

Passauer Schriften zur interdisziplinären Medienforschung

Band 1

Passauer Schriften zur interdisziplinären
Medienforschung

Band 1

Herausgeber:

Christoph Barmeyer, Jan-Oliver Decker, Winand Gellner, Alexander
Glas, Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld, Thomas Knieper, Harald Kosch,
Hans Kraß, Franz Lehner, Ralf Müller-Terpitz, Ursula Reutner,
Michael Scholz, Michael Thimann, Dirk Uffelman, Daniela Wawra

Medien und Wandel

Herausgeber:

Institut für interdisziplinäre Medienforschung (IfIM)

Passauer Schriften zur interdisziplinären Medienforschung

Herausgeber:

Christoph Barmeyer, Jan-Oliver Decker, Winand Gellner, Alexander Glas,
Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld, Thomas Knieper, Harald Kosch, Hans Krah,
Franz Lehner, Ralf Müller-Terpitz, Ursula Reutner, Michael Scholz, Michael
Thimann, Dirk Uffelmann, Daniela Wawra

Institut für interdisziplinäre Medienforschung
an der Universität Passau
c/o
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft
Gottfried-Schäffer-Straße 20
D-94032 Passau

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

©Copyright Logos Verlag Berlin GmbH 2011

Alle Rechte vorbehalten.

ISBN 978-3-8325-2986-4
ISSN 2191-2033

Wir danken Herrn Florian Gebhardt für die Einbandgestaltung
florian.gebhardt@d-flux.eu

Logos Verlag Berlin GmbH
Comeniushof, Gubener Str. 47,
10243 Berlin
Tel.: +49 030 42 85 10 90
Fax: +49 030 42 85 10 92
<http://www.logos-verlag.de>

Inhalt

Zum Verständnis	7
Teil 1	
<i>Medienwandel und Wissenschaftskulturen: Disziplinäre Programmatiken</i>	13
<i>Ralf Hohlfeld & Matthias Strobel</i>	
Neue Medien – Neue Öffentlichkeit(en). Die Medien- und Kommunikationskonvergenz als zentrale Herausforderung der Kommunikationswissenschaft	15
<i>Thomas Knieper, Cornelia Wolf & Katrin Tonndorf</i>	
Der Prosument. Öffentlichkeit im Zeitalter Computervermittelter Kommunikation	41
<i>Jan-Oliver-Decker & Hans Krab</i>	
Mediensemiotik und Medienwandel	63
<i>Daniela Wawra</i>	
Wandel und Variation des Mediums Sprache. Ursachen – Tendenzen – Ergebnisse	91
<i>Ursula Reutner</i>	
Medien als Motoren der interkulturellen Kommunikation	111
Teil 2	
<i>Medienwandel und Methoden: Disziplinäre Anwendungen</i>	127
<i>Christoph Barmeyer & Sebastian Öttl</i>	
Interkulturalisierung nationaler Mediensysteme. ARTE als Laboratorium für grenzüberschreitenden Medienwandel	129

Dirk Uffelmann

- Umriss einer crossmedialen und grenzüberschreitenden Slavistik.**
Anstelle eines Manifests 161

Christian Dölle & Winand Gellner

- WikiLeaks.**
Chance oder Gefahr für repräsentative Demokratien? 185

Christian von Coelln

- Internetfernsehen, elektronische Zeitungen und Co.**
Antworten der Rechtsordnung auf die neue Medienwelt 209

Alexander Glas

- Bilder.**
Anmerkungen zu ihrem medialen Verständnis als zentrales Anliegen
kunstpädagogischer Vermittlungspraxis 231

Teil 3

- Medienwandel in der Praxis: Disziplinäre Beispiele* 249

Wolfgang Ullrich

- Der fotografische Blick als Machtgeste.**
Zur Arbeit Andreas Gurskys 251

Karl N. Renner

- Die Expansion der Ratgeber- und Lebenshilfesendungen im
deutschen Fernsehen** 277

Thomas Hess

- Nutzergenerierte Inhalte.**
Idee und Realität aus Sicht von Inhalte-Anbietern 299

Ralf Müller-Terpitz & Alexandra Raubhaus

- „Hybrid-TV“.**
Eine neue Technik als Herausforderung für das Recht 309

Inhalt	5
<hr/>	
<i>Britta Meixner, Beate Siegel, Peter Schultes, Harald Kosch & Franz Lehner</i>	
Interaktive Videos	329
Autorenverzeichnis	353

Zum Verständnis

Vorliegender Band ist das Ergebnis eines interdisziplinären Vorhabens, mit dem an der Universität Passau seit 2009 Kompetenzen und Kapazitäten rund um das Thema Medien gebündelt werden. Auf die Initiative des Wirtschaftsinformatikers Franz Lehner fand sich, unterstützt von der hochschulpolitischen Entscheidung, Medien- und Kommunikationswissenschaft zu einem profilbildenden Element der Universität Passau auszubauen, ein Kreis von interessierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu einer AG Medien zusammen. Ziel dieses zunächst losen Zusammenschlusses war es, gemeinsame Interessen und Ziele in Forschung und Lehre auszuloten, die sich um das Thema Medien zentrieren. Im Laufe von eineinhalb Jahren begann die interfakultäre Gruppe, an der seit Beginn Mitglieder aller vier Fakultäten (Philosophische Fakultät, Juristische Fakultät, Fakultät für Informatik und Mathematik, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät) beteiligt waren, Berührungspunkte und Schnittmengen hinsichtlich inhaltlicher Schwerpunkte, erkenntnistheoretischer Grundlagen, Methoden und Perspektiven zu erkunden, um gemeinsame Projekte in Forschung und Lehre zu entwickeln.

Als im Wintersemester 2010/2011 nach diversen internen und externen Vortragsreihen, Diskussionen und bilateralen Lehrkooperationen erste Konturen des Forschungsschwerpunkts Medien erkennbar wurden, entschloss sich der Kreis, die gemeinsamen Anstrengungen zu institutionalisieren. Aus dem ursprünglich lockeren Arbeitskreis ist mit Wirkung zum 1. April 2011 das „Institut für interdisziplinäre Medienforschung“ (IFIM) hervorgegangen. Hinter dieser organisatorischen Verfestigung steht die Erkenntnis, dass die Thematik Medien ohne interdisziplinären Diskurs, der alle beteiligten Fakultäten, Disziplinen und Wissenschaftskulturen miteinander verbindet, nicht sinnvoll durchdrungen werden kann. Am Institut wird nun interdisziplinäre Grundlagen- und Anwendungsforschung zu medienrelevanten Themen betrieben. Zudem soll das IFIM Praxiskooperationen mit Medienorganisationen entwickeln und das bestehende Lehrangebot der Universität im Bereich Medien profilieren.

Schnell wuchs der Kreis der Mitglieder, von einem guten halben Dutzend auf 15 Professorinnen und Professoren, die das anfängliche Fächerspektrum, bestehend aus Informatik, Wirtschaftsinformatik, Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Interkultureller Kommunikation, Englischer Sprachwissenschaft, Rechtswissenschaft und Kunstpädagogik, innerhalb weniger Wochen um Politikwissenschaft, Computervermittelte Kommunikation, Journalistik, Slavistik, Romanische Sprachwissenschaft und Kunstgeschichte erweiterten. Die beteiligten Wissenschaftler wirken seitdem gemeinsam daran mit, dass die entsprechende Zielvereinbarung der Universität Passau mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, die u.a. infrastrukturell mit der Errichtung eines "Zentrums für Medien und Kommunikation" (ZMK) einhergeht, durch entsprechende Aktivitäten mit Leben gefüllt wird.

Unsere Gesellschaft unterliegt neben den Metaprozessen der Internationalisierung, Globalisierung, Individualisierung und Mobilisierung auch dem Trend der Medialisierung, der gemeinsam mit den übrigen Metaprozessen den gesellschaftlichen und kulturellen Wandel rahmt. In der Forschung ermangelt es bislang interdisziplinärer Ansätze, mit denen im Zeitalter der Digitalisierung – einer Phase des technisch beschleunigten Medien-, Kommunikations-, und Öffentlichkeitswandels – der *Wandel der Medien* und der *Wandel durch*

Medien durchleuchtet und kritisch begleitet wird, und zwar multiperspektivisch und getragen von den jeweiligen Vorteilen der einzelnen Disziplinen und Fachkulturen.

Mit diesem Band begründet das "Institut für interdisziplinäre Medienforschung" eine wissenschaftliche Reihe, die den Kosten der Interdisziplinarität, nämlich Heterogenität und fehlender Konsens über Begrifflichkeiten, den Nutzen entgegensetzen möchte, in wissenschaftlicher Reibung der Zugänge zu Erkenntnissen, Befunden und Erträgen zu gelangen, für die jede einzelne Disziplin aufgrund des blinden Flecks der Beobachtung erster Ordnung (betriebs-)blind bleiben muss. So ist dieser erste Band¹ zunächst Ausdruck eines Abtastprozesses, mit dem die Mitglieder des Instituts, ergänzt um ausgewählte Beiträge externer Wissenschaftler, die sich im Instituts-Kreis präsentiert haben, die direkt benachbarten und ferner beheimateten Disziplinen besser kennen lernen können.

