

III. Medienwissenschaft III: Medienanalyse

18. Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung

1. Standortbestimmung
2. Prinzipien einer sprachwissenschaftlich orientierten Medienanalyse
3. Medienspezifische Kommunikationsbedingungen
4. Strukturen der Medienkommunikation
5. Anwendungsfelder der sprachwissenschaftlichen Medienforschung
6. Literatur

1. Standortbestimmung

‘Von der Mediensprache zur Medienkommunikation’ – so könnte man die Entwicklungslinie der sprachwissenschaftlichen Medienforschung umreißen. Damit hat sie einen Entwicklungstrend ihrer Bezugswissenschaft, der Linguistik, nachvollzogen, der mit dem Stichwort Pragmatisierung oder pragmatische Wende gekennzeichnet werden kann: die Kernbereiche sprachwissenschaftlicher Forschung, Grammatik und Lexik, wurden seit den 70er Jahren zunehmend auf den Bereich der Verwendung sprachlicher Ausdrücke in der Kommunikation ausgedehnt. Für die sprachwissenschaftliche Medienforschung hat diese pragmatische Wende weitreichende Folgen. Zum ersten entwickelte sich mit der neuen Perspektive ein Kommunikationsbegriff, der sich auf handlungstheoretische Grundlagen einer Theorie des Sprachgebrauchs stützt. Medienbeiträge werden demzufolge als komplexe Handlungszusammenhänge betrachtet, und nicht als Gefäße für die Übertragung von Informationen oder Inhalten, wie das in der soziologischen, publizistischen und kommunikationswissenschaftlichen Medienforschung vielfach üblich ist.

Vor allem die Analyse dialogischer Kommunikationsformen in den Medien ist durch sprachhandlungstheoretische Ansätze maßgeblich initiiert worden (vgl. 5.2.). Zum zweiten eröffnet die handlungstheoretische Betrachtungsweise die Möglichkeit, Befunde zur Lexik, zur Syntax, zu den Textsorten und zur Geschichte der Mediensprache unter einer funktionalen Perspektive zu integrieren. Stand am Anfang noch die nahezu kontextfreie Bestandsaufnahme sprachlicher Ausdrucksformen in Medientexten im Vordergrund – beispielsweise die textlinguistische Analyse der syntagmatischen Substitution in Hörfunk- und Zeitungstexten (Harweg 1968a/b), die Beschreibung von Tempusformen in Zeitungskommentaren (Weinrich 1966), die syntaktische Analyse von Schlagzeilen (Sandig 1971) oder die Inventarisierung von Formen der Einleitung indirekter Rede (Jäger 1968) – zielen die Fragestellungen der pragmatisch orientierten Medienforschung auf die systematische Analyse medienspezifischer Zusammenhänge zwischen Formen und Funktionen sprachlicher Ausdrücke (vgl. 4.2.). Eine dritte Konsequenz der Pragmatisierung sprachwissenschaftlicher Medienforschung ist die Etablierung einer strukturellen Betrachtungsweise. Analog zu der in der strukturalistischen Sprachwissenschaft getroffenen Unterscheidung zwischen Langue und Parole bzw. zwischen Kompetenz und Peformanz werden konkrete Medienbeiträge als Ausdruck regelhafter, systematischer Strukturmerkmale der Medienkommunikation beschrieben. Grundlage dieser strukturellen Beschreibungen ist einerseits der Regel-

begriff aus der analytischen Philosophie (vgl. Winch 1958) und andererseits der Begriff der kommunikativen Maximen oder Prinzipien, wie er in der Sprachphilosophie entwickelt wurde (Grice 1975).

Die unterschiedlichen Ausprägungen medialen Sprachgebrauchs bieten reichhaltiges Anschauungsmaterial gegen die These einer einheitlichen Mediensprache mit dem Charakter einer Fachsprache (vgl. Benckiser 1969; Eich 1959; Küffner 1982). Allein schon die Verwendungsmodi sprachlicher Ausdrücke sind dafür zu inhomogen. Sprache wird in der Medienkommunikation verwendet als Schriftsprache und als gesprochene Sprache, als frei formulierte oder als ganz bzw. teilweise vorformulierte Sprache, als dialogische und als monologische Sprache, oder als verschriftlichte mündliche Äußerungen (vgl. Holly 1993b; Kress 1986). Eine Systematik des medienpezifischen Sprachgebrauchs ist auf der Ebene des sprachlichen Ausdrucks nicht zu gewinnen. Systematisieren lassen sich aber Bedingungen des medialen Sprachgebrauchs sowie Grundstrukturen der Medienkommunikation. Produktiv ist dabei eine kontrastive Verfahrensweise, bei der direkte (face-to-face) Alltagskommunikationen als strukturelle Vergleichsobjekte herangezogen werden. Medienkommunikation läßt sich kontrastiv in dreierlei Hinsicht charakterisieren: Medienkommunikation ist eine institutionelle Form der Kommunikation, also den Bedingungen einer Medieninstitution unterworfen (vgl. 3.). Sie ist zweitens medial vermittelte Kommunikation, d. h. die Beiträge werden in einem Medium präsentiert (vgl. 3.4. und 5.). Und sie ist drittens eine Form der öffentlichen Kommunikation mit größerer Reichweite und anderen Zugangsregelungen als die direkte Alltagskommunikation (vgl. 4.).

2. Prinzipien einer sprachwissenschaftlich orientierten Medienanalyse

2.1. Das Prinzip der kommunikationshistorischen Analyse

Mit der Ausweitung der Perspektive von der Mediensprache zur Medienkommunikation hat die sprachwissenschaftliche Medienforschung das Verhältnis von Text und Kontext in den Mittelpunkt der Analyse gestellt. Die Textstrukturen und ihre sprachliche Umsetzung werden nicht um ihrer selbst willen un-

tersucht, sondern um Zusammenhänge zu erhellten mit anderen Medienbeiträgen, mit den Produktionsprozessen und der redaktionellen Vorgeschichte, mit sozialen und politischen Vorgängen sowie mit der Rezeption der Beiträge durch die Zuhörer, Zuschauer oder Leser (vg. Bucher 1991, 33–45; Dijk 1988a, 30 u. 1988b, 8). So wird in dieser Perspektive über Sprach-, Text- und Bildanalysen gezeigt, welchen Beitrag die Presseberichterstattung zur Entstehung und Stabilisierung fremdenfeindlicher, rassistischer Einstellung gegenüber Flüchtlingen und Migranten leistet (Dijk 1991, Jäger/Link 1993; Klein 1994), wie die Fernsehberichterstattung über soziale Konflikte die Sichtweisen und die Ideologien der politisch und gesellschaftlich Einflußreichen verbreitet (Glasgow Media Group 1976, 1980, 1993) und wie die Zuschauer diese Sichtweisen übernehmen (Philo 1993), wie verschiedene Tageszeitungen über ihre Informationspolitik eine Medienrealität konstruieren (Bucher 1991), wie sich die Kommerzialisierung des Mediensystems in den Konzepten von Fernsehnachrichtensendungen niederschlägt (Muckenhaupt 1994) oder wie vermeintliche Verstöße von Journalisten gegen das Neutralitätsprinzip zu Kommunikationskonflikten mit interviewten Politikern führen (Schegloff 1988; Holly 1993a). Damit ist die mikrostrukturelle Beschränkung sprachwissenschaftlicher Medienanalysen aufgebrochen und vom Erkenntnisziel her den Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft, der Mediensoziologie und der Publizistik angenähert. Im Unterschied zu diesen makrosoziologischen Ansätzen bleiben in den sprachwissenschaftlichen Medienanalysen allerdings der Text, die Verwendungsweisen sprachlicher Ausdrücke und Bilder der Ansatz- und Ausgangspunkt. Ein Sonderfall des Prinzips der kommunikationshistorischen Analyse ist das dialogische Prinzip, wie es in der linguistischen Kommunikationsanalyse entwickelt wurde: strukturelle Besonderheiten von Kommunikationsbeiträgen zeigen sich in den realen oder möglichen Anschlußhandlungen. Man kann deshalb beispielsweise die Analyse von Leserbriefen nutzen, um Aufschluß zu erhalten über journalistische Prinzipien, die gegenüber einem bestimmten Beitragstyp einlagbar sind (Bucher 1986, 142–207).

2.2. Das Prinzip der verstehensorientierten Analyse

Im Gegensatz zu den wirkungsorientierten Kommunikationsmodellen makrosoziologischer Ansätze gehen sprachwissenschaftlich

orientierte Medienanalysen davon aus, daß das Verstehen von Medienbeiträgen individuell und damit offen ist (Bell 1991, 230–247; Bucher 1988; Bucher 1986, 142–207; Bucher/Barth 1998; Dijk 1988a, 139–174; Muckenhaupt 1981; Püschel 1993; Straßner 1982, 326–400; Wodak/Lutz 1987). Wie ein Medienbeitrag verstanden wird kann beispielsweise abhängen vom allgemeinen Weltwissen des Rezipienten, seiner Medienkompetenz, seinem spezifischen Themenwissen, seinen Rezeptionsabsichten. Die verstehensorientierte Perspektive eröffnet auch die Möglichkeit, medienanalytische Basisbegriffe im Rahmen eines hermeneutischen Paradigmas befriedigender zu klären, als das in makrostrukturellen und wirkungsorientierten Ansätzen geleistet ist. Grundsätzliche Skepsis hegen sprachwissenschaftliche Medienansätze gegenüber dem Begriff der Wirkung, und der Annahme kausaler Zusammenhänge zwischen Beiträgen und entsprechenden Effekten. Grundlage hermeneutischer Rezeptionsforschung ist vielmehr die Annahme, daß die individuellen, sozialen und politischen Folgen von Medienbeiträgen auf den jeweiligen Verständnissen als Bindeglieder basieren und damit nicht direkt aus den Beiträgen selbst ableitbar sind (vgl. Bucher/Fritz 1989; Holly/Püschel 1993). Ebenso wenig sind Themen, Inhalte, Informationen, Ideologien oder Vorurteile Eigenschaften von Texten und Bildern, sondern Aspekte ihres Verständnisses und ihrer Deutungen. Mit dem Nutzenansatz (zusammenfassend Renckstorf 1989), dem dynamisch-transaktionalen Ansatz (Früh/Schönbach 1982; Früh 1994, 58–84) und der sogenannten „qualitativen“ Inhaltsanalyse (Krippendorff 1980, 21–47; zusammenfassend und mit weiteren Literaturhinweisen Merten 1995, 50–59) hat die makrosoziologische Medienforschung zwar das Verstehen und Deuten als Basis der Rezeption entdeckt, ohne allerdings die entsprechenden methodischen und begrifflichen Konsequenzen zu ziehen. Vorherrschend bleiben nachrichtentechnische und wirkungsorientierte Kommunikationsmodelle – jetzt eben nicht mehr monokausal sondern multikausal (vgl. Früh 1994, 69).

2.3. Das Prinzip der integrativen und funktionalen Analyse

Es ist ein Verdienst der sprachwissenschaftlichen Medienforschung, die Palette der kommunikativ relevanten Untersuchungsaspekte erheblich erweitert zu haben. Dazu gehören:

Wortwahl und Lexik, syntaktische Strukturen, Textsorten und Darstellungsformen, Bauprinzipien und Makrostrukturen von Texten, Text-Bild-Zusammenhänge, Aufmachungsformen, Themen- und Inhaltsstrukturen, Festlegungsstrukturen, strategische und informationspolitische Zusammenhänge. Jede Autonomie-Annahme für den einen oder anderen Aspekt löst jedoch den kommunikativen Zusammenhang und damit die Medienspezifität des entsprechenden Kommunikationsausschnittes auf. Eine integrative Behandlung dieser Aspekte beruht auf der sprachtheoretischen Einsicht, daß sprachliche Ausdrücke, Texte, Bilder und Grafiken in der Kommunikation verwendet werden und daß sich diese Verwendungsweisen in den jeweiligen Beitragsstrukturen niederschlagen. So sind bestimmte journalistische Darstellungsformen typische Verwendungskontexte für bestimmte sprachliche Mittel, beispielsweise Erklärpassagen in Kommentaren für Konjunktionen, oder die verschiedenen Überschriftentypen für syntaktische Auslassungsformen (vgl. 4.2.). In Fritz/Straßner (1996) wird am Beispiel der ersten Zeitungen des frühen 17. Jhs. exemplarisch gezeigt, wie Formen der Berichterstattung, Wortwahl, Syntax, Themenauswahl und funktionale Erfordernisse der damaligen Zeitungsproduktion systematisch miteinander verzahnt sind.

