

chen. Sie entwickelt sich nicht von allein, auch nicht in den Medien. *Wir* entwickeln sie – und Medien spiegeln diese Entwicklung zurück, Tag für Tag.



2. Aufbau des Bandes

In diesem Buch geht es um kommunikative Funktionen und Leistungen, die Sprache in den Medien für die Gesellschaft erbringt. Und es geht um Sprachentwicklungen, die – aus der Gesellschaft kommend – in den Medien ablesbar und unter Umständen prozessual verstärkt werden. Grundsätzliches wird dabei im Vordergrund stehen, und Erkenntnisse der Sprachwissenschaft sind vielfach einzubeziehen. Detaillierte Textanalysen von Interviewsequenzen, Nachrichtensendungen, Twitterbotschaften oder Chat-Dialogen, wie sie die medienlinguistische Forschung liefert, sind von unserer Darstellung nicht zu erwarten. Auch das weite Feld der Bildsprache in Fotografie und Film bleibt unberücksichtigt.

Im anschließenden *dritten Kapitel* verfolgen wir die Frage weiter, warum sich »Sprache« permanent verändert – genauer: warum wir als Sprecherinnen und Sprecher ihre Möglichkeiten und Ausdrucksformen ununterbrochen verändern und erweitern. Gesellschaftlicher Wandel und das Prinzip der Ökonomie spielen dabei eine besondere Rolle. Beispiele sollen verdeutlichen, was Veränderungen für Lexik und Syntax bedeuten und was die Medien damit zu tun haben. Das Sys-

tem der unterschiedlichen »Varietäten« wird erklärt, um zu zeigen, wie Medien für Vielfalt und Austausch sorgen.

Kapitel vier wendet sich speziell dem Journalismus zu. Zu klären ist zunächst, was guten Journalismus ausmacht und welche Dienstleistung er für die offene Gesellschaft und die Demokratie erbringt. Voraussetzung für diese Dienstleistung ist Verständlichkeit als journalistische Qualität. Wann sind Medientexte verständlich? Was weiß die Kommunikationswissenschaft darüber, wie sich Sprache so gestalten lässt, dass sie Menschen besser und nachhaltiger erreicht? Ein Überblick über journalistische Darstellungsformen wie Meldung, Reportage und Interview wird zeigen, wie unterschiedlich Medien das Weltgeschehen einfangen und wie sie Sprache als Kulturleistung entfalten können. Diesem Ziel dient auch ein Blick auf die Sprachgewohnheiten in journalistischen Ressorts wie Sport, Wirtschaft oder Feuilleton und in einzelnen Medien.

Sind wir dabei, im Internet Sprache von Grund auf zu revolutionieren? Ist die Vermengung von Schriftlichkeit und Mündlichkeit im Netz gefährlich für den Sprachbestand, zerstört sie die Einsicht in die Notwendigkeit schriftsprachlicher Normen? Werden der heranwachsenden Generation orthografische Regeln gleichgültig? Entfernen sich die Formen des »Netspeak« mit seinem Jargon, seiner Flut von Anglizismen und kryptischen Abkürzungen so weit von gewohnten Ausdrucksmitteln dass die Verständigung aller mit allen eher behindert als befördert wird? Oder bringt die Netzwelt im Gegenteil eine völlig neue sprachliche Qualität von ungeahntem kommunikativem Nutzen hervor? Um solche Fragen geht es im *fünften Kapitel*. Dabei wird auch diskutiert, ob das neue ikonografische Zeichensystem der Emojis unsere sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten ernsthaft erweitert oder ob es sie in bunten Banalitäten verkümmern lässt. Schließlich werden wir auf Hate Speech eingehen müssen – ein Phänomen, das zwar eher politisch und soziologisch zu deuten ist, beim

Thema »Sprache im Internet« gleichwohl nicht übergangen werden kann.

Dass Interessengruppen seit jeher versuchen, Menschen mit Sprache zu beeinflussen, sie zu manipulieren oder ihnen gar zu schaden und dabei eigene Absichten zu verschleiern, führt uns zum letzten und *sechsten Kapitel*. Wie sind Euphemismen, wie ist Werbesprache unter dem Gesichtspunkt der Sprachentwicklung einzuschätzen? Zeigt sie nur das Gesicht eines skrupellosen Verführers, oder bereichert sie uns auch? Nachricht und Meinung sollten eigentlich getrennt bleiben. Aber Medien sind anfällig für Versuche, in Information auch Wertung und Intention einsickern zu lassen oder laut und gezielt einzuschleusen. Stets waren sie eine Waffe der Aufklärung ebenso wie eine Waffe der Propaganda aller Art – ein Grund mehr, das Bewusstsein um die Bedeutung von Sprache in den Medien wachzuhalten.

Diese Gedanken stehen am Ende des Buches, das ein Ausblick, ein Glossar und Literaturempfehlungen abrunden.



3. Warum und wie verändert sich Sprache?

Eine »Mediensprache« gibt es nicht. Massenmedien nehmen die verschiedensten sozialen, regionalen und stilistischen Ausprägungen von Sprache auf und führen sie in die Gesellschaft zurück. Was wie ein Wandel erscheint, den die Medien verursachen, ist in Wahrheit ein Sprachwandel, der in der Gesellschaft selbst dauerhaft vor sich geht. Medien erfüllen dabei eine Brückenfunktion zwischen Standard- oder Hochsprache und den anderen »Varietäten« des Deutschen. Unter deren Einfluss strebt die Standardsprache in einer gegenläufigen Entwicklung zu mehr Kürze und Leichtigkeit einerseits und zu mehr Komplexität andererseits. Vor allem umgangssprachliche Formen und fachsprachliche Begriffe sind auf dem Vormarsch.

Menschen sind in vielfacher Hinsicht konservativ. Was wir einmal erworben haben an Gütern, Lebensstandard, Genuss- oder Umgangsformen, möchten wir am liebsten für immer behalten. Was wir einmal verstanden und gelernt haben an Wissen oder Kulturtechniken, das unterwerfen wir ungern einer Revision. Deshalb ist für viele, vor allem wenn sie älter werden und ihr Wissen sich zu entwerten droht, »früher alles besser« gewesen. Aber auch junge Menschen empfinden das Tempo des technologischen Wandels, den Umgang mit immer neuen Geräten, Prozessen oder Computerprogrammen schon als belastend.