzke, Gerhard (1998). Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 52–73.
- Arne Scheuermann: Medienrhetorik. In: Gert Ueding (Hg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Darmstadt: WBG 1992ff., Bd. 10 (2011), Sp. 649-659.
- Thomaß, Barbara (2007): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK.
- Almut Todorov / Mirko-A. Kahre / Carmen Reck: Massenkommunikation: In: Gert Ueding (Hg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik. Darmstadt: WBG 1992ff., Bd. 5 (2001), Sp. 961-990.
- Wilke, Jürgen (2011): Mediengattungen, in: Europäische Geschichte Online, hrsg. vom Institut für Europäische Geschichte (Mainz). [4. November 2011].

Funktionen der Massenmedien

Unter Funktionen der Massenmedien versteht man die Aufgaben, die den Medien in einer demokratischen Gesellschaft zugeschrieben werden, sowie die Leistungen, die die Medien für die Gesellschaft und ihre Mitglieder erbringen. Den Medien werden bestimmte Leistungen im Hinblick auf den (Fort-)Bestand des Gesellschaftssystems attestiert, die Funktionen sind dabei jene Konsequenzen der dieses System konstituierenden (kommunikativen) Handlungen, die die Anpassungsmöglichkeiten an die Umwelt, d. h. an die jeweilige Gesellschaft, fördern.^[1] Speziell die Funktion der Massenkommunikation ist nach Ronneberger (1979) diejenige „im wesentlichen geistige Tätigkeit, die von sozialen Systemen in einer hochentwickelten und komplexen Industriegesellschaft darauf hin beurteilt wird, inwieweit sie ihren Bedürfnissen und Erwartungen gerecht wird ... Es ist jeweils zu fragen, auf welche Umweltsysteme sich eine journalistische Leistung bezieht“.^[2]

Gesellschaftliche Funktionen

soziale	Politische	ökonomische
Funktionen der Massenmedien		
← Informationsfunktion →		
Sozialisationsfunktion	Herstellen von Öffentlichkeit	Zirkulationsfunktion

		▪ Wissensvermittlung ▪ Sozialtherapie ▪ Legitimationshilfe
soziale Orientierungsfunktion	Artikulationsfunktion	regenerative Funktion
Rekreatationsfunktion	politische Sozialisations- und Bildungsfunktion	herrschaftliche Funktion
Integrationsfunktion	Kritik- und Kontrollfunktion	
soziales	Politisches	ökonomisches
gesellschaftliches System		

Informationsfunktion

Die Informationsfunktion ist die zentrale Funktion der Massenmedien; eine Leistung der Massenmedien, die diese übergreifend im Hinblick auf das soziale, politische und gesellschaftlich-ökonomische System erbringen. Die Medien vermitteln Wissen und Erfahrungen, d. h. das subjektive Wissen des Empfängers wird erweitert.^[3] Informationsvermittlung über Massenmedien vollzieht sich dabei im Rahmen einer Sekundärerfahrung, d. h. die Reduktion subjektiven Nichtwissens geschieht durch Kommunikation. Die jeweilige Erfahrung macht man nicht persönlich; Primärerfahrungen liegen hingegen vor bei Erlebnissen in direktem Umgang mit Dingen.^[4] Klaus Beck kritisiert, dass die Massenmedien keine Informationen an sich transportieren, sondern lediglich Reize und Signale, die vom Empfänger verarbeitet werden. „Ob und welche Information schließlich konstruiert wird, bestimmen nicht die Medien, sondern die Rezipienten.“^[5]

So sorgen die Massenmedien dafür, dass die Menschen die wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen und politischen Zusammenhänge begreifen, die Demokratie verstehen und über Politik so unterrichtet sind, dass sie selbst aktiv daran teilnehmen können.

Aus der Informationsfunktion leiten sich verschiedene Forderungen an die Massenmedien ab. Sie sollen sich um Vollständigkeit bemühen, sodass alle Interessengruppen innerhalb der Gesellschaft zu Wort kommen können. Zudem sollen sie objektiv und verständlich berichten, sodass Ereignisse und Probleme auch für nicht sachverständige Bürger einsehbar dargestellt werden.^[6]

Soziale Funktionen [Bearbeiten]

Soziale Funktionen sind jene Leistungen der Massenmedien, die diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als soziales System erbringen.^[7] Am bedeutendsten für das Zusammenleben von Menschen in industriellen Großgesellschaften ist die Sozialisationsfunktion, nach der Definition von Hess die „Sozialisierung und Stärkung des

Normbewusstseins“. Massenmedien vermitteln Handlungsmuster, Rollenverhalten, Normen und gesellschaftliche Werte.

Die soziale Orientierungsfunktion bezieht sich darauf, dass die Massenmedien es ermöglichen, sich in einer immer unüberschaubareren Umwelt zurechtzufinden, indem sie eine Fülle von Details bereitstellen.

Mit der Rekreationsfunktion (nach Ronneberger 1971^[10]) bzw. der Gratifikationsfunktion (nach Saxer 1974^[11]) erfüllen Medien den Bedarf nach Zerstreuung und Ablenkung.^[12] Dadurch ermöglichen es Medien den Menschen, sich zu erholen und von der Arbeit abzulenken. Durch Unterhaltung und Entspannung sind wir wieder in der Lage, unsere Arbeit zu leisten, mit unseren Problemen fertig zu werden und unser Leben zu bewältigen.

Dabei werden bisweilen gewisse Flucht Tendenzen (Eskapismus) unterstützt, wodurch die Medien für die Rezipienten auch die Funktion erfüllen, die Sorgen des Alltags zu vergessen und vor der eigenen Realität zu flüchten. Dieser Aspekt wurde bereits im Uses-and-Gratifications-Ansatz berücksichtigt und wird im Rahmen der Rekreationsfunktion als Eskapismusfunktion benannt.^[12] Die Medien bieten also Lebenshilfe im weitesten Sinne. Sie erfüllen darüber hinaus das Bedürfnis nach Abenteuer, erotisch-sinnlichem Vergnügen oder auch Angst und Schrecken.

Die vierte soziale Funktion ist die Integrationsfunktion, nach der Medien in unserer durch verschiedene Gruppen organisierten bzw. durch vielfältige Interessen differenzierten Gesellschaft^[12] gesellschaftlich anerkannte Verhaltensweisen und Verhaltensnormen vermitteln, sowie Massenloyalität für die Geltung dieser sozialen, politischen und rechtlichen Normen herstellen.^[13] Maletzke sieht diese Funktion darin, dass der Mensch sich über seinen eigenen Erfahrungshorizont hinaus als Teil der Gesellschaft fühlt, die er wiederum als Ganzes wahrnimmt.^[14]

Politische Funktionen

Politische Funktionen, also Leistungen der Massenmedien hinsichtlich der gesellschaftlichen Umwelt als politisches System, beziehen sich auf demokratisch organisierte Staaten.^[15] Die wichtigste Funktion der Massenmedien in der Demokratie ist nach Ronneberger (1974^[16]) das Herstellen von Öffentlichkeit. Öffentlichkeit entsteht und besteht heute darin, dass Informationen via Massenmedien öffentlich zugänglich gemacht werden. Politische Entscheidungen in einer Demokratie sind nur legitimierbar, wenn sie Ausdruck des Willens einer Mehrheit der betroffenen Bevölkerung sind. Willensbildung erfordert die Diskussion von Meinungen. Durch die Erzeugung von Öffentlichkeit bezüglich politischer Programme, Absichten, Forderungen und Ziele treten am politischen Prozess Beteiligte miteinander in Kommunikation.^[15] Indem Massenmedien die Erwartungen der Bürger ebenso thematisieren wie die Entscheidungen des politischen Systems, kommt es zum

Austausch zwischen Organisationen, Institutionen, Parteien und Bürgern. So vermitteln die Medien das Wissen für die Willensbildung und ermöglichen auf diese Weise die Teilnahme (Partizipation) der Bürger am politischen Prozess: Sie tragen zur politischen Bildung bei.

Die Massenmedien transportieren die Stimmung in der Bevölkerung (Artikulationsfunktion) und sind somit Sprachrohr für alle demokratisch akzeptablen Parteien. Nur so kann die Willensbildung im eigentlichen Sinne zustande kommen.^[17] Saxer (1974^[11]) spricht auch von der Korrelationsleistung, die die Massenmedien erbringen, indem sie unterschiedliche Standpunkte aufeinander abstimmen und somit nicht nur Ausdruck der Meinungsvielfalt sind, sondern diese auch verringern. Dem Journalisten wird dabei die Funktion eines Vermittlers zugeschrieben.^[17]

Äquivalent zur Sozialisations- und Integrationsfunktion gibt es in Hinblick auf das politische System die politische Sozialisationsfunktion. Angesichts des hohen Differenzierungsgrades moderner Gesellschaften werden die politischen Rollen transparent gemacht, um eine aktive Teilnahme am politischen Geschehen zu ermöglichen.

Mit der politischen Sozialisationsfunktion verbunden ist die politische Bildungsfunktion der Medien, d. h. dass die Medien einen Beitrag leisten zur Heranbildung von am politischen Prozess beteiligten Staatsbürgern. Das Optimum gipfelt in der Fähigkeit zur Meinungsbildung.

Außerdem haben die Medien eine Kritik- und Kontrollfunktion. Sie geben den Mitgliedern einer Demokratie die Möglichkeit zur Kritik an den Machträgern, indem sie Opposition und anderen Interessengruppen öffentliches Gehör verschaffen. Darüber hinaus kritisieren sie selbst Staat, Gesellschaft oder Organisationen, z. B. durch investigative Recherchen oder Kommentare zu aktuellen Themen. Die Veröffentlichung von Kritik bringt in gewissem Maße Kontrolle über die kritisierten Zustände, ohne weitere Sanktionsmöglichkeiten darüber hinaus zu besitzen. Die Veröffentlichung allein bzw. die Angst davor kann zu Verhaltensänderungen führen, oder zu Folgen, wie eine Verurteilung oder Abwahl, die durch die Veröffentlichung in Gang gebracht wurden.^[18] Man spricht deshalb auch von den Medien als Vierte Gewalt im Staat.

Für die Presse sind in Deutschland die politischen Funktionen als öffentliche Aufgabe in § 3 der Landespressegesetze festgeschrieben: Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.

Ökonomische Funktionen

Die ökonomischen Funktionen beziehen sich auf die gesellschaftliche Umwelt als ökonomisches System in Gesellschaften, die nach

privatwirtschaftlichen (also kapitalistischen) Prinzipien organisiert sind.^[19] Die zentrale ökonomische Funktion der Massenmedien ist die Zirkulationsfunktion (nach Holzer 1973^[20] bzw. absatzökonomische Funktion nach Holzer 1994^[21]). Danach unterstützen die Medien die Aktivierung des Ware-Geld-Umlaufs und sind, indem sie den Warenumsatz beschleunigen, ein Motor des Wirtschaftskreislaufs. Dies geschieht, indem sie als Werbeträger auftreten, z. B. in Form von kommerziellen Anzeigen, aber auch durch redaktionelle Beiträge (z. B. über aktuelle Modetrends), oder indem sie als Unternehmen Arbeitsplätze schaffen.

Aus ökonomischer Perspektive wird die soziale Funktion der Rekreation bzw. Unterhaltung zur regenerativen Funktion. Durch Befriedigung der Informations- und Unterhaltungsansprüche der Rezipienten erhält die arbeitende Bevölkerung jene Gratifikation, die sie benötigt, um sich zu entspannen, sich physisch zu erholen und sich psychisch zu motivieren.

Primäre und subsidiäre Funktionen

Außerdem können primäre und subsidiäre Funktionen unterschieden werden:

- Primäre Funktionen werden aufgrund des Programmauftrags oder des journalistischen Selbstverständnisses erfüllt. Zu ihnen zählen beispielsweise Information, Unterhaltung, Kritik oder Hilfe bei der Meinungsbildung.
- Subsidiäre Funktionen sind als solche nicht beabsichtigt: Zum Beispiel kann Medienkonsum durch „Bescheidwissen“ soziales Prestige herstellen.

Funktionen für das Individuum [Bearbeiten]

Der einzelne Mensch erwartet von den Massenmedien Rat in praktischen Fragen, er will seine Neugier befriedigen und indirekt seine Unsicherheit durch Wissen verringern. Subsidiär erfüllen die Medien auch das Bedürfnis nach persönlicher Identität. Das dient einerseits dem reinen Vergnügen, hilft aber andererseits, den Alltag zu bewältigen, indem die Medien Erfolg versprechende Handlungsmuster vermitteln. Darüber hinaus zeigen Medien den Nutzern, welche Themen sozial und gesellschaftlich relevant sind, und liefern so Gesprächsstoff.

Wahrnehmung der Funktionen

Während im Rundfunk die aktuelle Informationsvermittlung und die Unterhaltungsfunktion im Mittelpunkt stehen, kommt der Presse vor allem die Funktion zu, Überschaubarkeit in der Informationsflut zu schaffen. Die Printmedien sind deshalb eher in der Lage, die politischen Funktionen zu erfüllen. Dies gilt vor allem für Wochenzeitungen und Zeitschriften, die eine

größere Distanz zum tagesaktuellen Geschehen haben und über mehr Raum verfügen, komplexe Themen zu behandeln.

Nicht immer nehmen die Medien ihre Funktionen zufriedenstellend wahr. Statt die Integration zu fördern, kann beispielsweise durch die Medien ein kommunikatives Gefälle in der Gesellschaft (Knowledge Gap) entstehen: Gut-Informierte nutzen alle Informationsquellen (vor allem die Printmedien) und bilden sich so weiter, während weniger Gebildete weniger Gebrauch von Medien machen und demzufolge immer weiter hinter den Gebildeten zurückbleiben. Indem sie Rollen und Normen einseitig und stereotyp darstellen, fördern die Medien Vorurteile und Rassismus.

Studien beweisen, dass gerade Minderheiten (Bernd Schönlebe) es schwer haben, in den Massenmedien zu Wort zu kommen. Folglich würden bestehende Machtverhältnisse zementiert. Als Lösung wird oftmals ein anwaltschaftlicher Journalismus, der vor allem die Interessen der Machtlosen vertreten soll, vorgeschlagen.

Die Kritiker des anwaltschaftlichen Journalismus sind allerdings der Meinung, der Meinungspluralismus innerhalb der Gesellschaft müsse von den Massenmedien angemessen wiedergegeben werden.

Abhängigkeit der Medien und Zensur durch die Wirtschaft

Da es sich bei fast allen Massenmedien um Werbeträger handelt, sind sie, mit Ausnahme des überwiegend oder vollständig gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunks, in privatem Eigentum und ihre Finanzierung basiert großenteils, überwiegend und manchmal ganz auf Werbeeinnahmen. Bei Gratiszeitungen oder privaten Rundfunksendern, bei Zeitungen und Zeitschriften können die Werbeeinnahmen 50 bis 80 % ausmachen. Aber auch beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk kann bei Werbeeinnahmen von bis zu 40 % von einer Abhängigkeit gesprochen werden.^[26] Deshalb weisen Kritiker darauf hin, dass kein Medium, das Werbung verbreitet, unabhängig sein kann und dass, je größer der Werbeanteil ist, auch die Abhängigkeit umso höher ist. Diese Abhängigkeit hat „ganz bestimmte Auswirkungen auf die Art der Medieninhalte In der Wirtschaftspresse werden die Medien häufig genau als das bezeichnet, für das sie sich in ihren offenen Momenten ausgeben: als einen Zweig der Werbeindustrie.“^[27] Die privaten Medien unterliegen überdies einer zunehmenden Konzentration, wobei die Besitzverhältnisse oftmals verworren oder undurchsichtig sind. Diese Entwicklung stellt eine „laufende Bedrohung der demokratischen Kultur dar“^[28], die, nach Meinung der Kritiker, schon für sich alleine genommen in einer Demokratie alle Alarmglocken schrillen lassen müsste. Fünf oder sechs Werbeagenturen dominieren die 400 Milliarden US Dollar schwere globale Werbeindustrie. „Journalisten stehen schon lange unter dem Druck, Berichte so

zu gestalten, dass sie den Werbenden oder den Eigentümern passen die überwiegende Mehrheit der Fernsehsender fand, dass ihre Nachrichtenabteilungen sich bei der Gestaltung der Nachrichten 'kooperativ' verhalten, um die 'nicht traditionelle Einnahmeentwicklung' zu unterstützen“. ^[29] Negative oder unerwünschte Berichterstattung kann unterbunden oder beeinflusst werden, wenn Werbekunden mit dem Entzug von Aufträgen drohen, oder auch nur, wenn die Gefahr des Auftragsentzuges besteht. Besonders ausgeprägt ist die Abhängigkeit, wenn ein Medium nur einen oder wenige Großkunden hat. Der Einfluss eines Werbekunden betrifft nicht nur Information über ihn oder seine Produkte selbst, sondern auch Inhalte von Sendungen und Artikeln, sogar von Beiträgen, die nicht direkt mit dem Werbekunden zu tun haben. Um ihre Werbeeinnahmen zu sichern, müssen Medien bemüht sein, ein möglichst gutes "Werbeumfeld" darzustellen. Kritisiert wird auch die Weigerung von Medien, Werbung oder Veröffentlichungen anzunehmen, die nicht in ihrem Interesse ist. Ein deutliches Beispiel hierfür ist die Weigerung von Fernsehstationen in den USA und Kanada, Spots von Adbusters zu verbreiten. ^[30]

Im privaten Rundfunkwesen entscheidet grundsätzlich die Quote über das Programm. „Ihr Geschäft besteht in der Abschöpfung von möglichst viel Aufmerksamkeit. Die Einschaltquote misst die Aufmerksamkeit, die das Medium für die gebotene Aufmerksamkeit einhandelt. Die Dienstleistung dieser Attraktion wird an die Werbewirtschaft verkauft“^{[31][32]} und die Zuschauerzahlen bestimmen den Preis, der für die Werbung erzielt werden kann. „In den USA gehört die Bestimmung von Inhalten durch Unternehmen bereits seit 1933 zum Programmalltag. Procter & Gamble (P&G) ... bot damals einem Radiosender einen Geschichte machenden Tauschhandel (heute als "Bartering" bekannt) an: Der Konzern würde eine eigene Sendung "kostenlos" produzieren und der Station so die teure Produktion von Inhalten ersparen. Im Gegenzug wollte der Konzern seine Spots verbreitet wissen und seine Produkte natürlich auch während der "Show" in Szene setzen. So entstand die Serie 'Ma Perkins', die P&G geschickt als Werbemedium für Oxydol, die damals führende Waschmittelmarke, nutzte. Die Seifenoper (Soap Opera) war geboren und wurde im neuen Fernsehmedium zu ihrer ganzen Blüte (Strahlkraft, Reine, Weißheit?) gebracht.“^[33] Während es den Kritikern im Wesentlichen um die subtile Einflussnahme der Wirtschaft auf die Medien geht, gibt es auch Beispiele unverhohlener Einflussnahme. Die US-Firma Chrysler verschickte, noch vor der Fusion mit Daimler Benz, über seine Werbeagentur PentaCom einen Brief an zahlreiche Magazine mit der Aufforderung, vor Erscheinen eines Hefts eine Übersicht über die behandelten Themen zu schicken. Vor allem wollte Chrysler erfahren, ob Inhalte vorkommen, die sich "sexuellen, politischen oder sozialen Angelegenheiten" widmen oder als "provokativ oder offensiv" ausgelegt werden könnten. David Martin, Chef der Werbeagentur

PentaCom, meinte dazu: „Wir begründen das damit, dass man beim Betrachten eines Produktes, das 22.000 \$ kostet, dieses Produkt von positiven Dingen umgeben sehen möchte. Es gibt nichts positives an einem Artikel über Kinderpornografie.“^[34] In einem anderen Beispiel berief im Jahre 2000 der US-amerikanische Fernsehsender „USA Network auf der höchsten Führungsebene inoffizielle Termine ein, um zu erfahren, welche Sendeinhalte Firmen wünschten, damit sie ihre Werbeaufträge erteilten.“^[35] Sendungen des Werbefernsehens werden zugeschnitten, getaktet und inhaltlich so gestaltet, dass sie auf die Bedürfnisse der Werbung passen, z. B. die Einteilung in passende Abschnitte. Diese werden häufig auch dramaturgisch auf die Werbung abgestimmt, so dass sie beispielsweise an ihrem Ende kurz vor einem Spannungshöhepunkt stehen oder eine Frage offen lassen. Auf diese Weise soll der Zuschauer an die Sendung gebunden werden.