3. Medienspezifische Kommunikationsbedingungen

3.1. Text und Kontext

Institutionelle Bedingungen der Medienkommunikation sind in der publizistischen oder kommunikationswissenschaftlichen Medienforschung verschiedentlich zu definitorischen und explanatorischen Zwecken genutzt worden. Anhand der Kommunikationsbedingungen der Universalität, der Periodizität, der Publizität, der Disponibilität und der Aktualität liefert beispielsweise Otto Groth eine „Begriffsbestimmung der Tageszeitung“ (Groth, 1960 Bd. 1, 345). In der empirischen Medienforschung werden institutionelle Bedingungen genutzt, um bestimmte Erscheinungsformen von Medienbeiträgen zu erklären – beispielsweise eine unternehmensfreundliche Berichterstattung mit der Anzeigenabhängigkeit einer Tageszeitung. Dieser externen Korrelation von Medientext und Kontext stellt die kommunikationsanalytische Medienforschung eine konstruktivistische Alternative entgegen. Es wird gezeigt,

wie die Kommunikationsbedingungen in den Medienbeiträgen aufgegriffen werden und damit auch, wie Medieninstitutionen durch die journalistischen Handlungsweisen mitkonstituiert werden. Eine Analyse soll den Nachweis liefern „that the details of little, local sequences [...] turn out to be the crucial resources by which larger institutionalised activity frameworks are evoked“ (Hutchby 1991, 135). Medienkommunikative Handlungen von Journalisten, Gesprächspartnern oder von einem Studiopublikum haben unter dieser Perspektive indexikalischen Charakter oder sind – anders formuliert – ein Schlüssel zu den Kontextualisierungsleistungen in medialen Handlungen. So zeigt sich beispielsweise in einem zusätzlichen Erklärstück zu einem berichtenden Beitrag, wie Journalisten die Wissensvoraussetzungen ihrer Leser, Zuhörer, Zuschauer einschätzen und wo sie mögliche Wissenslücken erwarten. Umgekehrt spiegeln sich in Reaktionen der Rezipienten vor dem Fernsehgerät oder in einem Leserbrief deren Verständnis, deren Beurteilungsmaßstäbe und deren Erwartungen gegenüber einem Medienbeitrag.

Diese konstruktivistische Sichtweise des Zusammenhangs von Text und Kontext läßt sich auf zwei wissenschaftliche Wurzeln einer kommunikativen, sprachwissenschaftlichen Medienforschung zurückführen: Zum einen hat die ethnomethodologische Konversationsanalyse einen dynamischen Kontextbegriff theoretisch ausgearbeitet und empirisch am Beispiel verschiedener Institutionen verifiziert (vgl. als Zusammenfassung Drew/Heritage 1992 mit Beispielanalysen aus versch. Institutionen). Damit verwandt ist als zweite Quelle die Idee der Festlegungen oder der Commitments, wie sie in der Kritik an der Sprechakttheorie (Alston 1991, 77) und in der Dialogspieltheorie (zusammenfassend Fritz 1994) entwickelt wurde: Wer in bestimmter Weise kommunikativ handelt, übernimmt die Verpflichtung oder legt sich darauf fest, daß bestimmte Kommunikationsbedingungen gegeben sind. Für eine sprachwissenschaftliche Analyse der Medienkommunikation sind folgende institutionellen Bedingungen von Bedeutung: die Bedingung der Mehrfachautorenschaft (3.2.), die Bedingung der Mehrfachadressierung (3.3.) und die medien-spezifischen Präsentationsbedingungen (3.4.).

3.2. Mehrfachautorenschaft

Die für die Analyse von Alltagsdialogen übliche Unterscheidung der Handlungsrollen in Sprecher und Hörer kann die Komplexität

der Medienkommunikation nicht hinreichend erfassen (Goffman 1981, 138 f.). Medienbeiträge sind hinsichtlich ihrer Urheber-schaft mehrschichtig. Sie sind einem Träger des Verbreitungsmediums verpflichtet – beispielsweise einem Verlagshaus oder einer öffentlichen Anstalt – gehen zurück auf verschiedene Quellen – geschriebene Texte, Dokumente, aufgezeichnete oder mitgeschriebene Äußerungen – werden mehrfach überarbeitet und in der Präsentation zusätzlich formatiert, beispielsweise in das Layout einer Tageszeitung eingepaßt oder von einer Rundfunksprecherin dem eigenen Sprechduktus angepaßt. Goffman und Bell haben auf der Grundlage dieser Kommunikationsbedingung den Begriff des Sprechers medien-spezifisch differenziert: Sie unterscheiden den Prinzipal, den Urheber der Äußerung, den Berichterstatter, den Editor oder redigierenden Redakteur und den Präsentator (vgl. Bell 1991, 34–44; Goffman 1981, 144 ff.). Pietilä (1992, 43) verwendet den Begriff des „implizierten Autors“ aus der Erzähltheorie, um deutlich zu machen, daß Medientexte eben nicht auf singuläre Autoren – z. B. einen Journalisten – zurückgeführt werden können. In den journalistischen Texten zeigt sich diese komplexe Produzenten-Konstellation beispielsweise in den verschiedenen – teilweise bereits standardisierten – Formen der Quellenangabe und der Redewiedergabe. Forschungen zur Intertextualität von Medienbeiträgen oder zu ihrer Tradierungsgeschichte aus Pressemitteilungen und Agenturtexten haben sich speziell mit dieser Bedingung der Mehrfachautorenschaft befaßt. Kommunikationshistorische Analysen dieser Art liefern einerseits medienkritische Einsichten in die Verfälschungen und Verzerrungen von Quellentexten (Biere 1993; am Beispiel der Nordirlandberichterstattung in den englischen Medien: Miller 1993) oder zeigen den Einfluß von Public Relation auf die Medienberichterstattung (Straßner 1994a). Andererseits sind diese Analysen aber auch strukturelle Beschreibungen medien-spezifischer Strategien der Selektion, der Textoptimierung und des Redigierens (vgl. Bell 1991, 56–83).

Die Sichtweise von Medientexten als ein „mosaic of citations to other discourses“ (Connell/Mill 1985, 40) erfordert in der Analyse eine fundamentale Unterscheidung von zwei Kommunikationsebenen: die Ebene der Darstellung, also die medialen Handlungen selbst, und die Ebene des Dargestellten, also die Handlungen, die Gegenstand der Bericht-

erstattung, der Kommentierung oder von Mediendialogen sind. Verschiedene Untersuchungen zu Problemen der journalistischen Redewiedergabe und zur Berichterstattung über sprachliche Ereignisse haben dazu beigetragen, das Verhältnis zwischen „describing act“ und „act to be described“ (Verschueren 1985), zwischen „narrator's discourse“ und „actors' discourse“ (Pietilä 1992) oder zwischen „primary discourse“ und „secondary discourse“ (Fairclough 1995, 54/5) zu erhellten. Neben der Bestandsaufnahme und der funktionalen Beschreibung der journalistischen Mittel für die Redewiedergabe (Kurz 1966; Muckenaupt 1987) ist dabei auch medienkritisch untersucht worden, wie die Erzähl- und Wiedergabehandlungen in journalistischen Texten zu einer perspektivischen oder tendenziösen Darstellung der berichteten Äußerungen beitragen können (Clayman 1990; Geis 1987, 59–97; Heritage/Clayman/Zimmerman 1988, 93–102; Fairclough 1995, 54–69; Hoppenkamps 1977; Öhlschläger 1993; Pietilä 1992, 47–61).

3.3. Mehrfachadressierung

Analog zur Differenzierung des Sprecherbegriffs ist für die Analyse von Medienbeiträgen auch der Begriff des Adressaten zu differenzieren. Je nach Interventionsmöglichkeiten und Kontakt zum Kommunikationsereignis lassen sich in den elektronischen Medien folgende Rezipientenrollen unterscheiden: Die unmittelbaren Gesprächspartner im Studio, an die eine Äußerung gerichtet ist, die Zuhörer, beispielsweise ein Studiopublikum oder das Publikum einer übertragenen Veranstaltung, die Mithörer, also der Zuschauer oder Hörer vor dem Gerät, und in manchen Fällen sogar der Lauscher, dessen Abhöraktivitäten, wie im Falle des Golfkrieges, in der Berichterstattung miteinkalkuliert werden (Bell 1991, 84–103). Bei der Analyse von Mediengesprächen wird unterschieden zwischen einem „inneren“ Kommunikationskreis der aktiven Dialogpartner und einem „äußeren“ Kommunikationskreis, zu dem das Studiopublikum sowie Hörer und Zuschauer gehören (vgl. Linke 1985; Burger 1991). Die komplexe Adressatenstruktur hat Konsequenzen für die Struktur der Medienbeiträge (vgl. 5.2.). Auch wenn Medienbeiträge sich nicht an ein bestimmtes, homogenes Publikum richten, sind sie dennoch nicht blind adressiert. Annahmen der Medienakteure über mögliche Adressaten zeigen sich nicht nur explizit in der direkten Publikumsanrede eines Moderators oder der

Leseransprache in einem Editorial, sondern auch implizit in der thematischen Differenzierung des Medienangebots nach Themen, Ressorts, Darstellungsformen sowie in den verschiedenen Orientierungshilfen, die eine selektive Mediennutzung unterstützen sollen (Bucher 1996; Blum/Bucher 1998).

3.4. Präsentierte Kommunikation

Die technische Übertragung der Medienkommunikation bedingt einige ihrer wesentlichen Unterschiede zur Alltagskommunikation. Auch die Unterschiede in den journalistischen Handlungsmöglichkeiten der verschiedenen Medien Hörfunk, Presse und Fernsehen lassen sich auf die jeweils spezifische Beschaffenheit der Kommunikationskanäle zurückführen. Während in Fernsehgesprächen die Kommunikationssituation aufgrund der Mehrkanaligkeit von Sprache, Ton und Bild gezeigt werden kann – wer nimmt teil, wer spricht gerade, wie ist die Gesprächskonstellation gestaltet, wie reagieren die Gesprächspartner gestisch, mimisch – müssen diese Informationen im Hörfunk explizit von einem Moderator formuliert werden, falls sie für ein Verständnis der Gesprächsäußerungen erforderlich sind. In den Nachrichtensendungen des Fernsehens hat die Einführung und Entwicklung des Bluebox-Verfahrens oder des virtuellen Studios mehrschichtige und simultane Formen der Informationspräsentation mit Hintergrundfotos oder -grafiken, Schrifteinblendungen sowie symbolischer Studioausstattung ermöglicht. Damit erweitert sich einerseits der journalistische Handlungsspielraum, andererseits entstehen aber auch für den Zuschauer neue Probleme des Verstehens simultaner Informationspräsentation (vgl. dazu Muckenaupt 1986; Straßner 1982; Ludes 1994). Das Präsentieren ist aber mehr als nur die technische Übertragung und Aufbereitung der Information und des Geschehens vor der Kamera oder dem Mikrofon mittels Bild, Ton und Text. Mit dem Präsentieren wird eine Kommunikation erst zur öffentlichen Kommunikation. Man kann unterscheiden zwischen den Präsentationshandlungen wie Kameraführung, Bild- und Tonschnitt, der Tonaufnahme, der Studiogestaltung oder dem Layout von Texten und Sendungen einerseits und den auf die Präsentation bezogenen Aspekten medialer Handlungen andererseits. Dazu gehört beispielsweise in den Printmedien die Anpassung der Textgestaltung hinsichtlich Darstellungsform und Länge auf die Layout-Vorgabe, oder in der Hörfunk-

kommunikation die Abstimmung des Aussprachemusters eines Nachrichtensprechers auf ein bestimmtes Programmformat (Bell 1991, 117–122). Für die Analyseebene der Präsentation sind Begriffe wie „Inszenierung“ (vgl. Holly/Kühn/Püschel 1989, 1–10; kritisch dazu: Burger 1991, 2 ff.), „staged encounter“ (Clayman 1991, 54) oder „Designing“ (Bell 1991, 104–125) eingeführt worden. So lange sie analytisch und nicht pejorativ als Markierung ‚unechter‘ Kommunikation verwendet werden, lassen sich mit ihrer Hilfe diejenigen Besonderheiten der Medienkommunikation erfassen, die auf die Präsentationsbedingungen zurückgehen.

