

Ein Varietätenmodell für die neuen Medien

Dr. Johannes Bittner

05.11.2003

Vortrag am Deutsches Seminar der Universität Zürich

1 Varietätenlinguistik

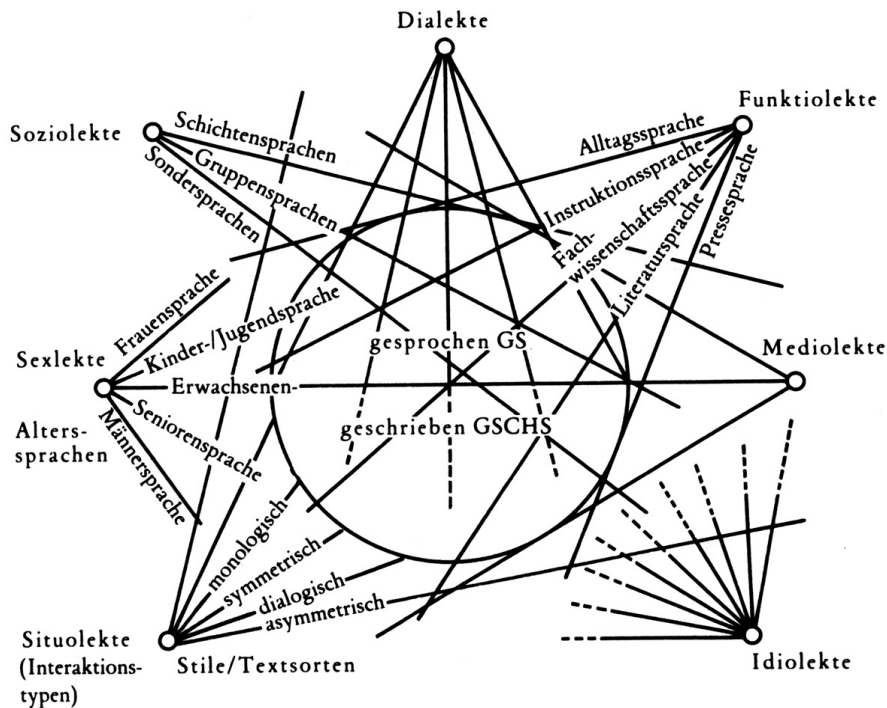
Die Varietätenlinguistik untersucht Formen sprachlicher und kommunikativer Variation (Löffler 1994, 12: „Parole- und Performanzlinguistik“), schließlich manifestiert sich Sprache in vielfältigen unterschiedlichen Formen.

Die Varietätenlinguistik setzt dabei außersprachliche Faktoren mit (inner-) sprachlichen und kommunikativen Formen in Beziehung und versucht auf diese Weise, den konkreten Sprachgebrauch modellhaft zu erfassen und zu systematisieren.

1.1. Varietätenmodelle

Modelle wollen komplexe Sachverhalte anschaulich, systematisch und verständlich zugänglich machen. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang freilich, dass Modelle nicht die Wirklichkeit abbilden (können), sondern sie nach bestimmten Kriterien „modellieren“ und dabei verändern, um die modellierte Wirklichkeit auf diese Weise erfahrbar zu machen. Diese Modellierung erfüllt also einen wichtigen Zweck, nämlich den der Veranschaulichung unanschaulicher oder nicht unmittelbar zugänglicher Sachverhalte. Modelle helfen damit, bislang unverstandene Aspekte erfahrbar zu machen. Die Modelle dürfen aber nicht mit der Wirklichkeit verwechselt werden.

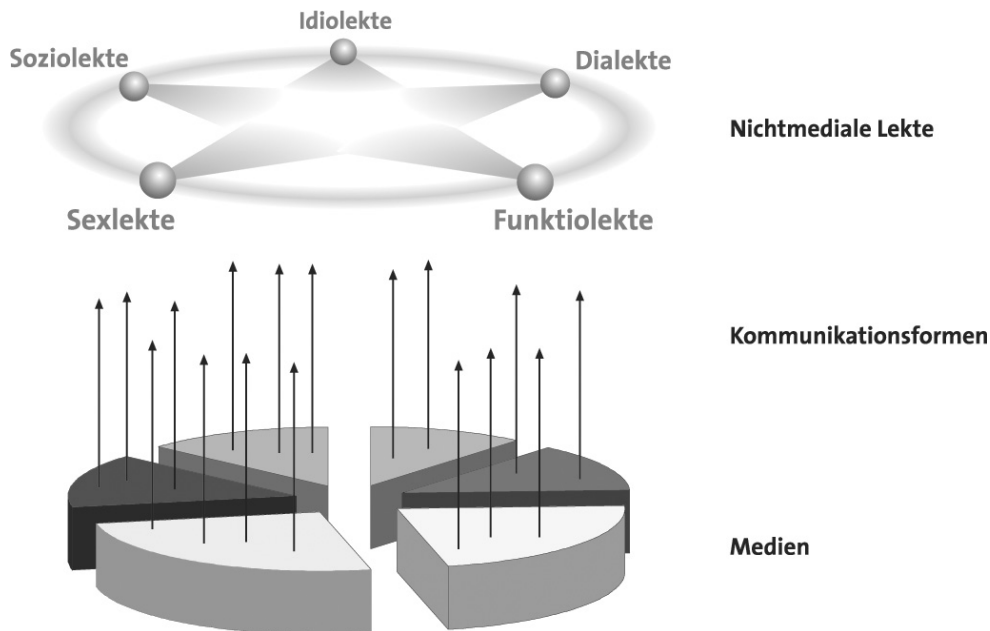
1.2. Löffler 1994: Germanistische Soziolinguistik