Vorlesung VI

Rundfunk und Fernsehen:

Der zweite Platz unter den Massenmedien

Auch die deutsche Kultur wird gleichgeschaltet und einer strengen Kontrolle unterworfen. Der Mann, dem Hitler diese Aufgabe überträgt, heißt Joseph Goebbels. Der Gauleiter von Berlin wird Hitlers Propagandaminister und herrscht in den kommenden zwölf Jahren über die Presse, den Rundfunk, die Theater, die Museen und die Filmindustrie. Kleinwüchsig und von Geburt an durch einen Klumpfuß behindert, preist der einst als Schriftsteller gescheiterte oberste Kunstwart des Regimes die arische Rasse und verdammt die »entartete« Kunst. Die großen Werke des Expressionismus und der Abstrakten – darunter die Bilder so weltberühmter Künstler wie Max Beckmann, Max Ernst, Paul Klee oder Wassily Kandinsky – entfernt man aus den Museen. Aus den Spielplänen der Theater werden die Opern von Alban Berg oder Paul Hindemith gestrichen. Auch die Werke der jüdischen Komponisten Felix Mendelssohn-Bartholdy, Gustav Mahler oder Arnold Schönberg verschwinden vom Programm. Jazz und Swing gelten als »Niggermusik«. Richard Wagners Opern haben im Dritten Reich dagegen Hochkonjunktur. An die Stelle der »dekadenten und entarteten« Kunstwerke tritt eine pathetische, gewalttätige Architektur.

Das Reichsparteitagsgelände des Nazi-Architekten Albert Speer in Nürnberg oder das »Reichssportfeld«, das Werner March für die Olympischen Spiele 1936 bebaut, sind Beispiele für die neue Gigantomachie. In der »Blut- und Boden-Malerei« gibt es nun Bilder aus der deutschen Arbeits- und Familienwelt im Stile eines heroisierenden Realismus. Die Bildhauer schaffen überdimensionale, meist nackte Figuren, die »arische« Männer und Frauen darstellen. Antisemitische, auf die angeblich heile Welt der germanischen und

mittelalterlichen Vergangenheit hinweisende Heimatliteratur, in der die Scholle gepflügt und die Rasse reingehalten wird, oder unverfängliche Unterhaltungsromane ersetzen die Bücher von Franz Kafka, Lion Feuchtwanger, Anna Seghers, Joseph Roth oder Alfred Döblin. Die Zeitungen unterliegen einer strengen Zensur. Das Propagandaministerium gibt täglich die Meldungen heraus, die von den Medien zu veröffentlichen sind. Die großen Berliner Blätter der jüdischen Verlage Ullstein und Mosse werden verboten. Die Frankfurter Zeitung versucht in den ersten Nazi-Jahren noch, »zwischen den Zeilen« einige nicht konforme Nachrichten und Gedanken zu veröffentlichen. Bald hört auch das auf.

Millionenauflagen erreicht jetzt der Völkische Beobachter. In Berlin sorgt zusätzlich der bis 1934 von Goebbels herausgegebene Angriff für die Indoktrinierung der Leser. Der fränkische Gauleiter Julius Streicher verlegt in Nürnberg das antisemitische Schmier- und Kampfblatt Der Stürmer. Der Rundfunk wird zentralisiert. Die regionalen Rundfunkhäuser in Köln, Hamburg, Stuttgart, München, Frankfurt oder Königsberg müssen immer häufiger Beiträge übernehmen, die im Berliner Reichssender produziert werden. Natürlich stehen kurz nach der Machtübernahme nur noch Nationalsozialisten an der Spitze der Sender. Das Regime erkennt die großen Propagandamöglichkeiten, die das Radio ihm bietet. Mit dem Bau und Verkauf des preiswerten »Volksempfängers« gelingt es den Nationalsozialisten, ihre Botschaften in fast jedes Wohnzimmer zu tragen. Goebbels weiß auch um die Wichtigkeit des neuen Mediums Kino. Der Staat übernimmt die Universal Film Aktiengesellschaft (UFA). In den Babelsberger Studios geht bald nichts mehr ohne den Reichspropagandaminister. Alle gedrehten Filme unterliegen seiner persönlichen Begutachtung. Propagandastreifen wie Fridericus Rex oder Jud Süß, die Deutschlands Geschichte verklären, die politische Gegenwart preisen oder das Judentum verunglimpfen, wechseln mit Unterhaltungsfilmen, die vor allem in den Kriegsjahren die Bevölkerung ablenken und erheitern sollen. Den Krieg vergessen lassen dann für ein paar schöne Stunden Hans Albers, Heinz Rühmann oder Zarah Leander, wenn sie von der Kinoleinwand herunter bekräftigen: »Davon geht die Welt nicht unter«, »Das kann doch einen Seemann nicht erschüttern« oder »Ich weiß, es wird einmal ein Wunder gescheh'n ...« Schriftsteller, Journalisten, Schauspieler, Maler und Musiker müssen Mitglied der Reichskulturkammer werden, sonst verlieren sie ihre Arbeitserlaubnis.

Die Nazis schaffen sich damit ein überaus wirksames Druckmittel, um widerspenstige Künstler zur Ordnung zu rufen. Keine Berufschancen gibt es jedoch für die jüdischen Künstler oder Journalisten. Sie können der Reichskulturkammer nicht beitreten. Innerhalb weniger Monate werden sie aus den Zeitungs- und Rundfunkredaktionen entfernt. Jüdische Schauspieler, Regisseure und Orchestermusiker erhalten keine Engagements mehr. Ein großer intellektueller Aderlass findet statt, denn gerade in diesen Berufen sind viele deutsche Juden tätig. Nach dem Reichstagsbrand setzt eine große

Auswanderungswelle ein. Besonders die vom Regime verfolgten Kommunisten und Sozialdemokraten fliehen ins benachbarte Ausland. Aber natürlich vor allem auch zahlreiche deutsche Juden. Der Exodus deutscher Flüchtlinge erreicht bis zum Ausbruch des Zweiten Weltkriegs insgesamt etwa 400000 Menschen, 360000 davon sind Juden. Das Leben im Exil ist hart. Flüchtlinge sind nirgendwo in der Welt willkommen. Der Kampf um einen Pass, die Arbeits- und Aufenthaltserlaubnis ist zermürbend. Die Schriftsteller haben ihre Leser verloren, die Schauspieler ihr Publikum und die Journalisten ihren Beruf. In den meisten Staaten erteilen die Behörden kaum Arbeitsgenehmigungen für die Emigranten.

So wird das Exil zu einem permanenten Überlebenskampf. Die ersten Fluchtländer sind Österreich, die Tschechoslowakei, Frankreich, die Niederlande, England und Skandinavien. Als dann der Krieg große Teile Europas in die Gewalt der Nationalsozialisten bringt, müssen die Exilanten unter lebensbedrohenden Umständen in die Vereinigten Staaten von Amerika, nach Mexiko, China oder Neuseeland weiterflüchten. Dass unter den Exilanten die Juden den weitaus größten Anteil stellen, weist auf die rasche Umsetzung des antisemitischen Programms durch die neuen Herren hin. Sie haben es schon vor ihrer Machtübernahme vielfach angekündigt. In Mein Kampf spricht Hitler von den Juden als »Parasit im Körper anderer Völker« und prophezeit düster: »Die Sünde wider Blut und Rasse ist die Erbsünde dieser Welt und das Ende einer sich ihr ergebenden Menschheit.« Aus heutiger Sicht sind Hitlers Worte schockierend, damals jedoch sind sie keineswegs neu. Der Juden Hass ist älter als der Nationalsozialismus. Schon im Mittelalter wurden die Juden als Sündenbock für alles und jedes verantwortlich gemacht. Und erreichte Volkes Zorn den Siedepunkt, wurden sie hingerichtet wie Joseph Süß Oppenheimer. Ende des 18. Jahrhunderts konnten sich die westeuropäischen Juden zunächst emanzipieren. Am Anfang standen das Toleranzpatent von 1781/82 des österreichischen Reformkaisers Joseph II. und die 1792 von der französischen Nationalversammlung beschlossene Verleihung der Staatsbürgerschaft. In der Verfassung des Norddeutschen Bundes von 1871 wurde die jüdische Mitbestimmung ausdrücklich festgeschrieben.

Doch es blieb ein ständig von Rückschlägen bedrohter Kampf mit großen Hoffnungen und nicht minder großen Enttäuschungen. Bis 1918 wurden Juden an deutschen Universitäten nicht zu ordentlichen Professoren ernannt. Die Offizierslaufbahn war ihnen ebenso verschlossen wie eine Position im Staatsdienst. Ende des 19. Jahrhunderts wurde der Antisemitismus in Deutschland auf neue Weise wieder virulent. Die Juden verließen die Ghettos und nutzten die Berufsfreiheit, die man ihnen endlich gewährte. Sie arbeiteten als Ärzte, Rechtsanwälte oder Journalisten. In Literatur, Musik, Malerei oder an den Theatern machten sich jüdische Künstler einen Namen. Im Zuge der Industrialisierung errichteten erfolgreiche jüdische Kaufleute Fabriken und Handelshäuser. Die meisten deutschen Juden arbeiteten jedoch wie Millionen

ihrer christlichen Landsleute als Angestellte, Handwerker oder Arbeiter. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung überstieg nie 1 Prozent und doch verstummten die Stimmen nicht, die vor der »jüdischen Gefahr« warnten, bald gar von einer »jüdischen Weltverschwörung« sprachen. Der populärste Historiker des jungen Kaiserreiches und Bewunderer Preußens, Heinrich von Treitschke, erklärte: »Die Juden sind unser Unglück.« Eine Mischung aus beruflicher Konkurrenzangst, Neid und der Suche nach Schuldigen für die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Fehlentwicklungen schürte die antisemitische Stimmung. Bereits 1853 veröffentlichte der französische Diplomat und wissenschaftliche Dilettant Graf Joseph Arthur Gobineau seinen umfangreichen Essay Die Ungleichheit der Menschenrassen.

Der gescheiterte deutsche Kaufmann Wilhelm Marr – er benutzte erstmals den Begriff Antisemitismus – gründete 1879 die »Antisemiten-Liga«. Sein Buch Der Sieg des Germanentums über das Judentum fand viele Leser. Durch diese und andere Schriften erhielt die Judenfeindschaft eine andere Qualität. Mit unhaltbaren pseudowissenschaftlichen Thesen berufen sich die Antisemiten fortan auf »rassische« Argumente. Es gibt, so behaupten sie, eine moralisch ethische Hierarchie der Menschheit, die sich in den minder- und den höherwertigen Rassen widerspiegelt. Vermischt sich beispielsweise das Blut der germanischen Heldenrasse mit dem der minderwertigen jüdischen Rasse, dann sind wir, die Germanen, zum Untergang verurteilt. Wir müssen uns also wehren, um zu überleben. Diese völlig unsinnigen, aber weit verbreiteten Ideen bringen den Übergang vom religiösen Hass zur rassischen Ablehnung. Sie beruhen teilweise auf den seit 1870 diskutierten Lehren des englischen Biologen Charles Darwin. Dessen Gedanken über die Evolution der Rassen, die er als »survival of the fittest« beschreibt, werden von den Antisemiten platt verfälscht und missbraucht. Der so genannte »Sozialdarwinismus«, der Anpassungsfähigkeit mit Stärke verwechselt, ist ungemein populär. Politisch spielt der Antisemitismus, gepaart mit dem völkischen Rassedanken, im Kaiserreich noch keine Rolle. Erst in den Jahren der Weimarer Republik gelingt es den Nationalsozialisten die Ideologie zu einer politischen Kraft zu entwickeln, die direkt nach Auschwitz führt. Dem Judenboykott der Nazis vom 1. April folgt am 7. April das Gesetz zur »Wiederherstellung des Berufsbeamtentums«.

Alle jüdischen Beamten in den Behörden, in der Justiz oder die Hochschullehrer in den Universitäten werden entlassen. Seit 1934 betreibt das Regime mit großer krimineller Energie die »Arisierung« jüdischer Unternehmen. Seine Vertreter, häufig auch die bisherigen nichtjüdischen Konkurrenten, setzen die Juden so lange unter Druck und bedrohen sie mit der Einlieferung in ein Konzentrationslager, bis sie ihre Warenhäuser, Geschäfte, Handwerksbetriebe oder Immobilien zu Spottpreisen verkaufen. Jüdischen Rechtsanwälten und Ärzten ist es zunächst nur verboten, »arische« Klienten oder Patienten zu beraten und zu behandeln, dann müssen sie ihre Praxen ganz schließen. Wollen Juden ausreisen, belegt sie der Staat mit gewaltigen Steuern

und Abgaben, wodurch sie auch den Rest ihres Vermögens verlieren und, falls die Ausreise glückt, mittellos im Exil dastehen. Der Staat und die Betriebsaufkäufer bereichern sich schamlos an den verfolgten jüdischen Mitbürgern. Zu den großen Lügen und Verdrängungen der Nachkriegszeit gehört die Behauptung, man habe von der Verfolgung und Erpressung fast nichts mitbekommen. Am 15. September 1935 wird auf dem Nürnberger Parteitag das »Gesetz zum Schutz des deutschen Blutes und der deutschen Ehre« verkündet. Es verbietet Ehen und außereheliche Beziehungen zwischen Juden und Bürgern »deutschen Blutes«. Das ebenfalls auf dem Parteitag verabschiedete »Reichsbürgergesetz« fordert von jedem »Arier« einen Nachweis seiner »rassischen Abstammung«. Wer drei Großeltern jüdischen Glaubens hat, gilt als Jude und verliert die deutsche Staatsbürgerschaft.

Die Nürnberger Rassengesetze führen endgültig zur gesellschaftlichen Isolierung der deutschen Juden. Durch den Verlust der Staatsbürgerschaft werden sie rechtlos. Dann kommt es zur »Reichskristallnacht«. Mit diesem Begriff verharmlost der Volksmund die Gewalttaten, die sich am 9. November 1938 abspielen. Die Nazis inszenieren ein Pogrom, bei dem insgesamt 265 Synagogen niedergebrannt oder demoliert, 7000 jüdische Geschäfte und 29 Warenhäuser geplündert werden. Mindestens 36 Menschen kommen ums Leben. Goebbels will das – durchaus planvolle – Vorgehen der Nazi-Trupps als eine spontane Reaktion der Bevölkerung hinstellen. Zwei Tage zuvor nämlich hatte der Jude Herschel Grynszpan den deutschen Legationsrat in der Pariser Botschaft niedergeschossen. Aber die Bevölkerung bleibt weitgehend passiv, während die Nazis zuschlagen. Schweigend gehen die Menschen an den zerstörten, mit Glassplittern übersäten Gebäuden vorbei. Einen Tag später werden 11000 vorwiegend wohlhabende Juden in die Konzentrationslager Dachau, Buchenwald und Sachsenhausen transportiert. Der Staat friert die Beamtenpensionen für Juden ein. Jüdische Jugendliche dürfen keine deutschen Schulen mehr besuchen. Die letzte große Fluchtwelle der deutschen Juden setzt ein. Wer bleibt, vielleicht weil er zu alt ist, weil er resigniert, keine Einreisepapiere eines Fluchtlandes beschaffen kann oder nicht das notwendige Geld zur Flucht aufbringt, wird ab 1942 in die Vernichtungslager verschleppt und in den Gaskammern von Auschwitz oder Treblinka ermordet. Schon ab 1. September 1941 müssen die Juden im Reich den gelben Stern tragen. Ihr Alltagsleben unterliegt neuen verschärften Diskriminierungen: Ausgehverbote, Verbot Theater-, Konzert- oder Kinovorstellungen zu besuchen oder täglich eng begrenzte Einkaufszeiten. Opfer der Rassenideologie werden auch Tausende Sinti und Roma, damals Zigeuner genannt. Sie gelten als »minderwertig« und verschwinden in den Konzentrationslagern. In den Kriegsjahren ermorden die Nationalsozialisten etwa 500000 von ihnen. Homosexuelle werden ebenfalls verfolgt und in die Lager verschleppt. Bereits am 1. Januar 1934 tritt das »Gesetz zur Verhütung erbkranken Nachwuchses« in Kraft. Es ermöglicht eine Zwangssterilisation bei Menschen, die beispielsweise unter Schizophrenie

oder Epilepsie leiden. Diese ras- senideologisch begründete Gewalt findet im April 1940 mit dem Start des so genannten Euthanasie-Programms seine tödliche Steigerung.