Zu diesem Zweck haben die Mitglieder teils programmatische, teils exemplarische Aufsätze verfasst, mit denen der fachliche Zugang bzw. die disziplinäre Methodik der beteiligten Lehrstühle und Professuren hinsichtlich des Themas Medien und Wandel anschaulich werden und der jeweilige State of the Art des Faches dokumentiert wird. Der Band enthält eine systematische Dreiteilung. Im ersten Abschnitt "Medienwandel und Wissenschaftskulturen: Disziplinäre Programmatiken" wird jeweils eine Programmatik entfaltet, auf deren Basis die Disziplin den Medienwandel allgemein analysiert. Der zweite Abschnitt "Medienwandel und Methoden: Disziplinäre Anwendungen" umfasst Beiträge, in denen ein ausgewähltes wissenschaftliches Material- oder Formalobjekt fokussiert und mit den Theorien und Methoden des Fachs traktiert wird. Im abschließenden dritten Abschnitt "Medienwandel in der Praxis: Disziplinäre Beispiele" sind Aufsätze versammelt, die Aufschluss über zentrale Beispiele und Anwendungsfälle des Themas Medienwandel geben.

Dieses Gliederungsschema des Sammelbandes folgt der bewussten Entscheidung, die Beiträge der jeweiligen Fachkulturen nicht zu ghettoisieren und keine Insellösungen mit drei, vier oder fünf Büchern in einem anzubieten. Stattdessen sind Beiträge aus der jeweiligen Fachkultur alternierend in den jeweiligen Abschnitten angeordnet, so dass sich sowohl sozialwissenschaftliche als auch kulturwissenschaftliche Abhandlungen zum Medienwandel in allen drei Abschnitten, rechtswissenschaftliche Aufsätze zumindest in zweien finden.

Der Abschnitt "Medienwandel und Wissenschaftskulturen" wird von Beiträgen bestimmt, die danach fragen, vor welche Herausforderungen Medienwandel und Medienevolution die damit befassten Wissenschaftszweige allgemein stellen. *Ralf Hobfeld* und *Matthias Strobel* betrachten eingangs als zentrale Herausforderung der Kommunikationswissenschaft nach dem digitalen Switch die theoretische Modellierung einer Öffentlichkeit, die sowohl durch klassische Intermediäre aus dem Journalismus als auch durch neu hinzugetretene Akteure und soziotechnische Formate der Netzwerkkommunikation gebildet wird. Die Tatsache, dass vormals passive Rezipienten im Zuge des Öffentlichkeitswandels selbst aktiv werden und als Produzenten unterschiedlichster Medieninhalte in den Kommunikationsprozess eingreifen, wird von *Thomas Knieper*, *Cornelia Wolf* und *Katrin Tonndorf* im Begriff des Prosumenten gebündelt, der anzeigt, dass etablierte Denkmuster und Dichotomien der

¹ Wir danken Konstantin Dörr, Thomas Eibl und Lukas Zech für die Herstellung des Manuskripts und die Unterstützung bei der Redaktion des Bandes.

Kommunikationswissenschaft obsolet geworden sind. Auf der Basis etablierter Modelle und Theorien der Kommunikationswissenschaft skizzieren sie das vordringliche Programm der Computervermittelten Kommunikation: die Theoriebildung. Auf der Grundlage zeichentheoretischer und mediensemiotischer Methodiken werden von *Jan-Oliver-Decker* und *Hans Krab* unter medienwissenschaftlicher Perspektive Prozesse des Medienwandels im Feld kultursemiotischer Fragestellungen beschrieben. Aufbauend auf den Arbeiten von *Jurji M. Lotman* werden Textualität, Medialität und Kulturalität als Bestandteile einer integrativen Mediengeschichte modelliert und anhand konkreter Medienprodukte wird der Versuch unternommen, die Geschichte von medialen Diskursen und Institutionen mit der Technikgeschichte zu vernetzen.

Daniela Wawra beschäftigt sich in ihrem Beitrag mit dem Verhältnis von Sprach- und Medienwissenschaft und untersucht den Einfluss des Mediums Sprache auf Variation und Wandel von Sprache. Sie diskutiert die in einschlägiger Literatur beschriebenen generellen Trends, etwa die Entwicklung hin zu einer „second orality“ und einer „conversationalisation“. Diese werden überführt in eine als zentral erachtete Tendenz zur ‚Informalisierung‘, die sich in den neueren Medien fortsetzt und möglicherweise durch sie noch verstärkt wird. Sie plädiert folglich für eine interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Sprach- und Medienwissenschaft, die in einem Multimodalitätsforschungsansatz münden soll. Aus der Perspektive der Interkulturellen Kommunikation beschreibt *Ursula Reutner* den Wandel von Mensch-Medien über Druck-Medien zu elektronischen und digitalen Medien. Dabei diskutiert sie die Frage, inwieweit die damit verbundene quantitative Stärkung eine qualitative Vertiefung der interkulturellen Kommunikation nach sich zieht. Der mediale Umbruch hat Auswirkungen auf die Romanische Sprach- und Kulturwissenschaft und führt zu einem mehrfachen methodischen wie programmatischen Paradigmenwechsel.

Im zweiten Abschnitt "Medienwandel und Methoden: Disziplinäre Anwendungen" werden gegenständliche Phänomene und Prozesse des Wandels zwar ebenfalls unter programmatischen Gesichtspunkten verschiedener wissenschaftlicher Fächer behandelt, im Gegensatz zum ersten Abschnitt werden hier jedoch die grundlegenden Methoden und theoretischen Ansätze auf die Analyse je eines konkreten Gegenstands projiziert. *Christoph Barmeyer* und *Sebastian Öttl* zeigen aus der Perspektive der Interkulturalitätsforschung anhand des europäischen Fernsehsenders ARTE, was Medienwandel in Bezug auf Interkulturalität bedeutet und wie dieser gestaltet werden kann. Zentrale Frage ist, wie sich Mediensysteme durch zunehmende Medienkonvergenz und gleichzeitige Internationalisierung wandeln und entwickeln. Mediensysteme werden dabei weniger auf Kulturspezifika als auf ihren Prozess-Charakter hin untersucht, daraufhin, wie sich Beziehungen und gegenseitige Bedeutungszuschreibungen sowie Interpretationen bei Kulturkontakten in und zwischen sozialen Systemen dynamisch gestalten. *Dirk Uffelmann* nimmt in seinem Beitrag die Herausforderungen in den Blick, die von digitalen Medien für die Slavistik, insbesondere die slavistische Literatur- und Kulturwissenschaft ausgehen. Anhand einer multimedialen Konstellation zwischen amerikanischem Film (*Borat*), russischsprachigem Internet (Nachrichtenseiten, Blogs und Videoclips) und kasachstanischer Kulturaußenpolitik wird die Leistungsfähigkeit eines deskriptiven, text- und kulturwissenschaftlichen Crossmedialitätsbegriffs ausgelotet. Für diesen Begriff wird plädiert, da die Konvergenz digitalisierter und digitaler Medien eine neue Qualität von Interaktionen bedingt, aufgrund derer hergebrachte Begriffe wie Inter- und Transmedialität einer Ergänzung bedürfen. *Christian Dölle* und *Winand Gellner* gehen von der These aus, dass sowohl Politik als auch Wirtschaft so transpa-

rent wie möglich sein müssen, um den Ansprüchen einer aufgeklärten, demokratischen Öffentlichkeit gerecht zu werden. Daraus resultiert für sie aus politikwissenschaftlicher Sicht die Frage, inwieweit der Anspruch der Whistleblower-Plattform WikiLeaks vor dem Hintergrund einer spezifischen ideologischen Motivation auf normativer Ebene als legitim bezeichnet werden kann. Letztlich geht es sogar darum, inwieweit die Aktivitäten von WikiLeaks eine potenzielle Gefahr für die Funktionslogik moderner, repräsentativer Demokratien darstellen. *Christian von Coelln* geht der Frage nach, wie die Rechtsordnung auf Veränderungen der Medienrealität reagiert. Als Beispiele wählt er zum einen die Herausnahme des rein über das Internet verbreiteten Hörfunks aus der – für den klassischen Hörfunk bestehenden – Genehmigungspflicht und zum anderen die Rundfunkgebührenpflicht für neuartige Empfangsgeräte, insbesondere für internetfähige Computer. Dabei wird deutlich, dass die verfassungsrechtlichen Regeln, die aus einer Zeit stammen, in der „die Medien“ aus Presse, Rundfunk und Film bestanden, in einem gewissen Spannungsverhältnis zur heutigen, sehr viel breiter aufgefächerten Medienlandschaft stehen. *Alexander Glas* untersucht ebenfalls Veränderungen der Medienrealität, wenn er die Bildung im Wandel der Medienrezeption bei Kindern und Jugendlichen näher beleuchtet. Er fokussiert die Vermittlungspraxis der Kunstpädagogik/Ästhetischen Erziehung und positioniert seinen Beitrag in der gegenwärtigen Diskussion der Bild-Text-Relation. Da auch künftig die Fähigkeit zur Analyse eines ständig sich erneuernden Zeichenrepertoires innerhalb der Mediengesellschaft sowie deren symbolische Formen zentrales Anliegen sein werden, plädiert er für die Notwendigkeit einer Ausbildung zur Bildkompetenz. Bilder und Kunstwerke werden primär als kommunikative Medien verstanden. Deshalb ist es nahe liegend, dass der fachbezogene Begründungsdiskurs nicht nur auf die Kunstwissenschaft, sondern verstärkt auch auf die Semiotik und die Bildwissenschaft Bezug nimmt.

