

**Siever, Torsten; Schlobinski, Peter; Runkehl, Jens (Hrsg.):
Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet**

erschienen bei Walter de Gruyter, Berlin, New York 2005

Eine Rezension von Ben Kaden und Maxi Kindling

Das „Internet“ ist kein neues *Medium*, es ist eine *Technologie*, die die „Folie der Digitalisierung“ nutzt, um die bisher auf verschiedenen Datenträgern und in verschiedenen Formen gespeicherten Informationen in einem interaktiven Netzwerk zu integrieren. In dem hypermedialen virtuellen Kosmos werden Bild, Ton und Schrift – und falls irgendwann binär kodierbar sicher auch Geruch, Geschmack, haptische Eigenschaften etc. – über Linkstrukturen miteinander zu bestimmten Kontexten verknüpft.

Die intermedialen Bedingungen dieser neuen Kommunikationswelt wirken grundlegend auf Sprache, und zwar sowohl auf die gesprochene wie auch besonders auf die Schriftsprache, zurück.

Es sei etwa als Beispiel die zum Teil gravierende Diskrepanz zwischen schriftsprachlichen Normen und der Sprachpraxis genannt, die wohl jedem bekannt ist, der ab und an mit E-Mail- oder SMS-Botschaften zu tun hat.

Diese Konfliktlinie bzw. die Ausprägung neuer Formen der Sprachverwendung in intermedialen Kontexten wie dem *World Wide Web* zu untersuchen, unternimmt der vorliegende Sammelband „websprache.net“, zu dem es als ein recht neues Konzept eine publikationsbegleitende Website¹ zur Sammlung der angegebenen Links zu Internetquellen gibt. Gegen „Broken Links“ oder das Veralten von Verweisen² ist dieses durchaus interessante Verfahren allerdings auch nicht gefeit. Weiterhin gibt es online ein paar Basisinformationen zum Titel (Inhaltsverzeichnis, bibliografische Angabe), die allerdings wenig zusätzliche Information zum Sammelband bieten.

Die Publikation „Websprache.net“ umfasst im Kontext der Publikation mehr als man vielleicht unter dem Titel erwarten mag, nämlich den „Gegenstandsbereich internetbasierter Sprach- und Kommunikationsprozesse“ (Vorwort). Betrachtet man die rasante Weiterentwicklung der neuen Kommunikationsformen und besonders die derer, die sich gerade erst etabliert haben, so gewinnt eine Bestandaufnahme, publiziert in traditioneller und langfristig gesicherter Erscheinungsform des Mediums Buch, in der Öffentlichkeit an Reiz. Auch die Herausgeber bescheinigen diesem Medium nach wie vor Relevanz, was angesichts der Tatsache, dass sie ein Buch gemacht haben, auch nur konsequent scheint.

Der Band ist als „Votum“ zu sehen, auch aktuelle Themen „mit Sorgfalt zu beschreiben, in größere Kontexte einzubetten und perspektivisch zu sehen.“ Entsprechend sinnvoll erscheint die Verknüpfung mit dem Webangebot www.mediensprache.net, wobei man den Titel quasi als Buch zur Website sehen kann, was durchaus positiv gemeint ist.

Inhaltsübersicht:

Zunächst bildet Peter Schlobinski in seinem Editorial einleitend den Gegenstandsbereich ab und fasst Tendenzen und Formen der Beeinflussung von Kommunikationspraktiken durch das Internet zusammen. Darauf folgen 6 Themenkomplexe, gegliedert in jeweils zwei Aufsätze.

¹ Siehe www.mediensprache.net/netlink/

² Vgl. dazu Beispiel 212

Der erste Komplex „**Das Internet als Medium**“ thematisiert die Folgen von „Media Merging“, „telematischer Präsenz“, „Transmedialisierung“ sowie die Visualisierung der Kommunikation im „Massenmedium Internet“, wobei noch zu klären ist, inwieweit die Bezeichnung „Massenmedium“ überhaupt auf das „Internet“ anwendbar ist. Stephan Habscheid jedenfalls meint in seinem Beitrag, dass das Internet „neue Dimensionen der massenmedialen Kommunikation“ erschließt.