Der aus dem griechischen stammende Begriff »schöner Tod« verschleiert, dass es sich hier um Mord handelt. Auf Hitlers persönlichen Befehl werden Geistesranke und Be- hinderte registriert, etwa 120000 Menschen werden von Ärzten durch Injektio- nen oder Giftgas umgebracht. Nach einigen öffentlichen Protesten vonseiten der Kirchen wird das Euthanasie-Programm offiziell gestoppt, aber heimlich fortgesetzt. Die Angehörigen der Euthanasie-Opfer erfahren offiziell nichts über die wahre Todesursache. Wenn überhaupt, erhalten sie eine Mitteilung, deroder diejenige sei in ihrem Heim oder im Krankenhaus »an einer Lungenent- zündung« gestorben. Die meisten Menschen verschließen in jenen Jahren so gut es geht die Augen vor den ungeheuerlichen Vorgängen. In Deutschland stehen Anfang 1933 soziale und wirtschaftliche Probleme im Vordergrund. Immer noch gibt es über 6 Millionen Arbeitslose. Hitlers Erfolg hängt entscheidend davon ab, ob seiner Regierung der Durchbruch auf dem Arbeitsmarkt gelingt. Es beginnt mit groß angekündigten Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen auf dem Bau- und Forstsektor. Hitler kann dabei auf Vorhaben zurückgreifen, die schon in den Weimarer Jah- ren entwickelt worden und in den Schubladen der Staatsbehörden liegen ge- blieben sind. Das gilt auch für den legendären Autobahnbau, der noch heute so gerne auf der Habenseite des Nazi-Regimes verbucht wird. Hitler nutzt Projekt- studien aus den Weimarer Jahren, schreibt die Ideen auf seine Fahnen und lässt seit 1936 fast 125000 Menschen an den »Straßen des Führers« arbeiten. Von den geplanten 6900 Kilometern sind bis zum Kriegsbeginn 3300 fertiggestellt. Genutzt werden die neuen breiten Straßen damals allerdings nur wenig. Ein an- derer bis heute populärer Plan bleibt nämlich weit hinter den propagierten Er- wartungen zurück: Der KdF-Wagen soll ein Volkswagens für alle sein. Wer Inter- esse daran hat, kann Marken zum Kauf ansammeln. Die 336000 Besteller, von denen 60000 ihr »Kraft-durch-Freude«-Gefährt voll bezahlt haben, sehen ihr Auto jedoch nie. Mit Kriegsbeginn produziert das Wolfsburger Volkswagenwerk ausschließlich Militärfahrzeuge. Der »Käfer« wird erst in der Nachkriegszeit über die – dann eifrig befahrenen – Autobahnen rollen. Trotzdem: Unter dem Nazi-Regime sinkt die Arbeitslosigkeit kontinuierlich. 1937 sind nur noch 0,9 Millionen Menschen in Deutschland ohne Arbeit.

Ist Hitler ein Genie der Wirtschaftspolitik? Das Geheimnis seines Erfolgs ist leicht nachvollziehbar und alles andere als ein Wunder. Hitler stellt die deutsche In- dustrie auf eine intensive Aufrüstungs- und Kriegsproduktion um. Die Konzerne erhalten bald große Staatsaufträge und können neue Arbeitskräfte einstellen. Auch die Autobahnen haben aus der Sicht des Regimes nur den Zweck, einen schnellen Aufmarsch der Wehrmacht zu ermöglichen. Die Löhne bleiben zwar niedrig, aber zweifellos beschert die Normalisierung auf dem Arbeitsmarkt Hitler enorme Pluspunkte in der Bevölkerung. Die letzten

Elendsjahre der Republik stecken den Deutschen noch lange in den Knochen. Finanziert werden die Staatsaufträge durch eine starke Vermehrung der Geldmenge.

Vorlesung VII

Die Bedeutung von Internet und sein Einfluss auf unser Leben

Warnung: *Internetbasierte Kommunikation gefährdet Ihre Intelligenz!* Diesen fatalen Nebeneffekt meldeten gleichzeitig *New Scientist* und *CNN* im Frühjahr 2005: Der Umgang mit E-Mail bei geistiger Arbeit bewirke einen Abfall der Leistungsfähigkeit um zehn IQ-Punkte und sei daher schädlicher noch als der Genuss von Marihuana, der die Betroffenen lediglich vier IQ-Punkte koste (Knight 2005; N. N. 2005b).

Weltweit und natürlich auch in Deutschland verbreiteten Zeitungen, Sender und Online-Dienste diese bedenklich stimmende Meldung gutgläubig weiter. Wer freilich in Erfahrung zu bringen suchte, wie die als Beleg erwähnte britische Studie zu ihren Ergebnissen gekommen sei, stieß auf die unergiebigste Pressemitteilung eines Hightechkonzerns sowie einen recht banalen „Guide to Info-Mania“, dessen offensichtlicher Hauptzweck die Imagewerbung war (Hewlett-Packard and Wilson 2005; N. N. 2005a). Die Untersuchung selbst blieb unzugänglich – und damit unüberprüfbar. Die wenigen bekannten Details weckten zudem eher Zweifel und rechtfertigten kaum die alarmistischen Presseberichte (Bell 2005). Die Wirkung der Studie und ihrer vermeintlichen Erkenntnis – das Internet verdimme seine Nutzer – war insofern aussagekräftiger als sie selbst. Denn der publizistische Erfolg deutete auf verbreitete Ängste vor der gegenwärtigen Umwälzung sozialer Kommunikationspraktiken.

Eine Ursache des Unbehagens, die Rasanz und Radikalität des Wandels, demonstriert ein Gedankenspiel: Man stelle sich einen Bewohner Mitteleuropas vor, der vor 20 Jahren gestorben wäre und nun ins Leben zurückkehrte. Auf Anhieb würde solch ein Wiedergänger unsere heutigen Kommunikationstechniken und -praktiken kaum begreifen können.

Was ihm aus dem Jahre 1985 vertraut ist – Brief- und analoger Telefonverkehr, vielleicht noch das im Privaten damals aufkommende Fax –, wird nur mehr am Rande genutzt. Ins Zentrum der Alltagskommunikation sind dagegen Mittel und Praktiken gerückt, die sich erst im Laufe der neunziger Jahre durchsetzten: E-Mail und SMS, Text- und Videochat, Internet-Telefonie, Blogging oder P2P-Filesharing (vgl. Hierzu wie zum Folgenden Freyermuth 2005).

Ermöglicht wird dieser Wandel von digitalen Apparaten, wie sie kein Durchschnittsbürger vor zwei Jahrzehnten kannte: Smartphones und PDAs sowie Multimedia-Desktops und -Laptops, gesteuert über grafische

Benutzeroberflächen. Mit ihnen wurde zum wichtigsten Medium alltäglicher Kommunikation das Internet, an das (West-)Deutschland erst im Frühjahr 1989 Anschluss fand, vier Jahre also nach dem Ableben unseres Wiedergängers. Wobei heute für den Zugang mehrheitlich erst in jüngster Vergangenheit geschaffene Breitbandverbindungen sorgen: mobile GPRS- oder UMTS-Netze, WLAN-Hotspots oder DSL-Leitungen.

Ebenso dramatisch wie die Veränderungen der Individualkommunikation fielen die der Massenkommunikation aus. An Information und Unterhaltung gelangten Privatpersonen Mitte der achtziger Jahre ausschließlich analog; entweder über den Transport materieller Datenträger – Bücher, Schallplatten, Tonband- und Videokassetten – oder über analoge Einweg-Verbindungen, in der Regel terrestrische Funksender, seltener schon Satelliten- oder Kabelverbindungen. Heute hingegen lassen sich digitalisierte Texte und Töne, Grafiken und Fotos, Fernseh- und Filmbilder mit einem Mausklick je nach Bedarf – on demand – über das Internet abrufen (und auch von Privatpersonen versenden).

Wir sind so zweifelsfrei Zeitgenossen eines historischen Medienumbruchs. Sein Telos, so steht zu vermuten, ist die Digitalisierung aller technisch vermittelten Kommunikation und damit letztlich deren vollständige Migration in digitale Netze. Das Ausmaß des Wandels scheint der industriellen Revolution durchaus vergleichbar. Analoge Fernkommunikationstechniken veränderten den Alltag ja erst zu jener Kenntlichkeit, die er für uns heute besitzt. Indem etwa Ausbau und Beschleunigung des Postwesens in Kombination mit Telegraf und Telefon über Distanzen psychische Nähe erzeugten, wurden die räumliche Entflechtung von Familien und das Getrenntleben der Generationen möglich.

Ebenso krepelte die stationäre Telefonie nach 1900 Arbeit und Geschäftsleben um, indem sie im Verein mit neuen Transporttechniken die Reichweite individuellen Handelns drastisch erhöhte. Kaum geringer dürften die Konsequenzen der digitalen Mittel und Medien und insbesondere des Internets ausfallen.

Diesen digitalen Medienumbruch und seine Folgen für die menschliche Kommunikationspraxis will ich in drei Schritten untersuchen. Zunächst sollen die infrastrukturellen Grundlagen internetbasierter Kommunikation dargestellt werden – als deren technische *Conditio sine qua non* und prägende strukturelle Kraft. Im zweiten Schritt werden langfristige Entwicklungstendenzen beschrieben, welche die ökonomische Durchsetzung und praktische Nutzung digitaler Kommunikation steuern und bis in die Gegenwart wirksam sind. Im dritten Schritt analysiere ich dann aktuelle Praktiken internetbasierter Kommunikation, um mit einem kurzen Ausblick auf deren zivilisatorisches Potenzial zu enden.

1 Infrastrukturelle Grundlagen

Das mediale Ensemble, das zu Beginn des 21. Jahrhunderts internetbasierte Kommunikation in den entwickelten Regionen zur

alltäglichen Gewohnheit machte, formte sich akkumulativ seit der Mitte des vorigen Jahrhunderts (zur folgenden Skizze der technischen Entwicklung vgl. Abbate 1999, Campbell-Kelly and Aspray 1996, Ceruzzi 1998, Greenia 2001, Naughton 1999, Rheingold 2000, Waldrop 2001). Den Ausgangspunkt bildeten in den 1940er-Jahren die beiden Basiskonzepte der Digitalisierung: die Trennung von Hard- und Software, wie sie John von Neumann entwarf, sowie die adäquate Übertragung analoger Werte und Funktionen in digitale Daten, konzipiert von Claude Elwood Shannon (Neumann 1945; Shannon 1948).

Als Ergebnis beider Varianten der Analog-digital-Konversion entstand im Laufe der nächsten Jahrzehnte zweierlei Software: von den materiellen Maschinen getrennte Steuerungsmechanismen, digitale Programme, sowie von den medialen Speichern getrennte Gehalte, digitale Dateien. Die damit initiierte Durchsetzung digitaler Computer ließ bald auch deren Nah- und Fernkommunikation – Vernetzung – wünschenswerter erscheinen.

Erste Experimente, die in den 1950er-Jahren einsetzten, der Pionierphase der Digitalisierung, – etwa das amerikanische Frühwarnsystem SAGE oder das zivile Buchungssystem SABRE – operierten mit störungsanfälligen und kostenintensiven, weil dauerhaft geschalteten Verbindungen nach dem Vorbild des analogen Telefonnetzes. Zu Beginn der sechziger Jahre entwickelten dann amerikanische und britische Forscher unabhängig voneinander mit dem Prinzip der Paketschaltung das bis heute gültige Basisverfahren aller digitalen Vernetzung (Baran 1960-1962; Kleinrock 1964; Kleinrock 1990).

Paketschaltung (packet switching) ersetzte die übliche analoge Hardwaresteuerung von Fernverbindungen mittels materieller Schaltung von Leitungen (circuit switching) durch Software-Selbststeuerung der zu transportierenden Datenmengen: Digitale bzw. digitalisierte Texte, Bilder, Töne und Filme werden seitdem in eine Vielzahl von Paketen aufgeteilt und mit individueller Nummerierung und Adressierung versehen.

Anders als kontinuierliche analoge Übertragungsströme benötigen diese Datenpakete dann keine geschalteten, das heißt für einzelne Kommunikationsakte reservierten Leitungen. Sie können vielmehr in einem offenen Netz unter möglichen Routen ihren eigenen Weg finden. Indem sich so dieselben Leitungen für verschiedene Kommunikationsakte parallel nutzen lassen, multipliziert sich das Übertragungspotenzial. Die Kosten einzelner kommunikativer Handlungen in Rechnung zu stellen – wie etwa bei Postsendungen oder Telefonverbindungen üblich – wird damit technisch wie ökonomisch obsolet (vgl. Freyermuth 2002, S. 55ff.).

Das historisch wirkungsmächtigste Beispiel für die kommunikativen Konsequenzen gibt die Erfindung und Durchsetzung der E-Mail. Das erste Fernnetz, das auf Paketschaltung beruhte – das 1969 eröffnete Arpanet – sollte der gemeinsamen wissenschaftlichen Nutzung räumlich entfernter Hard- und Software dienen. Persönliche

elektronische Mitteilungen waren institutionell nicht vorgesehen. Die Paketschaltung jedoch setzte grundsätzlich die Möglichkeit, dass einzelne Nutzer über die ohnehin offenen Leitungen – also ohne zusätzliche technischen Hardware-Aufwand und weitgehend kostenneutral – nach individuellen Interessen kommunizierten. Dieses Potenzial realisierte Ray Tomlinson 1971 ohne Auftrag der staatlichen Stellen, die das nationale Pioniernetzwerk finanzierten. Die erste Testmail schickte er an sich selbst. Schnell jedoch avancierte E-Mail zur populärsten Arpanet-Aktivität. Um 1975 machte sie bereits drei Viertel des Datenverkehrs aus, den die elitäre Gemeinschaft aus Programmierern, Akademikern und Militärs produzierte (Zakon 2001).

Dreißig Jahre später steuert die – lange vom Telekommunikationsestablishment bekämpfte – Paketschaltung die Kommunikation sowohl innerhalb der unzähligen Ethernet- oder WiFi-LANs (Local Area Networks) von Institutionen und Geschäften, in Privatwohnungen oder an öffentlichen Orten wie auch die Fernkommunikation in nationalen WANs (Wide Area Networks) – ob sie nun im Einzelnen GPRS (General Packet Radio Service) oder UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) nutzen, OFDM (Orthogonal Frequency Division Multiplexing), EvDO (Evolution Data Only), WiMax (nach dem IEEE-802.16-Standard) oder avantgardistisches mesh networking. Dieser Aufstieg der Paketschaltung zur infrastrukturellen Basis aller digitalen Kommunikation in Schrift, Ton und Bild ermöglichte zwei radikale Veränderungen sozialer Kommunikationspraktiken.

Erstens trat zur sporadischen Fernkommunikation, wie sie stationäre und mobile Telefonie über die Wahl einzelner Verbindungen erlaubten, die Möglichkeit permanenter Vernetzung. Paketgeschaltete Verbindungen – stationäre wie etwa DSL oder mobile wie UMTS – können, ohne Ressourcen zu blockieren, „immer an“ sein (always on). Die praktischen Konsequenzen liegen auf der Hand: E-Mail etwa wird von einer briefähnlichen Sendung, die vom Empfänger erst wahrgenommen wird, wenn er sich ein- oder mehrmals am Tag einwählt und in seine Mailbox schaut, zu einem fax- oder telefonähnlichen Kommunikationsakt, der seinen Adressaten binnen Sekunden erreicht, ihn freilich anders als ein Anruf nicht zu unmittelbarer Rezeption und Reaktion nötigt.

Wesentlicher noch eröffnet permanente Internetanbindung – i. e. Vernetzung mit anderen Individuen wie digitalen Datenressourcen – eine Vielzahl gänzlich neuer Nah- wie Fernkommunikationsformen, vom Textchat bis zu diversen Präsenztechnologien (s. u. Teil 3). Insbesondere die Funktion der Mobilfunknetze verändert sich damit kategorial.

Im 20. Jahrhundert wurden sie nach dem Vorbild des telefonischen Festnetzes zur Sprachübertragung zwischen zwei Partnern konzipiert.

Nun wandeln sie sich zum Mittel universeller Datenfernübertragung und werden sukzessive zum wichtigen Mittel einer dauerhaften internetbasierten

Vernetzung, die den sozialen Alltag mit virtuellen Kommunikations- und Informationsstrukturen überlagert.

Zweitens ist für den Transport digitaler Daten nach Paketen ihr medialer Gehalt arbiträr. Zu welcher Kommunikationsform sich die Vielzahl der versandten Pakete am Ende zusammensetzt – zu Buchstaben und Texten, Tönen und Musikstücken, Bildern und Audiovisionen –, bleibt für die Übertragung ohne Konsequenz. Wie daher die Analog-digital-Konversion kulturelle Produktion und soziale Fernkommunikation medial unifiziert – zu Bits – und damit die materielle Differenz der Speichermedien für Text und Bild (Papier, Leinwand), Ton (Schallplatte, Tonband, Rundfunk) oder Audiovisionen (Zelluloid, Fernsehen, Videoband) beseitigt, so unifiziert die Paketschaltung die Kommunikation über den Raum. Insofern ist sie zur Multimedialität technisch befähigt. Richtiger noch: Da paketgeschaltete digitale Kommunikation eine Trennung nach Medien gar nicht mehr kennt, operiert sie prinzipiell transmedial.

Die Paketschaltung als zentrale Innovation der digitalen Pionierjahre schuf so die Voraussetzung für zwei der sechs gegenwärtig zentralen Elemente internetbasierter Kommunikation: Immer-an-Vernetzung und Transmedialität. Ein drittes Element, die Universalität des Zugangs, trat während der digitalen Gründerjahre hinzu. Sie begannen um 1970 mit der Einführung des Mikroprozessors und führten zur Konstruktion persönlicher Computer. Deren Durchsetzung im Alltag wiederum steigerte den Wunsch nach digitaler Vernetzung bzw. Datentransfer und Kommunikation. Neben dem Arpanet entstand eine Vielzahl anderer, teils staatlicher, teils privater Netze. Um 1980 kommunizierte bereits eine sechsstellige Zahl von Amerikanern über digitale Netze (und vor allem E-Mail).

Alle Anbieter jedoch arbeiteten – wie auch das Arpanet – mit je eigenen Protokollen und glichen daher Kommunikationsinseln. Zwischen ihnen Daten auszutauschen, war unmöglich. Die proprietäre Vielheit der Vernetzung – das so genannte „multiple networking problem“ – verhinderte eine effektive Nutzung zu kommunikativen Zwecken und damit die soziale Durchsetzung. Erforderlich war ein vermittelndes Protokoll zum „internetworking“ (Leiner, Cerf et al. 2003). 1974 wurde der erste Vorschlag für das bis heute gültige Transport Control Protocol (TCP) veröffentlicht. Ende der siebziger Jahre kam ergänzend das von Xerox entwickelte Internet Protocol (IP) zum Routen einzelner Sendungen hinzu. 1983 wurde dann das ARPAnet offiziell auf TCP/IP umgestellt und damit der Kommunikation mit anderen Netzen geöffnet, so sie das gleiche offene Protokoll einsetzten.

