

Harald Burger

# Mediensprache

Eine Einführung in Sprache  
und Kommunikationsformen  
der Massenmedien

Mit einem Beitrag von Martin Luginbühl

3., völlig neu bearbeitete Auflage



Walter de Gruyter · Berlin · New York

# Inhalt

Vorwort	V
<b>1 Kommunikationstheoretische Merkmale</b>	<b>1</b>
1.1 Massenkommunikation	1
1.2 Die Kommunikatoren	3
1.3 Die Rezipienten	5
1.4 Richtung der Kommunikation	10
1.5 Kommunikationskreise	19
1.6 Kommunikative Funktionen	23
1.7 Öffentlich – privat	25
1.8 Raumzeitliche Konstellation Kommunikator – Text – Rezipient	28
<b>2 Historische Aspekte</b>	<b>32</b>
2.1 Grundsätzliches und Forschungsgeschichtliches	32
2.2 Die Zeitung vom 17. bis 19. Jahrhundert	34
2.2.1 Die Anfänge	34
2.2.2 Externe Bedingungen	37
2.2.3 Struktur der Zeitung	40
2.2.4 Sprache der Texte	42
2.2.5 Unterhaltende Beiträge	45
2.2.6 Information und Meinungsbildung	48
2.2.7 Stilistische Vorbilder	49
2.2.8 Professionalisierung und ihre sprachlichen Folgen	51
2.3 Neue subsidiäre Medien	54
2.4 Zwischen Film und Fernsehen: die Wochenschau	57
<b>3 Der Medientext</b>	<b>64</b>
3.1 Objekt der Medienlinguistik	64
3.2 Semiotische Elemente	65
3.3 Abgrenzungsprobleme – Übergangsbereiche	68
<b>4 Intertextualität</b>	<b>72</b>
4.1 Grundbegriffe	72
4.1.1 Diachrone Intertextualität	75
4.1.2 Synchrone Intertextualität	87
4.1.3 Typologische Intertextualität	88
4.1.4 Inter- und intratextuelle Relationen	89
4.2 Das Zitat	89
4.2.1 Grundbegriffe	90
4.2.2 Formen und Funktionen medialen Zitierens	97
<b>5 Intratextualität</b>	<b>114</b>
5.1 Schlagzeilen und Lead in der Presse	114
5.1.1 Schlagzeilen	114
5.1.2 Lead	121

5.2	Intratextualität in Radio und Fernsehen . . . . .	124
5.2.1	Typen von Intratextualität . . . . .	124
5.2.2	Schlagzeilen im Radio . . . . .	125
5.2.3	Schlagzeilen im Fernsehen . . . . .	127
5.3	Zwischen Inter- und Intratext . . . . .	129
5.3.1	Programmverbindungen . . . . .	129
5.3.2	Weitere Grenzbereiche . . . . .	138
5.4	Das Zusammenspiel von inter- und intratextuellen Bezügen . . . . .	140
6	Mündlichkeit und Schriftlichkeit . . . . .	143
6.1	Linguistische Konzepte und Termini . . . . .	143
6.2	Dialog in der Presse . . . . .	146
6.3	Schrift im Fernsehen . . . . .	149
6.3.1	Intradiegetische Texte . . . . .	150
6.3.2	Extradiegetische Texte . . . . .	151
6.3.3	Intra- und extradiegetische Texte im gleichen Beitrag . . . . .	157
6.4	Sekundär gesprochene Texte . . . . .	161
6.5	Primär gesprochene Texte . . . . .	163
7	Realität – Fiktion – Inszenierung . . . . .	168
7.1	Realität und Fiktionalisierung . . . . .	168
7.2	Außermediale Realität im Medium . . . . .	172
7.2.1	Konstruktion bzw. Rekonstruktion außergewöhnlicher Wirklichkeit . . . . .	172
7.2.2	Außermediale Alltäglichkeit vom Medium beobachtet . . . . .	178
7.2.3	Außermediale Wirklichkeit vom Medium beeinflusst . . . . .	184
7.2.4	Alltägliche Wirklichkeit im Medium beeinflusst . . . . .	186
7.2.5	Ungelöstes Problem im Medium gelöst . . . . .	187
7.3	Außermediale Realität fürs Medium geschaffen . . . . .	194
7.4	Mediale Realität als alltägliche Realität . . . . .	195
7.5	Realität im Medium geschaffen . . . . .	199
8	Presse-Textsorten . . . . .	205
8.1	Medientextsorten – Allgemeines . . . . .	205
8.2	Kriterien und Klassifikationen . . . . .	206
8.3	Einzelne Textsorten . . . . .	213
8.3.1	Meldung . . . . .	213
8.3.2	Bericht . . . . .	214
8.3.3	Kommentar . . . . .	215
8.3.4	Reportage . . . . .	215
8.3.5	Interview und Zitatebericht . . . . .	222
8.4	Tendenzen . . . . .	224
8.4.1	Vermischung der Textsorten . . . . .	224
8.4.2	Annäherung an den Hypertext . . . . .	232
8.4.3	Ein neuer Presse-Typ: Gratispresse . . . . .	237
9	Nachrichtensendungen . . . . .	240
9.1	Radionachrichten . . . . .	240

