

Maja N. Volodina

Staatliche Lomonosov-Universität Moskau

Mediensprache als eines der Hauptmittel zur Massenbeeinflussung

Wenn wir sagen, es gäbe ohne Sprache keine Gesellschaft und ohne Gesellschaft keine Sprache, so meinen wir vor allem die Sprache als Existenzweise des individuellen und des öffentlichen Bewusstseins, d.h. jenen besonderen Bereich des menschlichen Daseins, den wir als sprachliches Existieren bezeichnen. Eine Gesellschaft funktioniert und entwickelt sich nur unter der Voraussetzung einer sozialen Interaktion zwischen ihren Mitgliedern, die vermittelt der Sprache realisiert wird. Soziale Interaktionsprozesse sind nicht vom Prozess der Kommunikation zu trennen. Sie ist als zentraler Mechanismus für das soziale Verhalten der Menschen zu interpretieren, als Leitfaden für seine soziale Ausrichtung, als Vermittler (Medium) bei der Manifestation menschlicher Beziehungen.

Massenkommunikation ist ein spezielles System sozialer Interaktion. Der allgemein gültige Charakter dieser Kommunikationssphäre ist dadurch bedingt, dass sie auf eine menschliche Gesellschaft abzielt, die als eingegrenzter sozialer Raum in Erscheinung tritt, mit spezifischen internen Prozessen und kulturellen Merkmalen.

Gewöhnlich geht man von der Annahme aus, dass jegliche (also auch soziale) Interaktion vor allem im Austausch von Informationen besteht. Gemäß der Konzeption von Niklas Luhmann (Luhmann 1985) stellt die Gesellschaft selbst ein System ständiger Übertragung von Informationen durch Akte des „Mitteilens“ und „Verstehens“ dar. *Verstehen* wiederum wird als „Interpretation in einem bestimmten konzeptuellen System“ interpretiert (Pavilenis 1983). Es basiert auf wechselseitig miteinander verbundenen sinnhaltigen Konzepten. Diese sind durch die konkreten Meinungen und Erkenntnisse bedingt, welche die Grundlage für die orientatorische Beziehung des Menschen zur Wirklichkeit bilden.

Die Frage nach einer Regulierung der öffentlichen Meinung durch die Massenmedien erhält in diesem Kontext eine besondere Aktualität. Wenn man

davon ausgeht, dass die Nutzung von Informationen direkt mit dem Problem von Herrschaft verbunden ist (Ursul 1970), kann man Massenmedien, die für den Massenkonsum bestimmt sind, als ein spezielles soziales Informationssystem betrachten, das die Funktion einer orientierenden Ausrichtung hat.

Die Massenmedien konstituieren eine konkrete audiovisuelle Welt, eine bestimmte ideologisierte Audio-Ikonosphäre (Volodina 1997a). Sie dienen der präzisen Konzeptualisierung der Wirklichkeit, und der moderne Mensch lebt in ihr. Gerade die Sphäre der Massenkommunikation trägt dazu bei, dass die Gesellschaft als „Generator einer sozialen Hypnose“ funktioniert, unter dessen Einfluss wir zu einer lebenden Assoziation werden. Gerade in den Massenmedien tritt die einwirkende Funktion der Sprache besonders deutlich zutage.

Massenmedien wie Presse, Rundfunk, Fernsehen, Werbung und Internet sind für die soziale Existenz des modernen Menschen unabdingbare Komponenten, die die Teilhabe an den Ereignissen seiner Umgebung in entscheidender Weise bestimmen. Ursprünglich waren die Massenmedien rein technische Verfahren zur Fixierung und Verbreitung von Informationen, verwandelten sich dann jedoch sehr rasch in ein ungeheuer wirksames Mittel zur **Massenbeeinflussung**.