Im dritten Abschnitt "Medienwandel in der Praxis: Disziplinäre Beispiele" wird am Einzelfall demonstriert, welche handfesten Folgen sich für Medien aus den kulturellen, sozialen, ökonomischen und technischen Wandlungsprozessen ergeben können. Der Abschnitt beginnt mit *Wolfgang Ullrichs* Beitrag, der den von Alexander Glas geforderten geschulten Blick exemplarisch vorführt. Ullrich widmet sich dem derzeit international zu den renommiertesten Fotokünstlern gehörenden Fotografen Andreas Gursky und versteht seinen Beitrag als ideologiekritischen Ansatz, generell Bilder und insbesondere Gurskys Kunst auf weltanschauliche und suggestive Muster zu untersuchen. Er stellt dabei wesentliche Entwicklungslinien heraus und verfolgt die These, dass bei Gursky der fotografische Blick bewusst als Geste der Macht interpretiert werden kann und die Exklusivität des Standpunktes den Fotografen immer auch auf die Seite der Mächtigen stellt. Ein Beispiel, das stärker den Aspekt des Wandels fokussiert, stellt *Karl N. Renners* Beitrag dar. Er zeigt anhand der Ratgeber- und Lebenshilfeformate im Deutschen Fernsehen, dass einerseits deren massive Zunahme in kommunikationswissenschaftlicher Hinsicht ein deutlicher Indikator für den zunehmenden Beratungsbedarf unserer Gesellschaft ist. Andererseits demonstrieren in journalistischer Hinsicht hier zahlreiche neue Sendeformate, die systematisch die kommunikativen Möglichkeiten des Push-Mediums Fernsehen mit denen des Pull-Mediums Internet verbinden, wie sich unter dem Einfluss der Medienkonvergenz etablierte journalistische Darstellungs- und Sendeformen ausdifferenzieren und weiterentwickeln. Der Beitrag von *Thomas Hess* bietet Beispiele zur Thematik des User Generated Contents (UGC) und liefert einen Überblick über die Diskussion aus der medienwirtschaftlichen Sicht von Inhalte-Anbietern. Das bisherige Verständnis der Medienwelt geht von einer

klaren Trennung zwischen Inhalte-Anbieter und Inhalte-Konsumenten aus. Diese Trennung verliert allerdings zunehmend an Gültigkeit, wie bereits der Beitrag von Knieper et al. zeigte. Versucht wird, ein Fundament für ein einheitliches Verständnis für UGC zu schaffen. Der Beitrag von *Ralf Müller-Terpitz* und *Alexandra Raubhaus* widmet sich dem wohl derzeit wichtigsten Trend der Unterhaltungsindustrie, dem sogenannten „Hybrid-TV“. Dieser technische Fortschritt birgt neue Herausforderungen für die deutsche und europäische Rechtsordnung. Die Autoren analysieren die Frage, wie das geltende Recht auf diese Form medialer Digitalisierung und Konvergenz reagiert und weisen zugleich auf bestehende Friktionen hin, bilanzierend, dass diese nicht vorschnell zum Anlass genommen werden sollen, das bestehende Rechtsregime in Frage zu stellen. *Britta Meixner*, *Beate Siegel*, *Peter Schultes*, *Harald Kosch* und *Franz Lehner* beschäftigen sich unter medientechnischen Aspekten mit aktuellen Anwendungen und Entwicklungen im Videobereich. Interaktive Videos werden erst seit wenigen Jahren erforscht und angewandt. Die Einbindung solcher Medien bietet für nutzerzentrierte Anwendungsgebiete wie zum Beispiel E-Learning oder Marketing einen besonderen Mehrwert. Ihre Verbreitung im praktischen Einsatz wurde bisher durch hohe Investitionskosten für Tools oder Programmier-Knowhow gebremst. Im Beitrag wird dokumentiert, welche Werkzeuge eingesetzt werden können, um dem Abhilfe zu schaffen.

Im ersten Band der Schriftenreihe des "Instituts für interdisziplinäre Medienforschung" dokumentieren die Institutsmitglieder und assoziierte externe Kollegen das Spektrum an wissenschaftlichen Zugängen zum Thema Medien unter den Aspekten des kulturellen, gesellschaftlichen, rechtlichen, ökonomischen und technischen Wandels. Wird an dieser Stelle die Bandbreite dieser Thematik in Einzelbeiträgen vorgestellt, so werden die folgenden Bände Beiträge und Aufsätze enthalten, in denen die interdisziplinäre Vernetzung durch gemeinsame Forschungsprojekte sichtbar gemacht werden soll. Insofern dokumentieren künftige Bände den wachsenden Grad der Zusammenarbeit der Institutsmitglieder und damit die Funktionsfähigkeit des Instituts und der interdisziplinären Medienforschung an der Universität Passau.

Ralf Hohlfeld und *Hans Krab*,
stellvertretend für das Institut für interdisziplinäre Medienforschung als Herausgeber

Passau, im Oktober 2011

Ursula Reutner

Medien als Motoren der interkulturellen Kommunikation

Zusammenfassung

Der Beitrag verfolgt das Ziel, die Bereiche „Mediengeschichte“ und „interkulturelle Kommunikation“ zusammenzuführen. Einzelne Etappen des Medienwandels oder -wechsels werden in einem ersten Teil im Hinblick auf ihr interkulturelles Kommunikationspotential analysiert. Dabei wird aufgezeigt, wie bereits der Wandel von Mensch- zu Druck-Medien die interkulturelle Kommunikation begünstigt hat. Die Vergrößerung setzte sich mit dem Aufkommen elektronischer Medien fort und erreicht ein Ausmaß ungeahnter Dimension mit der Verbreitung digitaler Medien. Zahlreiche Einzelbeispiele werfen die Frage auf, inwieweit die quantitative Stärkung eine qualitative Vertiefung der interkulturellen Kommunikation impliziert. Für die Romanische Sprach- und Kulturwissenschaft bewirkt der jüngste mediale Umbruch einen mehrfachen methodischen wie programmatischen Paradigmenwechsel, den der zweite Teil des Beitrags skizziert.

1 Einleitung

Die Romanische Sprach- und Kulturwissenschaft legt einen Schwerpunkt auf kulturübergreifende wie kulturgebundene Facetten der Kommunikation. Die Rolle, die die Medien für sie spielen, wird im vorliegenden Beitrag in zwei Abschnitten dargestellt. In einem ersten werden die historischen Etappen des Medienwandels im Hinblick auf ihr interkulturelles Potential zu gewichten versucht; in einem zweiten die Auswirkungen der neuen Kommunikationsformen auf das Fach ausgeleuchtet.

Der Blick auf die Geschichte wird verdeutlichen, wie mit jedem Schritt in der medialen Evolution die Breite und Tiefe der interkulturellen Kommunikation ausgebaut wurde. Es wird aufgezeigt, wie sie bereits von der Erfindung des Buchdrucks profitierte. Die Ausweitung setzte sich mit der Einführung elektronischer Medien fort und erreichte mit der Durchsetzung digitaler Medien ein Ausmaß zuvor ungeahnter Dimensionen. Besonders augenfällig wurde dies jüngst durch die vereinende Kraft der Digitalität in den neuen Demokratiebewegungen arabischer Staaten.

Im Anschluss an solche generelle Folgen des vollzogenen Medienwandels auf die interkulturelle Kommunikation werden die methodischen und programmatischen Chancen des Medienwandels für das Fach angesprochen. Es wird zu zeigen sein, in welchem Ausmaß mediale Neuerungen räumliche Distanzen aufzuheben helfen und damit den Kulturaustausch ebenso verbessern wie die Ausbildung von Kulturräumtspezialisten. Wir werden uns die immensen Korpora konzeptionell gesprochener wie geschriebener Sprache vor Augen führen, die durch die Digitalisierung zur Verfügung stehen und auf deren Basis die sprachwissenschaftliche Arbeit an Tiefe gewinnt. Uns wird bewusst werden, dass sich der heutigen Informationsgesellschaft völlig neue Erkenntnisdimensionen erschließen, die ein erweitertes Augenmerk auf quellenkritische Arbeit und kritische Diskursanalyse erfordern. Nicht zuletzt wird die Beschreibung kultureller Unterschiede in der medialen Textproduktion als vordringliches Forschungsdesideratum herauszustellen sein, das es erlaubt, die wissenschaftliche Beschäftigung mit interkultureller Kommunikation adäquat zu vertiefen.

2 Der Einfluss des Medienwandels auf die interkulturelle Kommunikation

Motoren der interkulturellen Kommunikation sind nicht nur die Medien. Gerade Motoren im eigentlichen Sinne des Wortes spielen hier eine große Rolle. Die zunehmende Verfügbarkeit moderner Verkehrsmittel, die Selbstverständlichkeit des Autos, die Verbilligungen im Flugverkehr – all dies lässt Menschen heute leichter in direkten Kontakt zu anderen Kulturen treten. In den meisten Beschreibungsmodellen wird interkulturelle Kommunikation daher immer noch auf der Basis der Face-to-Face-Kommunikation definiert. Doch ein Teil erfolgt seit langem außerhalb dieser eng gefassten Situation und erfährt im digitalen Zeitalter besonderen Bedeutungszuwachs.

