

# Sprache der Massenmedien

Schwerpunkte:

# **Schwerpunkte:**

- **1. Einleitung : Einteilung der Massenmedien**
- **2. Historische Aspekte**
- **3. Kommunikationstheoretische Merkmale**
- **4. Linguistische Merkmale (rhetorisch-stilistische Mittel)**
- **5. Metaphorik und Idiomatik in der Presse**
- **6. Zur Sprache und Stil einiger Printmedien:**
  - **6.1. Der Spiegel**
  - **6.2. Bildzeitung**
- **7. „Hypertext“ – online-Versionen der Zeitungen und Zeitschriften**

# **Fachliteratur:**

- **Burger, Harald: Sprache der Massenmedien, Berlin-New York 1990**
- **Burger, Harald: Mediensprache, Berlin-New York 2005**
- **Lüger, Heinz-Helmut: Pressesprache, Tübingen 1995**
- **Kolloquium – Analyse eines publizistischen Textes**

# **1. Einteilung der Massenmedien:**

- **Massenmedien – ein gesellschaftliches Gebiet, auf dem soziologische, psychologische, linguistische, politische u.a. Fragestellungen zusammenfließen**
- **Journalistik**
- **Medienforschung: Probleme der Bewusstseinsbeeinflussung, Rezeptionsprobleme – Frage der Verständlichkeit**
- **Linguistik, Stilistik, Textlinguistik, Sprachpflege, Medienforschung**

# Einteilungskriterien:

- **1. Übertragungskanal (Medium) : Druck-,**
- **1.1. Printmedien - Zeitungen, Zeitschriften,  
Magazine...**
- **1.2. elektronische Medien: Rundfunk, Fernsehen**
- **1.3. Internet: online-Versionen – „Hypertext“**
- **2. Leserorientierung:**
- **2.1. solide Presse: Abonnement... FAZ, SZ, Die Zeit,  
Die Welt  
Der Spiegel, FOCUS  
Der Standard, Die Presse, profil, News  
NZZ**

# Einteilungskriterien:

- **2.2. lokale Presse**
- **2.3. Boulevardpresse: Die Bildzeitung...**
- **Tendenz zur Boulevardisierung: Infotainment: Information und Entertainment**
- **2.4. Regenbogenbogenpresse: Illustrierte, Männer, Frauen: exklusive: Vogue, Elle, Cosmopolitan... Hobbys, Programmzeitschriften**
- **2.5. Fachzeitschriften**
- **elektronische MM:**
  - **öffentlich-rechtliche Sender: ARD, ZDF**
  - **private Sender, kommerziell**

# **Historische Aspekte:Entwicklung der MM**

- **Vorläufer: Flugblätter**
- **15. Jh. – Holzschnitte (Mystiker)**
- **Mitte des 15. Jhs. – um 1450 – Buchdruck**
- **16. Jh.: religöse Blätter, später Reformation,  
Humanismus**
- **politische Blätter: Sebastian Brant: Narrenschiff**
- **moralische Blätter: Hans Sachs**
- **Informationsmedium – Schlachten,  
Katastrophen..**
- **Werbung, Ratschläge für den Haushalt..**
- **Handel: Messerelationen aus Köln – 1588 - 1593**

# Historische Aspekte:

- **1609 – die erste (Wochen)zeitung:  
Strassburger Relation (Inhaber der  
Druckerei Johannes Carolus)**
- **Wolfenbüttel – Aviso Relation**
- **Nachrichten, Informationen aus In- und  
Ausland**
- **17. Jh. – der dreißigjährige Krieg**
- **18. Jh. – Aufklärung**
- **Beispieltexte: 1782  
1863**



# Historische Aspekte:

- **19. Jh. – Professionalisierung des Journalismus**
- **Beruf des Journalisten (Redakteur, Korrespondent... Bürgerkrieg in Amerika)**
- **Ende des 19. Jhs. – Zeitung als Massenkommunikationsmittel: für jedermann verfügbar, billig, täglich erhältlich, rasch und weltweit informierend**
- **Konsequenzen f. die Sprache: selbständige Produktionsformen: journalistische Genres**