4. Strukturen der Medienkommunikation

4.1. Medienspezifische Kommunikationszusammenhänge

Vertreter kommunikationswissenschaftlicher, makrostruktureller Ansätze haben an den mikrostrukturellen, linguistischen wiederholt kritisiert, daß Text-, Bild-, Satz- oder Wortanalysen keine „strukturelle Information über Textmengen“ und damit keine „statistische Signifikanz“ für empirische Medienbefunde lieferten (Früh 1991, 107–120; Krippendorf 1980, 25–32). Mit der Pragmatisierung der Medienlinguistik und der Etablierung einer kommunikationsdynamischen Betrachtungsweise ist jedoch ein theoretisches Rüstzeug entstanden, das eine systematische Analyse struktureller Zusammenhänge der Medienkommunikation ermöglicht. Diese Zusammenhänge, die Grundlage sind für jede Art von Informationspolitik oder für Themenkarrieren, lassen sich folgendermaßen systematisieren:

(1) Die redaktionellen Kommunikationszusammenhänge:

Die Kommunikationsgeschichte von Medienbeiträgen beginnt nicht erst mit ihrer Veröffentlichung und Präsentation, sondern umfaßt auch die journalistische Recherche (Fishman 1980, insb. Kp. 4 und 5.), die redaktionellen Kommunikations- und Produktionsbedingungen (Tuchman 1978), den Umgang mit Agenturmaterialien und die Nachrichtenauswahl (vgl. Gassaway 1984, 177–214; Straßner 1982, 120–184), die institutionellen Vorbereitungen und Vorgespräche von Fernsehdiskussionen (Holly/Kühn/Püschel 1986, Kp. 3; Holly/Schwitalla 1993, 75–79).

(2) Die periodischen Kommunikationszusammenhänge:

Als eines der „Wesensmerkmale“ der Medienkommunikation gilt ihre Periodizität (Groth 1960, 102–121). Je nach Erscheinungsweise und Art des Mediums ist sie allerdings ganz unterschiedlich ausgeprägt und bestimmt die medienspezifische Kommunikationsdynamik. Die Stundenperiodik von Hörfunknachrichten ermöglicht beispielsweise eine viel dichtere Chronik der laufenden Ereignisse als es in Tageszeitungen möglich ist. Dementsprechend unterschiedlich ist die Themenentwicklung in der Berichterstattung der beiden Medien. Ein enger Zusammenhang besteht auch zwischen der Periodik eines Mediums und seinen typischen Textsorten, was überraschenderweise für eine Geschichte der Mediensprache bisher kaum beachtet wurde. So sind die journalistischen Großformen wie Hintergrundreportagen, Essays, Dossiers, Situationsanalysen bevorzugt in Wochen- und Monatszeitschriften zu finden (Bucher/Schröter 1990).

(3) Konstellative Kommunikationszusammenhänge:

Medienbeiträge können in Konstellationen mit anderen Beiträgen eingebettet sein, sei es im Rahmen einer Zeitungsausgabe, einer Zeitungsseite oder einer Sendung. Für bestimmte Beitragskonstellationen haben sich im Laufe der Pressegeschichte regelhafte Sequenzmuster herausgebildet, wie z. B. Bericht-Kommentar-Sequenzen, die Abfolge von Ankündigungs- oder Aufmachungsmeldung und Vertiefungsbericht (vgl. Bucher 1986), die Abfolge von Befragungs- und Debattenrunden in Fernsehdiskussionen (vgl. Linke 1985), oder das Sequenzmuster MODERIEREN-INFORMIEREN. Als eine zweite Konstellationsform haben sich in den Printmedien modulare Clustertypen aus Text, Bild und Grafik etabliert: verschiedene journalistische Darstellungsformen wie aktueller Bericht, Hintergrunddatenkasten, Kurzinterview, Erklärgrafik, Dokumentarfoto, fungieren innerhalb eines vernetzten Informationsangebotes als eigenständige Informationsmodule, die in ihrer Informationsleistung aufeinander abgestimmt sind. Sie ermöglichen dem Leser eine eigenständige und selektive Sequenzierung der Lektüre (Bucher 1996, 35–54). Im Falle der Online-Angebote der Printmedien und der Rundfunkanstalten, beispielsweise im Internet, sind die konstellativen Zusammenhänge als *Hypertextstrukturen*

umgesetzt (vgl. Blum/Bucher 1988; Bucher/Barth 1998).

(4) Dialogische Kommunikationszusammenhänge:

Unter diesem Gesichtspunkt sind zwei Typen medialer Kommunikationsverläufe zu unterscheiden: die *Dialoge* in den Medien (vgl. 5.2.) und die dialogischen Sequenzen monologischer Beiträge. Solche Sequenzen können Sonderformen sowohl von periodischen (z. B. Gegendarstellungen) als auch von konstellativen Kommunikationszusammenhängen (z. B. *Kommentar-Gegenkommentar-Sequenzen*) sein. Die Medienspezifik dialogischer Kommunikationszusammenhänge zeigt sich darin, daß sie gegenüber Formen der direkten Kommunikation, häufig durch Anknüpfungs- oder Wiederaufnahmeäußerungen expliziert werden. Unter methodischen Gesichtspunkten sind solche Gelenkstellen als Beschreibungen des 'Kommunikationsstandes' von besonderem Interesse (Bucher 1988).

(5) Intermediale Kommunikationszusammenhänge:

Aufgrund der Nutzung anderer Medien als Informationsquellen, der medienkritischen Auseinandersetzung zwischen einzelnen Medien oder der Themenübernahme ist die öffentliche Kommunikation von einem dichten Geflecht intermedialer Zusammenhänge durchzogen. Sie geraten bevorzugt dann ins Blickfeld, wenn die Funktion der Medien für die öffentliche Meinungsbildung beschrieben werden soll. Herman/Chomsky (1988) beschreiben diese Art öffentlicher Kommunikationszusammenhänge als „propaganda model“, das als ein „Filtersystem“ die gesellschaftliche Konformität sichert, indem es Themen bestimmt, die öffentliche Aufmerksamkeit verteilt, Ereignisse einordnet, Debatten begrenzt und Information ausfiltert. In einer Kommunikationsanalyse von Medienbeiträgen wird dieser übergeordnete Gesichtspunkt dadurch berücksichtigt, daß Parallel-, Kontrast- und Quellenbeiträge in die Analyse einbezogen werden.

(6) Anschlußkommunikationen der Rezipienten:

Eine Möglichkeit, die Fragestellungen der Wirkungsforschung innerhalb eines sprachwissenschaftlich fundierten Forschungsdesigns aufzugreifen, bietet die Analyse von Anschlußkommunikationen der Rezipienten, in denen sich deren Verständnis und deren Reaktionen auf Medienbeiträge zeigen. Beispiele solcher Anschlußkommunikatio-

nen sind Leserbriefe in den Printmedien (Bucher 1986, 142–207; Bucher 1988), Hörer- und Zuschauerzuschriften (Huth/Krzeminski 1981), Phone-Ins (Leitner 1983; Hutchby 1991), Alltagsgespräche während und nach einer gemeinsam rezipierten Sendung (vgl. Holly/Püschel 1993) oder Online-Zuschriften in Mailboxen und in Chatrunden zu bestimmten Sendungen. Gemeinsam ist diesen verschiedenen Anschlußäußerungen, daß sie einen natürlichen Kommunikationszusammenhang bilden, in dem Fragen der Themen deutung, der Wissenserweiterung, der Qualitätsansprüche und der typischen Übergangsmuster öffentlicher Kommunikation in die private Kommunikation bearbeitet werden können.

4.2. Organisationsprinzipien der Medienkommunikation

Die Schwäche informationstheoretischer, nachrichtentechnischer und inhaltsorientierter Medientheorien besteht nicht nur in ihrem mechanischen Wirkungsbegriff, sondern auch in der Reduktion der Kommunikation auf den Aspekt des Inhalts, der Information. In der sprachwissenschaftlichen Medienforschung wird demgegenüber die Komplexität der Medienkommunikation betont, die als „a complex unit of linguistic form, meaning and action“ (Dijk 1988a, 8) oder als „complex sign system collectively created“ (Robinson 1995, 350) aufgefaßt wird. Die folgende Systematisierung der Medienkommunikation nach verschiedenen Organisationsprinzipien dient dem Zweck, diese Komplexität für eine empirische Medienanalyse zu operationalisieren. Der Grundgedanke besteht darin, daß die verschiedenen Organisationsebenen zwar analytisch unterscheidbar sind, im Rezeptions- und Produktionsprozeß aber integrativ verzahnt werden.

(1) Sequenzmuster und Darstellungsformen: Grundlegend für eine handlungstheoretische Sprachwissenschaft ist die Einsicht, daß Äußerungen nicht als isolierte Handlungen vorkommen, sondern in Handlungssequenzen. Das gilt für dialogische Kommunikationsformen ebenso wie für die monologischen Formen in der Medienkommunikation. Man kann deshalb nicht nur Fernsehinterviews als Frage-Antwort-Sequenzen beschreiben (vgl. 5.2.), sondern auch die journalistischen Darstellungsformen wie die Reportage, den Kommentar oder das Editorial als jeweils musterhafte Abfolge bestimmter journalisti-

scher Handlungen. Mit solchen Beschreibungen sequentieller Grundstrukturen für monologische Textsorten knüpft die sprachwissenschaftliche Medienforschung an die Textlinguistik an (Bucher 1986, 24–74; Dijk 1983; 1988a, 17–94). Neben den Spielarten des Berichtens (Bucher 1986, 75–141) sind für die verschiedenen Formen des Kommentierens Argumentations- und Bewertungsmuster beschrieben worden (Herbig/Sandig 1994; Lätzer 1994; Ramge 1994a, 1994b). Entgegen den definitiven Textsortenbestimmungen der frühen Textlinguistik und der Publizistik, hat sich in diesen Analysen gezeigt, daß es zwar typische elementare Sequenzmuster für die einzelnen Textsorten gibt, deren Anordnung und Auswahl für die konkrete Realisierung eines Beitrags aber relativ offen ist. Für die Zuordnung eines Beitrags zu einer Textsorte kann deshalb nicht Strukturgleichheit das entscheidende Kriterium sein, sondern eine Art Familienähnlichkeit, die auch unscharfe Grenzbereiche und Übergangsformen zuläßt. Textsortenbeschreibungen sind auch mediengeschichtlich genutzt worden, um Entwicklungstendenzen der Medienkommunikation zu rekonstruieren (Püschel 1991, 1994; Schröder 1995). Eine sequenzmusterbasierte Betrachtungsweise journalistischer Darstellungsformen ist auch hinter dem sogenannten „News-as-narrative-approach“ erkennbar (Bennett/Edelman 1985; Schudson 1982; Kunelius 1994; Pietilä 1992). Begriffe aus der Narratologie wie Erzähler, Erzählperspektive, Erzählstruktur, Story, Exposition, Pointe werden genutzt, um eine konstruktivistische Sicht der Berichterstattung zu fundieren, derzufolge die journalistische Realitätsvermittlung nicht nur über die Inhalte, sondern auch über die Form der Darstellung erfolgt. Die sequentielle Betrachtungsweise ist aber nicht nur produktiv für die Beschreibung beitragsinterner Zusammenhänge, sondern auch für eine Analyse beitragsexterner Zusammenhänge. Medienbeiträge können ihrerseits in weitere Kommunikationszusammenhänge eingebettet sein, beispielsweise in eine ausgaben- oder sendungsübergreifende Beitragskette, in eine ausgaben- bzw. sendungsinterne Beitragssequenz oder in ein modulares Beitragscluster. (Für das Fernsehen: Püschel 1992; für Printmedien: Bucher 1996). Dieser externe Aspekt der Beitrags-, Bild- und Grafikerwendung ist letztlich der Rahmen für eine Beschreibung beitragsinterner Verwendungsweisen sprachlicher und bildlicher Mittel.

