

Harald Burger/ Martin Luginbühl (Hrsg.): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Verlag De Gruyter: Berlin, Boston, 2014⁴, 532 S.

Das Studienbuch *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* von Harald Burger und Martin Luginbühl ist eine aktualisierte und vervollständigte Auflage von Burgers *Sprache der Massenmedien* von 1984. In ihrem Buch verweisen die Autoren darauf, dass sich seit jener Zeit „die Medienlandschaft dramatisch verändert [hat], insbesondere durch das Aufkommen der sog. ‚Neuen Medien‘“ (Vorwort). Das Buch umfasst 15 Kapitel und gibt Einblick in verschiedene Aspekte der Untersuchung von Medientexten.

Im ersten Kapitel wird eine Charakteristik der Massenkommunikation unter besonderer Berücksichtigung ihrer Richtung, Rolle der Kommunikatoren und Rezipienten und

Spezifikation der Kommunikationskreise gegeben. Darüber hinaus befassen sich die Autoren in ihm mit dem Öffentlichkeitsgrad, sowie der meinungsbildenden und pathischen Funktion von Medientexten. Das zweite Kapitel setzt sich mit historischen Aspekten der Massenmedienforschung auseinander. Im Vordergrund stehen u.a. die Entwicklung der Technologien sowie ein kurzer Umriss der Geschichte der Zeitung vom 17. bis 19. Jahrhundert. Im Weiteren wird auf die Geschichte der Wochenschau und der Mediennachrichten eingegangen.

Der Medientext als solcher wird im dritten Kapitel abgehandelt. Aus medienlinguistischer Perspektive unterscheiden die Autoren sechs „Bereiche“ der Texte:

- Journalistische Texte
- Fiktionale Texte
- Anzeigen (ohne Werbung)
- Werbetexte
- Sponsoring-Texte
- Rezipienten-Texte.

Die Autoren verweisen auf akustische (z.B. Radio) oder optische (z.B. Presse) Realisierungsmöglichkeiten von Medientexten. Trotz Uneinigkeiten in diesem Bereich rechnen Burger / Luginbühl die zwar in Gesprächsform realisierten, aber als verschriftlichte Texte erscheinenden Presseinterviews den Medientexten zu.

Im vierten und fünften Kapitel gehen die Autoren ausführlich Fragen der Inter- und Intratextualität nach. Das sechste Kapitel ist der Mündlichkeit und Schriftlichkeit i.S.v Koch / Oesterreicher (1985) gewidmet. Burger / Luginbühl stellen das Kriterium der medialen und konzeptionellen Mündlichkeit und Schriftlichkeit als „[e]in in den letzten Jahrzehnten viel diskutiertes Thema in verschiedenen Bereichen der Linguistik (Textlinguistik, Pragmatik, aber auch in systembezogenen Bereichen Syntax oder Morphologie)“ dar (S. 173). Aufgrund der Spezifik medialer Texte entscheiden sie sich jedoch für den Begriff primär bzw. sekundär gesprochener oder geschriebener Texte. Im Weiteren gehen die Autoren auf den Dialog in der Presse und die Funktion der Schrift im Fernsehen ein.

Das siebte Kapitel des Studienbuches ist dem Phänomen der Realität und Fiktionalisierung in verschiedenen Medientexten gewidmet. Im achten Kapitel befassen sich Burger / Luginbühl indessen mit Presetextsorten. Nach strukturellen Kriterien scheiden sie diese in monologische und dialogische Texte. Nach funktionalen Kriterien indessen, bezogen auf Lüger (1995), unterscheiden sie folgende Presetextsorten:

- Informationsbetonte Texte
- Meinungsbetonte Texte
- Auffordernde Texte
- Instruierend-anweisende Texte
- Kontaktororientierte Texte.

Im einem weiteren Teil dieses Kapitels werden Presetextsorten wie Meldung, Bericht, Kommentar, Reportage, Interview und Zitatbericht detailliert dargestellt. Darüber hinaus wird auf den Hypertext und Gratispresse eingegangen.

Ein separates Kapitel ist Nachrichtensendungen in Rundfunk und Fernsehen gewidmet. Im neunten Kapitel werden textlinguistische Merkmale dieser Textsorte darge-

stellt. Nachrichtensendungen werden einerseits hinsichtlich Form, Realisierung und Verlauf sowie Syntax, Vokabular und Narration andererseits untersucht. Eingegangen wird dabei auch auf den Einfluss anderer Textsorten wie etwa Kommentar und Interview auf Nachrichtensendungen.

Das die Moderation in Medien betreffende zehnte Kapitel wurde wesentlich ergänzt und aktualisiert. Nach Ansicht der Autoren hat die Moderation im Fernsehen eine strukturierende und interpretierende sowie eine „parasoziale“ Funktion. Im Weiteren werden Moderation im Radio sowie die Rolle des Moderators bzw. eines Co-Moderators beschrieben.

Das elfte Kapitel referiert die Rolle wissenschaftlich und fachlich bezogener Themen in Massenmedien. Dazu stellen die Autoren fest: „[d]abei [geht] es nicht nur um die fachinterne Kommunikation zwischen Wissenschaftlerinnen und Fachleuten generell, sondern zunehmend auch um die ‚fachexterne‘ Kommunikation zwischen Fachleuten und ‚Laien‘ sowie um die Popularisierung von Fachwissen in den Massenmedien“ (S. 361).

Im zwölften Kapitel gehen Burger / Luginbühl den peripheren Aspekten der Medienwissenschaft nach. Unter solchen verstehen die Autoren den Einfluss der nationalen Varianten des Deutschen und verschiedener Sprachvarietäten (Standard-, Umgangssprache, Mundarten usw.) auf mediale Texte.

Das nächste Kapitel geht genauer auf die Text-Bild-Relation ein. In ihm wird die Funktion des Bildes in Texten unter medialem, semantischem, semiotischem, pragmatisch-funktionalem und interaktivem Aspekt betrachtet.

Das vierzehnte Kapitel ist den sog. neuen Medien gewidmet. Unter solchen verstehen die Autoren „Medien, welche Text, Grafik, Bild und Ton kombinieren können, Daten digital speichern bzw. übertragen, wobei die Übertragung über Datennetze läuft. Dazu gehören [...] das Internet [...], das Digitalfernsehen oder das Smartphone“ (S. 445). Somit wird auf Hypertext, Online-Zeitungen und -Zeitschriften eingegangen. Den Gegenstand dieses Abschnittes bildet ebenfalls die kommentierende Funktion des Lesers, die besonders in Leserbriefen oder Diskussionsforen zur Wirkung kommt. Abschließend wird im letzten Kapitel ein intermedialer Vergleich eines Berichts vorgenommen.

Das Studienbuch *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* stellt das weitgefächerte Spektrum der aktuellen Themen aus dem Bereich der Medienlinguistik dar. Die Mediensprache wird in diesem Band sowohl hinsichtlich der theoretischen als auch praktischen Fragen untersucht. Das Buch konzentriert sich *grosso modo* auf journalistische Texte in der Presse, im Radio und im Fernsehen und ist zweifelsohne allen an der Erforschung von Medientexten im weiten Sinne Interessierten zu empfehlen.

Justyna Duch-Adamczyk
jda@amu.edu.pl

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
DOI: 10.14746/gl.2015.42.2.19