„Internetworking“ mittels TCP/IP initiierte so technisch das Internet, wie wir es heute kennen: als ein jedem jederzeit und zwar unabhängig

von proprietärer Hard- oder Software zugängliches Kommunikationsmittel. Mit der Verknüpfung zehntausender proprietärer Netze begann eine Phase beschleunigten Wachstums. Mitte 1981 hatten im Arpanet lediglich 213 Computer gearbeitet, mit dem Internet waren dann im Oktober 1984 schon über 1000 Host-Rechner ständig verbunden, vier Jahre später 56 000, im Oktober 1989 159 000 (Consortium o. J.; Gray seit 1996). Parallel wuchsen zwar auch private und proprietäre Netze, etwa CompuServe oder America Online. Bis zum Ende des Jahrhunderts sollten sie jedoch alle mit dem Internet verschmelzen.

Seine heutige Dominanz verdankt das Netz der Netze wesentlich einer vierten Innovation. In Bedienung wie Leistungsfähigkeit nämlich unterschied sich der Zugang während der Frühphase noch drastisch von dem, was inzwischen fast einer Milliarde Nutzern selbstverständlich ist: Der Datenraum war gänzlich schriftzentriert. Zur Bedienung galt es arkane Kommandos zu tippen. Es bestand keinerlei Möglichkeit – oder nur die Vorstellung einer solchen Möglichkeit –, das Internet mittels einer grafischen Benutzeroberfläche (GUI – graphical user interface) zu navigieren und dort über Buchstaben und Zahlen hinaus Bilder, Fotos, Töne oder gar Audiovisuelles aufzufinden.

Das GUI war im Bereich der Betriebssysteme zwar seit langem in der Entwicklung. Seine Popularisierung begann jedoch erst Mitte der achtziger Jahre mit dem ersten Multimedia-PC, dem Apple Macintosh. Für seine Nutzer entstand mit Apple Link, einem Vorläufer von AOL, 1987/88 das erste grafisch organisierte, freilich proprietäre Datennetz. Der entscheidende Durchbruch ins offene Internet gelang dann um 1990. Auf einem anderen avancierten GUI-Computer – dem vom Apple-Mitbegründer Steve Jobs produzierten NeXT – schuf Timothy Berners-Lee eine grafisch organisierte und zudem über Hyperlinks navigierbare Datenzone, das World Wide Web (WWW).

Seine Nutzung begann 1992 in der kleinen, aber globalen Gemeinde der Nuklearphysiker. Angemessen erleben konnten das WWW freilich zunächst nur NeXT-Nutzer. Alle anderen sahen auf ihren Kommandozeilen-Maschinen weiterhin Text pur. Diesem Mangel half 1993 Marc Andreessen mit Mosaic ab, dem ersten Text und Bild integrierenden WWW-Browser, zunächst für das bei Internetnutzern damals dominierende Unix-Betriebssystem, dann auch für Mac OS und Windows. Der Browser und sein Nachfolger Netscape vereinfachten die Internetnutzung dramatisch. Binnen kurzem setzte sich GUI-Steuerung – befördert noch durch Windows 95 – in der internetbasierten Kommunikation auch über das WWW hinaus durch. Heute scheint die vorgrafische Ära digitaler Technik so fern wie einst nach einem Jahrzehnt Ton- der Stummfilm.

Der Erfolg des WWW versetzte daher internetbasierter Kommunikation

den entscheidenden Demokratisierungsschub. Bereits im Frühjahr 1995 überholte der WWW-Datenverkehr den der bis dahin führenden Telnet-Anwendungen (Zakon 2001). Existierten im Januar 1994 erst 600 Websites, so wurden daraus bis Ende 1995 über 100 000; 1996 sollten es 500 000 sein, 1997 eine Million (Glanz 2000). In dieser Phase entstand denn auch das Gros der bis in die Gegenwart dominierenden Internetunternehmen

– etwa Amazon (1994), Yahoo (1995), eBay (1995), Google (1998). Gleichzeitig wurde die Software für transmediale Kommunikation geschaffen, etwa für die Kombination von Text und Grafik mit Ton und später Video (dank Real Audio, vorgestellt 1995), Interaktivität und Animation (dank Java, vorgestellt 1994/5, und Flash, vorgestellt 1996) sowie P2P-Kommunikation in Echtzeit (dank ICQ – sprich: I seek you, der prototypischen Instant-Messaging-Software, vorgestellt 1996).

Die Mitte der neunziger Jahre markiert daher in der Geschichte der Kommunikation die entscheidende Wende, den point of no return, an dem der Datenraum sich vom Reservat qualifizierter Eliten, das primär der Wissensvermittlung diente, zu einem demokratischen – und demokratisierenden

– Raum für Kommunikation und Konsum, Information und Unterhaltung wandelte. Nurmehr zwei Elemente fehlten noch, um das aktuelle Ensemble internetbasierter Kommunikation zu komplettieren: die Beschleunigung und Mobilisierung des Zugangs.

Erstere begann 1997 mit der Einführung des 56k-Modems. Mit ihm war die technische Grenze der schmalbandigen Huckepack-Einwahl über das analoge Telefonnetz erreicht. Kurz darauf kamen in den USA breitbandige Internetzugänge über TV-Kabel auf. Dieses Angebot bewog die konkurrierenden Telekom-Konzerne, die zurückgehaltene DSL-Technik endlich kleineren Firmen und Privatleuten zu offerieren.

In den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts popularisierte sich so die in staatlichen Institutionen und Konzernen selbstverständliche Permanenz und Transmedialität der Internetnutzung.

Die digitale Vernetzung folgte damit dem zivilisatorischen Muster der Wasser- oder Stromversorgung und bewirkte wie einst diese dramatische, ungeplante und unvorhergesehene Veränderungen des Alltagslebens.

Ein aufsehenerregendes Indiz für den Wandel von Individual- wie Massenkommunikation, den permanenter Breitbandzugang zum Internet bewirken konnte, gab Shawn Fanning mit seinem P2PFilessharingprogramm

Napster. Im Jahr 2000 zählte es weltweit fünf Millionen Nutzer, die mühsam „gerippte“ – von den analogen Datenspeichern befreite – Musikstücke tauschten, um sie zu anderen als den vorgesehenen Abspieleinheiten zu mischen (N. N. 2000; Oram 2001;

Shirke 2001). Eingeläutet war damit eine grundsätzliche Ermächtigung der Konsumenten gegenüber den Produzenten von Massenkultur und deren standardisiertem Angebot, eine Infragestellung der fremdbestimmenden „Programme“ auch von Radio, Fernsehen und Kino.

Schuf stationäres Breitband eine wichtige Voraussetzung für die vollständige Integration des Datenraums in Alltag, Arbeit und Unterhaltung, so vollendete diesen Prozess die Mobilisierung breitbandigen Internetzugangs. Auch sie musste widerstrebenden Konzernen abgetrotzt werden. Erst die massenhafte Umfunktionierung der – für firmeninterne und private Nutzung geschaffenen – WLAN-Technik (nach dem IEEE-802.11x-Standard), mit der sich Nutzer und Kleinanbieter die kommerziell nicht zur Verfügung stehende mobile Datenkommunikation selbst schufen, zwang – weil die in unregulierten Frequenzbereichen operierenden Hotspots zur ernsthaften Billigkonkurrenz zu werden drohten – die aufs 3G-Netz fixierten Telekom-Konglomerate zum Einstieg bzw. Einlenken auch im eigenen Angebot. Damit begann schnelles Wachstum. Ende 2005 operierten weltweit nahezu 100 000 öffentliche WLAN- Hotspots. Gleichzeitig wurde die pauschale Nutzung der breitbandigen Mobilnetze möglich. Internetzugang drang damit aus Firmen und Privatwohnungen in den öffentlichen Raum und leitete dessen kommunikative Überlagerung und informationelle Augmentierung ein.

Die aktuelle Gestalt internetbasierter Kommunikation formte sich so in mehreren akkumulativ wirkenden Innovationsschüben:

□□ Paketvermittlung, wie sie in den frühen sechziger Jahren konzipiert wurde und während der siebziger Jahre technisch auf nationaler Ebene realisiert, schuf die Voraussetzung erstens für eine aufwandsneutrale Permanenz internetbasierter Kommunikation sowie zweitens für die prinzipielle Transmedialität internetbasierter Kommunikation;

□□ TCP/IP, das Protokoll offenen „Internetworkings“, in den siebziger Jahren konzipiert, in den achtziger Jahren durchgesetzt, sorgte drittens für Kompatibilität, das heißt die Universalität internetbasierter Kommunikation;

□□ die grafische Bedienung, in den achtziger Jahren für digitale Datenkommunikation

konzipiert und in den neunziger Jahren mit dem

WWW im Internet durchgesetzt, popularisierte viertens dessen Nutzung über die engeren Kreise von Wissensarbeitern hinaus und besorgte mit dieser Entqualifizierung die Demokratisierung internetbasierter Kommunikation;

□□ breitbandiger Immer-an-Internetzugang auch für kleinere Firmen und Privatleute, technisch seit den frühen neunziger Jahren möglich, jedoch erst nach 2000 erschwinglich offeriert, ermächtigte die Nutzer

zum beständigen Empfang wie Versand transmedialer Daten, hob damit die aus der industriellen Epoche stammende technischmediale Trennung von Individual- und Massenkommunikation auf und realisierte so fünftens das Peer-to-Peer-Potenzial internetbasierter Kommunikation;

□□ mobiler breitbandiger Immer-an-Internetzugang, technisch seit den neunziger Jahren möglich, jedoch ebenfalls erst nach 2000 demokratisiert, veränderte die Erfahrung des öffentlichen Raums und offenbarte so sechstens das Augmentierungspotenzial internetbasierter Kommunikation.

2 Langfristige Entwicklungstendenzen

Internetbasiert kann menschliche Kommunikation seit geraumer Zeit sein – seit 1983, datiert man die Geburt des Internets auf die Einführung des Namens im Verein mit der Umstellung auf TCP/IP; seit 1969 gar setzt man den Beginn der Erfahrung digitaler Kommunikation mit der Eröffnung des ersten paketvermittelten Netzes an. Diese langjährige Nutzung war einerseits durch den jeweiligen Stand der skizzierten infrastrukturellen Rahmenbedingungen limitiert. Andererseits aber bestimmten die Interessen der schnell wachsenden Zahl von Nutzern – da sie zunächst zugleich Verwalter und Programmierer waren, später durch ihr massenhaftes Verhalten Einfluss ausübten – recht wesentlich den Verlauf der technischen wie institutionell-ökonomischen Entwicklung. In diesem Prozess, der Vielzahl einzelner Fortschritte und Veränderungen, lassen sich deutlich langfristige Tendenzen erkennen.

Angestrebt wurde die Ersetzung analoger Kommunikationspraktiken und damit nicht nur die Ersetzung analoger durch digitale Hardware, sondern wesentlicher noch die jeglicher Hard- durch Software. Nahezu jedes analoge Mittel und Medium sozialer Kommunikation fand so inzwischen seinen Weg in PC und Internet: Schreibmaschine und Briefsendungen etwa wandelten sich zu Schreibprogrammen, E-Mail samt multimedialen Anhängen oder Textchat; Telefon und Anrufbeantworter

wurden zu VoIP-Softphone, Voicemail usf. Solch funktional gültige Ersetzung von Hard- durch Software bezeichnet man als Virtualisierung. Ein Software-Laufwerk etwa, das an die Stelle eines tatsächlichen tritt, heißt virtual drive, ein Software-Rechner, der an die Stelle eines tatsächlichen Computers tritt, virtual machine usf. Die sich seit bald einem halben Jahrhundert vollziehende zivilisatorische Überführung analoger Kommunikationspraktiken in digitale und internetbasierte indiziert daher eine historische Tendenz zur Virtualisierung sozialer Kommunikation.

Als Ersetzung allein ist allerdings die Migration der Kommunikation in den Datenraum unzulänglich beschrieben. Mit ihr gehen, wie schon der Vergleich der Arbeit an analogen Schreibmaschinen mit virtuellem

word processing zeigt, quantitative wie qualitative Leistungssteigerungen einher: In der Virtualität sieht der Kommunizierende sich zu Manipulationen befähigt, wie sie mit analogen Mitteln und Materialien gänzlich unmöglich wären. So endet mit der Verwandlung in Software vor allem materieller Mangel, die zwangsläufige Begrenztheit der Ressourcen, die allem Handeln im Realraum den Rahmen setzt. Denn Virtualisierung macht mediale Gehalte beliebig reproduzier- und distribuierbar. Darüber hinaus verflüssigen sich alle medialen Gehalte – Software-Dateien lassen sich arbiträr manipulieren.

Im sozialen Umgang mit diesen beiden zentralen Eigenschaften internetbasierter Kommunikation lassen sich zwei weitere langfristig wirkende Tendenzen erkennen. Die erste nutzt den Umstand, dass virtuelle Werkzeuge keinem quantitativen Mangel unterliegen, zur Privatisierung der Verfügung über sie. Diese Tendenz ist grundsätzlich keineswegs neu, sondern Teil einer noch dauerhafteren, welche die Kultur der Moderne durchzieht: dem Bemühen, kommunikative und ästhetische Erfahrungen, die zuvor nur öffentlich und in Abhängigkeit von anderen Menschen zu haben waren, in die Privatsphäre zu verlegen und damit privater Kontrolle zu unterwerfen.

Dieser Wunsch bestimmte in den vergangenen Jahrhunderten die Adoption der meisten technischen Produktions- und Kommunikationstechniken. Ob Wort, Bild oder Ton, ob Kunst, Sport oder Spiel – alles wurde bekanntlich „heimgeholt“, sobald es technisch und ökonomisch machbar war. Das stete Streben nach Privatisierung führte beispielsweise vom Konzertsaal über das öffentliche zum Heimradio oder vom Theater übers Kino und den Gastraum mit Fernseher zum eigenen Gerät, das es erlaubte, Theaterstücke und Filme vom Wohnzimmer aus zu rezipieren, und darüber hinaus die Live-Teilhabe an einer Vielzahl anderer Ereignisse ermöglichte, an Sportveranstaltungen, Parlamentsdebatten, Gerichtsverhandlungen usf.

Mit der Virtualisierung verstärkte sich diese Tendenz und erfasste zugleich mit der massenmedialen Kommunikation – Information, Kunst und Unterhaltung – auch die kommunikativen Handlungen von Individuen. Erfahrungen und Dienstleistungen, die zuvor nur öffentlich, im Kollektiv oder zu bestimmten Zeiten zugänglich waren, die Angebote etwa von Post und Banken, Börsen oder Kaufhäusern, Kinos, Museen oder Bibliotheken, auch die fremdbestimmten Programme von Radio- oder Fernsehsendern, sollten nun als Software in der Privatsphäre und jederzeit greifbar werden. Nicht zuletzt Fernkommunikation in Wort, Schrift und Bild, die – seit sie im 19. Jahrhundert technisch überhaupt möglich wurde – lange ein kostspieliges Privileg von Eliten gewesen war, der Mächtigen, Reichen und Prominenten, geriet mit PC

und Internet unter die beliebige Verfügung von Millionen Durchschnittsbürgern.

Dieser Tendenz zur Privatisierung der Verfügung (als Folge quantitativer Entgrenzung der Ressourcen durch Virtualisierung) korrelierte die Tendenz zur Personalisierung des Umgangs (als Folge qualitativer Arbitrarität virtueller Mittel und Medien). Die Befähigung zu beliebiger Manipulation zwischenmenschlicher wie massenkultureller Kommunikation setzte eine Umkehrung des industriell etablierten Verhältnisses zwischen Bedürfnissen und ihrer Befriedigung in Gang: An die Stelle der Anpassung der Individuen an massenhaft produzierte Waren und standardisierte Dienstleistungsangebote trat in internetbasierter Kommunikation deren Adaptation an persönliche Interessen und Neigungen.

Die Verfügung über Kunst und Unterhaltungsangebote etwa, die zu industriellen Zeiten dem Massenpublikum vom festen Programm diktiert wurde, unterliegt nun einzelner Nachfrage on demand. Ebenso muss die Rezeption der offerierten Werke nicht allein passiv erfolgen, sondern kann verschiedene Stufen der Interaktivität annehmen, vom einfachen Vorwärts- oder Rückwärtsklick im persönlich gestaltbaren Internetradio, bei dem sich Programme nach individuellen Vorlieben und Klangfarben zusammenstellen lassen, bis zur immersiven Teilhabe an fiktionalen Online-Welten. Der Verlauf der Rezeption wird in Zurichtung virtueller Angebote durch individuelle Interaktion, adaptives Design, programmierte Filterung usw. in einem höheren Maße personalisiert, als es unter massenmedialen Bedingungen möglich war. In der Individualkommunikation gelang ähnliche Personalisierung durch gesteigerte Wahlmöglichkeiten an Mitteln und Medien wie durch die Auflösung des Zwangszusammenhangs zwischen der medialen Produktion einer Nachricht und der Art und Weise ihrer Rezeption: Was einst mediale Kondition war, diktiert vom Sender, wurde virtualisiert zur Option, wählbar vom Empfänger. Das beste Beispiel dafür gibt die virtuelle Konvertierbarkeit von – analog meist synchroner – Mündlichkeit und – analog meist asynchroner – Schriftlichkeit. Im digitalen Transmedium sind sie auf dieselbe Material- beziehungsweise Signalbasis gestellt und damit medial unifiziert: Digitalisierte Texte und Töne lassen sich ineinander wandeln und nach medialem wie zeitlichen Belieben akustisch oder visuell wahrnehmen – Text-to-Speech, Speech-to-Text, Fax-to-Text-and-Speech usw.

Im Fortschritt internetbasierter Kommunikation lassen sich so langfristig drei Tendenzen erkennen:

☐ Die kontinuierliche Ersetzung von Hard- durch Software sowohl im Bereich der Kommunikationsmittel wie der Speicher- und Distributionsmedien besorgt eine sukzessive Virtualisierung sozialer Kommunikation;

☐ die mit der Virtualisierung technisch gesetzte quantitative Arbitrarität

der Mittel und Medien eskaliert den neuzeitlichen Langzeittrend zur Privatisierung internetbasierter Massen- wie Individualkommunikation;

□□ die mit der Virtualisierung technisch gesetzte qualitative Arbitrarität der Medien und Mittel befähigt zur Personalisierung des Umgangs mit internetbasierter Kommunikation.

3 Aktuelle Praktiken & Ausblick

Die aktuelle Praxis – als Resultat infrastruktureller Rahmenbedingungen und langfristig wirkender Tendenzen – kennzeichnet generell die Aufhebung analoger Gewohn- und Gewissheiten. Schriftlichkeit etwa beschleunigt sich mit E-Mail, Textchat oder SMS von einer asynchronen zur synchronen, das heißt Echtzeit-Kommunikationsform und gewinnt zudem durch Hyperlinks interaktive Qualitäten. Mündlichkeit, analog primär ein flüchtiges Echtzeit-Medium, wird mit Voicemail asynchron und verdatet und lässt sich so automatisch verschriftlichen. Die Scheidung von interaktiver Individual- und programmierter Massenkommunikation löst sich mit der Durchsetzung von On-demand-Zugriffen, P2P-Austausch sowie Online-Spiel- oder -Erlebniswelten auf. Stationäre und mobile Nutzung internetbasierter Kommunikation verschmelzen, und mit dieser Entortung verweben sich Nah- und Fernkommunikation.

