

Inhalt

Vorwort — V

1 Kommunikationstheoretische Merkmale — 1

- 1.1 Massenkommunikation — 1
- 1.2 Die Kommunikatoren — 5
- 1.3 Die Rezipienten — 8
- 1.4 Richtung der Kommunikation — 14
- 1.5 Kommunikationskreise — 23
- 1.6 Kommunikative Funktionen — 26
- 1.7 Öffentlich – privat — 29
- 1.8 Raumzeitliche Konstellation zwischen Kommunikator, Text und Rezipient — 34

2 Historische Aspekte — 39

- 2.1 Grundsätzliches und Forschungsgeschichtliches — 39
- 2.2 Die Zeitung vom 17. bis 19. Jahrhundert — 41
 - 2.2.1 Die Anfänge — 41
 - 2.2.2 Externe Bedingungen — 44
 - 2.2.2.1 Autoren, Schreiborte und Übermittlungswege — 44
 - 2.2.2.2 Informationsgewinnung — 45
 - 2.2.2.3 Thematische Aspekte — 46
 - 2.2.2.4 Rezeption der Zeitung — 47
 - 2.2.3 Struktur der Zeitung — 47
 - 2.2.4 Sprache der Texte — 50
 - 2.2.5 Unterhaltende Beiträge — 53
 - 2.2.6 Information und Meinungsbildung — 56
 - 2.2.7 Stilistische Vorbilder — 58
 - 2.2.8 Professionalisierung und ihre sprachlichen Folgen — 60
- 2.3 Neue subsidiäre Medien — 63
- 2.4 Zwischen Film und Fernsehen: die Wochenschau — 65
- 2.5 Geschichte der Fernsehnachrichten — 83

3 Der Medientext — 93

- 3.1 Objekt der Medienlinguistik — 93
- 3.2 Semiotische Elemente — 95
- 3.3 Abgrenzungsprobleme – Übergangsbereiche — 99

4	Intertextualität — 103
4.1	Grundbegriffe — 103
4.1.1	Diachrone Intertextualität — 107
4.1.2	Synchrone Intertextualität — 120
4.1.3	Typologische Intertextualität — 121
4.1.4	Inter- und intratextuelle Relationen — 122
4.2	Das Zitat — 123
4.2.1	Grundbegriffe — 123
4.2.1.1	Zitat — 123
4.2.1.2	Direkte/indirekte Rede — 124
4.2.1.3	Slipping — 125
4.2.1.4	Teil-Zitat — 125
4.2.1.5	Redesignalisierende Verben — 126
4.2.1.6	Die Quelle des Zitats — 128
4.2.2	Formen und Funktionen medialen Zitierens — 129
4.2.2.1	Direkte Rede in Zeitungen — 129
4.2.2.2	Original-Zitate in Radio und Fernsehen — 133
4.2.2.3	Unterschiede zwischen den Medien — 140
4.2.2.4	Gesprochenes vs. geschriebenes Zitat — 143
4.2.2.5	Bild- und Musikzitat — 145
5	Intratextualität — 147
5.1	Schlagzeilen und Lead in der Presse — 147
5.1.1	Schlagzeilen — 147
5.1.2	Lead — 154
5.2	Intratextualität in Radio und Fernsehen — 155
5.2.1	Typen von Intratextualität — 155
5.2.2	Schlagzeilen im Radio — 157
5.2.3	Schlagzeilen im Fernsehen — 158
5.3	Zwischen Inter- und Intrapunkt — 161
5.3.1	Programmverbindungen — 161
5.3.2	Weitere Grenzbereiche — 169
5.4	Das Zusammenspiel von inter- und intratextuellen Bezügen — 170
6	Mündlichkeit und Schriftlichkeit — 173
6.1	Linguistische Konzepte und Termini — 173
6.2	Dialog in der Presse — 176
6.3	Schrift im Fernsehen — 180
6.3.1	Intradiegetische Texte — 180

6.3.2	Extradiegetische Texte — 181
6.3.3	Intra- und extradiegetische Texte im gleichen Beitrag — 186
6.4	Sekundär gesprochene Texte — 189
6.5	Primär gesprochene Texte — 191
7	Realität – Fiktion – Inszenierung — 201
7.1	Realität und Fiktionalisierung — 201
7.2	Außermediale Realität, die im Medium „nur“ präsentiert wird — 205
7.3	Innermediale nicht-fiktionale Realität — 209
7.4	Im Medium nachgespielte außermediale Wirklichkeit — 211
7.5	Spiel mit Realität und Fiktion: die versteckte Kamera — 214
7.6	Nicht ohne weiteres erkennbare Arten von Fiktionalisierung — 214
8	Presse-Textsorten — 219
8.1	Medientextsorten – Allgemeines — 219
8.2	Kriterien und Klassifikationen — 220
8.3	Einzelne Textsorten — 227
8.3.1	Meldung — 227
8.3.2	Bericht — 228
8.3.3	Kommentar — 229
8.3.4	Reportage — 230
8.3.5	Interview und Zitatenbericht — 234
8.4	Tendenzen — 236
8.4.1	Vermischung der Textsorten — 237
8.4.2	Annäherung an den Hypertext — 249
8.4.3	Ein neuer Presse-Typ: Gratispresse — 251
9	Nachrichtensendungen — 255
9.1	Radionachrichten — 255
9.1.1	Standard-Form — 256
9.1.2	Nachrichtenmagazine — 267
9.2	Textsorten in Fernsehnachrichten — 271
9.2.1	Formate — 271
9.2.2	Textsorten — 273
9.2.3	Zur Sprache einzelner Textsorten — 280
9.2.3.1	Sprechermeldung und Anmoderation — 280
9.2.3.2	Filmmeldung — 283
9.2.3.3	Korrespondentenbericht — 284