Dass die interkulturelle Kommunikation schon immer von medialen Fortschritten profitierte, zeigt ein Exkurs in die Mediengeschichte. Entsprechend ihrer technischen Ver-

mittlungskomplexität wird häufig in primäre Medien oder Mensch-Medien, sekundäre Medien oder Druck-Medien, tertiäre oder elektronische Medien und quartäre oder digitale Medien unterschieden (vgl. resümierend u.a. Hunziker 1996; Faßler 1997; Faulstich 2004). Im Folgenden soll aufgezeigt werden, wie jeder Entwicklungsschritt in der Mediengeschichte auch eine Ausweitung der interkulturellen Kommunikation nach sich zieht. Und parallel zur jeweiligen Beschleunigung des medialen Wandels kommt es zu einem exponentiellen Anstieg an Umfang und Komplexität der entsprechenden Medien.

2.1 Mensch-Medien als Grundlage

Mensch-Medien sind Medien, die der Mensch unter Einsatz seines eigenen Körpers, seiner eigenen Kraft im physisch überschaubaren Raum zu kultischen oder ritualisierten Mitteilungen an Mitmenschen nutzt. Die Handschrift, der Tanz, aber auch die Aufstellung von Denkmälern gehören zu diesen Mensch-Medien und ihrer beeindruckenden, aber offenkundig in der Reichweite beschränkten Mitteilungsleistung. Dabei bleibt die Zeichenstärke dieser Mensch-Medien selbst dann erhalten, wenn sie – wodurch auch immer – in einen interkulturellen Rezeptionskontext gerückt werden. Die Höhlenzeichnungen der Urmenschen sind uns in unserer heutigen Kultur in ihrer Botschaft sicher nicht ganz verständlich, weil wir nicht zu den Erstrezipienten zählen. Gleichwohl erfahren wir bei der Betrachtung ihrer fremden, mensch-medial vermittelten Botschaft die semiotische Kraft der Darstellung. Die Verrückung in einen moderneren Kontext macht sie zu einem interkulturellen Kommunikationselement, dessen Stärke nicht in der Klarheit für den Betrachter liegt, sondern durch den kulturellen Kontextwechsel bewirkt wird.

Ähnliches können wir feststellen, wenn wir die heutige Aussagekraft der altägyptischen Obelisken in Rom beurteilen, die meist von römischen Kaisern in die Hauptstadt ihres Reichs gebracht und dort aufgestellt wurden. Die Botschaft ihrer Hieroglyphen ist dem mit diesem Zeichensystem nicht vertrauten Betrachter unverständlich. Gleichwohl ging von ihrem Zeichencharakter über Jahrhunderte hinweg ein impliziter Aufruf zur interkulturellen Kommunikation aus, dem sich auch der moderne Betrachter des 21. Jahrhunderts nicht entziehen kann.

Neuerliche Beispiele sind u.a. mittelalterliche Kirchengemälde, die zwar den Maler als Dolmetscher der Bibel für das analphabetische Publikum der Zeit ausweisen, dem heutigen Kirchenbesucher in ihrer Symbolik der Farben und Figuren aber oft nicht mehr ganz zugänglich sind. Nicht zuletzt sei auf die menschliche Handschrift als besonders wichtiges Mensch-Medium verwiesen. Mittelalterliche Briefe, Handschriften und Kopien aus Schreiberschulen können deutlich leichter als die oben genannten Kunstwerke in andere Kulturen transportiert werden, erreichen aber meist nur eine begrenzte Zielgruppe.

2.2 Druck-Medien als Vertiefung

Das zunächst beschränkte interkulturelle Potential der Schrift veränderte sich mit dem Aufkommen der Druckmedien. Sie erlauben die massenhafte Vervielfältigung und damit Verbreitung der Mitteilung in großen, ja immensen Gruppen von Rezipienten. Die Zielgruppe der Druckerzeugnisse ist nun weniger auf eine durch Hören und Sehen definierte Reichweite fixiert, wie es bei vielen Mensch-Medien noch der Fall war. Selbst über Sprach-

grenzen hinweg werden die mediatisierten Botschaften rezipiert. Goethes *Wahlverwandtschaften* oder Cervantes' *Don Quijote* werden aufgrund der Möglichkeit massenhafter Verbreitung auch in fremden Sprachräumen gelesen und sorgen für ein Ansteigen interkultureller Kommunikationsgeschehen zwischen den Originaltexten und ihren fremden Rezipienten.

Wenn dann – wie z.B. in Montesquieus *Lettres persanes* (1721) – ein Autor innerhalb eines Briefromans die interkulturelle Kommunikation selbst zum Thema seiner Fiktion macht, hat sich die Komplexität der interkulturellen Vorgänge gegenüber den altägyptischen Obelisken in Rom immens gesteigert. Die fiktiven Paris-Berichte, die die beiden Perser Rica und Usbek nach Hause schicken, inszenieren für den französischen und den internationalen Leser dieses Briefromans ein interkulturelles Wahrnehmungsgeschehen auf mehreren Ebenen und liefern darüber hinaus einen satirischen Blick auf das dekadente Leben am damals modellgebenden französischen Hof.

Doch natürlich tragen Druckmedien zunächst noch viel unmittelbarer zur Kommunikation zwischen den Kulturen bei. Gutenbergs Erfindung ermöglichte den Druck von Flugblättern, die z.B. sowohl von Protestanten als Medium der Revolution genutzt wurden wie von Katholiken als Medium der Glaubensfestigung. Gedruckt wurden dann aber auch Zeitschriften und Zeitungen, die unterhielten, informierten und gleichzeitig Öffentlichkeit erzeugten. Auch das Massenmedium Plakat wurde durch die Erfindung des Drucks ein wichtiges Kommunikationsmittel, das politischen und publizitären Zwecken gleichermaßen diene und im Zuge des sich entwickelnden Reisemarktes die Vermittlung des Fremden durch das Anpreisen neuer Feriendestinationen förderte.

2.3 Elektronische Medien als essentielle Steigerung

Von den Druck-Medien führte der nächste Schritt in der Geschichte der Medien zu den elektronischen Medien. Es handelt sich um die Medien des 20. Jahrhunderts, an dessen Beginn auditive Medien wie Telefon oder Hörfunk stehen und das später verstärkt durch audiovisuelle Medien wie Foto, Film und Fernsehen gekennzeichnet ist.

Greifen wir unter den zahlreichen Einzelbeispielen den frühen Tonfilm der 1930er Jahre heraus. Zunächst bedeutete die technische Möglichkeit, Filme zu vertonen, eine erhebliche Steigerung der Produktionskosten und eine Einschränkung der bis dato multiplen Einsatzmöglichkeit des Stummfilms. Der französische Tonfilm war im Gegensatz zum vorherigen Stummfilm z.B. weder in Deutschland noch in den USA dem breiten Publikum verständlich. Die Plakate verkündeten damals zwar stolz, dass die angepriesenen Filme „cent pour cent parlant et sonore“ seien, doch sie verschwiegen, dass dieser Gewinn an Realismus teuer erkaufte werden musste. Französischer Ton war gut fürs französisch-, aber nicht fürs deutsch- oder englischsprachige Publikum. Einige Filmproduzenten optierten eine Zeit lang für eine relativ aufwändige Lösung und verfilmten ein und denselben Filmstoff in denselben Filmbauten zweimal, einmal mit deutschen und einmal mit französischen Schauspielern (vgl. Jeancolas 1983). Dies erzeugte teilweise eine geschmackliche Angleichung, förderte oft aber auch den kulturellen Austausch. Wie der Stummfilm trug dieses Cover-Version-ähnliche Vorgehen also zur internationalen Vernetzung der Unterhaltungsindustrie und zur kulturellen Öffnung ihrer Kunden bei.

Für eine in unserem Kontext noch interessantere Variante entschieden sich Julien Duvivier, Jean Renoir und andere, indem sie im Film mit Akteuren unterschiedlicher Sprachen operierten und gleichsam die Vielsprachigkeit der handelnden Personen zum Thema des Films machten. In *Allô Berlin? Ici Paris!* (1931) beispielsweise konnten in den damaligen deutschen und französischen Kinos die Geschichten von Damen aus Paris und Berlin miterlebt werden, die im Film ihrer mehrsprachigen Telefonistinentätigkeit nachgingen. Noch viel überzeugender ist die Nutzung und Inszenierung der Vielsprachigkeit handelnder Personen in Jean Renoirs Meisterwerk *La Grande Illusion* (1937). Diese Kriegsgefangenengeschichte an der deutsch-französischen Front des Ersten Weltkriegs lässt für den damaligen Kinobesucher deutsch, französisch und englisch sprechende Protagonisten aufeinander treffen, und einer der Stars des Films, der Deutsch-Amerikaner Eric von Stroheim, darf sogar in drei Sprachen brillieren und den Zuschauer in einen komplexen Prozess mehrfach gespiegelter interkultureller Kommunikationsgeschehnisse hineinziehen. Dass der Film damals Goebbels nicht gefallen hat, ist sicher symptomatisch für die interkulturelle Beschränktheit des Nazi-Ministers, hat das interkulturelle Potential des Films und seinen späteren internationalen Erfolg aber in keiner Weise geschmälert. Die Spiegelung sprachlicher Diversität bleibt bis heute ein wichtiges Verfahren vieler Filme, um alltägliche kommunikative Praktiken in ihrer psychologischen Aussagekraft zu stilisieren. Ein Filmtitel wie Vicente Arandas *El amante bilingüe* (1992, nach dem gleichnamigen Roman von Juan Marsé) dokumentiert, wie handlungsbestimmend Mehrsprachigkeit sein kann.