(2) *Sprachliche Ausdrücke und Äußerungsformen:*

Die Auffassung, daß sich in der Pressesprache Tendenzen der Gegenwartssprache und des Sprachwandels besonders deutlich zeigen, hat zu einer breiten Bestandsaufnahme medienpezifischer Ausdrucksformen geführt (zusammenfassend Straßner 1980; Schwitalla 1993; für die Presse Lüger 1995, 22–41; für den Hörfunk Fluck 1993; für das Fernsehen Holly/Püschel 1993). Die Etablierung pragmatischer, am Gebrauch sprachlicher Ausdrücke orientierter Sprachauffassungen hat für die Linguistik die Möglichkeit eröffnet, diese Befunde zu den syntaktischen Strukturen von Medientexten, zu ihren lexikalischen Besonderheiten oder zum Sprechstil auf jeweils spezifische journalistische Aufgaben und Handlungsformen zurückzuführen. Unter einer solchen funktionalen Perspektive wird erkennbar, daß die medienpezifischen Ausdrucksformen eng mit den anderen Ebenen der Kommunikationsorganisation korrelieren. So sind medienpezifische Ausprägungen des Wortschatzes aus den journalistischen Aufgaben und den behandelten Themen ableitbar (Fritz 1993; Gloning 1996). Welche syntaktischen Möglichkeiten der Redewiedergabe genutzt werden, kann abhängen vom Grad der Distanzierung, den ein Berichterstatter gegenüber dem Berichteten einnehmen will, aber auch von der Markierung des Informationsschwerpunktes der Redewiedergabe für eine spezifische Kontexteinbettung (vgl. Kurz 1966; Öhlschlager 1993; Muckenaupt 1987; Fairclough 1995, 55–65). Modalverben sind typische Mittel zur Markierung der Quellenperspektive bei Wiedergabe von Informationen aus zweiter Hand (vgl. Fritz 1991). Die signifikant häufige Verwendung aberlender Satzgefüge und weiterführender Neben- oder Relativsätze in den Zeitungen des 17. Jhs. korreliert mit der additiven, am Sammelprinzip ausgerichteten Struktur der damaligen Berichterstattung und im weiteren mit der spezifischen Informationsbeschaffung (vgl. Demske-Neumann 1996, 78–87). Die Wortstellung kann als Mittel zur Sicherung der Textkohärenz oder zur Markierung des Informationsschwerpunktes eingesetzt werden (Böttger 1986, 390/1; Bucher 1999; Fluck 1989; Harweg 1968b). DeKnop (1987) und Kniffka (1980) haben gezeigt, daß syntaktische Formen von Schlagzeilen wie Nominalisierungen, Verbauslassungen oder metaphorische Komposita aus den Mehrfachfunktionen dieser Textbestand-

teile erklärbar sind. Eine funktionale Analyse sprachlicher Äußerungsformen ist auch die Schnittstelle zur Beschreibung journalistischer Darstellungs- und Aufmachungsformen. So unterscheiden sich die Spielarten des Berichtens, Meldung, Bericht, Reportage, Feature, in systematischer Weise hinsichtlich der Verwendung bestimmter Tempusformen und deiktischer Ausdrucksformen. (Bucher 1986, 93–141). Typisch für kommentierende Darstellungsformen ist, im Vergleich zu berichtenden, eine freiere Verwendung von Konjunktionen, Adjektiven und Modalverben für die entsprechenden argumentativen oder bewertenden Handlungen (vgl. Ränge 1994). Produktiv ist eine solche integrative Betrachtungsweise, bei der sprachliche Formen nicht als autonom, sondern in ihren Verwendungszusammenhängen betrachtet werden, auch für eine journalistische Stilistik. Anstelle schwer begründbarer Normierungen für journalistisches Texten, eröffnet sie die Möglichkeit, Prinzipien der Textgestaltung und der Textoptimierung zu formulieren, die funktional aus den journalistischen Aufgaben und Handlungsbedingungen abgeleitet sind (Häusermann 1993; Bucher 1999). Besonders ausgeprägt war eine solche Form der Stilistik in der Journalistik der DDR. Sie war motiviert durch eine zweckorientierte Auffassung von Publizistik, derzufolge 'der sozialistische Journalismus Bestandteil der allgemeinen Praxis marxistisch-leninistischer Agitation und Propaganda ist' (Autorenkollektiv der Sektion Journalistik 1985, 10). Auf der Grundlage einer funktionalen Stil- und Sprachauffassung sind eine ganze Reihe typischer journalistischer Darstellungsmittel analysiert worden, beispielsweise Überschriften (Richter/Frotschner 1989), der Sprachgebrauch in Feuilleton-Texten (Bretschneider/Morgenstern 1989), Verfahren der Textstrukturierung (Michaelis 1985) oder die sprachliche Gestaltung von Text-Bildbeiträgen in der Fernsehberichterstattung (Romeyke 1977).

(3) Wissensaufbau und Wissenskonstellation

Der Begriff des Wissens ist konstitutiv für eine dynamische Medienauffassung. Luhmann sieht beispielsweise die Funktion der Massenmedien darin, daß „sie ein Hintergrundwissen bereit stellen und jeweils fort-schreiben, von dem man in der Kommunikation ausgehen kann“ (Luhmann 1995, 49). Annahmen über die Wissensvoraussetzungen der Rezipienten bestimmen einerseits das journalistische Handeln. Andererseits hängt das Verständnis, das Leser, Zuhörer, Zu-

schauer von Medienbeiträgen entwickeln, entscheidend von ihren Wissensbeständen ab. Die Zielgruppenorientierung einer Sendung, eines Printproduktes oder eines Einzelbeitrags läßt sich deshalb beispielsweise auch über die Analyse des jeweils vorausgesetzten Wissens – Fachwissen, Spezialwissen, Insiderkenntnissen – rekonstruieren. Alle sequentiellen Zusammenhänge der Medienkommunikation lassen sich auch unter dem Aspekt des Wissensaufbaus und der entsprechenden Wissenskonstellationen beschreiben. Das gilt beispielsweise für typische Sequenzmuster wie ANREISSERMELDUNG – ERWEITERUNGSBEITRAG oder BE-RICHTKOMMENTAR. Aber auch eine ganze Reihe journalistischer Schreibstrategien wie Rätsleinstieg, Pointenschluß, ironische Formulierungen, Anspielungen und Wortspiele basieren auf dem gemeinsamen Wissen zwischen Journalist und Rezipient. (Zum Begriff des gemeinsamen Wissens vgl. Schiffer 1972; Fritz 1994). Komplexe Wissenskonstellationen sind typisch für Fernseh- und Radiogespräche, bei denen mehrere Teilnehmer vor Studiopublikum für ein Zuschauerpublikum kommunizieren (vgl. 5.2.). Die rekursive Struktur des gemeinsamen Wissens zwischen Journalisten und Rezipienten bietet auch einen Ansatz zur Klärung des Begriffs der öffentlichen Meinung und zur Analyse der Entstehung und Wirkung von Stereotypen und Vorurteilen.

(4) Thematische Strukturen:

In der soziologischen und publizistikwissenschaftlichen Medienforschung gilt der Begriff des Themas als grundlegende Kategorie zur Beschreibung öffentlicher Kommunikation. Er wird herangezogen zur Klärung des Begriffs der öffentlichen Meinung (Luhmann 1995). Die Agenda-setting-Forschung verwendet den Themenbegriff, um Wirkungen der Medienkommunikation zu beschreiben (McCombs/Shaw 1972), die konstruktivistisch orientierte Journalismusforschung beschreibt journalistisches Handeln als Themenselektion auf der Grundlage sogenannter Nachrichtenwerte (zusammenfassend Weischenberg 1995, Kp. 4). In der Diskursanalyse dient der Begriff des Themas als Basiskategorie zur Beschreibung von Textstrukturen. Aus sprachwissenschaftlicher Sicht sind die genannten Klärungsversuche in verschiedener Hinsicht reduktionistisch: Zum einen werden neben den Themenstrukturen andere Organisationsprinzipien der Medienkommunikation ausgeblendet. Und zum anderen

herrscht die Auffassung vor, Themen seien Eigenschaften von Texten und Bildern, und deshalb mechanisch – beispielsweise auf der Basis von Schlüsselwörtern oder Satzbedeutungen – aus ihnen ableitbar. Sprachwissenschaftliche Thementheorien gehen dagegen davon aus, daß das Thema eines Kommunikationsbeitrags Teil seines Verständnisses oder seiner Deutung ist (vgl. dazu Fritz 1980, Kp. 7). Für die Medienanalyse ergeben sich aus einem dynamischen Themenbegriff eine Reihe neuer Forschungsfragen: Auf welche Kriterien kann man sich stützen, um anzugeben, welche Themen in einem Beitrag behandelt werden? Durch welche journalistischen Handlungen entstehen Themenstrukturen, Themenprofile, Themenkarrieren? Mit welchen sprachlichen Mitteln werden in Medienbeiträgen Themen angekündigt, Themenschwerpunkte gesetzt, thematische Zusammenhänge signalisiert? Die Klärung solcher Fragen hat in der sprachwissenschaftlichen Medienforschung zu einer methodisch reflektierten Empirie geführt, die hermeneutische Verfahren und quantitative Analyse miteinander verbindet (Bucher/Schröder 1990; Schröder 1995). Gegenüber einem mechanischen Themenbegriff ist ein dynamischer auch eine adäquate Grundlage zur Analyse kommunikationsgeschichtlicher Zusammenhänge der Medienberichterstattung. Man kann solche Zusammenhänge analysieren, indem man sie auf journalistische Themenoperationen zurückführt, wie, ein Thema einführen, personalisieren, verschieben, regionalisieren, zuspitzen, ausweiten, ausblenden, chronologisch weiter entwickeln usw. (vgl. Bucher 1991, 70–85). Thematische Strukturen sind auch ein wesentlicher Aspekt bei der Analyse von Mediendialogen und ihrer Typologisierung (vgl. Brinker 1988; Holly/Kühn/Püschel 1986, Kp. 7; Hutchby 1991). Die thematische Seite von Medienkommunikationen spiegelt sich auch in den verschiedenen Formen der Textgestaltung, die sich im Verlauf der Mediengeschichte als Instrumente des journalistischen Themenmanagements herausgebildet haben, wie: Überschriften, Vorspann, Anreißermeldungen, Inhaltsverzeichnisse, Themenüberblicke, Teaser, Trailer und Stichworteinblendungen (vgl. Blum/Bucher 1998; Garcia 1993, Kp. 1, 2, 6; Bell 1991, 175–190). Mit der Beschreibung von Themenübernahmen in andere Kommunikationsbereiche, z. B. der politischen Kommunikation oder der Alltagskommunikation, leisten sprachwissenschaftliche Untersuchungen ei-

nen Beitrag zur Analyse der Entstehung öffentlicher Meinungen (vgl. Dijk 1991).

(5) Strategische Prinzipien und Informationspolitik:

Mit den Begriffen ‘Tendenz’, ‘Konsonanz’, ‘Kumulation’ und ‘Synchronisation’ haben makrosoziologische Medientheorien ein Repertoire von Ausdrücken entwickelt, mit denen dynamische Aspekte der Medienkommunikation und weiterreichende Zusammenhänge beschrieben werden sollen. Ungeklärt bleibt allerdings der Gegenstandsbereich, auf den diese Begriffe angewendet werden sollen, also das, was tendenziös und konsonant ist, was kumuliert und synchronisiert wird. Eine sprachhandlungstheoretische Betrachtungsweise der Medienkommunikation eröffnet die Möglichkeit, die genannten Begriffe als informationspolitische Strategien zu verstehen und sie auf Aspekte des journalistischen Handelns zurückzuführen (vgl. Bucher 1991, 37–42). So kann man die Kumulation als strategisches Verfahren deuten, bei dem gleichgerichtete journalistische Handlungen zur Erreichung eines bestimmten Informationszieles koordiniert werden, beispielsweise gleichgerichtete Kommentierungen, das Ausblenden alternativer Themenbereiche und Sichtweisen, oder die kontinuierliche Verwendung bestimmter sprachlicher Kennzeichnungen (vgl. Verschueren 1985). Strategische Analysen sind Verstehensanalysen, bei denen Zusammenhänge der Medienberichterstattung auf kommunikative oder informationspolitische Prinzipien zurückgeführt werden. In Bucher 1991 werden typische Berichterstattungsstrategien analysiert, die Tageszeitungen in gesellschaftlichen Konfliktfällen anwenden, um die eine oder die andere der Konfliktparteien zu unterstützen. Schröder (1995) hat die Berichterstattung der ältesten überlieferten Zeitungen aus dem Jahr 1609 an den journalistischen Prinzipien des Informierens gemessen und dabei gezeigt, daß ihre Berichterstattung nicht synchronisiert und konsonant ist, sondern den Lesern ein „Mosaik von Einzelnachrichten“ angeboten wird, das diese selbst zu einem kohärenten Bild der Ereignisse zusammensetzen müssen. Strategische Prinzipien lassen sich auch nutzen, um textsortenspezifische Aufbaumuster zu beschreiben. So ist das sogenannte ‘Prinzip der umgekehrten Pyramide’, demzufolge Informationen nach dem Grad ihrer abnehmenden Wichtigkeit angeordnet werden sollen, ein typisches Bauprinzip für berichtende Darstellungsformen. Das schreibstrategische Prinzip der finalen

Beitragskonzeption, das Prinzip der dosierten Informationsvermittlung oder das Prinzip der induktiven Darstellungsweise sind charakteristisch für Reportage und Feature (vgl. Bucher 1997; Häusermann 1993). In vielen Fällen wird eine prinzipienorientierte Beschreibung journalistischer Darstellungsformen deren Offenheit und flexible Gestaltung besser gerecht, als eine an Regeln ausgerichtete.