Betrachtet man das oben gezeigte Modell näher, so ergeben sich verschiedene Probleme:

- » Die „Mediolekte“ differenzieren lediglich nach dem Zeichensystem, nicht nach dem Medium;
- » die „Mediolekte“ befinden sich einerseits auf der gleichen Ebene wie die übrigen Lekte, andererseits teilen sie das Spektrum aber in zwei Hälften;
- » das Modell ermöglicht daher nicht, die besonderen sprachlichen, kommunikativen, aber auch medialen Formen digitaler Medien angemessen zu erfassen, denn
- » digitale Medien zeigen sprachliche Formen, die von konventionellen Formen der „geschriebenen Sprache“ abweichen.

2 Ein Varietätenmodell für digitale Medien: Bittner 2003



2.1. Die Ebene der Medien

In jeder Kommunikation ist die Medienwahl obligatorisch, aber nur bedingt frei: Wir *müssen* für einen Kommunikationsakt ein Medium wählen, das Spektrum der Wahlmöglichkeiten ist jedoch begrenzt.

Das Medium definiert mögliche Kombinationen aus dem zum Einsatz kommenden Zeichensystem und dem Interaktionsmodus (direkt/vermittelt, wechselseitig/einseitig etc.). Der *Rede (f2f)* kommt dabei eine Sonderrolle zu (weil sie als einzige ohne „Medium“ auskommt), sie ist aber auf der gleichen Ebene anzusiedeln. Strukturalisten würden der Rede vermutlich ein „Null-Medium“ zuordnen. Das Medienspektrum ist dynamisch und verändert sich mit der gesellschaftlichen, insbesondere aber der technischen Entwicklung.

2.2. Die Ebene der Kommunikationsformen

Kommunikationsformen bezeichnen konkrete Nutzungsformen, die auf dem Medium beruhen und sich auf deren technischer Grundlage herausgebildet haben. Kommunikationsformen sind daher eng mit ihren jeweiligen Medien verbunden. Typisch für die Kommunikationsformen ist, dass sie sich schneller und flexibler als als Medien verändern: während (technische) Medien an sich

gleichbleiben, wandeln sich die Formen, in denen sie genutzt werden (vgl. die Computernutzung 1990 und heute).

Auf diese Weise präformieren Medium und Kommunikationsform auch bereits bestimmte sprachliche Formen; die „Mediolekte“ sind daher den „Soziolekten“ (im eigentlichen Sinne) vorgängig, weil sie bereits vor dem Einfluss soziolektaler Kategorien wirksam sind.

2.3. Die Ebene der nichtmedialen Lekte

Hier ist das Spektrum der „traditionellen“ soziolinguistischen Lekte (vgl. Löffler 1994: Soziolekte, Dialekte, Funktiolekte, Sexlekte, Idiolekte, Situolekte) angesiedelt. Die Markierung von Äußerungen durch nichtmediale Lekte ist vielfach fakultativ, da auch unmarkierte Formen (vertreten durch die „sprachliche Norm“) existieren. Dies unterscheidet sie von den medialen Lekten. Nichtmediale Lekte können sich zudem überlagern und Mischformen bilden. Textsorten und Stile („Situolekte“) sind oftmals stark medienbeeinflusst, aber auch vom Medium unabhängig übertragbar.

„Denn Medien realisieren Sprache nicht einfach, sondern konstituieren sie. Es gibt Sprache immer nur als Sprache-in-einem-Medium.“ (Krämer 1999, 379)

3 Literatur

BITTNER, JOHANNES (2003): Sprache und Kommunikation in digitalen Medien. Berlin: Schmidt

LÖFFLER, HEINRICH (1994): Germanistische Soziolinguistik. Berlin: Schmidt, 2., überarbeitete Aufl.

KRÄMER, SYBILLE (1999): Gibt es eine Sprache hinter dem Sprechen? In: *Sprache und Sprachen in den Wissenschaften. Geschichte und Gegenwart*, hg. v.

HERBERT ERNST WIEGAND, Berlin, New York: de Gruyter, S. 372–403