Die wichtigste Besonderheit bei der Verwendung von Sprache in der modernen Welt liegt in dem Massencharakter der Kommunikation, in der Globalisierung von Informationsprozessen, in der Erweiterung der Einwirkungsformen neuer Massenmedien auf den Menschen, wobei diese neuen Medien die „alten“ Formen und Möglichkeiten der Kommunikation neu strukturieren.

Da die Massenmedien das allgemeine politische und auch das kulturelle Klima der „Informationsgesellschaft“ in toto bestimmen, bestimmen sie auch das sprachliche Klima jedes einzelnen Landes im Besonderen. Im Bereich von Massenmedien werden aktiv bestimmte allgemeine Prinzipien eingesetzt: die Anwendung modernster technischer Möglichkeiten und sprachlicher Mittel zu dem Zweck, durch Information auf das Massenbewusstsein einzuwirken.

Eine besondere Rolle kommt dabei der sozialen und politischen Terminologie zu, die über spezifische sprachliche Mittel und Symbole verfügt, um im öffentlichen Bewusstsein ein entsprechendes Bild von der Welt zu erzeugen. Durch Termini aus der sozialen und der politischen Sphäre konstituiert man eine Interpretation der Wirklichkeit auf konzeptueller Ebene. Gerade in dieser kommunikativen Sphäre gewinnt ein oftmals wiederholter Kontext eine systemhafte Kraft, die den jeweils aktuellsten Sinn des Textes kondensiert, indem sie ihn in einen Terminus verwandelt, der die Funktion eines Symbols erfüllt.

Das informatorische Einwirken der Sprache auf den Menschen ist gewaltig. Je nach Ziel und Ausrichtung kann sie positiv oder negativ aufgeladen werden. Umso dringlicher erweist sich das Problem, für die moderne Gesellschaft eine Informations- und Sprachkultur zu entwickeln, die hohen Ansprüchen gerecht wird.

Kultur in ihrer Gesamtheit stellt die typische Lebensform dar, die als tragende Geistesverfassung eines Volkes empfunden werden kann. Man definiert den Kulturbegriff auch als Entwicklung und Weiterbildung des geistigen Lebens (Knaurs Lexikon 1996). In der Geschichte der Kulturtheorien unseres Jahrhunderts wird Kultur als Modell für Verhalten konzipiert oder als ein System kollektiven Wissens, mit dessen Hilfe Menschen ihre Wirklichkeiten entwerfen. Diese Auffassung verweist auf den engen wechselseitigen Zusammenhang von Wahrnehmen, Erkennen, Sprache und Kultur. Dementsprechend beziehen sich individuelle und kommunikative menschliche Handlungen auf das komplexe System kollektiv geteilten Wissens (Schmidt 1993, S. 47-51).

Das soziokulturelle Wissen kann in verschiedenen Formen beschreibbar und beobachtbar werden: in Form symbolischen Ordnungen (z.B. Schemata oder Grammatiken), in geprägten Ereignissen (Riten oder Zeremonien), in Objekten (Kunstwerken oder Gerätschaften) und in Mythen, Religionen, Theorien usw. (Schmidt 1992, S. 293-331). Das heißt: Kultur als besonderes kognitives Wissen wird von konkreten menschlichen Kollektiven auf besonderen kommunikativen Wegen angeeignet, wobei alle Kommunikation vermittels eines Mediums verläuft, das weder indifferent noch unschuldig ist.

Prinzipiell wichtig scheint in diesem Zusammenhang die Definition des russischen philosophischen Begriffs *meduamop* (vom lateinischen *mediator* – *Vermittler*) zu sein. In der russischen kulturell-historischen Tradition wird die Idee von „Mediation“ als eine Idee von Vermittlung der menschlichen Entwicklung verstanden. Dementsprechend sind vier Hauptmediatoren zu unterscheiden: *das Zeichen, das Symbol, das Wort und der Mythos*.