Anders gestaltet sich der Kulturtransfer beim Export erfolgreicher Filme und Fernsehserien ins Ausland. Die Verbreitung von Dallas auf den weltweiten Fernsehkanälen führte zu einer Rezeptionssituation, in der sich der französische ebenso wie der japanische Zuschauer mit US-amerikanischen Verhaltensweisen und Lebensformen auseinandersetzte. Viele weitere US-Serien begeisterten deutsche Jugendliche für Ereignisse wie den *prom* und ein *double date*, für Einladungen zur *housewarming party*, *slumber party* oder zu einer *baby shower*. Iberoamerikanische Telenovelas machen Spanier mit südamerikanischen Gegebenheiten vertraut. Neben den eigenen Handlungsmustern werden fremde vermittelt, und es kommt zu einem Näherrücken, einem Kennenlernen. Eine solche Wahrnehmung fremder Handlungswelten und deren (positive wie negative) Würdigung in ihrer Fremdheit ist sicherlich ein Aspekt interkultureller Kommunikation. Die Sitcom *The Cosby Show* zeigte nicht nur weißen US-Amerikanern der 1980er Jahre, dass eine Familie der oberen Mittelklasse auch farbig sein kann und eine Mutter von fünf Kindern gleichzeitig eine erfolgreiche Anwältin. Mit diesen für die damalige Zeit revolutionären Grundaussagen trugen die jeweiligen Synchronfassungen auch in anderen Kulturräumen dazu bei, rassistische wie sexistische Denkmuster aufzubrechen. Das interkulturelle Potential wirkte sowohl zwischen den farbigen Darstellern und den weißen Zuschauern der USA, als auch zwischen dem US-amerikanischen Ausgangsland und den weltweiten Zielländern der Synchronfassungen. Ähnliches erfolgt in zahlreichen Filmen, die auf interkulturellen Clichés basieren. Exemplarisch genannt seien jüngste Beispiele wie Dany Boons *Rien à déclarer* (2011), Yasemin und Nesrin \square amderelis *Almanya – Willkommen in Deutschland* (2011), Luca Minieros *Benvenuti al Sud* (2010) oder Dany Boons unvergesslicher Kassenschlager *Bienvenue chez les Ch'tis* (2009).

Mit diesen kulturellen Stereotypen spielt dann natürlich auch die Werbung. Für verfeinerte Lebensart in Mode und Gastronomie stehende Länder wie Frankreich und Italien lassen entsprechende Produkte optimal bewerben, ebenso wie technologischer Fortschritt gerne in deutscher Umgebung angesiedelt wird. Der durchschlagende Erfolg des deutsch-

sprachigen Werbeslogans der Audi-AG *Vorsprung durch Technik* und sein Eingang in die britische und amerikanische Alltagskultur ist ein schönes Zeugnis für diese Verbindung.

2.4 Digitale Medien als Revolution

Mit dem Aufkommen digitaler Medien haben sich der interkulturellen Kommunikation ungeahnte Möglichkeiten eröffnet. Erfolgte der Kontakt fremder Kulturen in einer durch materielle Räumlichkeit geprägten Gesellschaft noch zeitverzögert durch Briefe oder durch Telefonate und Reisen, so ist der Wechsel von einem Kulturraum zum anderen heute durch eine beispiellose Leichtigkeit gekennzeichnet, die crossmediale Nutzungskonzepte nur noch begünstigen. Doch wie sehr wird dieses neue Kommunikationspotential bislang ausgeschöpft?

Ein spektakuläres, wenn auch nicht alltägliches Beispiel dafür, dass die digitalen Medien den interkulturellen Austausch tatsächlich vorantreiben, sind die Demokratiebewegungen in der arabischen Welt. Die nach dem Jahre ihres medialen Hervortretens benannte 11-er Generation hat den größten sozialen Umbruch seit dem Zusammenbruch des Ostblocks ausgelöst. Sowohl bei der Jasmin-Revolution in Tunesien als auch beim Sturz des ägyptischen Despoten Husni Mubarak oder bei den Aufständen in Libyen und Syrien – überall spielten digitale Medien wie Facebook, Twitter, Flickr oder YouTube eine ganz entscheidende Rolle. Ihre Funktion war vielfältig: Für die Oppositionellen der jeweiligen Länder waren die neuen Medien ein unverzichtbares Informations- und Kommunikationsmittel. Der Rest der Welt rezipierte begierig ihre Botschaft von Hoffnung auf Demokratisierung und stärkte mit seiner positiven Reaktion wiederum die Bewegungen vor Ort. Massenhafte Solidarität mit den Aufständischen demonstrierte z.B. die hohe Beteiligung des von Facebook-Gruppen organisierten *Virtual „March of Millions“ in Solidarity with Egyptian Protestors*. Online publizierte Amateurbilder und -filme schufen gegenüber der Darstellung staatlich zensurierter Medien neue Transparenz, wurden von den internationalen Fernsehstationen aufgegriffen und über deren Kanäle weiterverbreitet. So verschafften sie den revolutionären Bewegungen weltweite Aufmerksamkeit und provozierten letztendlich Reaktionen der internationalen Regierungen.

Das Bild der westlichen Welt von arabischen Ländern hat sich seither entscheidend gewandelt. Die Vorstellung von Tunesien oder Ägypten als reine Urlaubsdestinationen weicht einem weitaus vielschichtigeren und realeren Bild, das einen Einblick in das Denken, Empfinden und Handeln in diesen Ländern ermöglicht. Doch das interkulturelle Potential der medialen Revolution manifestiert sich nicht nur in politischen Umbrüchen der arabischen Welt. Wenn auch weniger auffällig, so doch unausweichlich bestimmt es den Alltag in den romanischsprachigen Ländern und damit auch die derzeitigen Interessen und Methoden der Romanischen Sprach- und Kulturwissenschaft.

3 Methodische und programmatische Chancen

3.1 Medienwandel als Verringerung der kulturellen Distanz

Der Romanist beschäftigt sich mit fremden Sprach- und Kulturräumen. Längere Aufenthalte in den entsprechenden Gebieten sind unerlässlich, um die jeweilige Kultur zu erfahren, zu begreifen und zu verstehen. Doch die universitäre Ausbildung findet größtenteils in Deutschland statt. Und selbst, wenn der Romanist im Ausland ist, erhält er immer nur in einen Teil des Landes direkten Einblick und nicht in das ganze Land, geschweige denn in die Vielzahl von Ländern, die beispielsweise die Frankophonie oder Hispanophonie umfassen. Anders als beim Hispanisten, Lusitanisten, Galloromanisten oder Italianisten gilt die Aufmerksamkeit des Vollromanisten seit jeher mehreren Sprach- und Kulturräumen, wobei jede Fokussierung auf einen bestimmten Raum Abstriche in einem anderen impliziert. Doch ohne Kontakt zu Land, Leuten und deren Sichtweise auf die aktuellen Geschehnisse bleibt die Ausbildung in tradierten theoretischen Faktenkenntnissen verhaftet. Wie lassen sich dennoch Spezialisten für die jeweiligen Kulturräume formen?

Einen Ausweg aus diesem Dilemma bieten zweifelsfrei die Medien. Denn die mediale Vermittlung sorgt für eine gewisse Ubiquität des Einzelnen und hat in ihren Möglichkeiten immens zugenommen. Vor fünfzig Jahren war das Lesen fremder Bücher noch die probate Art, um die Kultur eines anderen Landes fernab von diesem wahrzunehmen. Manchmal mochten Zeitungsabonnements helfen, wenn auch mit zeitlicher Verzögerung, eine gewisse Aktualität erlebbar zu machen. Diesen für manch einen Studenten weniger attraktiven Zeugnissen geschriebener Sprachverwendung stehen inzwischen zahlreiche Manifestationen mündlichen Sprachgebrauchs gegenüber. Über digitales Kabelfernsehen oder Eutelsat können die Fernsehprogramme anderer Länder direkt verfolgt werden. Über digitales Radio lässt sich deren Alltagskultur mühelos in den eigenen Alltag integrieren. Ganz gezielt lassen sich Sendungen auswählen, die als Podcast heruntergeladen und dann orts- und zeitunabhängig rezipiert werden können. Und die Zeitungen der Welt können heute immerhin meist gratis digital gelesen werden. Noch nie zuvor war es so leicht, in mehreren Kulturen gleichzeitig präsent zu sein.