# Historische Aspekte

- **19. Jh.: 1833 – Erfindung des Telegraphen  
um 1860 – das Telefon**
- **Beschleunigung des Nachrichtenflusses**
- **Unterstützung der Professionalität**
- **Kommerzialisierung der Nachrichtenzulieferung: Entstehung der Nachrichtenagenturen:**
- **1835: Agence Havas in Paris**
- **1848: Associated Press in New York**
- **1849: Wolffs Telegraphische Büro Berlin**
- **1851: Reuter in London**
- **Verkürzung sprachlicher Formulierungen**

# Historische Aspekte:

- 20. Jh.:
- der Rundfunk: nach dem 1. Weltkrieg, mündliche Massenkommunikation, lange Zeit an die schriftlichen Vorbilder von Zeitungstexten: Nachrichten, Reportagen (E. E. Kisch, Sportreportagen...), wissenschaftliche Vorträge, Politik – politische Rede, Propaganda
- Musik, Unterhaltung
- das Fernsehen: nach dem 2. Weltkrieg als Massenkommunikationsmittel
- neue Technologien (70er, 80er, 90er Jahre: Computer, Internet..., live-Sendungen...)

# Historische Aspekte:

- **Printmedien**: trotz der großen Konkurrenz von elektronischen Medien nicht „abgewürgt“, weitere Entwicklung, Entstehung von „Boulevard“, „Regenbogenpresse“ ...
- **Massenmedien heute**: hochstrukturiertes und komplexes System, ausdifferenziert hinsichtlich ihrer Funktionen,
- **Online, E-Paper, Hypertext**

# 3. Kommunikationstheoretische Aspekte

- **Ausgangspunkt: Kommunikationsmodell**
- 1. **der Kommunikator (Textproduzent):**
  - **Journalist, Publizist, Redakteur, Reporter, Korrespondent, Moderator...**
  - **Boulevardpresse: Texte nach festen Mustern und Spielregeln verfasst – ein im Prinzip austauschbarer Texter**
  - **solide Presse: Spielraum des Redakteurs und Journalisten einerseits größer (investigative Journalistik), andererseits eingeschränkt durch den Druck der Agentursprache**
  - **Radio u. Fernsehen: Texte von der Redaktion produziert, dem Rezipienten durch den Sprecher (Moderator) übermittelt – eine quasi ritualisierte Fc**

# Kommunikationstheoretische Aspekte

- **der Rezipient:**
- **schwierig zu bestimmen (Einweg-Kommunikation)**
- **das Publikum – „diffuse Größe“, anonym**
- **Kommunikationswissenschaftler – viel Mühe, über diesen anonymen Rezipienten mehr zu erfahren**
- **Möglichkeiten:**
- **Printmedien: Leserbriefe, e-mail**
- **Elektronische MM:**
- **Registrierung der Einschaltquoten**
- **Telefon – Wettbewerbe mit Quizcharakter**
- **Meinungsumfragen**
- **Gespräche – Moderator als**
- **Psychotherapeut**
- **Fernseh-Studio – Talkshows (Unterhaltung,**
- **die Rolle des „Showmasters“)**

# Funktionen:

- **3) kommunikative Funktionen der publizistischen Texte**
- **informative Funktion**
- **persuasive Funktion – Überzeugung, Meinungsbeeinflussung, -lenkung**
- **ein sensibler Punkt**
- **phatische Funktion – Unterhaltung, Kontakt**

# Textbeispiele:

1. **Telefon-Dialog: Wettbewerbe mit Quiz-Charakter, Meinungsumfragen zu bestimmten Themen**
  - **Magazin-Sendung von Ö-Regional: lokaler Sender:**
  - **Moderatorin: steuert das Gespräch:**
    - **Rolle: ritualisiert, kommunikative Nähe**
    - **sprachliche Mittel: Gemeinplätze, Sprichwörter, Phraseologie - Klischees**
  - **HörerIn: ugs., Dialekt**
  - **mündliche Ko:**
  - **Zustimmungssignale: hmm, ja, na klar...**
  - **Pausenlaute: eh..**
  - **Simultansprechen**
  
2. **Unterhaltungssendungen im Fernsehen:**
  - **Showmaster Kulenkampf: Einer wird gewinnen:**
  - **Fernseh-Studio, Publikum**
  - **talkshows: Mimik, Gestik**
  - **Lockerheit, Frechheit, Privatsphäre angesprochen, Exhibitionistisches Vergnügen**
  - **Interjektionen, Laute, Umg.**