In öffentlichen Verkehrsmitteln etwa sind mündliche, schriftliche und auch schon A/V-Kommunikationen mit abwesenden Partnern meist intensiver als alle Kontakte mit Mitreisenden. Ebenso diskutieren Teilnehmer wissenschaftlicher Konferenzen – dank WLAN – nicht selten lebhafter in Chats und Blogs untereinander als im Realraum und mit den Vortragenden.

In ihrer Vielzahl deuten die Symptome auf einen epochalen Wandel sozialer Kommunikation. Dessen Ausgang ist schwerlich zu prognostizieren.

In den divergierenden Praktiken lassen sich jedoch Konvergenzen und Schwerpunkte erkennen. Zwei scheinen besonders wirkungsmächtig.

Mit der Allgegenwart internetbasierter Kommunikation und der aus ihr resultierenden Aufhebung von Kommunikationsdistanzen entwickeln sich in Arbeit wie Privatleben Praktiken telematischer Präsenz.

Virtuelle Gruppen – entortete Teams, Online-Spielpartner, Chatbekanntschaften und -freundschaften – laufen den einst verbindlichen Gemeinschaften des Realraums den Rang ab. In der Konsequenz entsteht virtuelle, i. e. über Software erzeugte Nähe. An die Stelle tradierter Kollektivbindungen

tritt „networked individualism“ (Barry Wellman, zitiert nach Piller 2000).

Als ein Konvergenzpunkt ist so zum einen arbiträre Globalisierung auszumachen – die generelle Ermächtigung vernetzter Individuen, von beliebigen Orten aus und zu beliebigen Zeiten mit Menschen und Informationen an beliebigen anderen Orten in beliebigen Medien (oder allen

zugleich) synchron wie asynchron in Verbindung zu treten. Dieser Entortung persönlicher Kommunikation entspricht dialektisch das Bedürfnis nach interaktiver Verortung, nach Gewinnung von Echtzeitinformationen über die geografische und soziale Umwelt, in die sich die Kommunizierenden jeweils verschlagen finden. Für solch virtuelle Orientierung – eine interaktive Kommunikation mit digitalisierten Daten und Expertensystemen – stehen seit der Mobilisierung breitbandigen Internetzugangs in Kombination mit etwa der zivilen Nutzung des GPS-Systems oder der sich entwickelten RFID-Technik wesentliche Mittel zur Verfügung. In den Kommunikationsalltag bereits integriert sind etwa PKW-gebundene Verfahren virtueller Verortung und Navigation. Ebenso existieren Online-Infosysteme, die es etwa erlauben, sich mobil und in Echtzeit über Konsum- und Kulturangebote zu informieren, Preisvergleiche anzustellen oder Freunde und Bekannte zu ermitteln, die sich zufällig in der Nähe aufhalten.

Vorlesung VIII

Die Anerziehung moralischer Eigenschaften und Ansichten

Auf den obersten Ebenen der meisten Internetangebote erblickt man ein Sammelsurium von Bildern, Texten, Wörtern, Logos und visuellen Zeichen auch jeglicher anderer Art. Je nachdem, ob die Titelseite weniger oder mehr Informationen feilbietet, folgt die Anordnung der verschiedenen Teile unterschiedlichen Konventionen. Plakatformen mit viel Bild und wenig Text dienen meist als repräsentativ gestaltete Foyers, die auf die informationshaltigeren Seiten dahinter einstimmen sollen. Wer hingegen sofort einen möglichst großen Überblick über sein Angebot verschaffen will, gestaltet den Bildschirm besser als Pinnwand: Auf einer kleinen Fläche geben viele locker verteilte große und kleine Zettel Informationen unterschiedlichster Art. Natürlich gibt es Mischformen, die auch gestalterische Elemente von Schaufenstern, Flyern und anderen herkömmlichen Darbietungsformen verwenden. Betrachten wir ein charakteristisches Beispiel. Wer am Abend des 1. Oktober 2005 die Seite <www.t-online.de> aufrief, sich von dem größten Bild in der oberen Mitte angesprochen fühlte und darauf klickte, gelangte so in die Rubrik „Fußball: Bundesliga“ mit der folgenden Titelseite (<http://onsport.t-online.de/c/00/01/54/1548.html>): Zunächst sehen wir hier das gleiche Bild wie vorher, so dass über den Klick hinaus ein gewisser Lektürezusammenhang gewahrt bleibt. Fährt man mit der Maus über das Bild, so erscheinen im Bild die Namen der beiden Spieler (die klassische Bildunterschrift). Die Schlagzeile darunter verknüpft das Bild mit dem folgenden Text. Das Bild ist der Aufmerksamkeit heischende Einstieg in den Text und steuert die Leseerwartung. Die grafisch hervorgehobene Schlagzeile ihrerseits („Dramatisches Finish in Berlin“) lenkt die Bildwahrnehmung in eine

bestimmte Richtung (sie hätte etwa auch „Handelfmeter“ o. ä. lauten können, tatsächlich ist im Bild weder eine dramatische Szene noch ein Finish zu erkennen). Zugleich lässt die Schlagzeile eine spannende Erzählung erwarten. Da derlei in den beiden hier sichtbaren Sätzen nicht zu finden ist, scheint sie den Bogen zum Textrest zu spannen, der durch einen Klick auf das Fortsetzungswort „mehr“ zu erreichen ist. Falls die innere Erwartung so lange anhält (die Schlagzeile heißt dort ganz anders „Bremen dreht die Partie in Berlin“), wird sie enttäuscht werden. Denn nur der sechste der dort folgenden acht Sätze geht überhaupt auf das betreffende Spiel Hertha BSC gegen Werder Bremen ein. Es wird sich also im Ganzen wiederholen, was wir auf der abgebildeten Seite schon in den ersten drei Sätzen sehen. Es gibt keinerlei formale kohäsive Mittel, die sie verbinden; und um einen kohärenten inneren Zusammenhang und damit den Text überhaupt zu verstehen, braucht man erhebliches Kontextwissen, um die Lücken zu füllen.

Das aber ist charakteristisch für die meisten Texte im World Wide Web, auf denen auch Bilder zu sehen sind (also fast alle Texte auf den obersten, d.h. zuerst zugänglichen Ebenen jedes Angebots). Wo Buchstaben im WWW nicht allein (monomodal), sondern mit anderen Arten von Zeichen vorkommen, dienen sie weniger einer synthetisierenden Lektüre, die kleine Teile nach und nach (bottom up) zu immer größeren Einheiten aufbaut und Zusammenhang sucht. Vielmehr stehen Textstücke als Module da, welche die Nutzer ihren Interessen und Zwecken entsprechend auswählen und ad libitum zusammensetzen können. Folglich spielen die klassischen Mittel schriftgewohnter Kohäsion und Kohärenz nur eine höchst untergeordnete Rolle. Schon im ersten Leseansatz, der sich ja bald auf den längsten Text auf dieser Seite konzentrierte, haben wir damit das innere Formgesetz der gesamten Beispielseite entdeckt, wie sie exemplarisch steht für die große Mehrheit prototypischer Webseiten. Während wir nämlich als Leser bei herkömmlicher (primärer) Schriftlichkeit grammatisch geregelte Wege rekonstruieren, um vorgeformte Ganzheiten zu entdecken, können und müssen wir hier im Web kleine, in sich wenig strukturierte Stückchen frei auswählen und auf vielerlei Weise nebeneinander- und hintereinanderstellen. Es geht um mehr Modularität als Hierarchie, mehr Design als Grammatik, mehr Blick als Lektüre, mehr Fläche als Linie, mehr flexible Bewegung als feste Ordnung, mehr Geschwindigkeit als Geduld. All das unterstützt den schnellen Blick und nicht die sorgfältige Lektüre. Schauen wir nun die ganze Bildschirmseite (Abb. 1) an. Dort finden wir das Gleiche auf die Spitze getrieben. Es gibt nicht – wie in avancierter primärer Schriftlichkeit – eine Hauptinformation, einen Haupttext, der von allerlei ihm untergeordneten „Paratexten“ flankiert wäre, um ihn zu präsentieren (Genette 1989). Vielmehr umfasst das semiotische Füllhorn zahlreiche Stückchen, die teilweise gegenseitig als Paratexte und -zeichen aufeinander verweisen (erst recht in der dritten Dimension der Hyperstruktur). Man kann die Bildfläche nicht wie Texte von oben links nach unten rechts

lesen. Anders als bei klassischen Texten spielt vielmehr das optische Erscheinungsbild eine entscheidende Rolle für die Art und Weise der Rezeption (vgl. Kress 2003: 9: „The screen is ordered by the logic of image“). Das sichtbare Layout, nicht der innere Sinn, organisiert die Wahrnehmung. Alles steht an seinem Platz, und der Platz hat seine Funktion. Der Ort, an dem etwas steht, richtet die Art von dessen Wahrnehmung aus – in ähnlicher Weise wie oben das Einstiegsfoto die Leseerwartung an den folgenden Text prägt. Wir lesen die Bildschirmseite, metaphorisch gesprochen, von außen nach innen (top down): erst das visuell Auffällige, die Farbgestaltung, die Feldverteilung, die großen Bilder, typografisch dominant gestaltete Wörter und erst am Ende die längeren Texte, sofern sie uns interessieren. Die wohlorganisierte Aufteilung der Fläche in einzelne Felder dient erstens dazu, den begrenzten Platz optimal zu nutzen. Zweitens – auch in kohäsionsbildender Funktion – steuert sie die Wahrnehmung („Was finde ich wo?“

„Was erscheint mir wichtig?“ Vgl. z.B. Bucher 2001). Drittens – kohärenzunterstützend – weist sie Bedeutung zu. Ganz oben finde ich Hyperlinks, die von dieser Seite wegführen, dann Hilfen zur Orientierung darüber, an welcher Stelle innerhalb des Gesamtangebotes ich mich befinde, dann einige Zusatzfunktionen. Die linke Spalte funktioniert wie ein Register. Die Hauptfläche enthält oben eine logo-ähnliche Rubriküberschrift (Ball im Netz: Bundesliga), dann allerlei Felder mit unterschiedlichen pragmatischen Funktionen (Nachricht, Werbung, Unterhaltung, Information), darunter (in der rechten Bildschirmmitte) sogar laufende Videoausschnitte aktueller Fußballspiele. Das untere Viertel schließlich kombiniert tabellarische Information mit Registercharakter und Links zu detaillierteren Angeboten. Überhaupt dient ein erheblicher Teil der Fläche nicht nur zur (semiotischen) Information, sondern zugleich auch zur (technischen) Bedienung der Hypermediastruktur, die ja auch jenseits der sichtbaren Fläche eine große Fülle weiterer Informationsmodule bereithält. So sind viele Zeichen – Schrift und Bild unterscheiden sich da kaum – gleichermaßen Informationsträger wie Bedienungsfelder. Erst diese Hypertechnik (vgl. Sager 2000) treibt die modulare Informationspräsentation auf die Spitze, die von der Enge des Bildschirms schon erfordert wurde. Je nachdem, wo ein Wort steht, bedeutet es Unterschiedliches (wie in mündlicher Sprache ein Wort in unterschiedlichen Situationen Verschiedenes bedeuten kann). Dass der Ort einer sichtbaren Botschaft (1) die Aufmerksamkeit steuert, (2) ihre Wahrnehmung ausrichtet und (3) seine Bedeutung prägt, kennen wir nicht von klassischer, monomodaler Schriftlichkeit. Das ist das Erbe des Bildes (vgl. Kress 2003: 48: „the logic of image comes to dominate the ordering, shape, appearance and uses of writing“). Alle Eigenschaften, die schriftliche Texte in visuellen Kontexten von monomodal reiner Schriftlichkeit unterscheiden, sind (teilweise abgewandelte) Eigenschaften von Bildern. Je näher Texte mit Bildern verwoben werden, desto mehr Merkmale von ihnen nehmen sie an. Umgekehrt scheint das nicht oder nur

ausnahmsweise (z.B. bei der Linearität von Comics) der Fall zu sein. Das hat natürlich Gründe.

Denn Text-Bild-Gemenge sind reinen Texten und reinen Bildern überlegen, wenn sie die jeweils spezifischen Leistungen von Text und Bild synergetisch verknüpfen und dann steigern können. Es war eine große kulturelle Leistung der Menschheit, der flüchtig hörbaren Sprache eine beständig sichtbare Schrift an die Seite zu stellen, die auf die Ikonizität anderer sichtbarer Zeichen verzichtete. Doch schon in den frühen Tagen alphabetischer (also bildförmiger) Schriftlichkeit entdeckte man, dass man sie, einmal gewonnen, mit Elementen herkömmlicher Bildlichkeit anreichern konnte: Groß- und Kleinschreibung, Wortzwischenräume, Absätze, Spalten, Anmerkungen, Marginalien, Typografie, Layout, Textdesign – je näher wir in die Gegenwart kommen, desto mehr nutzt Schriftlichkeit gliedernde, strukturierende, steuernde, akzentuierende, konnotierende, bedeutungstragende Leistungen nicht literaler Bildlichkeit aus (vgl. Raible 1991, Gross 1994). Erst weil sie historisch auseinandertraten und ihre jeweiligen eigenen Wege gingen, können Schrift und Bild sich heute gegenseitig stützen und ergänzen. Aufgrund technischer Entwicklungen (billigerer Farbdruck auf Papier sowie softwaregesteuerte Pixelkontrolle im Computer) konnten im 20. Jahrhundert Bild und Schrift immer öfter, enger und vielfältiger miteinander verknüpft werden. So entstanden nicht nur neue Zeichensorten zwischen Text und Bild (z.B. Icons, Logos, Piktogramme), sondern auch neue Text-Bild-Sorten sowie Misch- und Übergangsformen zwischen Text und Bild. Derzeit bietet das World Wide Web das kreativste und avantgardistischste Experimentierfeld. Seine Entwicklungen strahlen auf alte Medien aus (z.B. auf die visuelle Gestaltung von Zeitungen; Blum/Bucher 1998, Bucher/Püschel (Hg.) 2001).

Betrachten wir als zweites Beispiel die Titelseite der Selbstdarstellung der Stadt Düsseldorf im Internet. Die meisten Eigenschaften, die am ersten Beispiel beschrieben wurden, finden wir auch hier; sie kennzeichnen prototypische Titelseiten im WWW. Wie dort kann man sich zusätzliche Fenster auf den Bildschirm holen, hier ein Panorama-Video einer Düsseldorfer Stadtszene. Anders als dort wechseln einige (aber nicht alle) Bilder je nach dem Zeitpunkt des Aufrufs der Seite (in größeren Zeitabständen auch die Grundfarbe), während das Gesamtlayout und die Texte aber gleich bleiben. Diese Bilder haben also vorwiegend dekorative Funktion und stehen in keinem näheren thematischen Zusammenhang mit den Texten. Außerdem enthält die Seite viel mehr Text als die des ersten Beispiels, und die Texte sind durchschnittlich auch länger. Man könnte also denken, dass sich die Texte völlig unabhängig neben den Bildern behaupten, dass sie also ihren autonomen Status behalten, den wir von monomodalen schriftlichen Texten gewohnt sind. Primäre Schriftlichkeit im World Wide Web? Ja, das gibt es auf den unteren (nur über mehrere Klicks zugänglichen) Ebenen durchaus, wo nämlich herkömmlich verfasste Texte auch

im Web abgelegt werden, wo das Internet also lediglich als leicht erreichbares Archiv dient.

Dort aber, wo webspezifische Texte verfasst werden, nehmen sie alle Eigenschaften tertiärer Schriftlichkeit an. Insbesondere unterscheiden sie sich klar von herkömmlichen Ganztexten. Exemplarisch studieren wir das am längsten Text genau in der Mitte der Seite („Südende der Kö in neuem Glanz“). Das im Bildschirmfoto (Abb. 2) vom Panorama-Video teils überlagerte Bild rechts neben dem Text zeigt das im Text erwähnte Hochhaus „GAP 15“. Das wird aber nicht ohne weiteres klar und muss aus dem Text erschlossen werden. Pfeile, Bildunterschriften oder sonstige kohäsive Mittel, die den Zusammenhang von Text und Bild zeigen, fehlen. Wer die örtlichen Verhältnisse nicht kennt, könnte jedenfalls vor genauer Lektüre des Textes ebenso gut vermuten, es handele sich um ein dekoratives Bild wie das der Parklandschaft darüber oder es gehöre zu dem Hallenbad-Text darunter oder das Parklandschaftsbild zeige das „Südende der Kö in neuem Glanz“. Wie auch immer: Unser Beispieltext ist auf kein Bild angewiesen und steht frei im Raum, autonom wie monomodale Texte primärer Schriftlichkeit.

Und dennoch handelt es sich um ein Musterbeispiel tertiärer Schriftlichkeit. Der Ort seines Erscheinens auf dieser Bildschirmfläche schwängert den Text sozusagen mit Merkmalen, die aus der bildlichen Umgebung herüberwehen und seine schriftliche Form mitprägen. Texte auf Bildschirmen (jedenfalls dann, wenn nicht fast ausschließlich Texte erscheinen) nehmen Eigenschaften von Bildern an, bis tief in ihre innerste Grammatik.