Für das Romanistik-Studium bringt diese Situation einen mehrfachen Paradigmenwechsel mit sich. In einem früheren Umgestaltungsprozess wurden ältere Texte durch moderne Literatur in den Hintergrund gerückt, das Rolandslied z.B. durch Michel Tournier. Heute interessieren auch tagesaktuelle Zeitungstexte, vielschichtig konstruierte Werbespots oder Internetforen, die eine Vertiefung in die aktuelle Alltagskultur des fremden Landes erlauben. Besonderheiten des Quebecer Französisch oder des argentinischen Spanisch müssen nicht mehr bloß anhand theoretischer Merkmalskataloge mühsam auswendig gelernt werden, sondern werden z.B. durch aufmerksames Betrachten einer kanadischen oder argentinischen Talkshow sinnlich erfahrbar. Dies ist nicht nur besonders eingängig für den Studenten, sondern auch ein Weg, um die Vielschichtigkeit gegenwärtiger Sprachverwendung zu untersuchen. Paradoxe Weise kommen wir also gerade durch die zunehmende Medialität der Kommunikation dem tatsächlichen Sprachhandeln und damit auch dem Menschen um vieles näher.

3.2 Digitale Texte als neue Materialbasis für die Sprachwissenschaft

Verweilen wir einen Moment bei der bereits angesprochenen Textproduktion in Chat-Beiträgen. Wie bei E-Mails oder SMS bedarf es zunächst einer Klärung, ob es sich um mündliche oder schriftliche Kommunikation handelt (vgl. schon Söll 1974, 1985). Auf den ersten Blick erscheint das geschrieben zu sein, was graphisch realisiert ist, und das gesprochen zu sein, was phonisch realisiert ist. Bei genauerem Hinsehen unterscheidet sich die Art der verwendeten Sprache aber weniger stark nach dem Medium ihrer Realisation als nach der Konzeption des Sprechers. Dieser wird in der Regel einen schriftlich zu realisierenden Diskurs geschrieben konzipieren – ein Beispiel ist der Forschungsaufsatz – und einen mündlich zu realisierenden Diskurs gesprochen konzipieren – ein Beispiel ist die Alltagsunterhaltung. Doch manchmal treten auch andere Kombinationen auf. Wird der Forschungsaufsatz z.B. vorgelesen, so bleibt die sprachliche Konzeption, d.h. Morphosyntax und Lexik, unverändert, die Realisation ist nun aber mündlich. Eine von Beginn an schriftliche Realisation mündlich konzipierter Sprache ergibt sich, wenn die Alltagsunterhaltung niedergeschrieben wird, was in Form literarisierter Mündlichkeit z.B. aus der Literatur bekannt ist.

Tabelle 3.1: Konzeption und Realisation der digitalen Kommunikation

		Konzeption	
		gesprochen	geschrieben
Realisation	phonisch	Video-Telefonie, Unterhaltung auf Videoplattformen	Lesung eines Fachtextes auf Videoplattformen
	graphisch	Chatbeiträge, private E-Mails, SMS, private Blogs, Beiträge in sozialen Netzwerken, Twitter, Bewertungen auf Online-Plattformen	Online-Zeitschriften und Zeitungen, offizielle E-Mails, Firmenhomepages, Wikipedia-Einträge, E-Books, Online-Lexika, Newsletter

Tabelle 3.1 wendet die Unterscheidung von Konzeption und Realisation auf die digitale Kommunikation an. Sie gibt einen Überblick über die unterschiedlichen Kombinationsmöglichkeiten und enthält Beispiele für die zu erwartenden Typen von gesprochen konzipierter und mündlich realisierter Sprache sowie von schriftlich realisierter und geschrieben konzipierter Sprache. Doch auch die gegenläufigen Kombinationsmöglichkeiten sind präsent: Die auf einer Videoplattform abrufbare Lesung eines Fachtextes ist ein Beispiel für die mündliche Realisation eines schriftlich konzipierten Textes. Zwar schriftlich realisiert, tendenziell aber eher gesprochen konzipiert sind Chatbeiträge, private E-Mails und SMS zusammen mit privaten Blogs, Beiträgen in sozialen Netzwerken wie Facebook oder MySpace, Twitter sowie auf Online-Plattformen abgegebenen Bewertungen z.B. von Hotels. Nicht immer ist die konzeptionelle Zuordnung eines konkreten Diskurses einfach, da sie – wie die gestrichelte Linie der Tabelle verdeutlicht – in einem Kontinuum zwischen

gesprochener und geschriebener Sprache erfolgt, während die phonische und graphische Realisation eine klare Dichotomie bilden. Wie lässt sich dies nun für die Sprachbeschreibung nutzen?

Schicken wir zunächst voraus, dass das besondere Interesse der Sprachwissenschaft seit jeher primärer Mündlichkeit gilt, entsprechendes Korpusmaterial aber lange Zeit kaum zur Verfügung stand. Literarisierte Mündlichkeit ist sicherlich kein authentischer Spiegel der tatsächlich verwendeten Sprache, die im Grunde nur durch mühsame Transkription von Gesprächsaufzeichnungen festgehalten werden kann. Mit den Möglichkeiten der digitalen Kommunikation verbessert sich die Materialsituation grundlegend. Nun ist es häufig der Sprecher selbst, der die Transkriptionsarbeit leistet und auf Grund der Produktionsgeschwindigkeit die gesprochene Sprache oft unverfälschter wiedergibt, als es beispielsweise im herkömmlichen Privatbrief erfolgt, einem anderen Beispiel für eine schriftliche Realisation mit mündlichen Elementen in der Konzeption. Die in manchen Chat-Räumen verschriftlichte Sprache unterscheidet sich in mancherlei Hinsicht wenig von authentischer Mündlichkeit und kann relativ leicht zur Analyse aufbereitet werden.

Dabei fallen natürlich auch Neuerungen im Sprachgebrauch auf. Für den Sprachwissenschaftler sind sie aussagekräftige Ausdrucksformen des Menschen, teilweise avantgardistische Boten neuer Tendenzen und damit ein beliebter Forschungsgegenstand des letzten Jahrzehnts (vgl. u.a. Anis 1999, 2001, 2007; Baron 2000, 2008; Crystal 2006, 2009; Herring 1996, 1998; López Alonso u. Séré 2003; López Quero 2003; Pistolesi 2004; Yus 2001). Nur aus sprachpuristischer Perspektive werden medial bedingte Veränderungen im Sprachgebrauch als „Sprachverfall“ qualifiziert, wie es schon beim Aufkommen elektronischer Medien wie Telefon oder Telefax zu beobachten war.

3.3 Die digitale Revolution als Revolution der Korpusanalyse

Die digitale Revolution hat nicht nur die Korpusituation konzeptioneller Mündlichkeit enorm verbessert. Ganz generell liefert sie uns große Mengen an Sprachmaterial, das bereits mit seiner Entstehung digital vorhanden ist und durch automatische Suchfunktionen auf bestimmte Phänomene hin befragt werden kann. Mussten noch vor wenigen Jahren Texte mühsam eingescannt oder gar abgetippt werden, um sie anschließend digital auswerten zu können, so findet sich jetzt vieles vergleichsweise mühelos im Netz. Alle großen Zeitungen der Welt haben Online-Archive, die auf bestimmte Schlagwörter hin untersucht werden können. Für quantitative Trendanalysen existiert ein Korpus von über fünf Millionen Büchern (vgl. Michel et al. 2010), und ganze Bibliotheken stehen inzwischen digitalisiert für die Volltextsuche zur Verfügung. Interessengeleitete Textnutzung kann also teilweise an die Stelle zweckfreier Textlektüre treten (vgl. zur Differenzierung schon Eco 1985). Dies erzürnt Netzkulturkritiker, die an dieser Lektüreform bemängeln, dass Texte nicht mehr gelesen, sondern nur noch im Hinblick auf spezielle Fragestellungen eingesehen werden (vgl. jüngst u.a. Carr 2010). Für die Sprachwissenschaft hat dieser Einwand wenig Bedeutung, da die Benutzung eines Textes mit textfremder Intention eine ihrer ganz zentralen Aufgaben ist. In welchem inhaltlichen Zusammenhang wird dieses oder jenes Wort verwendet? In welcher sprachlichen Umgebung findet es sich? Wann trat es erstmalig auf?

Die Möglichkeiten, die neue Technik für die Sprachwissenschaft zu nutzen, sind ebenso vielfältig wie einmalig. Denken wir z.B. an das 1999 erstmals erschienene *Diccionario del*

español actual, das zweibändige Allgemeinwörterbuch der spanischen Sprache, das alle Lemmata systematisch mit Zeitungszitaten belegt (Seco et al. 1999). 30 Jahre lang sammelte die Equipe um Manuel Seco Belege; viele Zettelkästen waren zu ihrer Aufbereitung nötig. Es war eine lexikographische Mammut-Aufgabe, die in dem Moment, in dem sie bewältigt war, bereits einfacher hätte realisiert werden können. Zudem wird die Erstdatenforschung zumindest für Neologismen der vergangenen Jahre gleichzeitig leichter wie zuverlässiger. Und keine Grammatik muss mehr konstruierte Sätze verwenden, die wegen ihrer möglichen ideologischen Prägung à la *der Vater geht in die Arbeit, die Mutter kocht* oder *der Deutsche ist fleißig, der Italiener ist gesprächig* angreifbar sind. Bereits ein einziger Klick verschafft dem Grammatikographen eine reiche Auswahl an authentischen und meist weniger problematischen Beispielsätzen zu einem Phänomen.