5. Anwendungsfelder der sprachwissenschaftlichen Medienanalyse

5.1. Medienkritik und Medienethik

Die sprachkritische Auseinandersetzung mit Presstexten kann als die älteste kontinuierlich betriebene Form der Medienanalyse angesehen werden. Als Klage über die sprachlichen Mängel von Zeitungstexten zieht sie sich seit dem Beginn der periodischen Presseberichterstattung im 17. Jh. bis heute durch die Mediengeschichte (als Überblick vgl. Müller 1991; für den Rundfunk: Eich 1960). Kennzeichen dieser Form der Sprachkritik ist einerseits ihre Fixierung auf den sprachlichen Ausdruck – Fremdwörter, Satzbau, Stil, Aussprache – und andererseits ihr normativer Charakter. Ohne daß die Grundlagen der Kritik geklärt sind, werden die sprachlichen Befunde als Beweisstücke für allgemeine gesellschaftliche oder kulturelle Tendenzbefunde – z. B. der wachsende Materialismus, die Bürokratisierung des Alltags – oder der Niedergang des ganzen Mediensystems herangezogen (exemplarisch: Kürnberger 1866 (1967), 145 ff.). Dementsprechend werden Stilistik-Lehrbücher mit fragwürdigen Reglementierungen als Heilmittel aufgeboten (vgl. Schneider 1984).

Die verschiedenen sprachwissenschaftlich orientierten Formen der Medienkritik (zur Übersicht vgl. Bucher 1991, 21–45), stehen zwar in der Tradition dieser vorwissenschaftlichen und eher feuilletonistischen Ansätze, beziehen ihr methodisches Rüstzeug aber aus verschiedenen Sprachtheorien.

Der älteste Zweig der sprachwissenschaftlichen Medienkritik geht zurück auf die sogenannte 'critical linguistics', eine Etikette, unter der sich Sprach- und Literaturwissenschaftler aus dem angelsächsischen Sprachraum zusammengefunden haben (zusammenfassende Darstellungen in: Fairclough 1995; Fowler/Hodge/Kress/Trew 1979; Kress 1983,

45; Fowler 1991, 1–10; Good 1985). Theoretische Basis der 'critical linguistics' sind die funktionale Sprachwissenschaft von Michael A. K. Halliday sowie einige Ideen der amerikanischen Soziolinguistik (vgl. dazu: Fowler 1987; Fowler 1991, 25–45). Vertreter der 'critical linguistics' sehen sich in einer Linie mit der Medienkritik der Glasgow University Media Group (dieselbe 1976, 1980) sowie der 'Cultural Studies' an der University of Birmingham (Hall u. a. 1980), kritisieren aber deren anekdotische und grobgerastete Sprachanalysen. Die Medienanalyse der 'kritischen Linguisten' beruht auf der Annahme, daß sich im journalistischen Sprachgebrauch Ideen, Weltanschauungen, Ideologien, Stereotype manifestieren und deshalb mit der Berichterstattung entsprechende Weltbilder konstruiert werden. Aufgabe der Medienkritik ist es deshalb, die in den Textstrukturen enthaltenen ideologischen Zeichen zu entschlüsseln. Die von den Vertretern der 'critical linguistics' dafür in Checklisten zusammengestellten Textmerkmale umfassen Verben und Verbformen (aktiv, passiv), Nominalisierungen, Modalverben, und -adverbien, Pronominalisierungen, Auslassungen, Umkehrungen und lexikalische Besonderheiten wie Wortfelder oder bestimmte Register (Fowler 1987; Good 1985, 19–46; Fowler 1991, 68–90). Die Analyse solcher ideologieträchtiger Textmerkmale ist geleitet von der funktionalen Frage, warum angesichts einer Vielfalt von Ausdrucksmöglichkeiten gerade eine bestimmte ausgewählt wurde. Um die Selektionsvorgänge und damit die ideologischen Muster eines Textes erkennbar zu machen, ist das Verfahren der 'critical linguistics' kontrastiv angelegt. Als Beispiele werden Berichterstattungen über gesellschaftliche Konflikte wie Streiks, Tarifauseinandersetzungen, Debatten über Atomwaffen und Atomenergie, ethnische Konflikte oder öffentliche Skandale herangezogen, bei denen die unterschiedlichen Meinungen und Sichtweisen deutlich polarisiert sind (Zur Kritik der kritischen Linguisten vgl. Bucher 1991, 26–29). Durch die Fixierung auf die Analyse sprachlicher Ausdrücke bleiben die kommunikativen, dynamischen und intertextuellen Aspekte der Medienkommunikation weitgehend ausgespart, ebenso Text-Bild-Zusammenhänge, Typografie und Layout, oder auch stilistische Textmerkmale.

Die diskursanalytische Medienkritik, begründet von Teun A. van Dijk (1988a, b und 1991) und aufgegriffen vom Duisburger Insti-

tut für Sprach- und Sozialforschung (DISS) um Siegfried Jäger (Jäger 1993) setzt gerade an diesen strukturellen Aspekten der Medienkommunikation an und entwickelt daraus einen Diskursbegriff (Jäger 1993, 138–229). Ihre Gemeinsamkeit mit den Vertretern der 'critical linguistics' ist die ideologiekritische Ausrichtung, wobei die Analyse rassistischer, fremdenfeindlicher Muster der Berichterstattung im Zentrum steht (Dijk 1991, 1–49, 224–254; 1993, 126/7; Wodak 1989; Wodak u. a. 1994). Die kritische Diskursanalyse unterscheidet sich aber von der 'critical linguistics' in bezug auf die berücksichtigten Analyse-Ebenen. Während die 'critical linguistics' die Diskriminierung auf der Ebene des sprachlichen Ausdrucks analysiert, beschreibt die diskursanalytische Medienkritik sie als komplexe soziale Praxis der Medienkommunikation, beispielsweise auf der Ebene der Selektion von Inhalten und Themen, der stilistischen Mittel, der Zitierungen, der Überschriften, der Strukturen der Beiträge und der Argumentationsmuster in kommentierenden Beiträgen (vgl. Dijk 1991, 50–223).

Als argumentative Grundlage hat die kommunikationsanalytische und handlungstheoretische Medienkritik das Gerüst einer intrinsischen journalistischen Ethik etabliert, die von den spezifischen journalistischen Zwecken und Aufgaben der Berichterstattung ausgeht (vgl. Muckenhaupt 1980; Bucher 1991, 7–18). Sie greift dafür auf die Prinzipienlehre von Paul Grice zurück, der für den „maximal effektiven Informationsaustausch“ (Grice 1979, 50) neben einem übergeordneten Kooperationsprinzip vier Kommunikationsmaximen als konstitutiv vorschlägt: die Maxime der Wahrheit und Wahrhaftigkeit, die Maxime der Relevanz, die Maxime der Informativität und die Maxime der Verständlichkeit und Klarheit (vgl. dazu auch: Straßner 1982, 49–96; Bucher 1986, 71–74; Muckenhaupt 1986, 275–282). Eine Klärung dieser Maximen für die Medienberichterstattung erfolgt nach dem sogenannten dialogischen Verfahren: Anstatt normativ festzulegen was als verständlich, informativ, relevant und wahr gilt, werden Kommunikationsverläufe untersucht, in denen Probleme der Relevanz, der Informativität, der Wahrheit und Verständlichkeit behandelt werden. Paradigmatisch für eine solche kommunikative Klärung journalistischer Maximen sind Leserbriefe untersucht worden (Bucher 1986, 142–207), Gespräche über Nachrichtensendungen (Muckenhaupt 1986, 305–314) sowie öffent-

liche Mediendebatten (Bucher 1991). Ihre kritische Aufgabe sieht die kommunikationsanalytische Medienforschung in der Rekonstruktion informationspolitischer Zusammenhänge beziehungsweise der kommunikativen Verfahren, mit denen Medienrealitäten aufgebaut werden. Empirische Analysen dieser Form der Medienkritik liegen vor für die Informationsqualität privatrechtlicher Hörfunkprogramme (Bucher 1990; 1995), die Verständlichkeit von Fernsehnachrichten (Muckenhaupt 1986; Straßner 1982), Strategien der Krisenkommunikation in Tageszeitungen (Bucher 1991; 1992), den Wandel der Mediensprache im Nachkriegsdeutschland (Straßner 1991; 1994b).

5.2. Analysen von Mediendialogen

Bei der Analyse von Gesprächen in den Medien ist die Beschränktheit einer inhaltsanalytischen Verfahrensweise besonders offensichtlich. So hängt der Eindruck, den ein Politiker in einem Fernsehinterview hinterläßt, der Unterhaltungswert einer Talk-Show, oder der Informationswert eines Expertenhearings eben nicht nur davon ab, was von den Beteiligten gesagt wird und welche Themen behandelt werden, sondern ganz entscheidend auch davon, wie etwas gesagt wird, wie die Teilnehmer kommunikativ agieren (vgl. Heritage/Clayman/Zimmerman 1988, 77–81). Vielfach sind sogar die Inhalte einer Kommunikation gar nicht erkennbar, ohne daß man deren Dialogstrukturen aufdeckt. Das gilt beispielsweise für Interviews mit sogenannten geladenen Fragen, bei denen das, was von den Beteiligten gesagt wird, erst aus den Interviewäußerungen herausinterpretiert werden muß (Bucher 1993). Es gibt auch Fälle, bei denen erst eine Analyse des Kommunikationsverlaufs eine Erklärung liefert für die inhaltliche und informatorische Dürftigkeit einer Sendung, wie es für sogenannte Confrontation-Sendungen gezeigt wurde (vgl. Holly/Schwitalla 1995). Die traditionelle Kommunikationswissenschaft hat für dialogische Sendeformen bislang kein adäquates Analyseinstrument entwickelt. Insofern hat die sprachwissenschaftliche Medienforschung mit der Analyse von Dialogen in den Medien einen eigenständigen und neuartigen Beitrag zur empirischen Medienforschung geleistet.

Im Mittelpunkt der sprachwissenschaftlichen Erforschung von Mediendialogen steht das kommunikative Handeln der Gesprächspartner in den verschiedenen dialogischen Sendeformen von Hörfunk und Fernsehen

wie Medieninterviews, Expertenhearings, Diskussionsrunden, Talk-Shows, Streitgespräche. Untersucht werden vor allem zwei Aspekte: einmal die Kommunikationsstrukturen, die bestimmte Dialogtypen konstituieren, und zweitens das strategische Handeln der Akteure unter den medienspezifischen Kommunikationsbedingungen. Eine einheitliche Theorie der Mediendialoge liegt allerdings bislang nicht vor. Zwar greifen die meisten Studien auf das Analyseinstrumentarium der ethnomethodologischen Konversationsanalyse zurück (z. B. Greatbatch 1985; 1992; Heritage 1985; Heritage u. a. 1988; Linke 1985; Heritage/Roth 1995; Schegloff 1988/89; Clayman/Whalen 1988/89; Holly 1993a). Es werden aber auch theoretische und methodische Anleihen gemacht bei handlungstheoretischen Ansätzen der linguistischen Dialoganalyse (Holly/Kühn/Püschel 1986; Bucher 1994; Holly/Schwitalla 1995), verschiedenen Dialogspieltheorien (Blum-Kulka 1983; Bucher 1993) oder der pragmalinguistischen Diskursanalyse (Blum-Kulka 1983; Dieckmann 1985; Rehbock 1985).