9.1.1	Standard-Form	241
9.1.2	Nachrichtenmagazine	256
9.2	Textsorten in Fernsehnachrichten	265
9.2.1	Formate	265
9.2.2	Textsorten	267
9.2.3	Zur Sprache einzelner Textsorten	273
9.2.4	Tendenzen	288
9.3	Narration	289
9.3.1	Nachrichten als Erzählungen	289
9.3.2	Der Erzähler als Interpret	292
9.3.3	Die Perspektivik des Erzählers	294
9.3.4	Das Wissen des Erzählers	297
9.3.5	Die Quellen der erzählten Geschichte	300
9.3.6	Der TEXT des Erzählers	304
10	Moderation	307
10.1	Magazin und Moderation	307
10.2	Moderation in Radio-Begleitprogrammen	312
10.2.1	Das Konzept „Moderator“	312
10.2.2	Der Text des Moderators	315
10.2.3	Der Moderator und sein situatives Umfeld	323
10.2.4	Veränderungen	326
11	Fachexterne Kommunikation	337
11.1	Fachkommunikation – Medienkommunikation	337
11.2	Techniken der Vermittlung von Fachwissen	340
11.2.1	Lexikalische Erläuterungen	340
11.2.2	Reduktion der Komplexität	343
11.2.3	Personalisierung	346
11.2.4	Dramatisierung und Emotionalisierung	347
11.3	Zwei zusammenhängende Beispiele	347
11.3.1	Presse: <i>Das schwarze Loch</i>	347
11.3.2	Fernsehen: Gesundheitssendung	352
11.4	Vergleich der Medien	360
12	Areale Aspekte	362
12.1	Die nationalen Varianten des Deutschen	362
12.2	Standardsprache – Umgangssprache – Mundarten	364
12.3	Ein Beispiel: Deutsche Schweiz	367
12.3.1	Diglossie in den Medien	367
12.3.2	Radio	370
12.3.3	Fernsehen	374
13	Text und Bild	389
13.1	Das Problem	389
13.2	Das Bild	390
13.2.1	Mediale Aspekte	391
13.2.2	Produktion	391

13.2.3	Semantische Aspekte . . . . .	392
13.2.4	Semiotische Aspekte . . . . .	394
13.2.5	Pragmatisch-funktionale Aspekte . . . . .	398
13.2.6	Interaktive Aspekte . . . . .	398
13.3	Text-Bild-Relationen . . . . .	400
13.3.1	Formale Relationen . . . . .	400
13.3.2	Semantische Relationen . . . . .	405
13.3.3	Pragmatisch-funktionale Relationen . . . . .	413
14	Neue Medien (Martin Luginbühl) . . . . .	425
14.1	„Massenmedien“ in den „Neuen Medien“ . . . . .	425
14.2	Hypertexte . . . . .	427
14.3	Online-Zeitungen und Online-Zeitschriften . . . . .	430
14.3.1	Multimedialität: Text, Bild, Film und Ton . . . . .	432
14.3.2	Non-Linearität: Cluster-Texte . . . . .	434
14.3.3	Interaktivität/Interaktion: Leserbriefe, Diskussionsforen, Chat . . . . .	439
14.3.4	Virtualität . . . . .	446
14.4	Hypertext-typische Gestaltungsprobleme bei Online-Zeitungen . . . . .	447
14.4.1	Die Einstiegsseite . . . . .	448
14.4.2	Navigation . . . . .	450
14.4.3	Sequenzierung und Rahmung . . . . .	456
14.4.4	Online-Zeitung: Kopie oder Alternative zur Printversion? . . . . .	457
14.5	Online-Radio und Online-Fernsehen . . . . .	460
	Bibliographie . . . . .	463
	Anhang:	
1)	Transkriptionsrichtlinien . . . . .	479
2)	Abkürzungen für Medien . . . . .	480
	Sachregister . . . . .	481