3.4 Kritische Medien- und Diskursanalyse als *conditio sine qua non*

Doch ist der Medienwandel nicht nur ein Segen, um größere und aktuellere Korpora zur Untermauerung und Ergänzung bekannten Wissens erstellen zu können. Vielmehr geht es darum, die völlig neuen medialen Möglichkeiten auch selbst zu beschreiben, kritisch zu hinterfragen und den Umgang mit ihnen zu optimieren. Denken wir an die größte Online-Enzyklopädie Wikipedia. Oft wird sie nur als Gefahr gesehen, die zu einer Verflachung des Wissens und immer neuen Plagiatsfällen führe. Doch sollte sie im modernen Studium eine ganz andere Rolle spielen. Der Studierende kann am Beispiel der Enzyklopädie z.B. lernen, quellenkritisch zu arbeiten. Er soll begreifen, wie Wikipedia funktioniert, wie er das dort gelesene Wissen zu werten hat, wie er es weiter verarbeiten und an welcher Stelle es ihm nutzen kann. Noch nie zuvor haben so viele Menschen aus den unterschiedlichsten Nationen an einer Enzyklopädie mitgearbeitet. Noch nie zuvor war es so leicht, sich über ein Stichwort in verschiedenen Sprachen und aus der Sicht unterschiedlicher Nationen zu informieren. Der Vergleich der Beiträge zu einzelnen Themen ist ebenso vielsagend im Hinblick auf kulturelle Gewichtungen wie die kritische Stilanalyse im Hinblick auf die jeweiligen Autoren. Selbst ein tendenziöser Bericht über einzelne Minderheiten ist aussagekräftig, wenn er nur aufmerksam genug gelesen und interpretiert wird.

Neben der Quellenkritik ist es die kritische Diskursanalyse, der sich mit den Möglichkeiten der digitalen Kommunikation neue Frage- und Forschungshorizonte auftun. Wer sich intensiv mit Sprache auseinandersetzt, wird sich grundsätzlich nicht nur für den Inhalt einer Botschaft, sondern immer auch für ihre Form interessieren, in der „zwischen den Zeilen“ nicht selten ein noch wichtigerer Aspekt versteckt sein kann als die „in den Zeilen“ selbst gegebene Information. Wer für die sprachliche Gestaltung sensibilisiert ist, wird sich nicht leicht verführen lassen. Umgekehrt wird er bei Bedarf die eigenen Ziele durch geschickte Formulierung besser erreichen. Um diese Art von Rhetorik kritisch zu vermitteln, bietet sich seit jeher die Analyse von Politikerreden und von Werbetexten und -slogans an. Doch früher war ein entsprechendes Korpus sehr mühsam zusammenzustellen, und es bedurfte viele Stunden als Fernsehzuschauer, um einige wenige für das eigene Thema relevante Reden oder Spots auf Video aufzuzeichnen. Bei einer geschickten Stichworteingabe erfolgt die Suche im Netz heute ungleich schneller und ergiebiger.

Eine kritische Diskursanalyse der soeben erwähnten Politikerreden (vgl. u.a. Reutner 2009a, 2009c) setzt zweifelsohne die Kenntnis der entsprechenden medialen Landschaften

voraus. Für jeden Kulturraumspezialisten ist es essentiell zu wissen, welche Medien in wessen Hand und von wem beeinflusst sind. Der Blick auf die Situation der Medien in Frankreich unter Sarkozy und in Italien unter Berlusconi verdeutlicht Spielarten der Medienkonzentration. Nur auf dieser Basis sind dann (sprach-)ideologische Aussagen in den Medien adäquat zu werten (vgl. u.a. Reutner 2005, 2009b). Der Komplex „Sprache und Macht“ kann in dieser auf die digitalen Medien fokussierten Zusammenschau aber nur angeschnitten werden, ebenso wie die Rolle des Mediums „Film“ in Forschung und Unterricht der Romanischen Sprach- und Kulturwissenschaft. Auf das interkulturelle Potential mehrsprachiger Filme wurde unter 2.3 bereits verwiesen (vgl. auch Reutner 2011c). Um die Aussage solcher Filme wirklich verstehen zu können, bedarf es zweifelsfrei einer vertieften kritischen Analyse des Code-Switchings, der Sprachwahl und Sprachideologie ihrer Figuren (vgl. hierzu u.a. Androutopoulos 2007; Bleichenbacher 2008; Petrucci 2008; Planchenault 2008). Von generellem interkulturellem Interesse sind Filme hingegen beim Vergleich ihrer Synchronfassungen, der wiederum Fragen des Kulturtransfers aufwirft (vgl. u.a. Reutner 2011a, 2011b).

3.5 Kontrastive Medienlinguistik als Forschungsinteresse

Oben wurde bereits erwähnt, dass der Romanist in mehreren Kulturen forscht. Dies lässt ihn nicht nur die medialen Diskurstraditionen einzelner Länder beschreiben (vgl. z.B. Goggin u. McLelland 2008), sondern immer auch fragen, wodurch sich diese voneinander unterscheiden. Zweifelsohne liegen gerade in der kontrastiven Medienlinguistik noch größere Forschungsdesiderata offen (vgl. u.a. Großklaus 2000; Eckkrammer 2010), die im digitalen Raum mit der Abnahme des Prozentsatzes englischsprachiger Nutzer (vgl. u.a. Thurlow et al. 2004) immer drängender werden. Nehmen wir als Beispiel nur die Gestaltung von Internet-Seiten in romanischsprachigen Kulturen. Ihre Analyse deckt Unterschiede in Aufbau, Farb- und Schriftgestaltung auf, die die bloße Übersetzung einzelner Seiten in andere Sprachen als unzureichende Anpassung erscheinen lassen. Für eine erfolgreiche (Unternehmens-)Kommunikation sind die unterschiedlichen ästhetischen Erwartungen und Lesegewohnheiten der einzelnen Länder zu berücksichtigen. Ein kunden- bzw. zielgruppenorientiertes Marketing kann kulturgebundene Besonderheiten in der Gestaltung heute nicht mehr ignorieren.

Betrachten wir als ein anderes Beispiel die E-Mail-Produktion in romanischsprachigen Kulturen. Hier sind zunächst die Unterschiede gegenüber der Konzeption eines klassischen Briefs als medienspezifische Besonderheiten herauszuarbeiten. Doch gleich danach stellt sich die Frage, inwieweit sich z.B. die prototypische E-Mail eines Spaniers von der eines Franzosen unterscheidet. Schon einfache Vergleiche ergeben klare Unterschiede. In der spanischsprachigen Welt spielt u.a. die soziale Funktion von Sprache eine größere Rolle als in der französischsprachigen. Digital kommt dies in vergleichsweise sachorientierten französischen E-Mails zum Ausdruck, die klar von spanischen E-Mails abstecken. Spanische E-Mail-Schreiber neigen dazu, über das rein sachliche hinauszugehen, um so den sozialen Kontakt stärker zu pflegen (vgl. Reutner 2010).

Dies führt uns zu der Frage, was passiert, wenn regionalspezifische Diskurstraditionen aufeinanderprallen. Kommt es zur Homogenisierung ehemals kulturgebundener Handlungsmuster, so stellt sich die Frage, ob sie durch Anpassung an eine dominante Leitkultur

oder durch Verschmelzung unterschiedlicher Kulturen erfolgt. Werden kulturgeprägte Verhaltensmuster hingegen auch in den neuen Medien beibehalten, so ist zu überlegen, inwieweit die Nutzer des neuen gemeinsamen Raums potentiellen Konflikten mit entsprechender Toleranz begegnen. Wird z.B. der an Höflichkeitsbekundungen gewöhnte spanische E-Mail-Schreiber die E-Mail des Franzosen als kalt und desinteressiert empfinden? Wird sich der Franzose verärgert fragen, warum der Spanier nicht „zum Punkt“ kommt? Oder sind sich beide bewusst, dass sie mit jeweils anderen Diskurstraditionen konfrontiert werden? Passen sie dann letztendlich doch ihren Stil an die Sprachgewohnheiten der anderen Kultur an?

Früher beeinträchtigten lange Brieflaufzeiten, Portokosten und die konkrete Schreibarbeit die Frequenz des Briefwechsels. Die Kommunikation erfolgte dadurch bedachter, was das Aufkommen von Missverständnissen nicht prinzipiell ausschloss, aber zumindest verringerte. Mit der Zunahme des digitalen Austausches ist der interkulturelle Kontakt mit einer Leichtigkeit verbunden, die das Entstehen von „critical incidents“ begünstigt. Die schnell produzierte und an Bedingungen der Mündlichkeit orientierte digitale Kommunikation ist in der Regel weniger exakt formuliert. In der persönlichen mündlichen Kommunikation wird fehlende Explizitheit durch Gestik und Mimik ausgeglichen, die es erlauben, die Absicht des Gegenübers richtig einzuschätzen. In der digitalen Kommunikation kann dies nur unzureichend durch Emotikons kompensiert werden. Fehldeutungen entstehen dadurch schon beim SMS-Austausch innerhalb ein und derselben Kultur. Bilden sich im neuen Medium Internet damit womöglich ganz neue, international akzeptable Verhaltensweisen aus? Welche Rückwirkungen hätten solche auf den nicht-virtuellen Alltag und die Kommunikation im konkreten Raum?