(1) *Medienspezifische Dialogstrukturen:*

Der hohe Organisationsgrad macht Mediendialoge zu Paradefällen für eine Analyse des Zusammenhangs von Dialogstrukturen und institutionellen Bedingungen. Zwar haben viele mediale Kommunikationsformen ein verwandtes Pendant in der Alltagskommunikation. Sie weisen aber „strukturelle Verschiebungen“ (Holly/Kühn/Püschel 1986, 46) oder „institutionalized reductions and specialisations“ (Heritage/Greatbatch 1991, 96) auf, die ihnen eine „eigene Wirklichkeit“ (Burger 1991, 410–422) verleihen, die man als ‚Fingerabdruck‘ der Institutionen Fernsehen oder Hörfunk deuten kann. Die herausgearbeiteten Besonderheiten von Mediendialogen gegenüber Alltagsdialogen oder Dialogen in anderen Institutionen lassen sich in folgenden drei Punkten zusammenfassen:

(a) Vertreter der ethnomethodologischen Konversationsanalyse haben gezeigt, daß die *Verteilung des Rederechts* und der *Sprecherwechsel* in Mediengesprächen in typischer Weise stärker reglementiert ist, als in Alltagskommunikationen (vgl. Greatbatch 1988; Heritage/Greatbatch 1991, 97–106). So ist das Recht, Fragen zu stellen, das Gespräch zu eröffnen und zu beenden oder das Rederecht zu verteilen an die Rolle des Interviewers gekoppelt, dem Interviewten dagegen sind Äußerungsformen vorbehalten, die als Antworten gelten können. Interviewer enthalten sich zustimmender oder skeptischer Hörsignale („mmh“), um ihre Neutralitäts-

verpflichtung nicht zu verletzen. Stellt der Interviewer Behauptungen auf, dann zählen diese als Fragevorbereitungen, denen der Interviewte erst widersprechen darf, wenn die eigentliche Frage gestellt ist. Abweichungen vom Standard-Format werden durch bestimmte Reparaturmaßnahmen aufgefangen (Heritage 1985; Greatbatch 1992). Diese mikrostrukturellen Besonderheiten von Mediendialogen lassen sich auf deren Makrostrukturen zurückführen. Mediendialoge sind Spielarten der öffentlichen Berichterstattung und insofern einer Neutralitätsverpflichtung unterworfen, deren Einhaltung durch die Reglementierung des Rederechts garantiert werden soll. Die Gesprächsaufgaben des Interviewers entsprechen seiner medialen Rolle als Katalysator eines dialogischen Informationsvorganges, dessen Adressat nicht er, sondern die Zuhörer und Zuschauer sind (vgl. Heritage 1985).

(b) Mediendialoge sind Dialoge, die für und vor einem Publikum geführt werden („overhearing audience“, Heritage 1985). Für die Dialogteilnehmer entsteht dadurch ein komplexes Adressierungsproblem: Sie müssen nicht nur ihre jeweiligen Gesprächspartner in der Sendung berücksichtigen, sondern als Adressaten auch die Zuhörer/Zuschauer und bei Studiosendungen auch ein anwesendes Studiopublikum. Explizite illokutionäre Indizien für diese Mehrfachadressierung sind bestimmte Handlungen, die aus dem ersten Kommunikationskreis an die Teilnehmer des zweiten Kommunikationskreises gerichtet sind. Implizit zeigt sich die Mehrfachadressierung einerseits in der anwaltschaftlichen Gesprächsführung der Journalisten (vgl. Heritage 1985), andererseits in den Bestrebungen der Interviewten, mehrere kommunikative Ziele gleichzeitig zu verfolgen, z. B. bei den Zuschauern für die eigene Partei zu werben und innerhalb der Studiorunde mit dem politischen Gegner zu diskutieren (vgl. Dieckmann 1985; Holly/Kühn/Püschel 1986). Neben den sprachlichen Möglichkeiten sind im Fernsehen auch die nonverbalen Kontaktierungen wie Blickkontakte, Kopfwendung, Körperdrehungen strategische Mittel zur Lösung der komplexen Adressierungsaufgabe (Petter-Zimmer 1990, 75–128).

(c) Aus der komplexen Kommunikationskonstellation folgt, daß Mediengespräche unter ganz unterschiedlichen, gleichzeitig gegebenen Wissenskonstellationen geführt werden. Da sich das Studio- oder Saalpublikum, die Zuschauer oder Zuhörer und die Gesprächspartner auch in ihren jeweiligen Wissensbeständen unterscheiden, kann dieselbe Äußerung auch jeweils verschieden verstanden werden (vgl. dazu Bucher 1994, 485). Für eine ganze Reihe von Talk-Shows und unterhaltenden Politikmagazinen ist es geradezu konstitutiv, daß sie auf ein aktuelles Themen- und Nachrichtenwissen des Publikums und der Zuschauer setzen: Ihr Unterhaltungswert beruht darauf, daß das Publikum die Anspielungen und Gags des Talkmasters oder des Moderators auf der Grundlage dieses vorausgesetzten Wissens verstehen (zu Talk-Show-Dialogen vgl. Mühlen 1985; Brinker 1988; Faber 1994).

(2) *Dialogstrategien und Kommunikationsdynamik:*

Ein zweiter Schwerpunkt der dialoganalytischen Medienforschung ist die Untersuchung strategischer Muster. Untersucht werden Fragestrategien der Moderatoren und Journalisten (Blum-Kulka 1983; Jucker 1986; Bucher 1993; Holly 1993a; Greatbatch 1992), Beantwortungs- und Entgegnungsstrategien (Harris 1991; Holly/Kühn/Püschel 1986) sowie Dialogsteuerungsstrategien, mit denen Konfrontationen aufgefangen und Eskalationen abgebaut werden (Greatbatch 1992; Schegloff 1988/89). Mediengespräche werden nämlich von Teilnehmern in auffälliger Weise unter strategischen Gesichtspunkten geführt. Einerseits begünstigt der Öffentlichkeitscharakter der Medienkommunikation weiterreichende Kommunikationsziele wie Imagepflege und Parteiwerbung. Andererseits erschwert er dies durch verschiedene Kommunikationsdilemmata: das Festlegungsdilemma (a), das Konkurrenz-Kooperations-Dilemma (b) und das Prinzipien-Dilemma (c).

(a) Während der Journalist oder ein Dialogkontrahent das Ziel verfolgen können, den Politiker oder Prominenten zu Äußerungen mit möglichst weitreichenden Festlegungen zu bewegen, wollen diese natürlich gerade verhindern, durch Festlegungen den künftigen Handlungsspielraum einzuzugrenzen. Journalisten versuchen diesen Interessenskonflikt mit sogenannten „geladenen Fragen“ aufzulösen (vgl. Bucher 1993), die den Interviewten zwingen auf entsprechende Fragevoraussetzungen einzugehen. Die Befragten kontern mit entsprechenden Ausweichstrategien, wie thematischen Verschiebungen, die Frage „vergessen“, oder offenen Antwortverweigerungen, um unangenehme Festlegungen zu entgehen (vgl. Harris 1991).

(b) Mediendialoge sind oft kompetitiver Art, da die Dialogpartner unterschiedliche und konfligierende Kommunikationsziele verfolgen. So kann es das Interesse des Journalisten oder Moderators sein, den Gesprächspartner zu möglichst zugespitzten Stellungnahmen oder zur Preisgabe von privaten Informationen zu bringen, während diesem mehr an seiner Selbstdarstellung und der kontrollierten Informationspreisgabe gelegen ist (allg. zu Rollenkonflikten des Moderators vgl. Burger 1991, 276–306). Jucker (1986) und Clayman (1988) haben auf diesem Hintergrund typische Deeskalationsstrategien beschrieben. Es ist verschiedentlich gezeigt worden, wie Mediendialoge schrittweise eskalieren können, wie sich ein Interview zum Streitgespräch wandelt, ohne daß dadurch allerdings der etablierte Rahmen eines Medien-Dialogs zusammenbrechen muß (vgl. Clayman/Whalen 1988–89; Schegloff 1988–89; Holly 1993a). Beantwortet ein Interviewpartner eine Frage nicht zufriedenstellend, so kön-

nen Journalisten mit umformulierten Fragen nachhaken (vgl. dazu Clayman 1993) oder sogenannte „checking questions“ als höfliche Formen des Insistierens einsetzen (Bucher 1994, 487). Generell läßt sich dialoganalytisch zeigen, daß journalistische Neutralität keine extrinsische Eigenschaft eines Medienbeitrags oder eines Journalisten ist, sondern „neutrality is an interactionally organized phenomenon, something that parties to an interview ‘do together’“ (Clayman 1992, 194).

(c) Aufgrund des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags, privat-kommerziellen Interessen, den Zielsetzungen einer Sendung, den Kommunikationszielen der Beteiligten und den Erwartungen der Zuschauer und Zuhörer können bei der kritischen Beurteilung einer Sendung ganz unterschiedliche normative Vorgaben und kommunikative Prinzipien ins Spiel gebracht werden. So könnte ein Journalist die Neutralitätsmaxime durch Verzicht auf Bewertung der Interviewantworten und auf eigene Stellungnahmen wahren, damit gleichzeitig aber einen wenig unterhaltenden Gesprächsverlauf begünstigen. Das Experimentieren mit Sendeformen mit größeren Konfrontationsanteilen oder emotionalisierten Gesprächspassagen sind als Versuche zu sehen, dieses Prinzipien-Dilemma aufzulösen. Obwohl bislang noch keine medienhistorischen Untersuchungen zu Dialogsendungen auf einer breiten Materialbasis vorliegen, gibt es Indizien, daß mit der Kommerzialisierung des Mediensystems eine Zunahme konfrontativer Dialogverläufe und Sendekonzepte einhergeht (vgl. Schwitalla 1986, 269–273; Barth 1998).

6. Literatur

- Alston, William P., *Philosophy of language*. Englewood Cliffs 1964.
- Autorenkollektiv der Sektion Journalistik (Hrsg.), *Einführung in die journalistische Methodik*. Leipzig 1985.
- Barth, Christof, *Politischer Fernsehdialog zwischen Information und Unterhaltung. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Interviews in ZAK*. In: *Fernsehforschung in Deutschland. Themen, Akteure, Methoden*. Hrsg. von Walter Klingler/Gunnar Roters/Oliver Zöllner, Baden-Baden 1998.
- Bell, Alan, *The language of news media*. Oxford 1991.
- Benckiser, Nikolas, *Zeitungssprache*. In: *HdP* 3.2, 1969, 166–177.
- Bennett, Lauce W./Murray, Edelman, *Towards a new political narrative*. In: *JC* 35. 4, 1985, 156–171.
- Biere, Bernd U., *Zur Konstitution von Pressetexten*. In: *Sprache in den Medien nach 1945*. Hrsg. v. Bernd U. Biere/Helmut Henne. Tübingen 1993, 56–86.
- Blum, Joachim/Hans-Jürgen Bucher, *Die Zeitung: ein Multimediale. Textdesign – Ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik*, Konstanz 1998.