Der Text lautet:

Südende der Kö in neuem Glanz Am Südende der Königsallee sind die Bauzäune gewichen und geben den Blick auf ein neu gestaltetes Stadtquartier mit attraktiven Adressen frei. Das sind das Fünf-Sterne-Hotel, InterContinental Düsseldorf, das umgebaute und restaurierte traditionsreiche Görres-Gymnasium und das gläserne Büro-Hochhaus GAP 15 in unmittelbarer Nachbarschaft am Graf-Adolf-Platz. Mehr als 250 Millionen Euro sind für die Projekte investiert worden.“

Wir sehen drei (mit durchschnittlich jeweils gut 18 Wörtern) recht lange, grammatisch vollständige Sätze – keineswegs also Ellipsen, wie man sie sonst im Web oft findet (Schmitz 2001). Bei oberflächlicher Lektüre, wie sie auf solchen Seiten üblich ist, soweit zusammenhängende Texte überhaupt komplett gelesen werden, entsteht der Eindruck einer normal gebauten Nachricht irgendwo zwischen weich (stilistisch aufgehübscht am Anfang) und hart (faktenorientiert und distanziert am Ende). Doch schon diese Reihenfolge ist ungewöhnlich. Primärschriftliche Nachrichten beginnen in der Regel mit dem faktenorientierten Kern eines neuen Ereignisses und fügen weniger bedeutende Details im weiteren Textverlauf hinzu, so dass sie je nach Platz ggf. von hinten nach vorn gekürzt werden können. Unser Text dagegen reiht nicht gleichartige Sätze nach ihrer Wichtigkeit auf, sondern stellt stilistisch ganz

unterschiedliche Sätze nach hybriden Kriterien zusammen. Satz 1 eröffnet eine Landschaftsbeschreibung oder könnte aus der Mitte der Erklärungen des Touristenführers während einer Stadtrundfahrt stammen. Satz 2 gibt eine Gebäudeliste; er enthält fast nur Referenz (Zeigfeld) und kaum Prädikation (Symbolfeld). Als einziger ist Satz 3 ein typischer Nachrichtensatz. Textlinguistisch gesehen haben wir es also nicht mit einer bekannten herkömmlichen Textsorte zu tun, sondern mit einer Verkettung unterschiedlicher Module, die in ähnlicher Weise jeweils auch in ganz andere Zusammenhänge eingepasst werden könnten. Diese Architektur lockerer, variabler und modularer Zusammenstellung statt durchgearbeiteter, strenger, hierarchischer Organisation erstreckt sich bis in die Satzebene.

Vom grammatischen Standpunkt primärer Schriftlichkeit aus muss der erste Satz als sowohl syntaktisch als auch semantisch falsch gelten. Vor „geben“ müsste ein „sie“ als pronominales Subjekt eingefügt werden. Dann freilich träte das inhaltliche Paradox hervor: Bauzäune können den Blick gerade nicht freigeben. Das kann allenfalls deren Verschwinden; doch das ergäbe sprachlich keinen schönen Stil. Die Einleitung „Das sind“ des folgenden Satzes knüpft leicht kohäsionsbildend an den ersten an. Der Bezug ist wenig spezifiziert (etwa: „Betrachten wir alles, was im ersten Satz steht, näher“), gälte konventionell mit höchster Wahrscheinlichkeit dem Subjekt des vorangehenden Satzes („Bauzäune“), kann semantisch hier aber nur den zuletzt erwähnten Plural meinen („Adressen“). Auf diese Weise wird die im ersten Satz nahegelegte Erwartung, es gäbe noch freie Adressen (z.B. für Ladenflächen), konterkariert durch eine sich jetzt vordrängende metaphorische Umdeutung von „Adresse“ im Sinne von „hochkarätige Einrichtung“. Der Anschluss zwischen Satz 1 und Satz 2 ist also eher ein Zusammenstoß (wie Güterwagen beim Rangieren sich in unterschiedlicher Reihenfolge berühren) als eine enge Verknüpfung beider Sätze zu einer formal gestützten semantischen Superstruktur. Der eine Satz strahlt nicht auf den anderen aus; beide könnten schnell wieder getrennt und unverändert mit anderen verkettet werden. Das gilt gleichermaßen für die Elemente von Satz 2 sowie für die Verkettung von Satz 2 und Satz 3.

Die Liste in Satz 2 bedarf keiner grammatischen Organisation. Ihre Reihenfolge ist beliebig. Innerhalb dieser Liste lösen die Kommata um „InterContinental Düsseldorf“ überflüssigerweise sogar den semantisch ja bestehenden engen Zusammenhang mit „Fünf-Sterne-Hotel“, so dass Uneingeweihte hier zwei verschiedene statt eines und desselben Listenelementes vermuten könnten. Die durchgängige Tendenz zu modularer Aufspaltung in kleine Einheiten ist hier einen Schritt zu weit geführt (anders als drei Zeilen weiter beim parallelen „GAP 15“). Diese Tendenz sorgt auch dafür, dass am Satzende nicht klar ist, worauf sich „in unmittelbarer Nachbarschaft“ bezieht: auf alle drei Gebäude oder nur auf das letzte jeweils in ihrem Verhältnis zum Graf-Adolf-Platz oder aber auf das Verhältnis der drei Gebäude

untereinander, wie es die Präposition „am“ (im Gegensatz zum erwarteten „zum“) nahelegt. Vermutlich sind alle drei Lesarten möglich, denn auf Genauigkeit kommt es hier gar nicht an. Das aber ändert sich plötzlich im nächsten Satz, wo es um jedenfalls scheinbar exakte Zahlen geht. Was allerdings heißt „mehr als“? Und welche „Projekte“ genau sind gemeint: Was stand vorher schon genau so da, was wurde restauriert, und was ist gänzlich neu? Nur wer die Fortsetzung über den Link vollständig weiterliest, erhält ein Teilstück der Antwort, aber eben nur das; und das Görres-Gymnasium kommt dann nur unter der Überschrift „Hotel InterContinental Düsseldorf“ vor – Mangel an textorganisatorischer Konsequenz also auch dort. Auf der grammatischen Mikroebene treffen wir auch hier im gerade betrachteten dritten Satz wieder auf wenig regulierten Gebrauch von Präpositionen. Traditionell „investiert“ man „in“ und nicht „für“ Projekte. Präpositionen sind der sicherste Anzeiger für Verschiebungen in grammatischen Verhältnissen, hier für die tolerante Verbindung unterschiedlichster Elemente ohne organischen Aufbau größerer Einheiten.

Und warum heißt es mit unverbindlichem Artikel „die Projekte“ und nicht wie üblich mit anaphorischem Demonstrativpronomen „diese Projekte“? Bis ins Kleinste werden kohäsionsstiftende Mittel vermieden. Der durchgängig kurzatmige Sammelsurium-Charakter, der auf hierarchische Organisation und auf Konstruktion von Zusammenhängen über längere Strecken möglichst verzichtet, prägt auch den Rest des Textes. Klickt man auf den Fortsetzungslink, erscheint (bei anderer Seitengestaltung und mit anderen Bildern) zunächst der gleiche, soeben analysierte Text erneut. Als vierter Satz folgt: „Das Bild am Süden des Düsseldorfer Prachtboulevards hat sich in augenfälliger Weise gerundet und es ist eine gelungene Verbindung zum Graf-Adolf-Platz entstanden.“ Man könnte denken, dass mit allerlei stilistischen Mitteln – Wiederholung von „Süden“, Wiederaufnahme der Perspektive und Blickmetaphorik, Replikation der mit „und“ verbundenen zweiteiligen Satzstruktur, dort Eröffnung („weichen“ und „freigeben“), hier Abschluss („gerundet“, „gelungen“) – nun die Brücke zum ersten Satz geschlagen sei, der Text damit zu einem sinnvollen Ende geführt und insgesamt doch eine „gelungene Verbindung“ auch in diesem Text entstanden sei. Doch erstens hätte man das, wenn es so wäre, doch besser vor dem unterbrechenden Link untergebracht; und zweitens ist der Text hier keineswegs zu Ende, sondern er geht ungerührt in gleicher Weise noch 22 Sätze weiter. Nur vom Standpunkt primärer Schriftlichkeit sind damit Mängel der Textgestaltung benannt. Sicher ließe sich der Text auch an dieser Stelle verbessern. Doch er verdankt seinen durchgängig modularen Aufbau dem Ort seines Erscheinens: auf dem Bildschirm im World Wide Web innerhalb eines pinnwandähnlichen Layouts, welches Texte, Bilder und andere visuelle Elemente zu einem einheitlichen Erscheinungsbild komponiert. Wo viele Informationen unterschiedlichster inhaltlicher Art und unterschiedlichster semiotischer Modi auf ein und derselben Sehfläche

zusammen angeboten werden, können und sollen Nutzerinnen und Nutzer nicht alles von vorne bis hinten erlesen (wie in primärer Schriftlichkeit, z.B. bei klassischen Ganztexten).

Sie wählen vielmehr aus. Sie navigieren durch eine vielfältige Informationslandschaft, springen und klicken von hier nach dort, selektieren und hanteln sich von Stückchen zu Stückchen durch letzten Endes unendlich große Informationsräume, die kein Einzelner je überblicken kann. Die Gestaltung multimodaler Webseiten unterstützt sie dabei. So kommt es auf den obersten Ebenen von Webangeboten mehr auf nutzungsorientiertes Design als auf grammatische Ordnung großer Zusammenhänge an. In diesem Abschnitt wurde exemplarisch gezeigt, wie die schon in Abschnitt 2 an anderem Beispiel vorgeführte Tendenz zu modularer Zerlegung bis in den Wortlaut vergleichsweise langer monomodaler Texte eingreift. Der nächste Abschnitt richtet den Blick – wiederum exemplarisch – auf enge Text-Bild-Verknüpfungen, wie sie nur in tertiärer (und weder in primärer noch in sekundärer) Schriftlichkeit vorkommen.

Unmittelbar hinter dem soeben besprochenen linear dargebotenen Text aus der Mitte von Abb. 2, optisch als sein Bestandteil, folgt ein Link, der als Bild-Text-Zwitter aufgemacht ist (zur Gestaltung derartiger Schaltfelder vgl. Storrer 2004). Auf einer grau unterlegten Fläche sehen wir zwei stilisierte Buchseiten, die mit einem Pfeil verbunden sind, gefolgt von dem Text „lesen ...“.

Pfeile stehen auf der Mitte zwischen Bild und Schrift (vgl. Storrer/Wyss 2003). Sie drücken fast immer einen direktiven Sprech- (oder Bild-?)Akt aus. Hier könnte man den Pfeil verstehen als Einladung, linear von der ersten (linken) zur zweiten (rechten) stilisierten Buchseite zu wechseln, was dann metaphorisch zu übertragen wäre auf den Übergang von dem hier schon gelesenen sichtbaren Text zum noch zu erklickenden mutmaßlichen Textrest. Der Pfeil zeigt aber auch auf das folgende farbige Wort „lesen“. Ohne seinen Kontext (sein Kobild?) wirkte es hier widersinnig, denn man las ja bereits und liest auch dieses Zeichen als Neubildung – eine Verbindung aus Neologismus und Neokoinismus, Schrift und Bild zugleich. Ähnlich wie in „primitivem“ Sprachgebrauch (Malinowski 1974), insbesondere wie in früher Kindersprache, funktioniert es als handlungseingebettetes Morphem, Wort und Einwortsatz zugleich. Visuelle Elemente dienen hier der Ökonomie, Komprimierung und Konventionalisierung des Ausdrucks, und zwar in einem technischen Kontext, der auf schnelle Aktion angelegt ist. Ironischerweise bildet seine Ausdrucksseite Konventionen primärer Schriftlichkeit ab. Erstens erinnern die aufgeschlagenen Buchseiten mit ihrer angedeuteten zeilenweisen Beschriftung anachronistisch an alte Medien und monomodale Schriftkultur, wie sie in neuen Medien und speziell an dieser bestimmten Stelle nicht mehr vorkommt. Zweitens unterstützt der Pfeil die schriftgewohnte lineare Leserichtung von links nach rechts, wie sie auf dieser gesamten Bildschirmseite

nur auf unteren (zeitlich nachgeordneten) Ebenen verwendet wird. Drittens kann diese Linkgestaltung optisch zwar auf einen Blick erfasst, bei genauerer Lektüre aber auch in ihren drei oder vier Bestandteilen von links nach rechts entziffert werden wie ein redundanter Rebus. Kurzum: Die visuelle Gestaltung dieses Links verdichtet Beziehungen, Koalitionen und Rollenwechsel von Text und Bild zu einem etymologisch komplexen Zeichen, funktional aber ganz einfachen technischen Schalter, der die klassische Lesetradition geradezu unterbricht. Genau (und erneut) an dieser Stelle lesen wir nicht mehr kontinuierlich zeilenweise von links nach rechts, bis wir den Gesamtsinn erfasst haben. Eben das zeichnete primäre Schriftlichkeit aus. Hier vielmehr unterbrechen wir, entscheiden, lesen das nächste oder ein anderes Modul.

Vorlesung IX

Presse. Zeitungen und Zeitschriften

Wieder beginnt es in Paris. Im Februar 1848 marschieren protestierende Arbeiter und Handwerker durch die Straßen der Hauptstadt. Ein strenger Winter und hohe Arbeitslosigkeit liegen hinter den Menschen. Die Großbourgeoisie, neureiche Börsenspekulanten und der Altadel haben die Regierung des »Bürgerkönigs« Louis Philippe korrumpiert. Trotz der eingeschränkten Pressefreiheit berichten die Zeitungen über die schlechte Lage des Kleinbürgertums. Die Schriftsteller Honoré de Balzac und Victor Hugo üben in ihren viel gelesenen Romanen scharfe Sozialkritik. Reformunfähigkeit der herrschenden Schichten, rücksichtslose Jagd nach Profit auf der einen, elende Wohnquartiere, Kinderprostitution, Trunksucht und Armut auf der anderen Seite: In Paris explodiert eine soziale Krise. Die Regierung lässt auf die Menge schießen, die jedoch lässt sich nicht mehr einschüchtern. Barrikaden werden gebaut, und nach zwei Tagen muss Louis Philippe den Thron aufgeben. Frankreich wird Republik. Die Aufstände in Paris lösen einen europäischen Flächenbrand aus. Deutschland, Österreich, Ungarn und Italien erleben Massendemonstrationen, Straßenschlachten und Barrikadenkämpfe. In England drohen neue Streiks, die die Regierung nur durch Reformen verhindern kann. In Preußen hat Friedrich Wilhelm IV. 1840 den Thron bestiegen. Als Kronprinz ist er die große Hoffnung der Liberalen, die glauben, mit ihm gehe endlich die Zeit der Restauration zu Ende. Bitter haben die Demokraten auch die Abhängigkeit seines Vorgängers Friedrich Wilhelms III. von der Politik Metternichs kommentiert. So wird der neue König zunächst von breiter Zustimmung getragen. Voller romantischer Ideen über das Verhältnis zwischen Monarchie und Volk beginnt er seine Regierungszeit. Doch auch wenn Friedrich Wilhelm IV. die Zensur lockert und ein Zeichen setzt, indem er dem einst verjagten Nationaldichter Ernst Moritz Arndt seinen Bonner Lehrstuhl zurückgibt: Die Liberalen übersehen, dass der neue König keineswegs einer der ihren ist, sondern fest an das Gottesgnadentum eines Monarchen glaubt. Schon

bald zeigt sich, welcher tiefer Graben zwischen den Forderungen der Demokraten und dem preußischen König liegt. 1847 gibt Friedrich Wilhelm IV. in seiner Thronrede zur Eröffnung des Landtags ein Bekenntnis ab:

»Es drängt mich zu der feierlichen Erklärung, dass es keiner Macht der Erde je gelingen soll, Mich zu bewegen, das natürliche, gerade bei uns durch seine innere Wahrheit so mächtig machende Verhältnis zwischen Fürst und Volk in ein konventionelles, konstitutionelles zu wandeln, und dass ich es nun und nimmermehr zu geben werde, dass sich zwischen unsern Herrn Gott im Himmel und dieses Land ein beschriebenes Blatt, gleichsam als eine zweite Vorsehung, eindränge, um uns mit seinen Paragraphen zu regieren und durch sie die alte, heilige Treue zu ersetzen.« Was hier so umständlich und pathetisch gesagt wird, ist im Klartext eine Absage an jede parlamentarische Reform. Im März 1848 erfährt Friedrich Wilhelm eine Demütigung, die er nie mehr vergessen wird. Es sind kalte, sonnige Tage, als in Berlin die Massen auf die Straße gehen, um gegen die herrschenden sozialen und politischen Verhältnisse zu protestieren. Barrikaden werden gebaut, die Gewalt eskaliert, und am 18. März lässt der König seine Truppen auf die Demonstranten schießen. 303 Tote bleiben auf dem Straßenpflaster liegen.

Einen Tag später versammelt sich eine Menschenmenge auf dem Schlossplatz, auf den die Leichen der gefallenen Barrikadenkämpfer gebracht worden sind. Die Menge ruft nach dem König und als dieser auf dem Balkon erscheint, fordert sie die Freilassung der am Vortag festgenommenen Männer. Am 21. März zur Mittagsstunde reitet Friedrich Wilhelm durch Berlin, am Arm die verhasste und noch wenige Tage zuvor verbottene schwarz-rot-goldene Binde. Vor dem Pferd des Königs flattert die Revolutionsfahne. Am Ende seines Rundritts verneigt er sich öffentlich vor den toten Barrikadenkämpfern. Zuvor schon erlässt er eine Proklamation, in der er die »Märzforderungen« der Liberalen erfüllt: Versammlungs-, Rede- und Pressefreiheit, politische Gleichberechtigung aller Staatsbürger, Volksbewaffnung, unabhängige Justiz und die Einberufung eines deutschen Nationalparlaments. Die preußischen Demonstranten haben gesiegt. Fast überall in Deutschland gehen in diesen Frühlingswochen die Menschen auf die Straßen, bauen Barrikaden und kämpfen für die Erfüllung der »Märzforderungen«, die in allen Ländern deckungsgleich sind. In Mannheim wird eine badische Volksversammlung einberufen, in Wien herrschen die Studenten und Bürgerwehren, Metternich verlässt fluchtartig die Stadt, etwas später flieht der österreichische Kaiser Ferdinand I. nach Innsbruck. In München tritt König Ludwig I. zurück. In Dresden kommt es zu besonders schweren Barrikadenkämpfen, und Sachsens König weicht in die Provinz aus. Die Revolution überrollt Deutschland. Niemand weiß, an welchem Punkt sie zu stoppen sein wird.

In kürzester Zeit geben die Fürsten nach, stimmen den geforderten Freiheiten zu und setzen so genannte »Märzregierungen« ein. Ihre Mitglieder

kommen vielfach aus dem Lager des liberalen Bürgertums. Es ist eine Nationalrevolution in Deutschland ausgebrochen und folgerichtig tritt in der Frankfurter Paulskirche dann auch bald ein Nationalparlament zusammen. Es ist ein großer Augenblick in der Geschichte der Deutschen. Am 31. März bildet sich mit Zustimmung des Bundestages ein aus 574 Mitgliedern bestehendes Vorparlament. Es beschließt die Einberufung einer Nationalversammlung, die eine Reichsverfassung erarbeiten und verabschieden soll. Ein vom Vorparlament gewählter Fünziger-Ausschuss tagt als eine Art Übergangsgremium, das die Wahlen zur Nationalversammlung vorbereiten soll. Ein allgemeines, gleiches Wahlrecht, das freilich die Frauen ausschließt, soll entscheiden, wer als Parlamentarier einen Platz in der Paulskirche erhält. Am 18. Mai wird die deutsche Nationalversammlung eröffnet. Es sind etwa 585 Abgeordnete, die nun über die Zukunft Deutschlands entscheiden sollen. Die Zahl schwankt, weil beispielsweise die Böhmen sich weigern, ihre Abgeordneten zu wählen.