9.2.3.4	Kommentar — 292
9.2.3.5	Interview — 295
9.2.3.6	Statement — 299
9.2.4	Tendenzen — 300
9.3	Narration — 304
9.3.1	Nachrichten als Erzählungen — 304
9.3.2	Der Erzähler als Interpret — 311
9.3.3	Die Perspektivik des Erzählers — 312
9.3.4	Das Wissen des Erzählers — 316
9.3.5	Die Quellen der erzählten Geschichte — 320
9.3.6	Der TEXT des Erzählers — 325
10	Moderation — 329
10.1	Magazin und Moderation — 329
10.2	Moderation in Radio-Begleitprogrammen — 334
10.2.1	Das Konzept „Moderator“ — 334
10.2.2	Der Text des Moderators — 336
10.2.2.1	Kurztexte — 336
10.2.2.2	Scherz und Ernst — 338
10.2.3	Der Moderator und sein situatives Umfeld — 341
10.2.4	Veränderungen — 346
10.2.4.1	Co-Moderation — 346
10.2.4.2	Formalität und Informativität — 351
10.2.4.3	Erweitertes Funktionsspektrum — 352
10.2.4.4	Hörer-Telefon — 355
10.2.4.5	Scharnierfunktion — 358
11	Fachexterne Kommunikation — 361
11.1	Fachkommunikation – Medienkommunikation — 361
11.2	Techniken der Vermittlung von Fachwissen — 364
11.2.1	Lexikalische Erläuterungen — 365
11.2.2	Reduktion der Komplexität — 367
11.2.3	Personalisierung — 368
11.2.4	Dramatisierung und Emotionalisierung — 369
11.3	Zwei zusammenhängende Beispiele — 369
11.3.1	Presse: Das schwarze Loch — 369
11.3.2	Fernsehen: Gesundheitssendung — 375
11.4	Vergleich der Medien — 381

12	Areale Aspekte — 383
12.1	Die nationalen Varianten des Deutschen — 383
12.2	Standardsprache – Umgangssprache – Mundarten — 385
12.3	Ein Beispiel: Deutsche Schweiz — 390
12.3.1	Diglossie in den Medien — 390
12.3.2	Radio — 394
12.3.3	Fernsehen — 396
12.3.3.1	Die Verteilung der Varietäten — 396
12.3.3.2	Faktoren der Sprachwahl im einzelnen — 398
13	Text und Bild — 407
13.1	Das Problem — 407
13.2	Das Bild — 408
13.2.1	Produktion — 409
13.2.2	Mediale Aspekte — 410
13.2.3	Semantische Aspekte — 410
13.2.4	Semiotische Aspekte — 413
13.2.5	Pragmatisch-funktionale Aspekte — 417
13.2.6	Interaktive Aspekte — 418
13.3	Text – Bild – Relationen — 420
13.3.1	Formale Relationen — 421
13.3.1.1	Intradiegetisch/extradiegetisch — 421
13.3.1.2	Synchron/ asynchron — 422
13.3.1.3	Syntop/asyntop — 423
13.3.1.4	live/non-live — 424
13.3.1.5	Überlappend/nicht-überlappend — 425
13.3.2	Semantische Relationen — 425
13.3.3	Pragmatisch-funktionale Relationen — 433
13.3.4	Der Fluss der Informationen auf beiden Kanälen und ihr wechselseitiger Bezug — 443
14	„Neue Medien“ — 445
14.1	„Massenmedien“ in den „Neuen Medien“ — 445
14.2	Hypertexte — 448
14.3	Online-Zeitungen und Online-Zeitschriften — 451
14.3.1	Multimodalität: Text, Bild, Film und Ton — 453
14.3.2	Non-Linearität: Cluster-Texte — 457
14.3.3	Interaktivität/Interaktion: Leserbriefe, Kommentarfunktion, Diskussionsforen — 462
14.3.4	Virtualität — 469

XII — Inhalt

- 14.4 Hypertext-typische Gestaltungsprobleme bei
Online-Zeitungen — **470**
- 14.4.1 Die Einstiegsseite — **471**
- 14.4.2 Navigation — **477**
- 14.4.3 Sequenzierung und Rahmung — **482**
- 14.4.4 Online-Zeitung: Kopie oder Alternative zur Printversion? — **483**

15 „Made-for-mobile“: Analoge und digitale Zeitungen im Vergleich — **487**

- 15.1 Transmedialität – Intermedialität – Medienwechsel — **488**
- 15.2 Intermedialer Vergleich — **490**

Literaturverzeichnis — **501**

Anhang — **523**

Transkriptionsrichtlinien — **523**

Abkürzungen für Medien — **525**

Index — **527**