- Blum-Kulka, Shoshara, The dynamics of political interviews. In: *Text* 3, 1983, 131–153.
- Böttger, Wolfgang, Der journalistische Beitrag als Text. In: *TuP* 6, 1986, 388–392.
- Brettschneider, Jürgen/Hildegard Morgenstern, Stilfragen des Porträts und des Feuilletons. Lehrheft zum journalistischen Sprachgebrauch. Leipzig 1989.
- Brinker, Klaus, Thematische Muster und ihre Realisierung in Talkshowgesprächen. In: *ZGL* 16, 1988, 26–45.
- Bucher, Hans-Jürgen, Pressekommunikation. Grundstrukturen einer Form der öffentlichen Kommunikation aus linguistischer Sicht. Tübingen 1986.
- , Zeitungen und Leser im Dialog. Ein Beitrag zur kommunikativen Analyse von Presstexten. In: *Dialoganalyse II*, 1. Hrsg. v. Edda Weigand/Franz Hundsnurscher. Tübingen 1989, 287–303.
- , Pressekritik und Informationspolitik. Zur Theorie und Praxis einer linguistischen Medienkritik. In: *Mediensprache – Medienkommunikation – Medienkritik*. Hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher/Erich Straßner. Tübingen 1991, 3–109.
- , Informationspolitik in der Presseberichterstattung. Kommunikationsstrategien bei der Darstellung gesellschaftlicher Konflikte. In: *Medienkultur – Kulturkonflikt. Massenmedien in der interkulturellen und internationalen Kommunikation*. Hrsg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich. Opladen 1992, 259–289.
- , Geladene Fragen. Zur Dialogdynamik in Fernsehinterviews mit Politikern. In: *Dialoganalyse IV*, 2. Hrsg. v. Heinrich Löffler. Tübingen 1993, 97–107.
- , Dialoganalyse und Medienkommunikation. In: *Handbuch der Dialoganalyse*. Hrsg. v. Gerd Fritz/Franz Hundsnurscher. Tübingen 1994, 471–491.
- , Von der Inhaltsanalyse zur Programmstrukturanalyse. Am Beispiel regionaler privatrechtlicher Hörfunkprogramme in Baden-Württemberg und Rheinland Pfalz. In: *Radiotrends. Formate, Konzepte, Analysen*. Hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher/Walter Klingler/Christian Schröter. Baden-Baden 1995, 85–102.
- , Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium. In: *Textstrukturen im Medienwandel*. Hrsg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich/Werner Holly/Ulrich Püschel. Frankfurt a. M. u. a. 1996, 31–59.
- , Sprache im Journalismus. Texten, Textdesign und Textoptimierung. Opladen 1999.
- Bucher, Hans-Jürgen/Christof Barth, Rezeptionsmuster der Onelinekommunikation. Empirische Studie zur Nutzung der Internetangebote von Rundfunkanstalten und Zeitungen. In: *MP* 10, 1998, 517–523.
- Bucher, Hans-Jürgen/Gerd Fritz, Sprachtheorie, Kommunikationsanalyse, Inhaltsanalyse. In: *Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen*. Hrsg. v. Baacke, Dieter/Hans-Dieter Kübler. Tübingen 1989, 135–160.
- Bucher, Hans-Jürgen/Christian Schröter, Privatrechtliche Hörfunkprogramme zwischen Kommerzialisierung und publizistischem Anspruch. Eine Programm- und Informationsanalyse für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In: *MP* 8, 1990, 517–540.
- Burger, Harald, Sprache der Massenmedien. Eine Einführung. Berlin/New York ²1990.
- , Das Gespräch in den Massenmedien. Berlin/New York 1991.
- Clayman, Steven E., From talk to text: newspaper accounts of reporter-source interaction. In: *MCS* 12, 1990, 79–103.
- , News interview openings: aspects of sequential organization. In: *Broadcast talk*. Hrsg. v. Paddy Scannell. London/Newbury Park/New Delhi 1991, 48–75.
- , Footing in the achievement of neutrality: the case of news-interview discourse. In: *Talk at work: interaction in institutional settings*. Hrsg. v. Paul Drew/John Heritage. Cambridge 1992, 163–198.
- , Reformulating the question: A device for answering/not answering questions in news interviews and press conferences. In: *Text* 13, 1993, 159–188.
- Clayman, Steven E./Jack Whalen, When the medium becomes the message: The case of the Rather-Bush encounter. In: *RLSI* 22, 1988–89, 241–272.
- Connell, Ian/Adam Mills, Text, discourse and mass communication. In: *Discourse and communication*. Hrsg. v. Teun A. van Dijk. Berlin/New York, 1985, 26–43.
- DeKnop, Sabine, Metaphorische Komposita in Zeitungsüberschriften. Tübingen 1987.
- Demske-Neumann, Ulrike, Bestandsaufnahme zum Untersuchungsbereich 'Syntax'. In: *Die Sprache der ersten deutschen Wochenzeitungen im 17. Jh.* Hrsg. v. Gerd Fritz/Erich Straßner. Tübingen 1996, 70–125.
- Dieckmann, Walther, Wie redet man „zum Fenster hinaus“? Zur Realisierung des Adressatenbezugs in öffentlich-dialogischer Kommunikation am Beispiel eines Redebeitrags Brandts. In: *Gesprächsforschung im Vergleich. Analysen zur Bonner Runde nach der Hessenwahl 1982*. Hrsg. v. Wolfgang Scharowski. Tübingen 1985, 54–76.
- Dijk, Teun A. van, Discourse analysis: Its development and application to the structure of news. In: *JC* 2, 1983, 20–43.
- , News analysis. Case studies of international and national news in the press. Hillsdale, NJ 1988.
- , News as discourse. Hillsdale, NJ 1988.
- , Racism and the press. London/New York 1991.
- Drew, Paul/John Heritage (Hrsg.), Analyzing talk at work: an introduction. In: *Talk at work: interaction in institutional settings*. 1992, 3–65.

- (Hrsg.), *Talk at work: interaction in institutional settings*. Cambridge 1992.
- , Eich, Hans, *Zeitungssprache und Zeitungsdeutsch. Ein Beitrag zur Klärung der Begriffe*. In: *Mu* 1959, 289–299.
- Eldridge, John (Hrsg.), *Getting the message. News, truth and power*, Glasgow University Media Group. London/New York 1993.
- Faber, Marlene, 'Small Talk' als mediale Inszenierung. In: *ZfG* 3, 1994, 591–602.
- Fairclough, Norman, *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London/New York 1995.
- Fishman, Mark, *Manufacturing the news*. Austin/London 1980.
- Fluck, Hans-R., *Hörfunknachrichten und ihre Vermittlung*. In: *Mu* 3, 1989, 249–264.
- , *Zur Entwicklung von Rundfunk und Rundfunksprache in der Bundesrepublik Deutschland nach 1945*. In: *Sprache in den Medien nach 1945*. Hrsg. v. Bernd U. Biere/Helmut Henne. Tübingen 1993, 87–107.
- Fowler, Roger, *Notes on critical linguistics*. In: *Language topics. Essays in honour of Michael Halliday*. Hrsg. v. Ross Steele/Terry Threadgold. Amsterdam/Philadelphia 1987, 481–492.
- , *Language in the news. Discourse and ideology in the press*. London/New York 1991.
- Fowler, Roger/Gunther Kress, *Critical linguistics*. In: *Language and control*. Hrsg. v. Roger Fowler/Bob Hodge/Gunther Kress/Tony Trew. London 1979, 185–213.
- Fritz, Gerd, *Kohärenz. Grundfragen der linguistischen Kommunikationsanalyse*. Tübingen 1980.
- , *Deutsche Modalverben um 1609. Epistemische Verwendungsweisen. Ein Beitrag zur Bedeutungsgeschichte der Modalverben im Deutschen*. In: *PBB* 113, 1991, 28–52.
- , *Kommunikative Aufgaben und grammatische Mittel. Beobachtungen zur Sprache der ersten deutschen Zeitungen im 17. Jh.* In: *SUL* 71, 1993, 34–52.
- , *Formale Dialogspieltheorien*. In: *Handbuch der Dialoganalyse*. Hrsg. v. Gerd Fritz/Franz Hundsnurscher. Tübingen 1994, 131–152.
- Fritz, Gerd/Erich Straßner (Hrsg.), *Die Sprache der ersten deutschen Wochenzeitungen im 17. Jh.* Tübingen 1996.
- Früh, Werner, *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. München ³1991.
- , *Realitätsvermittlung durch Massenmedien. Die permanente Transformation der Wirklichkeit*. Opladen 1994.
- Früh, Werner/Klaus Schönbach, *Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen*. In: *Publizistik* 27, 1982, 74–88.
- Garcia, Mario, *Contemporary newspaper design*. Englewood Cliffs, NJ, ³1993.
- Gassaway, Bob M., *The social construction of journalistic reality*. Ann Arbor 1984.
- Geis, Michael, L., *The language of politics*. New York 1987.
- Glasgow University Media Group, *Bad News*. London 1976.
- , *More Bad News*. London 1980.
- Glöning, Thomas, *Bestandsaufnahme zum Untersuchungsbereich „Wortschatz“*. In: *Die Sprache der ersten deutschen Wochenzeitungen im 17. Jh.* Hrsg. v. Gerd Fritz/Erich Strassner. Tübingen 1996, 141–195.
- Goffman, Erving, *Forms of talk*. Philadelphia 1981.
- Good, Colin, *Presse und soziale Wirklichkeit. Ein Beitrag zur 'kritischen Sprachwissenschaft'*. Düsseldorf 1985.
- Greatbatch, David, *The social organisation of news interview interaction*. Diss. The University of Warwick 1985.
- , *The turn-taking system in British news interviews*. In: *LS* 17, 1988, 401–430.
- , *On the management of disagreement between news interviewees*. In: *Talk at work: interaction in institutional settings*. Hrsg. v. Paul Drew/John Heritage. Cambridge 1992, 268–301.
- Grice, Paul, *Logic and conversation*. In: *Syntax and semantics* 3, 1975, 41–58 (dt.: *Logik und Konversation*. In: *Handlung, Kommunikation, Bedeutung*. Hrsg. v. Georg Meggle, Frankfurt 1979, 243–265).
- Groth, Otto, *Die unerkannte Kulturmacht. Grundlagen der Zeitungswissenschaft, Bd. 1: Das Wesen des Werkes*. Berlin 1966.
- Hall, Stuart et. al, *Culture, media, language*. London 1980.
- Harris, Sandra, *Evasive action: how politicians respond to questions in political interviews*. In: *Broadcast talk*. Hrsg. v. Paddy Scannell. London/Newbury Park/New Delhi 1991, 76–99.
- Hartley, John, *Understanding news*. London/New York 1982.
- Harweg, Roland, *Textologische Analyse einer Zeitungsnachricht*. In: *Replik* 1/2, 1968a, 8–12.
- , *Die Rundfunknachrichten. Versuch einer text-typologischen Einordnung*. In: *Poetica* 2, 1968b, 1–14.
- Häusermann, Jürg, *Journalistisches Texten. Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren*. Frankfurt a. M./Aarau 1993.
- Herbig, Albert/Barbara Sandig, 'Das kann doch nur ein Witz sein!' *Argumentieren, Bewerten und Emotionalisieren im Rahmen persuasiver Strategien*. In: *Überredung in der Presse. Texte, Strategie*

- gien, Analysen. Hrsg. v. Markku Moilanen/Liisa Tiittula. Berlin/New York 1994, 58–95.
- Heritage, John, Analyzing news interviews: Aspects of the production of talk for an overhearing audience. In: *Handbook of discourse analysis*, Bd. 3: *Discourse and dialogue*. Hrsg. v. Teun van Dijk. London 1985, 95–117.
- Heritage, John/Steven Clayman/Don H. Zimmerman, The Micro-Structure of Mass Media Message. In: *Advancing communication science: merging mass and interpersonal processes*. Hrsg. v. Robert Hawkins/John M. Wiemann/Suzanne Pingree. Newbury Park CA 1988, 77–109.
- Heritage, John/David Greatbatch, On the institutional character of institutional talk. In: *Talk and social structure. Studies in Ethnomethodology and Conversation Analysis*. Hrsg. v. Deirdre Boden/Don H. Zimmerman. Cambridge/Oxford 1991, 93–137.
- Heritage, John/Andrew L. Roth: Grammar and institution: Questions and Questioning in the broadcast news interview. In: *RLSI 28*, 1995, 1–60.
- Herman, Edward S./Noam Chomsky, Manufacturing consent. The political economy of the mass media. New York 1988.
- Holly, Werner, Die Samstagabend-Fernsehshow. Zu ihrer Medienspezifik und ihrer Sprache. In: *Mu 102*, 1992, 15–36.
- , Zur Inszenierung von Konfrontation in politischen Fernsehinterviews. In: *Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien*. Hrsg. v. Adi Grewenig. Opladen 1993a, 164–197.
- , Secondary orality in the electronic media, In: *Aspects of oral communication*. Hrsg. v. Uta Quasthoff. Berlin/New York 1993b, 340–363.
- Holly, Werner/Peter Kühn/Ulrich Püschel: Politische Fernsehdiskussionen. Zur medienspezifischen Inszenierung von Propaganda als Diskussion. Tübingen 1986.
- (Hrsg.), Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989.
- Holly, Werner/Ulrich Püschel, Sprache und Fernsehen in der Bundesrepublik. In: *Sprache in den Medien nach 1945*. Hrsg. v. Bernd U. Biere/Helmut Henne. Tübingen 1993, 128–157.
- (Hrsg.), Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen 1993.
- Holly, Werner/Johannes Schwitalla, Explosiv – der heiße Stuhl. Streitkultur im kommerziellen Fernsehen. In: *Kulturinszenierungen*. Hrsg. v. Stefan Müller-Dohm/Klaus Neumann-Braun. Frankfurt a. M. 1995, 59–88.
- Hoppenkamps, Hermann, Information oder Manipulation? Untersuchungen zur Zeitungsberichterstattung über eine Debatte des Deutschen Bundestages. Tübingen 1977.
- Hutchby, Ian, The organization of talk on talk radio. In: *Broadcast talk*. Hrsg. v. Paddy Scannel. London/Newbury Park 1991, 119–137.
- Huth, Lutz/Michael Krzeminski, Zuschauerpost – ein Folgeproblem massenmedialer Kommunikation. Tübingen 1981.
- Jäger, Siegfried, Die Einleitungen indirekter Reden in der Zeitungssprache und in anderen Texten der deutschen Gegenwartssprache. Ein Diskussionsbeitrag. In: *Mu 68*, 1968, 236–256.
- , *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*, Duisburg 1993.
- Jäger, Siegfried/Jürgen Link (Hrsg.), *Die Vierte Gewalt. Rassismus in den Medien*. Duisburg 1993.
- Jucker, Andreas, News interviews. A pragmalinguistic analysis. Amsterdam/Philadelphia 1986.
- Klein, Josef, Sprache, Diskurs und ethnische Vorurteil. Linguistische Analyse und einige Vorschläge für den Deutschunterricht. In: *SUL 1*, 1994, 91–108.
- Kniffka, Hannes, Soziolinguistik und empirische Textanalyse. Schlagzeilen und Leadformulierungen in amerikanischen Tageszeitungen. Tübingen 1980.
- Kress, Gunther, Linguistic processes and the mediation of 'reality': The politics of newspaper language. In: *ISL 40*, 1983, 43–57.
- , Ideological structures of discourse. In: *HdA 4*. London 1985, 27–42.
- , Language in the media: the construction of the domains of public and private. In: *MCS 8*, 1986, 395–419.
- Krippendorff, Klaus, *Content Analysis. An introduction to its methodology*, Beverly Hills/London 1980.
- Rolf Küffner, Nachrichtensprache – eine Fachsprache mehr. In: *Fachsprache 1*, 1982, 71–82.
- Kunelius, Risto, Order and interpretation: A narrative perspective on journalistic discourse. In: *EJC 9*, 1994, 249–270.
- Kürnberger, Ferdinand, Sprache und Zeitung. In: *Feuilletons. Ausgewählt v. Karl Riha*. Frankfurt a. M. 1967, 141–178.
- Kurz, Josef, *Die Redewiedergabe. Methoden und Möglichkeiten*. Leipzig 1966.
- Lätzer, Rüdiger, Persuasionsstrategien im Wandel. Wertewandel und Textstrukturen in Kommentaren der DDR-Presse zur Zeit der 'Wende'. In: *Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen*. Hrsg. v. Markku Moilanen/Liisa Tiittula. Berlin/New York 1994, 121–147.
- Leitner, Gerhard, Gesprächsanalyse und Rundfunkkommunikation. Die Struktur englischer phone-ins. Hildesheim/Zürich/New York 1983.
- Linke, Angelika, *Gespräche im Fernsehen. Eine diskursanalytische Untersuchung*. Bern/Frankfurt a. M. 1985.