Im zweiten Komplex „**Kommunikationsformen**“ werden konkret die Phänomene der synchronen Chatkommunikation und der (mehr oder weniger) asynchronen E-Mail-Kommunikation beleuchtet. Besonders in Chatrooms (parallel zum SMS-Phänomen) lassen sich besonders gravierende Abweichungen der schriftsprachlichen Praxis zu bestehenden Sprachnormen feststellen, was nicht grundsätzlich verwundert, handelt es sich hier doch um eine Art „Schreiben für den Moment“, um „emulierte Oralität“.

Das klassische Medium der schriftlichen Kommunikation, der Brief, hat laut Christa Dürscheid seine Führungsrolle längst an das Phänomen „E-Mail“ verloren. Betont wird die Förderung des „diskursiven Charakters“ dieser Kommunikationsform, der z.B. in den – in Briefen laut Dürscheid kaum vorkommenden – „Adjazenzellipsen“ seinen Ausdruck findet, was durch die Möglichkeiten des „Quotens“ und des „Reply“ unterstützt wird.

E-Mails haben im Gegensatz zu Briefen einen ausgeprägteren unmittelbaren Situationsbezug, was durch die in der Regel viel geringeren Zeitabstände zwischen Nachricht und Antwort, also – um das dazugehörige Wort hier einmal zu verwenden – der spezifischen „Chronemik“ des Mediums – stimuliert wird.

Aus der eigenen Praxis wissen die Rezensenten, dass dies nicht ganz uneingeschränkt gegeben ist. Vielmehr, so die eigene, nicht repräsentative Einschätzung, wird der Empfang-Antwort-Zeitraum (u. U. taktisch) gedehnt, um den ab einer bestimmten Zahl von auflaufenden Nachrichten zwangsläufig entstehenden „Kommunikationsstress“ abzumindern. Die Entscheidung über die Geschwindigkeit der Beantwortung aus der Abhängigkeit von den physischen Gegebenheiten einer Beförderung durch den Raum hin zu einer mehr oder weniger bewussten Entscheidung für oder gegen einen unmittelbaren „Reply“ auf eine E-Mail hat sich im Zeitalter der lichtschnellen Übermittlung von Nachrichten von den externen Beförderungsbedingungen auf eine subjektive Entscheidungsebene verlagert.

Dürscheid schließt mit der Frage, ob es künftig überhaupt noch nicht-elektronische Briefe geben wird, wobei nach Meinung der – möglicherweise etwas anachronistisch veranlagten – Rezensenten vergessen wird, dass die Bedeutung eines post-beförderten Briefes durchaus über den reinen Textinhalt hinausreicht und eine Reihe von impliziten Informationen transportiert, die bei der E-Mail-Kommunikation nicht darstellbar sind (Papier, Handschrift, Beförderungsspuren wie Stempelungen u.ä.). Weiterhin drängt sich der Gedanke auf, ob schließlich für eine aus textlich verkürzten und aus schnellen Botschaft-Antwort-Paaren, die in kleinen Zeiträumen nahezu synchron getauscht werden, wie sie Dürscheid als eine Zukunft der elektronischen Post sieht, nicht eher so genannte *Instant-Messaging-Verfahren*³ in Frage kommen. Dabei ist auch die Möglichkeit von neuen Hybridformen zwischen „Chat“ und „E-Mail“ zu bedenken.

(Private) *Weblogs* wurden in der letzten Zeit auch als journalistische Medien zum Thema. Inwieweit sie tatsächlich in Konkurrenz zu klassischen journalistischen Medien treten, ist noch nicht absehbar. Neue Publikationsmöglichkeiten, losgelöst von Papier und Druck,

³ Z. Bsp. ICQ (<http://www.icq.com/>)

bringen ganz neue Formen der Publizistik hervor: „**Redaktionelles im Internet**“ ist der dritte Themenkomplex überschrieben.