Sie wollen damit gegen die Herrschaft der Habsburger über ihr Land protestieren. Einige Gewählte erscheinen gar nicht erst in Frankfurt. Die Paulskirchen-Parlamentarier stammen aus allen Schichten der Bevölkerung, aber Angehörige des wohlhabenden Bürgertums, Juristen, Verwaltungsbeamten, Professoren sind in der Mehrheit. Parteien, wie wir sie kennen, gibt es in Frankfurt noch nicht. Aber viele Abgeordnete schließen sich in lockeren Bündnissen zusammen, die nach den Orten in der Mainmetropole benannt sind, an denen sie sich treffen. Im »Deutschen Hof« sammelt sich die Linke, ihre radikale Gruppierung im Lokal »Donnersberg«. Im »Steinernen Haus«, dann im »Café Milani« trifft sich die Rechte. Die zahlenmäßig stärkste, allerdings in sich zersplitterte Gruppe der Mitte tagt in der »Mainlust«. Alle drei Gruppierungen wollen Veränderungen. Die Konservativen setzen sich für eine starke, mehr ständisch als parlamentarisch kontrollierte Monarchie ein. Die bürgerlichen Liberalen plädieren für eine freiheitliche Verfassung, die neben den Grundrechten besonders auch die Handels- und Berufsfreiheit berücksichtigt. Die Linken sind gespalten.

Die Vorstellungen der Radikalen gehen in sozialen Fragen weit über das hinaus, was die bürgerlichen Abgeordneten wollen. Zum »Reichsverweser« wird der Habsburger Erzherzog Johann gewählt, ein Sohn von Kaiser Leopold II. Über Monate debattieren die Männer in der Paulskirche über die Grundrechte. Es ist eines der Hauptthemen ihrer Beratungen. Später, als wieder die Demokratieverächter in Deutschland das Sagen haben, kommt der Vorwurf auf, diese lange Diskussion habe zu viel Zeit gekostet, und die Gegner in den Herrscherhäusern hätten das zu ihren Gunsten nutzen können. Eine »Schwatzbude« sei die Paulskirche gewesen und ein »Professorenparlament«, spotten die Kritiker. Das ist sicher falsch, denn was diese von sehr unterschiedlichen politischen und ideologischen Interessen geleiteten Männer schließlich verabschieden, ist ein beachtlicher Katalog demokratischer

Grundrechte. Mit ihm, der 14 Artikel aus 60 Paragraphen enthält, findet Deutschland endlich Anschluss an die westeuropäische Demokratie. Die Grundrechte der Paulskirche gehen 1919 in die Verfassung der Weimarer Republik und 1949 in das Bonner Grundgesetz ein. Das Hauptgewicht liegt auf der Sicherung der persönlichen und der politischen Freiheiten.

Presse-, Versammlungs- und Vereinsfreiheit werden garantiert. Gewerbefreiheit und Niederlassungsrecht treten hinzu. Das Parlament erklärt alle Lehens-, Untertanen- und Hörigkeitsverbände, die grundherrliche Polizei, persönliche Frondienste und Abgaben für aufgehoben. Für die Bauern endet 1848 in Deutschland verfassungsrechtlich das Mittelalter. Die Reichsverfassung wird am 28. März 1849 vollendet. Am 14. April 1849 nehmen 28 Länder sie ohne Einschränkungen an. Es fehlen Österreich und Preußen, Bayern, Sachsen und Hannover. An diesen Staaten wird das Parlament in der Paulskirche machtpolitisch scheitern. Sie tragen die Verantwortung für den autoritären Weg, den Deutschland in den nächsten knapp 100 Jahren gehen wird. Nach dem Willen der Mehrheit soll es künftig wieder einen deutschen Kaiser geben. Natürlich eingebunden in ein konstitutionelles, an die Verfassung gebundenes Regierungssystem. Diese Ehre wird dem preußischen König Friedrich Wilhelm IV. angetragen. Er lehnt hochmütig ab. Diese Krone »mit ihrem Ludergeruch von Revolution«, diesen »imaginären Reif aus Dreck und Lehm gebäcken« könne ein »legitimer König von Gottes Gnaden« nicht annehmen, lässt der Mann seine Vertrauten wissen. Rückwärtsgerichtet hält er an der sakralen Fürstenherrlichkeit des Mittelalters fest.

Die Revolution von 1848 und die Männer in der Paulskirche haben sich nicht durchsetzen können. Die Gegenkräfte beginnen schon nach einem kurzen Augenblick des Schreckens ihre Kräfte zu sammeln. Es ist nicht die Unfähigkeit zum Kompromiss gewesen, die die Parlamentarier in die Defensive getrieben hat. Ihr Beitrag zum Scheitern ist in erster Linie ihre nationale Unvernunft, die sie immer angreifbarer macht. In der Euphorie der Stunde fordern sie ein Deutschland, das von vier Meeren umgrenzt sein soll. Wo immer deutsch gesprochen wird, so tönen die Redner in der Paulskirche, da hat die deutsche Flagge zu wehen. Es ist ihnen offenbar gleichgültig, ob es da möglicherweise um Gebiete geht, in denen mehrheitlich wie in der Region Posen polnische, in Böhmen tschechische oder in der Provinz Limburg niederländische Bewohner leben. Die Frankfurter Abgeordneten werden zum Opfer des in ganz Europa grassierenden nationalistischen Zeitgeistes. In den beiden nördlichen Herzogtümern Schleswig und Holstein herrschen seit langem komplizierte Machtverhältnisse. 1846 erklärt der dänische König Christian Schleswig wegen schwieriger Erbfolgefragen im Königshaus für einen Teil Dänemarks. Damit droht eine Abspaltung dieses Landes von Holstein. Als die Revolution in Deutschland beginnt, fordert die deutsche Bewegung in Schleswig und Holstein Mitglied des Deutschen Bundes zu werden. Der Bundestag stimmt dem zu. Kopenhagen erklärt die Annexion Schlesiens. Eine

provisorische deutsche Regierung in Kiel bittet Preußen um Hilfe. Friedrich Wilhelm hofft auf eine nationale Führungsrolle Berlins und lässt seine Armee in Jütland einmarschieren.

Die Paulskirchenversammlung jubelt. Aber Russland und Großbritannien blicken ohnehin kritisch auf das, was sich da in Sachen deutsche Einigung tut. Voller Sorge, Preußen könne sich die für die Kriegs- und Handelschifffahrt strategisch wichtige Region am Sund einverleiben, zwingen sie Friedrich Wilhelm mit erheblichem diplomatischen Druck zum Rückzug seiner Truppen. Berlin will einen großen Krieg vermeiden und lenkt ein. Das Parlament ist entrüstet und erklärt die Schleswig-Holstein-Frage zu seiner Sache. Nur hat es leider keine eigenen Truppen. Und da Preußen unbeirrt von den nationalen Rufen aus Frankfurt Waffenstillstandsverhandlungen aufnimmt, sind die Parlamentarier in der Paulskirche blamiert. Preußen unterzeichnet ein Abkommen, das die Bedingungen der Nationalversammlung völlig unberücksichtigt lässt. Schließlich müssen die Frankfurter das Friedensabkommen in einer Abstimmung auch noch ausdrücklich billigen. Nichts kann die Schwäche der Demokratie deutlicher zeigen als diese Entwicklung. Von dieser Niederlage wird sich das Parlament nie mehr erholen. Vor allem in Wien und Berlin sinnt man schon lange vor der Verabschiedung der neuen Verfassung auf Gegenrevolution. Die Radikalisierung, die immer zur Gewalt führt, spielt den konservativen Kräften in die Hände. Im April 1848 erheben sich die Südbadener. In Wien brechen neue Unruhen aus. In Prag proben die Tschechen den Aufstand. Im September kommt es in Frankfurt zu einem Volksaufstand. Die Abgeordneten Fürst Lichnowsky und Hans von Auerswald werden vom Mob ermordet. Die Autorität der Paulskirchen-Versammlung ist erschüttert: In der Schleswig-Holstein-Frage kann sie sich nicht gegen die Staatsregierungen durchsetzen, und den Gewalttaten der radikalen Linken steht sie ebenfalls hilflos gegenüber. Die Wende wird in Wien eingeleitet. Nach achttägigen heftigen Kämpfen nehmen kaiserliche Truppen die Stadt ein.

Die Armee greift brutal durch. Der linke Paulskirchen-Abgeordnete Robert Blum, der sich in Wien aufhält, wird standrechtlich erschossen. In Berlin rücken die Truppen des General Wrangel ein, der König befiehlt die Auflösung der preußischen Nationalversammlung. Das Ende ist bitter. Die Nationalversammlung muss nach Stuttgart ausweichen, und das dort tagende Rumpfparlament, nur 100 Abgeordnete haben durchgehalten, wird von württembergischen Soldaten auseinander gejagt. In der linksrheinischen Pfalz, in Baden, Dresden und an anderen Orten wird weiter für die Demokratie gekämpft. Vergebens: Die Könige und ihre Helfer unterdrücken alle Aufstände. Die deutsche Freiheit ist nach nur 15 Monaten eines gewaltsamen Todes gestorben.

Vorlesung X

Vielfalt der Medien

Eines der Phänomene, denen in der aktuellen Forschung zur Kommunikation im Internet besondere Aufmerksamkeit zuteil wird, ist Mehrsprachigkeit, die man in einem weiten Sinn als den Gebrauch von zwei oder mehreren Sprachen in einer bestimmten Situation definieren kann (Clyne 1997). In einer ersten Annäherung umfasst das „mehrsprachige Internet“ (Danet/Herring 2003) sowohl den transnationalen Austausch über Landes- und Sprachgrenzen hinweg als auch Netzkommunikation innerhalb eines Landes, sei es in offiziell mehrsprachigen Ländern wie z.B. Belgien und Kanada oder auch in solchen, deren Bürger neben der offiziellen Landessprache eine Reihe von weiteren Sprachen verwenden – so auch in Deutschland als offiziell einsprachigem, faktisch aber mehrsprachigem Land (Hinnenkamp 1998). Geht man von einem solch weiten Begriffsverständnis aus, so machen schon alltägliche Beobachtungen deutlich, dass Mehrsprachigkeit im deutschen Internet¹ in zahlreichen Erscheinungsformen auftritt.

Dazu gehören beispielsweise Webangebote von Universitäten und Unternehmen, die alternative Sprachversionen bereitstellen; Webseiten, die Sprachminderheiten gewidmet sind und Inhalte in zwei oder mehreren Sprachen enthalten; private Homepages zweisprachiger Individuen; und nicht zuletzt die Diskussionsforen und Chatkanäle von Migranten, die ihre im Alltag gelebte Sprachenvielfalt auf das Internet übertragen. Neben den „alten“, territorialen Sprachminderheiten sind es gegenwärtig die durch Einwanderung entstandenen Bevölkerungsgruppen, die zur Zunahme gesellschaftlicher Mehrsprachigkeit in Deutschland und folglich auch im deutschsprachigen Internet beitragen. Dem Rechnung tragend, konzentriert sich dieser Beitrag auf mehrsprachige Kommunikation in so genannten Migranten- bzw. Ethnoportalen, die für und von Angehörigen verschiedener ethnischer Gruppen betrieben werden.

Aufbauend auf Ergebnissen einer Pilotstudie², geht dieser Beitrag folgenden Fragen nach: Welchen kommunikativen Bedürfnissen entsprechen Ethnoportale in Deutschland (Abs. 2)? Welche Formen von Sprachkontakt zwischen Deutsch und Migranten- bzw. Herkunftssprachen gilt es zu unterscheiden (Abs. 3)? Wie sieht die Sprachenverteilung in den redaktionellen Sektionen der Portale und ihren Diskussionsforen aus (Abs. 4)? Welche Funktionen erfüllt der abwechselnde Gebrauch zweier oder mehrerer Sprachen in diesen Foren (Abs. 5)? Und wie wird die sprachliche Vielfalt von den Beteiligten genutzt, um soziale Identitäten zu thematisieren und voneinander abzugrenzen (Abs. 6)? Bei den dominant deutschsprachigen Foren, die hier im Mittelpunkt stehen, erfüllt zwei- und mehrsprachige Kommunikation eine Reihe von Funktionen, die bisherige Untersuchungen zum mehrsprachigen Internet bestätigen und erweitern; und sie wird kreativ ausgelotet in

einer Art und Weise, die einfache, starre, stereotype Gleichsetzungen von Minderheitensprache und Minderheitenidentität sprengt.

2 Migration, Mehrsprachigkeit und Neue Medien

Die aktuelle Struktur der gesellschaftlichen Mehrsprachigkeit in Deutschland ist von der Migrationsgeschichte der Nachkriegszeit geprägt. Als Ergebnis einer Entwicklung, die beim ersten Anwerbervertrag für „Gastarbeiter“ im Jahre 1955 einsetzte, leben heute in Deutschland mehr als 40 ethnische Gruppen mit jeweils über 50.000 Sprechern, von den 1,76 Millionen der türkischen bis zu den 55.000 der afghanischen Bevölkerungsgruppe.³ Mehrsprachigkeit ist im Alltagsleben dieser Populationen selbstverständlich, ihre Konturen verändern sich jedoch im Laufe der Zeit und weisen Unterschiede zwischen sowie innerhalb jeder Population auf. Klassische Szenarien der Mehrsprachigkeitsforschung sagen Sprachminderheiten eine Entwicklung voraus, die von der bruchstückhaften Beherrschung der Mehrheitssprache bei der ersten Generation („Gastarbeiterdeutsch“) über den balancierten Gebrauch beider Sprachen in der zweiten bis zur Dominanz der Mehrheits- und dem allmählichen Verlust der Herkunftssprache in der dritten Generation führt. Allerdings geht das Szenario nicht immer auf. Beispielsweise hat die heutige zweite und dritte Generation von Türkischstämmigen in Deutschland ihre Herkunftssprache erstaunlich gut erhalten (Dirim/Auer 2004), und bestimmte Ethnien verlieren ihre Herkunftssprache viel früher als andere (z.B. Clyne 2003).

Die Größe der ethnischen Gruppe, die institutionelle sprachliche Unterstützung aus dem Herkunftsland (Ausbildung, Massenmedien) sowie der jeweils spezifische Wert der Herkunftssprache als Symbol ethnischer Identität spielen zusammen mit anderen Faktoren eine wichtige Rolle dafür, wie lange die Herkunftssprache erhalten bleibt, wie oft und mit wem sie im Alltag verwendet wird. Innerhalb einer ethnischen Gruppe sind u.a. die formale Bildung, die intra- oder interethnische Eheschließung und die Häufigkeit intraethnischer Kontakte für die genaue Ausprägung mehrsprachiger Kompetenz von Bedeutung. So finden wir gegenwärtig unter z.B. jungen Türkisch- oder Griechischstämmigen in Deutschland eine Bandbreite vor, die von der ausgebauten Kompetenz der Herkunftssprache bis zu ihrer minimalen, nur noch mündlichen Beherrschung reicht. Das Verhältnis zwischen Mehrheits- und Herkunftssprache muss also stets in einer dynamischen Spannung zwischen Erhalt und Verlust, Pflege und Bedrohung betrachtet werden.⁴ Wie die neuere Geschichte der Migration in Deutschland zeigt, haben Migranten von früh an die Produktion und Rezeption von Massen- und Individualmedien nutzbar gemacht, um ihre soziale Lage nach außen zu repräsentieren, sich über das Herkunftsland zu informieren und im Aufenthaltsland untereinander zu vernetzen (vgl. Terkessidis 2000).

Von den 1990er-Jahren an werden die vielfältigen Zwecke der Medienutzung unter Migranten nach und nach auch auf das Internet übertragen. So

dienen z.B. E-Mail und Instant Messaging dem individuellen Kontakt zur Heimat; Online-Zeitungen und Internetradio liefern Information über die Heimat; Vereinswebsites dienen der Außenkommunikation mit der Mehrheitsgesellschaft; durch Newsgroups und Foren tauschen sich Migranten mit Gleichstämmigen im Aufenthaltsland und international aus (vgl. u.a. Freyermuth 2002, Karim 2003, Mitra 1998). Ethnoportale sind ein neuer Entwicklungstrend in der migrantischen Aneignung der Neuen Medien in Deutschland. Nach dem Vorbild des 1999 entstandenen türkischen Pionierportals Vaybee, welches sich von entsprechenden amerikanischen Projekten hat inspirieren lassen, sind mittlerweile Ethnoportale für mindestens zwölf Bevölkerungsgruppen zu verzeichnen – teils aus alten und neuen europäischen „Gastarbeiterländern“ (Türkei, Marokko, Griechenland, Polen, Rumänien), aus dem sonstigen Europa (Frankreich), aus Asien (Iran, Indien, Pakistan, Afghanistan, Vietnam), aber auch für Aussiedler aus der ehemaligen Sowjetunion. Sie sind grundsätzlich nach einem „dualen Prinzip“ von Information und Interaktion aufgebaut. In ihrem redaktionellen Teil bieten sie – wenn auch in unterschiedlichem Umfang und schwankender Qualität – journalistische Inhalte für ein primär durch ethnische Zugehörigkeit definiertes Publikum, dem Informationen über das Herkunftsland bzw. die Lage der eigenen Gruppe in Deutschland, aber auch Unterhaltung und Online-Shops unterbreitet werden (vgl. Androutsopoulos 2005).

Gleichzeitig stellen sie Interaktionsplattformen zur Verfügung, die dem Austausch und der Vergemeinschaftung dienen. Hier können registrierte User eine eigene Öffentlichkeit herstellen und in relativer Unabhängigkeit von den redaktionellen Schwerpunkten eigenständige Themenagenden entfalten. Verglichen mit der internationalen Forschung über Diaspora und Neue Medien (z.B. Karim 2003, Lee/Wong 2003, Mitra 1998) sind diese Portale weniger transnational als landesspezifisch geprägt. Ihre Produktion ist in Deutschland angesiedelt, ihre Rezeption fast ausschließlich auf den deutschsprachigen Raum beschränkt. Die Forenmitglieder scheinen weniger den Kontakt zur weltweiten Diaspora zu suchen als zu ihren in Deutschland ansässigen Landsleuten. Daher ist die wichtige Rolle der deutschen Sprache in vielen Ethnoportalen kaum überraschend.