4 Schlussbemerkungen

Der Blick auf die Entwicklungsstufen der Mediengeschichte zeigte verschiedene Steigerungen in der Mediatisierung, im Grad der Vermitteltheit der Botschaft, aber auch in der Komplexität der Herstellung. Eine SMS setzt beispielsweise mehr technische Raffinesse auf Benutzer- wie Herstellerseite voraus als ein handschriftlicher Brief. Parallel zur technischen Komplexitätssteigerung vollzog sich eine Erleichterung der interkulturellen Kommunikation. Schon im eigentlichen Sinne des Wortes ist daran zu denken, wie viel „schwerer“ doch ein Obelisk von Ägypten nach Rom zu bringen war, als eine SMS von Deutschland nach Australien zu versenden ist. Vor allem aber erleichtern technische Neuerungen die interkulturelle Kommunikation im übertragenen Sinne. Als Basis für neue Medien und deren gesteigerte Verfügbarkeit wie Alltäglichkeit vergrößern sie sowohl die Quantität, als auch die Reichweite von Kommunikationsvorgängen.

Gleichzeitig konnte gezeigt werden, wie entscheidend der Medienwandel des vergangenen Jahrzehntes und insbesondere die Etablierung des Web 2.0 die Materialgrundlage für Forschung und Lehre der Romanischen Sprach- und Kulturwissenschaft verändert hat. Die medial zugänglichen Informationsangebote fremder Kulturräume warten ebenso auf Nutzung wie die digital zur Verfügung stehenden Korpora gesprochener und geschriebener Sprache auf Auswertung, kritische Hinterfragung und kontrastiven Vergleich. Dieser verspricht Antworten auf die Frage nach den Auswirkungen des Medienwandels auf die Mo-

dalitäten der interkulturellen Kommunikation, die sich im Laufe der Geschichte mit- und weiterentwickelte.

Wie wird sich die exponentielle Zunahme und Ausweitung interkultureller Kommunikation sowie die Erschließung neuer Nutzergruppen auf ihre Qualität auswirken? Bleibt die Face-to-Face-Kommunikation das Maß aller Dinge und gelten ihre Kennzeichen auch als Beurteilungsmaßstab virtuell vermittelter interkultureller Kommunikation? Sollten wir die Errungenschaften der Leichtigkeit, der Ubiquität und der scheinbar grenzenlosen Multiplizierbarkeit nicht ebenso oder gar noch mehr würdigen, wenn wir die neue digitale Kommunikation mit der alten vergleichen? Wiegt der Nutzen der Virtualität den teilweisen Verlust an Echtheit auf? Oder erreicht die neue digital ermöglichte interkulturelle Kommunikation ohnehin eine neue Qualität der Authentizität? Gibt es virtuell Authentisches, das nur altmodischere Nutzer der digitalen Medien nicht im gleichen Maße verspüren wie fortschrittlichere, die mit dem BlackBerry ins Büro und mit dem iPod ins Bett gehen?

5 Literaturverzeichnis

Androutsopoulos, Jannis. 2007. Bilingualism in the Mass Media and on the Internet. In: Monica Heller (Hrsg.), *Bilingualism. A social approach*. New York: Palgrave Macmillan, 207-230.

Anis, Jacques (Hrsg.). 1999. *Internet, communication et langue française*. Paris: Hermès.

Anis, Jacques. 2001. *Parlez-vous texto? Guide des nouveaux langages du réseau*. Paris: Le Cherche Midi.

Anis, Jacques. 2007. Neography: Unconventional Spelling in French SMS Text Messages. In: Brenda Danet und Susan Herring (Hrsg.), *The Multilingual Internet: Language, Culture and Communication online*. Oxford: Oxford University Press, 87-115.

Baron, Naomi. 2000. *Alphabet to email. How written English evolved and where it's heading*. London: Routledge.

Baron, Naomi. 2008. *Always On. Language in an Online and Mobile World*. Oxford: Oxford University Press.

Bleichenbacher, Lukas. 2008. *Multilingualism in the Movies. Hollywood Characters and their Linguistic Choices*. Tübingen: Francke.

Carr, Nicholas. 2010. *The Shallows. What the Internet is Doing to Our Brains*. New York: Norton & Company.

Crystal, David. 2006. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Crystal, David. 2009. *Txtng. The Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.

Eckkrammer, Eva M. 2010. Kontrastive Medientextologie und die historische Dimension – eine theoretisch-methodische Auslotung. In: Martin Luginbühl und Stefan Hauser (Hrsg.), *MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse*. Landau: Empirische Pädagogik, 43-65.

Eco, Umberto. 1985. *Lector in fabula*. Mailand: Bompiani.

Faßler, Manfred. 1997. *Was ist Kommunikation?* München: Fink.

Faulstich, Werner. 2004. Mediengeschichte. In: Werner Faulstich (Hrsg.), *Grundwissen Medien*. München: Fink, 21-33.

- Goggin, Gerard und Marc McLelland (Hrsg.). 2008. *Internationalizing Internet Studies*. New York u.a.: Routledge.
- Großklaus, Götz. 2000. Interkulturelle Medienwissenschaft. Ein Desiderat der Globalisierungsdiskussion? In: Caroline Y. Robertson und Carsten Winter (Hrsg.), *Kulturwandel und Globalisierung*. Baden-Baden: Nomos, 225-238.
- Herring, Susan (Hrsg.). 1996. *Computer-Mediated Communication. Linguistics, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- Herring, Susan. 1998. Le style du courrier électronique. Variabilité et changement. *Terminogramme* 84/85: 6-14.
- Hunziker, Peter. 1996. *Medien, Kommunikation und Gesellschaft. Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Jeancolas, Jean-Pierre. 1983. *15 ans d'années trente. Le cinéma des Français. 1929-1944*. Paris: Editions Stock.
- López Alonso, Covadonga und Arlette Séré (Hrsg.). 2003. *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- López Quero, Salvador. 2003. *El lenguaje de los 'chats'*. Granada: Port Royal.
- Michel, Jean-Baptiste et. al. 2010. Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science* [Published online ahead of print 12/16/2010].
- Petrucchi, Peter R. 2008. Portraying language diversity through a monolingual lens: on the unbalanced representation of Spanish and English in a corpus of American films. *Sociolinguistic Studies* 2/3: 405-423.
- Pistolessi, Elena. 2004. *Il parlare spedito. L'italiano di chat, e-mail e SMS*. Padova: Esedra.
- Planchenault, Gaëlle. 2008. 'Who can tell, mon ami?' Representations of bilingualism for a majority monolingual audience. *Sociolinguistic Studies* 2/3: 425-440.
- Reutner, Ursula. 2005. *Sprache und Identität einer postkolonialen Gesellschaft im Zeitalter der Globalisierung. Eine Studie zu den französischen Antillen Guadeloupe und Martinique*. Hamburg: Buske.
- Reutner, Ursula. 2009a. *Sprache und Tabu. Interpretationen zu französischen und italienischen Euphemismen*. Tübingen: Niemeyer.
- Reutner, Ursula. 2009b. Englisch und Französisch in Québec: Duell oder Duett? In: Ursula Reutner (Hrsg.), *400 Jahre Québec. Kulturkontakte zwischen Konfrontation und Kooperation*. Heidelberg: Winter, 157-184.

- Reutner, Ursula. 2009c. '¿Dime qué eufemismos usas y te diré quién eres?' Sprachliche Tabuisierung und Enttabuisierung im Spanischen als Indikatoren kultureller Prozesse. *Romanistik in Geschichte und Gegenwart* 15/2: 187-203.
- Reutner, Ursula. 2010. E-Mail-Kulturen im Vergleich. Zum Sprachverhalten spanischer und französischer Linguisten. *Romanistik in Geschichte und Gegenwart* 16/2: 3-28.
- Reutner, Ursula. 2011a. Kulturspezifika in der Synchronisation. Zur Kunstsprache in *Willkommen bei den Sch'tis*. *Zeitschrift für französische Sprache und Literatur* 121/1: 13-38.
- Reutner, Ursula. 2011b. Varietà regionali e doppiaggio cinematografico: la strategia di *Giù al nord*. *La lingua italiana* 7: 103-119.
- Reutner, Ursula. 2011c. Nachwort. *Bienvenue chez les Ch'tis* - eine interkulturelle Komödie in Doku-Manier. In: Ursula Reutner (Hrsg.), *Bienvenue chez les Ch'tis. Scénario de Dany Boon, Alexandre Charlot et Franck Magnier*. Stuttgart: Reclam, 133-154.
- Seco, Manuel, Olimpia Andrés und Gabino Ramos. 1999. *Diccionario del español actual. 2 vol.* Madrid: Aguilar.
- Söll, Ludwig. 1974 (1980 und 1985 überarbeitet von Franz-Josef Hausmann). *Gesprochenes und geschriebenes Französisch*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel und Alice Tomic. 2004. *Computer mediated communication: Social interaction on the Internet*. London: Sage.
- Yus, Francisco. 2001. *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.