# „Realitätsfernsehen“

- Fernsehprogramme, bei denen nicht professionelle Teilnehmer sich selbst „spielen“ oder ihren Alltag dem massenmedialen Publikum als „Ereignis“ anbieten: Inszenierung, Stilisierung
- *„Raus aus den Schulden“*, *„Bauer sucht Frau“* u.a.
- Internationale Lizenzen

# Linguistische Merkmale

- **Printmedien – Sprache der Presse und Publizistik spiegelt unmittelbar den Sprachzustand ihrer Zeit wider: Syntax, Lexik (H.-H. Lüger: Pressesprache)**
- **Drei Betrachtungsweisen:**
- **Pressesprache als Indiz für Tendenzen der Gegenwartssprache (Entwicklungstendenzen, Veränderungen)**
- **Pressesprache als spezifischer Funktionalstil**
- **Pressesprache als Sprachgebrauch eines bestimmten Publikationsorgans (FAZ, Die Zeit, Der Spiegel, Die Bildzeitung)**

# Pressesprache („solide“ Presse): Allgemeine Tendenzen:

- 1. Syntax:
- Tendenz zur Verkürzung der Satzlänge (kürzere Sätze, z.B. FAZ – Sätze mit 13 Wörtern)
- typisch: Einfachsätze, Ellipsen in Schlagzeilen: *Überall Staus*
- Satzreihen: *60 Personen wurden festgenommen, gegen 20 wurden Haftbefehle erlassen*
- Rückgang der Satzgefüge, Zunahme von Nominalgruppen (Nominalstil): *Das Bemühen um eine auf die aktuelle Entwicklung zugeschnittene Lösung des Problems...* (Partizipialkonstruktionen)
- FVG: *zur Durchführung bringen (durchführen)*

# Lexik:

- Internationalismen, Anglizismen
- Verwendung neuer Bezeichnungen: ständiger Wandel sozialer, wissenschaftlicher, wirtschaftlicher und technischer Verhältnisse: *Öko-Freaks, Wende, mediales Dorf, Globalisierung, Umwelttechnologie, Recycling... Al Qaida...*
- Wortbildung: Komposita – mit Bindestrich: *Infarkt-Patient*
- Sprachökonomie (Gefahr der Vagheit: *Minister-Forderung*)
- Abkürzungen, Kurzwörter: *Demos, DHV* (Parteien, Vereine, Bewegungen)
- Umgangssprache (Dialekt)
- Metaphorik, Idiomatik: *Die grünen Champions, die deutsche Wirtschaft erlebt ein grünes Wunder*

# 5. Metaphorik und Idiomatik

- **Metaphorik:**

- **Definition des Begriffs:**

**Übertragung auf Grund von Ähnlichkeit/Analogie:**

**„jmd. ist ein Löwe“ – äußere und innere Eigenschaften  
– (tertium comparationis – *stark*)**

- **bildlicher Ausdruck**

- **sowohl in der seriösen als auch in der Boulevardpresse**

- **in allen Ressorts/Rubriken und Textsorten  
(persuasive: Kommentar, Rezension, Glosse)**

# Klassifikation nach Funktionen: (nach Harald Reger)

- 1. dynamisierende Metapher – Bewegung

(Verben)

z.B. im Ressort *Sport*: *Die Spieler traben über das Feld und feuern/jagen den Ball...*

(Quellenbereich: Tiere, Kampf, Jagd)

- 2. verkörpernde Metapher – optisch wahrnehmbare Gegenstände:

*In der Politik geht es immer um die Macht. Allein, die Macht ist ein zweischneidiges Schwert. Macht geht öfter von Hand zu Hand als von Kopf zu Kopf...*

Oft Substantive: *der Gipfel der Unverschämtheit*

*die Spitze der Pariser Prominenz*

*alle Trümpfe in der Hand haben*

*italienische Adria, auch Teutonen-Grill genannt*

# Klassifikation der Metaphern:

- 3. personifizierende Metapher – benennt Personen in andere Personen und antropomorphisiert menschliche Eigenschaften und Gefühle:

*Kaiser der Kicker (Franz Beckenbauer)*

*Pop-König(in)*

*Napoleon, Cäsar*

*Die SPD marschiert nach links...*

- 4. sensorische Metapher – überträgt Sinnesreize (Farben, Tast- u. Temperaturmetaphern, Geschmack...) – Adjektive:

*glänzende Leistung*

*Bologna, die rote Musterstadt*

*harter Kampf*

*die schwarze Provinz Treviso*

*heiße Konkurrenz*

*braune Gefahr*

*schwarzer Markt, graue Zone*

# Funktionen der Metapher in der Publizistik

- 1. Interesse- und Leseranreiz, Auflockerung und Dynamisierung des publizistischen Stils, Emotionalisierung durch sprachliche Bilder  
Anschaulichkeit, Komik, Humor, Witz
- 2. Pointierung und Übertreibung an wichtigen (exponierten) Stellen im Text  
Fazitformel, effektiv, attraktiv



# Idiomatik

- **1. Definition: Idiomatik als Bestandteil der Phraseologie: feste Wortgruppen**
  - **Merkmale: Polylexikalität, (relative) Stabilität, Reproduzierbarkeit, Idiomatizität: semantische Transformation: *ins Gras beißen***
- (Bedeutung lässt sich nicht „Wort für Wort“ interpretieren)**

# Einteilung:

- Verbale und nominale Idiome: *lange Finger machen, Vater Staat*
- Vergleiche: *schweigen wie ein Grab*
- Paarformeln: *mit Fug und Recht*
- Kollokationen: *ein Geständnis ablegen, Anzeige erstatten, wie aus gut informierten Kreisen verlautete...*
- Feste Phrasen, Sprichwörter, geflügelte Worte:  
*Da liegt der Hase im Pfeffer.*  
*Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben.*  
*Nach uns die Sintflut.*

# Funktionen der Idiomatik:

- **Auflockerung der Informationen durch Anschaulichkeit und Bildlichkeit:**
  - *Mona Lisa, die vor ein paar Jahrhunderten den Männern den Kopf verdreht hat...*
  - *Wegen des Mädchens gerieten sich ein belgischer Soldat und mehrere Gäste in die Haare...*
  - *Vater Staat hält seine Hand schützend über seine Bürger*
  - *Der Präsident hat auf die falsche Karte gesetzt.*
  - *Die Partei könnte zwischen die Mühlsteine ...geraten.*
- „Körperteile, Spiele, Handwerk, Handel, Wirtschaft, Militär“

# Funktionen der Idiomatik

- **Emotionalisierung, Expressivität, Humor, Satire, Ironie:**

- *Drei faustdicke Chancen..., dann war das Pulver verschossen.*
- *Der Bundesligaskandal hat Schalke an den Rand des Abgrunds geführt.*
- *Der Präsident des Vereins goss Öl ins Feuer...*
- *Bei vielen Kumpels lief die Galle über...*

## **Variationen und Modifikationen:**

- *Über Manhattan kreist der Pleitegeier...*

# **Der Spiegel – ein deutsches Nachrichtenmagazin**

- **Allgemeines: gegründet 1947 von Rudolf Augstein, Vorbild: das amerikanische „time“ – Magazin**
- **Auswahl aus den Nachrichten einer Woche**
- **Festgelegte Rubriken/Ressorts: „Titelgeschichte“, Deutschland, Gesellschaft, Wirtschaft, Ausland, Kultur, Wissenschaft/Technik, Sport**

# Sprachprinzipien:

- Sprache der Information
- Sprache der Wirkung (Expressivität)
- Sprache der Exklusivität (Faszination der Leser)
- Eigenartiger Stil: treffend, schlagfertig, witzig, humorvoll, ironisch...
- Lexik: Kontraste exklusiver vs. umg.-salopper Wortschatz, Fremdwörter, bewertende Adjektive:  
*der straff rechts gescheiterte Minister*
- Metaphorik und Idiomatik
- Syntax: längere Sätze (logische Gedankenführung, Argumentation)

# Die Bild-Zeitung

- **Allgemeines: Gründung 1952 im A.C.Springer Verlag als Straßenverkaufszeitung („Boulevard“)**
- **Billiges Bildblatt (Fotos mit Texten, kurze aktuelle Information und Kommentare, Horoskope, Werbung...)**
- **Täglich 11 Mio Leser**
- **Bild am Sonntag, Bild der Frau, Sport-Bild**

# **Formale Gestaltung und Inhalt**

- **Auffälliges Logo, Farbdruck, große Varianz der Schriftgrößen und Schrifttypen (Balkenüberschriften, Fettdruck, großformatige Fotos)**
- **Keine festen Rubriken, sondern Vermischtes**
- **Inhalt: „human interests“: Skandale, Sensationen, Katastrophen, Nervenkitzel:  
„sex, crime, war, disaster“: Stars, Prominenten, Adel, Verbrechen, Gewalt, Sport, Paranormales/Kurioses, Krankheiten, Diäten**