Jannis K. Androutsopoulos beschäftigt sich mit der im Internet anzutreffenden Vielfalt publizistischer Angebote. Festgestellte Trends sind eine teilweise Abwendung von der Periodisierung der Ausgabe hin zu einer „selektiven Aktualisierung“, wobei der Autor von einem „Zwei-Geschwindigkeiten-Schema“ ausgeht: Onlinemagazine mit festen Redaktionsstab bzw. einer größeren Zahl von freien Mitarbeitern sind in der Lage, ihr Angebot relativ oft (mehrfach täglich bis mehrfach wöchentlich) zu aktualisieren. Kleinere Angebote, „die sich auf einzelne zeitschriftentypische Features beschränken“, erreichen diese Aktualisierungsfrequenz in der Regel nicht. In seiner Analyse bezog sich der Autor allerdings nur auf Online-Szenemagazine.

Eine ergänzende Herausforderung wäre hier die analoge Untersuchung wissenschaftlicher E-Journals, die – wieder nach subjektiver Wahrnehmung der Rezensenten – nach wie vor streng periodisch erscheinen. Die tägliche oder wöchentliche Aktualisierung ist nur in Ausnahmefällen und als Ergänzung⁴ gegeben und z.T. auch – trotz bestehender Redaktionsteams – gar nicht erwünscht bzw. aufgrund des spezifischen Themenspektrums nicht möglich. Der tägliche Nachrichtenaustausch erfolgt hier im elektronischen Umfeld – so die Erfahrung – häufig auf *Peer*-Basis z.B. über *Weblogs* oder *Discussion Groups*.

Michael Dürr wendet sich der „Zukunft des Buches“ vor dem Hintergrund des „Onlinepublishing“ in der Wissenschaft zu, bibliothekswissenschaftlich sicher am relevantesten.

Er stellt, was für jeden aktiven Nutzer wissenschaftlicher E-Publikationsangebote leicht nachvollziehbar ist, ein „unkoordiniert[es], wenn nicht gar konzeptionslos[es]“ Handeln der Akteure fest. Da die Voraussetzungen weitgehend fehlen, ist momentan eine breite Akzeptanz von Onlinepublikationen ohne Print-Äquivalent als wissenschaftliches Publikationsmedium noch nicht (übergreifend) gegeben.

Für die Zukunft sieht der Autor jedoch die zentrale Stellung von „umfassenden Sammlungen hochwertiger Onlinepublikationen“ in der Wissensgesellschaft. Überraschende Erkenntnisse offenbart der Beitrag für diejenigen, denen die Thematik einigermaßen vertraut ist, nicht. Er bietet aber eine gute Zusammenfassung aktueller Tendenzen, wobei die aktuelle Bedeutung von E-Journals, z.B. auch vor dem Hintergrund des „Sichtens“ als Vorauswahl und der aufgrund der Volltextdurchsuchbarkeit gegebenen Möglichkeit selektiven Lesens, eher noch unterbewertet ist.

Der Aufsatz von Eva-Maria Jakobs und Katrin Lehnen im vierten Komplex „**Hypertext und Interfiction**“ zur „Klassifikation und Evaluation“ von Hypertexten ist auf die Text- bzw. Medienlinguistik ausgerichtet. Es wird dabei hauptsächlich der Forschungsbedarf auf diesem Gebiet umschrieben sowie eine Brücke zur *Usability*-Forschung geschlagen. Besonders vor dem Hintergrund der Qualitätsbewertung von Webangeboten scheint eine verstärkte Einbeziehung pragmalinguistischer Aspekte relevant. Festzustellen ist bei einer solchen Methode, inwieweit die hypertextuelle Struktur einer Website dem Nutzer bzw. den Erwartungen des Nutzers an die Bedienbarkeit der Website entgegenkommt. Als Fazit des Beitrags steht, dass sich die Angewandte Sprachwissenschaft verstärkt Hypertextanwendungen zuwenden sollte, wobei die Rezensenten an dieser Stelle ergänzen

⁴ Vgl. Library Journal (<http://www.libraryjournal.com/>) und Nature (<http://www.nature.com/index.html>)

möchten, dass sich die ab und an diesen Bereich etwas unscharf angehende *Usability*-Forschung durchaus stärker als bisher linguistischer Methodik öffnen sollte.