Kennzeichen der Kommunikation unter Zwei- und Mehrsprachigen ist der abwechselnde Gebrauch der gemeinsam verfügbaren Sprachen. Die Begriffe Sprachwahl (language choice), Sprachwechsel (code-switching) und Sprachmischung (language mixing) erfassen verschiedene Aspekte der zwei- oder mehrsprachigen Kommunikation. Sprachwahl meint dabei die Verteilung der verfügbaren Sprachen in Abhängigkeit von Gesprächspartner, Situation und Gesprächsthema. Sprachwechsel und Sprachmischung stellen den Kontakt, das Neben- und Ineinander von Sprachen in einem Kommunikationsereignis in den Vordergrund. Die aus der Sprachsoziologie stammenden Verfahren der Sprachwahl-Analyse interessieren sich für grobmaschige, oft statistische

Verteilungs- muster (Fasold 1984); demgegenüber geht es in der Analyse von Sprachwechsel und -mischung um linguistische Aspekte des Sprachkontakts, wobei je nach theoretischem Ansatz teils grammatisch-struk- turelle, teils pragmatisch-funktionale Phänomene im Vordergrund ste- hen. Dieser Beitrag folgt einem funktionalen Ansatz, wie er von Peter Auer für die Analyse zweisprachiger Interaktion entwickelt worden ist (vgl. Auer 1995, 1998, 1999, 2000, Dirim/Auer 2004).

Wechsel und Mi- schung werden dabei in erster Linie als Interaktionsphänomene be- trachtet. Im Mittelpunkt stehen weniger die grammatischen Eigen- schaften und Einschränkungen der in Kontakt tretenden Sprachen als ihre Abfolge und kommunikative Funktion im Gespräch. Dieser Ansatz scheint für ethnische Chats und Foren insofern geeignet, als auch sie (synchrone bzw. asynchrone) Interaktionen enthalten und als die spezi- fische Art und Weise des beobachteten Kontakts zwischen Deutsch und den Herkunftssprachen in diesen Foren weniger grammatische und mehr pragmatische Forschungsfragen aufwirft (vgl. auch Androuso- poulos/Hinnenkamp 2001 Georgakopoulou 1997, Sebba 2003; Sieben- haar 2005). In strukturellen Ansätzen der Sprachkontaktanalyse (vgl. Riehl 2004) wird die Unterscheidung zwischen Sprachwechsel und -mi- schung an syntaktischen Kriterien festgemacht: Ein Wechsel an der Satzgrenze gilt dann als Switching, ein Wechsel innerhalb des Satzes, et- wa auf Wort-, Phrasen- oder Teilsatzebene, als Mixing. Im konversatio- nellen Ansatz Auers ist die Unterscheidung hingegen funktional be- gründet. Codeswitching wird als lokal bedeutsam verstanden:

Der Wech- sel von der einen in die andere Sprache hat „etwas zu sagen“, bietet also Hinweise für die Interpretation des Gesagten, und zwar ungeach- tet dessen, ob der Wechsel aus nur einem Wort oder mehreren Äuße- rungen besteht oder ob häufig oder seltener gewechselt wird. Dem- gegenüber wird unter Sprachmischung eine Nebeneinanderstellung von Sprachen verstanden, die aufgrund ihrer Dichte und Häufigkeit keine erkennbare Funktion hat. Mixing ist „bedeutsam“ nicht in jedem einzelnen Vorkommen, sondern als Ganzes – als ein Sprechstil, der ge- rade durch das ständige, schnelle und unauffällige sprachliche Hin und Her geprägt ist. Da Sprachwechsel im Zentrum dieses Beitrags steht, scheint es ange- bracht, auf zwei weitere Unterscheidungen einzugehen. Die erste ist die zwischen Alternation und Insertion. Während im ersten Fall die Sprachen sich derart abwechseln, dass eine Rückkehr in die jeweils an- dere Sprache nicht vorhersagbar ist, bleibt beim insertionalen Wechsel die eine Sprache dominant, es wird nur vorübergehend in die andere gewechselt. Die Folie, auf der ein Wechsel als alternierend oder inser- tional identifiziert wird, ist nicht der Satz oder eine andere syntaktische Einheit, sondern die Basissprache (base language) der fraglichen Interaktion (Auer 2000). Die zweite Unterscheidung ist die zwischen

teilnehmerbezogenem und diskursfunktionalem Sprachwechsel (vgl. Dirim/Auer 2004: 158ff.).

Teilnehmerbezogene Wechsel lassen Rückschlüsse auf die sprachlichen Kompetenzen und Präferenzen der Gesprächsteilnehmer zu. Ein solcher Wechsel liegt u.a. dann vor, wenn man auf einer bestimmten Sprache besteht, mit seinen Fertigkeiten in dieser Sprache an- gibt, eine Sprache als „Geheimcode“ vorzieht oder aber um des Adressaten willen in die andere Sprache wechselt. Der diskursfunktionale Wechsel wird in erster Linie als Kontextualisierungshinweis verstanden (Gumperz 1992), d.h. als eine Ressource, durch die verschiedene Aspekte der Sprechsituation bestimmt, hervorgehoben oder neu ver- handelt werden können – etwa die Beziehung zwischen Sprecher und Hörer, das Gesprächsthema oder die nahegelegte Interpretation einer sprachlichen Handlung. Darunter fällt eine Reihe von typischen Sprachwechselfunktionen, die bei Gumperz (1982) unter „metaphorischem Codeswitching“ auftreten. Dazu gehören die Markierung der Adressatenwahl, die Markierung eines Themenwechsels, die Redeerwähnung, die Verdeutlichung oder Emphase durch Wiederholung des Gesagten in der anderen Sprache, die Unterscheidung zwischen Darstellung und Bewertung des Redegegenstandes sowie das Unterstreichen von Widerspruch, Ablehnung oder Konflikt.

Trotz der heuristischen Nützlichkeit eines solchen „Funktionskatalogs“ muss das genaue Funktionieren des Sprachwechsels im Einzelfall interpretativ herausgearbeitet werden, indem man Kontextaspekte wie die sequenzielle Stellung des Wechsels im Interaktionsablauf, die Präferenzen und vorherigen Sprachwahlen der Beteiligten, das mit den beiden Sprachen verbundene kulturelle Wissen usw. in Betracht zieht (Auer 1995, 1998). Wechsel und Mischung schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern können nebeneinander vorkommen und lassen sich nicht immer einfach voneinander abgrenzen. Dies kann anhand einiger Beispiele aus den ethnischen Diskussionsforen veranschaulicht werden.

Zitat: (...) in Indien ist es nun mal ein Teil der Kultur und Tradition, dass man jungfräulich in die Ehe geht im westen ist es auch tradition jungfräulich in die ehe zu treten!!! das tun auch einige (bsp. spanierinnen, italienerinnen, etc..)! wieso wird immer der westen für alles verantwortlich gemacht??? is there no gravity in indian brains?

Bsp. 1: Indisches Forum, „Premarital Sex“, Beitragsausschnitt (Englisch kursiv)5

Bare B. juuuuuuuuun, kamelan hagh dari. in marda ham khasisan, ham bi- mazan wa ham gedan!!! Genau das dachte ich mir auch, chon iran-klick waghat klick mikhado sonst nix, aber neeeeeeeeeeeeeee A. agha kann uns ja net ghalbesh az ma beporseh. ghorbuuuuuuuuuuuuune harfat khanumi. P. e immer noch gham- giniani

[„Das stimmt, liebe B, du hast absolut Recht. Diese Männer sind geizig, langweilig und überhaupt armselig!!! Genau das dachte ich mir auch, weil man bei Iran-klick nur zu klicken braucht sonst nix, aber neeeeeeeeeeeeeee, Herr Akann uns ja net vorher fragen. Ich liebe dich für deine Worte, meine Liebe. P ist immer noch traurig“]

Bsp. 2: Persisches Forum, „Bitte nur Farsi“, ganzer Beitrag (Deutsch kursiv) So kann in Beispiel 1 der abschließende Übergang ins Englische als ein Codeswitching verstanden werden, das die kritische Schlussfolgerung vom vorangehenden Argument absetzt und vielleicht auch dazu beiträgt, den Einspruch der Schreiberin zu akzentuieren. Diese Spielart von Sprachwechsel ist die wichtigste in den ethnischen Foren und wird folglich genauer unter die Lupe genommen werden (vgl. Abs. 5). Auch in Beispiel 2 kann das erste Vorkommen des Deutschen insofern als Switching interpretiert werden, als es mit einem Wechsel der Gesprächsrolle einhergeht: Deutsch dient so gesehen dazu, die Ich-Perspektive (Sprecherrolle) der Schreiberin von der umgebenden Rede in der 3. Person (Referenzrolle) abzuheben. Diese Interpretation wird jedoch zunehmend schwieriger im weiteren Verlauf des Beitrags, und der Einschub der beiden deutschen Adverbien (immer noch) ist typisch für gemischtes Sprechen. Ein typisches Muster von Codemixing, dem Ad-hoc-Transfer von Inhaltswörtern, Partikeln und kurzen Phrasen, veranschaulichen die Bei5 Die Beispiele sind anonymisiert und wo nötig ins Deutsche übersetzt. Die Überschriften geben das Forum, den Diskussionstitel, die Stelle des zitierten Beitrags innerhalb der Diskussion sowie evtl. typografische Hervorhebungen an. Die Originalschreibung wurde beibehalten, aus Platzgründen wurden jedoch einige Beiträge gekürzt, bei anderen die Zeilenumbrüche des Originals aufgelöst.

Mehrsprachigkeit im deutschen Internet 3 und 4. So tauchen in Beispiel 3 viele deutsche lexikalische Einheiten auf, die teils dem Sachbereich der Internetkommunikation angehören, teils aber Alltagswörter sind (Informationen, Werbung, Verbesserungsvorschlag, danke). In Beispiel 4 sind es die deutsche Nominalgruppe wirtschaftliche Lage bzw. Wirtschaft und der Phraseologismus den Bach runter gehen, dessen Kopf, gehen, auf Griechisch erscheint. Problematisch kann allerdings die Unterscheidung zwischen Sprachmischung und Entlehnung sein.⁶ In Beispiel 5 spricht die morphologische Integration der Wörter Forumi und Buchstabe-hash⁷ für ihren Status als Entlehnungen. Doch bei User, online, Gästebuch (Beispiel 4) kann man den Status dieser Wörter als Ad-hoc-Transferenzen oder (individuell, gruppenspezifisch) konventionalisierte Entlehnungen im Grunde nicht bestimmen, ohne über zusätzliche Daten von demselben Sprecher zu verfügen – ein Wissen, dass unter den Bedingungen der Forenkommunikation jedoch nicht immer leicht zu erlangen ist.

Eimai sto greex edo kai para poli kero kero, distixos ta user pou einai online paramenoun na ine ta idia maximal so um die 7 ... [...] Tha itane kalo

an mporou- sate sta profil apo user na erthoune pio pola informationen opos msn ady/eige- ne homepage/lieblings musik/favorite links aplos na exi pola extra kai ena gäste- buch den thatan kiasximo [...] tora thema werbung, tha itane kala na kserame wo gerade ein party leuft elliniko bebea exoume pola werbung edomesa mono pou den pistebo na endiaferoune kai kanena. [...] auta ithela na po gia verbes- serungs vorschlag danke!

[„Ich bin bei greex.de schon seit längerer Zeit, leider bleiben die user, die onli- ne sind, die gleichen, maximal so um die 7 [...] Es wäre gut, wenn im profil der user mehr informationen stehen würden wie msn ady/eigene homepage/lieblings musik/favorite links, nur dass es mehr extras hat und ein gästebuch wäre auch nicht schlecht [...] nun thema werbung, es wäre gut zu wissen, wo gerade ein party läuft, eine griechische natürlich, wir haben viel werbung hier, nur dass sie wohl niemanden interessiert [...] das hätte ich zu sagen als verbesserungs vorschlag danke!“]

Bsp. 3: Griechisches Forum, „Warum wird es nicht voll“, Beitragsausschnitt (Deutsch und Anglizismen kursiv)

6 Unter Entlehnung wird die Integration von lexikalisch-phraseologischen Ele- menten einer Geber- in eine Nehmersprache verstanden, wie sie sowohl nach strukturellen Kriterien als auch nach der Konventionalisierung dieser Elemente im Sprachgebrauch der Nehmergemeinschaft bestimmt wird. Viele deutsche Wörter und Ausdrücke in Migrantensprachen sind als Entlehnungen zu klassifi- zieren, insbesondere wenn sie Sachbereichen der Mehrheitsgesellschaft entstam- men und folglich in der Herkunftssprache womöglich gar nicht erlernt werden. 7 Bei Forumi ist -i der unbestimmte Artikel („ein“), bei Buchstabe-hash ist ha die Plu- ralendung, sh das Possessivmorphem (hier: „seine“).edo iparxi pollous ellines apo tin makedonia epidis i wirtschaftliche lage tous den einai kali...palia i makedoni itane plousioi.. eftiaxnan gounes ktlp ala to- ra pige i wirtschaft me tis gounes den bach runter[„es gibt hier viele griechen aus makedonien, aber ihre wirtschaftliche lage ist nicht gut ... früher waren die makedoner reich, sie waren pelzhändler etc., doch nun ging die wirtschaft mit den pelzen den bach runter.“]

Bsp. 4: Griechisches Forum, „Wo kommt ihr eigentlich alle mal her??“, Beitragsausschnitt

Forumi ke P. joon natoone toosh be farsi benevise be dard nemikhore. [...] Geda Mitarse age be ma yad bede Farsi Buchstabe-hash tamoom beshe.

[„Ein Forum, in dem die liebe P. nicht in persischer Schrift schreiben kann, taugt nichts. [...] Der Armselige hat Angst, wenn er uns die persische Schrift beibringt, dass ihm die Buchstaben ausgehen.“]

Bsp. 5: Persisches Forum, „Bitte nur Farsi“, Beitragsausschnitte

Korrekt. richtisch stin teleia gebracht [„Korrekt. Richtig auf den Punkt gebracht.“]

Bsp. 6: Griechisches Forum, „Wacht doch mal auf!“, ganzer Beitrag

In der neueren Literatur zur Sprache von Migrant*innen in Deutschland wird ihr „gemischtes Sprechen“ vielfach als Besonderheit ihrer Gespräche und als Symbol ihrer sozialen Identität angesehen (Hinnenkamp 2000, Kallmeyer/Keim 2003, Keim 2002). Vor diesem Hintergrund überrascht es etwas, dass in den hier untersuchten ethnischen Foren der Anteil von Sprachmischung – verglichen mit dem des Sprachwechsels – recht gering ist, und zwar trotz des großen Anteils jugendlicher User. Die Gründe hierfür sind noch unklar; eine psycholinguistische Erklärung – Sprachmischung ist eine spontane Sprechweise, die bei der Planung schriftlicher Forenbeiträge automatisch unterdrückt wird – könnte genauso eine Rolle spielen wie eine soziolinguistische – der gemischte Sprechstil der vertrauten Clique wird in der Öffentlichkeit der Foren vermieden. Dennoch stellt Sprachmischung eine wichtige stilistische Ressource für ethnische Foren dar, und zwar nicht nur als Widerspiegelung des spontanen gemischten Sprechens, sondern auch als eine Struktur, die in der relativen Planungsmöglichkeit der Forenkommunikation „komponiert“ wird, um auf prägnante und dabei spielerische Art und Weise auf Anforderungen des laufenden Diskurses zu reagieren. Als Beleg hierfür kann Beispiel 6 dienen, der abschließende Beitrag in einer Diskussion über Sprache bei Deutschgriechen. Er reagiert zustimmend auf das vorige Posting, das (auf Griechisch) behauptet, man spreche in Deutschland „Deutschgriechisch“, in Griechenland hingegen „Griechischdeutsch“.

Die Antwort darauf ähnelt Beispiel 4 insofern, als auch hier ein deutscher Phraseologismus gemischt wird, doch liegt der wesentliche Unterschied woanders: Diese Mischung spiegelt die „Essenz“ des Gesagten wider, sie reflektiert in der Sprachform die besprochene Mischung von Identitäten und Sprachen. Man denkt hier an die „Ikonizität des Stils“ – eine sprachliche Selektion, die wesentliche Aspekte des besprochenen Sachverhaltes abbildet (Sandig 1986). Und obwohl eine solche Mischung für Alltagssprache untypisch scheint, stimmt ihr „stilistischer Sinn“ (Sandig 1986) mit den Interpretationen der Literatur zum „Gemischtsprechen“ der Migrant*innen überein: die sprachliche Symbolisierung einer hybriden Identität (Hinnenkamp 2000).

Literatur

Hauptliteratur

1. Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.) 2003: Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden.
2. Bresser, Klaus: Was nun? Über Fernsehen, Moral und Journalisten. Literaturverlag 1992.
3. Burghart, Heinz. Medienknechte. Wie die Politik das Fernsehen verdarb. Droemer Knauer, München 1993.
4. Hermann M. Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Neuauflage 2005, 294 S.
5. Tatsachen über Deutschland. Frankfurt/Main, 2000/2001/2003/2005/2007/2009

Zusätzliche Literatur

1. Wolfgang Kraus „Zukunft Europa“ Frankfurt am Main, 1993
2. Kürschners Volkshandbuch „Deutsch Bundestag“ 2004 by NDV Neue Darmstädter Verlagsanstalt, Rheinbreitbach
3. Schick-Schreiner „So arbeitet der Deutsche Bundestag“ 2003 by NDV Neue Darmstädter Verlagsanstalt, Rheinbreitbach
4. „So arbeiten Regierung und Parlament“ von Renate Georges 1992 by NDV Neue Darmstädter Verlagsanstalt, Rheinbreitbach
5. „Österreich“ Ein landeskundliches Lesebuch von Jürgen Koppensteiner. 1983 Verlag für Deutsch
6. Friedrich Koja – Gerald Stourz „Schweiz-Österreich“ 1986 Hermann Böhl – aus Nacht. Wien. Köln. Graz.
7. Die Schweiz in ihrer Vielfalt. (Natur, Bevölkerung, Staat, Wirtschaft, Kultur)

Inhaltverzeichnis

Vorlesung I. <u>Massenmedien in Deutschland:</u> Die Rolle der Massenmedien in unserem heutigen Leben	3
Vorlesung II. Rundfunk, Fernsehen, Internet und Presse	11
Vorlesung III. Face-to-Face-Kommunikation	13
Vorlesung IV. <u>Massenmedien in Usbekistan:</u> Das wichtigste Massenmedium von heute.....	23
Vorlesung V. Die neuen Medien (Computer und Computernetzwerke).....	27
Vorlesung VI. <u>Rundfunk und Fernsehen:</u> Der zweite Platz unter den Massenmedien gehört dem Rundfunk	40
Vorlesung VII. Die Bedeutung von Internet und sein Einfluss auf unser Leben	46
Vorlesung VIII. Die Anerziehung moralischer Eigenschaften und Ansichten	58
Vorlesung IX. <u>Presse, Zeitungen und Zeitschriften:</u> Die Anerziehung moralischer Eigenschaften und Ansichten	66
Vorlesung X. Vielfalt der Medien.....	71
Literaturverzeichnis.....	79
Inhaltsverzeichnis.....	80