# Sprache im „Bild“

- **Syntax: kurze parataktische Sätze**  
**Zertrümmerung: *Eine Liebeserklärung. An alle Frauen!* (Hacksyntax)**  
**Ausrufe, Aufforderungen, rhetorische Fragen**
- **Lexik: umg.-salopp, Vulgarismen, Kraftausdrücke, Hyperbeln, Metaphern, expressive Adjektive: *riesig, kolossal...***  
**Vertraulichkeit: *Schumi, Klinsi...***

# Neue Medien

- **neuartige Möglichkeiten der Speicherung und Übermittlung von Informationen**
- **Medien, welche Text, Grafik, Bild und Ton kombinieren können, Daten digital speichern bzw. übertragen, wobei die Übertragung über Datennetze läuft**
- **das Internet, das Digitalfernsehen, das Handy**

# Neue Medien

- **World Wide Web (WWW) – ein dem Internet aufgesetztes System, welches den Zugriff auf digital gespeicherte Dokumente auf vernetzten Computern erlaubt**
- **ein weltumspannendes, sich ständig veränderndes Hypertextnetz**
- **auch Dienste wie E-Mail, Chat oder Diskussionsforen (Blogs)**

# Online-Medien

- **Hypertexte: nicht-lineare Texte, bei denen der Leser Wahlmöglichkeiten hat und die an einem „interactive-screen“ gelesen werden können**
- **ein Gebilde, worin die einzelnen informationellen Einheiten durch Verknüpfungen („links“) netzwerkartig verbunden, also nicht-linear organisiert sind**

# Online-Medien: Hypertexte

- **multimedial: Daten unterschiedlicher semiotischer Systeme (Text, Bild, Ton, Film)**
  - **Synästhesierung**
- **Rezeption von Hypertexten: interaktiv**
- **Definition: „ein kohärenter, nichtlinearer, multimedialer, computerrealisierter, daher interaktiv rezipier- und manipulierbarer Symbolkomplex...“ (H. Burger: Mediensprache, 2005)**

# Hypertext

- [SPIEGEL ONLINE zur Startseite machen](#)
- [Hier geht es zur Mobil-Version ►](#)
- [\*\*Weltweiter Vergleich Deutschland lässt beim Klimaschutz nach\*\*](#)
- DPA
- Die Energiewende gerät ins Stocken, bei der Energieeffizienz tut sich wenig: Deutschland fällt im aktuellen Klimaschutz-Index der Umweltorganisation Germanwatch zurück. Fortschritte macht dagegen China, die Experten sprechen von "Lichtblicken". Aus Doha berichtet Christoph Seidler [mehr...](#) [ [Forum](#) ]
- [Fünf Grad plus: Erde droht dramatische Erwärmung](#)
- [Themenseite Klimawandel: Die Folgen der globalen Erwärmung](#)

# Hypertext: SZ

- **3. Dezember 2012 09:58 Kampf gegen Arbeitslosigkeit EU will Jugendlichen Arbeit garantieren**
- Anzeige
- Die Krise in Europa trifft eine Gruppe besonders hart: Jugendliche finden kaum noch Jobs, in Spanien und Griechenland ist jeder zweite Arbeitnehmer unter 25 arbeitslos. Nun hat die EU eine Idee. Sie will Jugendarbeitslosigkeit einfach verbieten.
- Europa hat viele Probleme, aber eines ist besonders groß: In Spanien und Griechenland ist jeder zweite Jugendliche zwischen 15 und 24 Jahren arbeitslos, in ganz Europa liegt die Quote bei über 23 Prozent. Die [Jugendarbeitslosigkeit](#) will die EU-Kommission nun gezielt bekämpfen - indem sie fehlende Arbeitsplätze für diese Gruppe verbietet.
- Durch eine Jugendgarantie sollen die EU-Mitgliedstaaten allen Menschen unter 25 Jahren eine Beschäftigung zusichern, [berichtet die Frankfurter Allgemeine Zeitung](#) mit Hinweis auf ein unionsinternes Regelungspaket, das der Sozialkommissar László Andor heute in Brüssel vorstellen soll.