„Digitale Literatur“ ist ein Phänomen, vor dem Literaturwissenschaftler noch immer etwas ratlos zu stehen scheinen. Digitale Literatur bedeutet dabei nach Roberto Simanowski nicht die reine digitale Verfügbarkeit von Texten, sondern bezieht sich auf einen aktiven Einsatz von intermediären und interaktiven Elementen. Die Möglichkeit des Einsatzes von hypertextuellen Strukturen eröffnet neue Experimentierfelder jenseits einer linearen Textrezeption. Die „Optionalität“ der Rezeptionswege für den Leser bringt diesen beispielsweise in eine aktivere Position und relativiert z.T. die Rolle des Autors. Die Betrachtung Simanowskis berührt dabei auch Fragen der „Digitalkunst“. Er geht davon aus, dass eine „Hermeneutik der Sprache der digitalen Medien“ spezifische Rezeptionskompetenzen im Kontext „digitaler Ästhetik“ zum Verständnis der „Cyberculture“ erfordert. Lesekompetenz muss – so der Autor – „auch in den Leitmedien des neuen Jahrhunderts erworben werden.“

Dem ist nur zuzustimmen und neben textuellen Kompetenzen muss hier auch das Medium Bild einbezogen werden, wie in den Beiträgen des Komplexes **„Text und Bild im Focus“** deutlich wird.

Jens Runkehl greift in seiner Untersuchung von Text-Bild-Konstellationen und einem „*iconic turn*“ noch auf den Bereich der Chat- und E-Mail-Kommunikation zurück. Die Veränderung der Schriftsprache aufgrund der eigentlich „oralen Determiniertheit“ dieser Kommunikationsformen führt nach seiner Einschätzung zu einer „Hinwendung zu grafischen Zeichensystemen“ und einer zunehmenden „Verzahnung von Text und Bild“. Texte sind in digitalen Kommunikationsnetzen eher „bimodal als rein verbal“.

Auch hier steht als Ergebnis ein Aufruf zur Vermittlung einer spezifischen Lesekompetenz mit einer Unterfütterung durch die Bildwissenschaft.

Bilder sind für den Betrachtungsgegenstand von Torsten Siever fundamentale Elemente. Es geht ihm um die Frage, welche neuen Formen der Werbung im Internet erkennbar sind. Immerhin eröffnen elektronische Kommunikationsräume neue Möglichkeiten, wobei dem Faktor der Individualisierbarkeit sicher eine besonders große Rolle zukommt. Aber auch Multimedialität und Interaktivität sowie „Keyword-Targeting inkl. Hinführung zum Kauf ohne Medienbruch“ sind hier in bislang unbekanntem Ausmaß realisierbar. Dabei geht der Autor davon aus, dass „die meisten traditionellen Medien im Internet aufgehen werden“, wobei eher von einer Zunahme der Werbeeinblendungen auszugehen ist.

Das im Internet nicht nur eine Mensch-zu-Mensch-, sondern zum Beispiel auch eine Mensch-zu-Chatbot-Kommunikation möglich ist, bildet den Kernaspekt des letzten Komplexes: **„(Mensch-)Maschine-Mensch-Kommunikation.“**

Der Beitrag Michael Tewes beschäftigt sich mit so genannten Chatbots (chat=Gespräch + bot=Roboter). Chatbots sollen in Webangeboten sozusagen ein menschliches Gegenüber simulieren, das mit den Nutzern in natürlicher Sprache in gewisser Weise interagiert, wobei die Interaktionsmöglichkeiten von vornherein eher beschränkt sind. Das Vorbild bietet der so genannte Turing-Test. Tewe bietet einen schönen Überblick über die Entwicklung und beschreibt einige Beispiele für den Einsatz von Chatbots, so z.B. die Kunstfigur *Hank*, dem „virtual representative“ von Coca Cola, der im Prinzip die Beantwortung der *Frequently Asked Questions* (FAQs) übernimmt.