- Ludes, Peter, Vom neuen Stichwortgeber zum überforderten Welterklärer und Synchron-Regisseur. Nachrichtensendungen. In: Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Hrsg. v. Helmut Kreuzer/Christian W. Thomsen. München 1994, 17–90.
- Lüger, Heinz-Helmut, Pressesprache. Tübingen 21995.
- Luhmann, Niklas, Die Realität der Massenmedien. Opladen 1995.
- Lutz, Benedikt/Ruth Wodak, Information für Informierte. Linguistische Studien zu Verständlichkeit und Verstehen in Hörfunknachrichten. Wien 1987.
- McCombs, Maxwell/E. Donald, L. Shaw, The agenda-setting function of mass media. In: POQ 36, 1972, 176–187.
- Merten, Klaus, Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen 21995.
- Merten, Klaus/Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.), Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994.
- Michaelis, Werner, Textgliederung und journalistischer Sprachgebrauch. In: TuP 5, 1985, 317–320.
- Miller, David, The Northern Ireland Information Service and the media: aims, strategy, tactics. In: Getting the message. News, truth and power. Hrsg. v. Glasgow Media Group. London/New York 1993, 73–103.
- Muckenhaupt, Manfred, Der Ärger mit Wörtern und Bildern. Probleme der Verständlichkeit und des Zusammenhangs von Text und Bild. In: Kodikas/Code 2, 1980, 187–209.
- , Verstehen und Verständlichkeit. Vorschläge zu einer kommunikativen Analyse der Verständlichkeit und des Zusammenhangs von Text und Bild. In: Kodikas/Code 3, 1981, 40–81.
- , Text und Bild. Grundfragen der Beschreibung von Text-Bild-Kommunikationen aus sprachwissenschaftlicher Sicht. Tübingen 1986.
- , Sprachanalyse und Sprachlehre als Bestandteil der Journalistenausbildung. In: Zwischenbilanz der Journalistenausbildung. Hrsg. v. Jürgen Wilke. München 1987, 167–191.
- , Von der Tagesschau zur Infoshow. Sprachliche und journalistische Tendenzen in der Geschichte der Fernsehnachrichten. In: Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache. Hrsg. v. Hans Jürgen Heringer/Gunhild Samson/Michel Kauffmann/Wolfgang Bader. Tübingen 1994, 81–120.
- Mühlen, Ulrike, Talk as Show – Eine linguistische Untersuchung der Gesprächsführung in den Talkshows des deutschen Fernsehens. Frankfurt a. M. 1985.
- Müller, Gerhard, Zeitungsdeutsch = schlechtes Deutsch? Bemerkungen zur Sprache der Presse. In: Mu 101, 1991, 218–242.
- Öhlschläger, Günther, Behaupten mit und ohne Vorbehalt. Linguistische Beobachtungen zur Berichterstattung in deutschen Tageszeitungen. In: Sprachgeschichte und Sprachkritik, Festschrift für Peter von Polenz zum 65. Geburtstag. Hrsg. v. Hans Jürgen Heringer/Georg Stötzel. Berlin/New York 1993, 248–265.
- Petter-Zimmer, Yvonne, Politische Fernsehdiskussionen und ihre Adressaten. Tübingen 1990.
- Philo, Greg, Getting the message: audience research in the Glasgow University Media Group. In: Getting the message. News, truth and power, Glasgow University Media Group. Hrsg. v. John Eldridge. London/New York 1993, 253–270.
- Pietilä, Veikko, Beyond the news story: News als discursive composition. In: EJC 7, 1992, 37–67.
- Püschel, Ulrich, Journalistische Textsorten im 19. Jh. In: Das 19. Jh. Sprachgeschichtliche Wurzeln des heutigen Deutsch. Hrsg. v. Rainer Wimmer. Berlin/New York 1991, 428–447.
- , Von der Pyramide zum Cluster. Textsorten und Textsortenmischung in Fernsehnachrichten. In: Medienkultur – Kulturkonflikt. Massenmedien in der interkulturellen und internationalen Kommunikation. Hrsg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich. Opladen 1992, 233–258.
- , „du mußt gucken, nicht so viel reden“ – Verbale Aktivitäten bei der Fernsehrezeption. In: Medienrezeption als Aneignung. Hrsg. v. Werner Holly/Ulrich Püschel. Opladen 1993, 115–135.
- , Raisonement und Schulrhetorik im öffentlichen Diskurs. Zum Zeitungsdeutsch vor der Märzrevolution 1948. In: Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Hrsg. v. Markku Moilanen/Liisa Tiittula. Berlin/New York 1994, 163–174.
- Ramge, Hans, Auf der Suche nach der Evaluation in Zeitungskommentaren. In: Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Hrsg. v. Markku Moilanen/Liisa Tiittula. Berlin/New York 1994a, 101–120.
- , Zur Funktion von Modalverben in Zeitungskommentaren. In: Proceedings of the 11th International Tromsø Symposium on Language „Modalität im Deutschen“. Hrsg. v. Oddleif Leirbukt. Tromsø 1994b, 53–68.
- Rehbock, Helmut, Herausfordernde Fragen. Zur Dialogrhetorik von Entscheidungsfragen. In: Gesprächsforschung im Vergleich. Analysen zur Bonner Runde nach der Hessenwahl 1982. Hrsg. v. Wolfgang Sucharowski. Tübingen 1985, 177–227.
- Renckstorff, Carsten, Mediennutzung und soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen)Kommunikationsforschung. In: Massenkommunikation. Hrsg. v. Max Kaase/Winfried Schulz. Opladen 1989, 314–336.
- Richter, Peter/Fredo Frotschner, Die Überschrift journalistischer Beiträge, Lehrheft zur journalistischen Methodik. Leipzig 1989.

- Robinson, Gertrude, J., Making news and manufacturing consent: The journalistic narrative and its audience. In: Public opinion and the communication of consent. Hrsg. v. Theodore L. Glasser/Charles T. Salmon. New York/London 1995.
- Romeyke, Helga, Zur sprachlichen Gestaltung fernsehjournalistischer Beiträge. Lehrbuch der Stilistik, Kap. 14/1. Leipzig 1977.
- Sandig, Barbara, Syntaktische Typologie der Schlagzeile. Möglichkeiten und Grenzen der Sprachökonomie im Zeitungsdeutsch. München 1971.
- Schegloff, Emanuel, A., From interview to confrontation: Observations on the Bush/Rather Encounter. In: RLSI 22, 1988–89, 215–240.
- Schiffer, Stephen, Meaning. Oxford 1972.
- Schneider, Wolf, Deutsch für Profis. Wege zum guten Stil. Hamburg 1984.
- Schröder, Thomas, Die ersten Zeitungen. Textgestaltung und Nachrichtenauswahl. Tübingen 1995.
- Schudson, Michael, The politics of narrative form: The emergence of news conventions in print and television. In: Daedalus 4, 1982, 97–112.
- , Question authority: A history of the news interview in American journalism. In: MCS 16, 1994, 555–587.
- Schwitalla, Johannes, Conversational analysis of political interviews. In: Discourse analysis and public life. Papers of the Groningen conference of medical and political discourse. Hrsg. v. Titus Ensink/Arthur van Essen/Ton van der Geest. Dordrecht 1986, 255–283.
- , Textsortenwandel in den Medien nach 1945 in der Bundesrepublik Deutschland. Ein Überblick. In: Sprache in den Medien nach 1945. Hrsg. v. Bernd U. Biere/Helmut Henne. Tübingen 1993, 1–29.
- Straßner, Erich, Sprache in Massenmedien. In: Lexikon der germanistischen Linguistik. Hrsg. v. Hans P. Althaus/Helmut Henne/Herbert Wiegand. Tübingen 1980, 328–337.
- , Fernsehnachrichten. Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse. Tübingen 1982.
- , Mit „BILD“ fing es an: Mediensprache im Abwind. In: Mediensprache–Medienkommunikation–Medienkritik. Hrsg. v. Hans-Jürgen Bucher/Erich Straßner. Tübingen 1991, 113–229.
- , Vom Pressestellen- zum Presstext. Wer wertet wie und wo im Informationsfluß. In: Überredung in der Presse. Texte, Strategien, Analysen. Hrsg. v. Markku Moilanen/Liisa Tiittula. Berlin/New York 1994a, 19–31 (Sprache, Politik, Öffentlichkeit 3).
- , Deutsche Presse und Pressesprache nach 1945. In: Texttyp, Sprechergruppe, Kommunikationsbereich. Studien zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart. Festschrift für Hugo Steger zum 65. Geburtstag. Hrsg. v. Heinrich Löffler/Karlheinz Jakob/Bernhard Kelle. Berlin/New York 1994b, 225–260.
- (Hrsg.), Nachrichten. Entwicklungen – Analysen – Erfahrungen. München 1975.
- Trew, Tony, 'What the papers say': Linguistic variation and ideological difference. In: Language and control. Hrsg. v. Roger Fowler/Bob Hodge/Gunther Kress/Tony Trew. London 1979, 117–156.
- Tuchman, Gail, Making news. A study in the construction of reality. New York/London 1978.
- Verschueren, Jef, International news reporting. Metapragmatic metaphors and the U-2. Amsterdam/Philadelphia 1985.
- Weinrich, Harald, Tempusprobleme eines Leitartikels. In: Euphorion 60, 1966, 263–272.
- Weischenberg, Siegfried, Journalistik, Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. 2 Bde. Opladen 1992/95.
- Winch, Peter, The idea of social science. London 1958 (dt: Die Idee der Sozialwissenschaft und ihr Verhältnis zur Philosophie), Frankfurt a. M. 1974.
- Wodak, Ruth (Hrsg.), Language, power and ideology. Amsterdam/Philadelphia 1989.

Hans-Jürgen Bucher, Trier (Deutschland)

Medienwissenschaft

Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien
und Kommunikationsformen

Herausgegeben von
Joachim-Felix Leonhard · Hans-Werner Ludwig
Dietrich Schwarze · Erich Straßner

1. Teilband

Walter de Gruyter · Berlin · New York
1999