Schließlich widmet sich Rita Kupetz in ihrem Beitrag dem viel diskutierten und im Aufwind befindlichen Thema E-Learning, wobei sie die These vertritt, „dass offene, nutzer-bestimmte

E-Learning-Plattformen die Entwicklung vom isolierten Lernen zum stärker kooperativen Lernen unterstützen.“

Die Verlagerung der Lernumgebungen in den virtuellen Raum und dazu parallel der steigende Bedarf an (webbasierter) Kommunikation über das Internet, erfordert neue *Literacies* wie *Computer Literacy*, *Web Literacy* oder *Critical Literacy*, die gemeinhin als „Multiliteracies“ zusammengefasst werden. Diese treten neben die banalen Kulturtechniken Lesen, Schreiben und Rechnen.

Praktisch sieht die Autorin die Zukunft im *Blended Learning*, d.h. einer Verbindung aller möglichen bzw. adäquaten Lernumgebungen, wobei der Technik immer eine „dienende Rolle“ zukommt, d.h. dass Lernkontexte nicht Technologie-dominiert sind.

Bewertung:

Das Editorial als Einführung in die Thematik erfüllt seine Aufgabe ausgezeichnet. Es bietet zunächst einen ganz grundsätzlichen Überblick über die Historie des Internets und führt eine ganze Bandbreite von aktuellen Studien zum Stand der Internetnutzung ein.

Wer nur am Rande mit der Internetterminologie bewandert ist bzw. das Medium eher als ergänzende denn als zentrale Kommunikationsmöglichkeit sieht, wird u.U. häufiger auf das Online-Glossar zurückgreifen, da man doch mit einer – verständlicherweise – intensiven Verwendung internet- bzw. wissenschaftstypischer Neologismen von „Banner-Burnout“ und „Blended Learning“ über „Instant Peers“, MUD und Persistent URL (wo steckt die URN?) zu VoIP und „Written to the Moment“ konfrontiert wird. Insofern ist mit der Lektüre auch ein terminologischer Lerneffekt gegeben, der je nach Vorkenntnissen natürlich unterschiedlich ausfällt.

Ansonsten erweist sich der als 10ter Band der Reihe „Linguistik – Impulse und Tendenzen“ veröffentlichte Titel als erstaunlich interdisziplinär. Die Beiträge unterscheiden sich in ihrem inhaltlichen Anspruch durchaus, sind jedoch im Fazit alle recht allgemein und für fortgeschrittene Laien verständlich. Fortgeschrittene linguistische Kenntnisse sind nicht zwingend erforderlich, helfen allerdings manches Mal durchaus.

Sehr vermisst wurde seitens der Rezensenten allerdings ein Autorenverzeichnis, tauchte so manches Mal während der Lektüre durchaus das Bedürfnis auf, etwas über die Positionierung des Autors im jeweiligen Fachkontext zu erfahren.

Hilfreich sind die im Text an verschiedenen Stellen, z.B. bei zitierten Studien zugeordneten Internetadressen und Hinweise auf ausgewertete Korpora.

Wem die neue webbasierte Kommunikationswelt alltäglich geworden ist und wer neben dem Agieren im Cyberspace auch eine reflexive Ebene bewahrt hat, wird an diesem Buch sicher einige Freude haben.

Daran, dass der Preis mit 94 € nicht unbedingt studentenfreundlich ist, muss man sich wohl gewöhnen. So bleibt zu hoffen, dass sich wenigstens zahlreiche (Universitäts-)Bibliotheken hinreißen lassen, das Werk zu erwerben, und zwar möglichst schnell, denn die Halbwertszeit der Informationswelt wird auch „websprache.net“ nicht verschonen. Auch gerade der hohe Anteil an URL-Zitationen aus dem Medium selbst ist sicher nicht ewig unter den angegebenen Adressen prüfbar.