Die Frage nach der Rolle von Mediatoren im Entwicklungsprozess der Menschen und ihrer Kultur haben vor allem V. Solovjev, P. Florenskij, L. Vygotskij, M. Bachtin und A. Losjev untersucht (Lossev 1982). Nach den Schlüsselthesen ihrer philosophischen Auffassung ist der Mensch Schöpfer und Träger aller Mediatoren. Heuristische Funktion von Mediatoren verkörpert sich darin, dass sie nicht nur „Instrumente“ oder „Werkzeuge“ der geistigen Tätigkeit von Menschen sind, sondern auch „Speicher der tätigen Energie, eigenartige energetische Gerinnsel (Konzentrationen)“. Und eben diese aktive Natur der Mediatoren, ihre mächtigen energetischen Eigenschaften dienen als Erklärung dazu, dass sowohl das Wort, als auch das Symbol oder der Mythos nicht nur über eine schöpferische, sondern auch über eine ruinierende (destruktive) Kraft verfügen können. Die wichtigste Voraussetzung der Existenz von Mediatoren besteht darin, dass die Menschen sie nur als Vermittler wahrnehmen, die bewusst und verantwortungsvoll verwendet werden müssen. Wenn Mediatoren aufhören bloße Vermittler zu sein, gewinnen sie die Herrschaft über Menschen, die sie erschaffen haben.

Massenmedien beeinflussen schon längst unsere Wirklichkeitswahrnehmung. Und das gilt desto stärker, je weniger es uns bewusst ist, je selbstverständlicher wir Medien akzeptieren (Faulstich 1994, S. 7). Der Mensch von heute existiert in einer besonderen „audiovisuellen Informationssphäre“, die, wie schon erwähnt wurde, einer bestimmten Konzeptualisierung der Wirklichkeit dient (Volodina 1997a). Dazu tragen nicht nur alte, traditionelle Massenmedien (Buch, Zeitung, Film, Rundfunk oder Fernsehen), sondern auch Neue Medien (vor allem Internet) bei.

Unser Weltbild entstammt heute zu vielleicht zehn Prozent der eigenen Anschauung und Erfahrung, und den Rest wissen wir – oder glauben wir zu wissen – aus Büchern, Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen. Mediennutzung ist zu einer Schlüsselkompetenz geworden, ohne die wir nicht mehr existieren könnten. Ein weltumspannendes Netz der Medien verlängert unsere Sin-

ne in die Welt hinaus; im Grunde ist es zu einem „zusätzlichen sechsten Sinnesorgan“ (Bechtel 1993, S. 6f.) geworden.

Und daraus ergibt sich eine ganz konkrete Schlussfolgerung: je bedeutsamer medienvermittelte Kommunikation in einer Gesellschaft ist, desto größer ist der Einfluss von Medien auf das soziokulturelle Leben der Menschen. Wir können also heute wohl zu Recht davon ausgehen, dass wir in einer Medienkultur leben, die im gewissen Sinne als Programm der Reproduktion und Kontrolle zu bezeichnen ist (Schmidt 1993, S. 47-51). Dabei muss man auch immer im Auge haben, dass Medien sich nicht neutral zu dem verhalten, was sie vermitteln (Volodina 1997b).

Ein fundiertes, breites Wissen über Medien und die Fähigkeit, sich ihrer souverän funktional zu bedienen, sind Zielvorstellungen, die heute ebenso in den Überlebenskatalog gehören wie Frieden und saubere Umwelt. Medienkompetenz wird zur zentralen Aufgabe für geistige und soziale Ökologie unserer Gesellschaft ... (Faulstich 1994, S. 7).

Demzufolge muss im Mittelpunkt jeder Bildung bewusste und kritische Mediennutzung als die entscheidende Kulturtechnik unserer Zeit stehen. Das Hauptaugenmerk muss dabei der Wirkungsfunktion der Massenmedien gelten, den Möglichkeiten der Bewusstseinsmanipulierung mit Hilfe der dafür erforderlichen sprachlichen Mittel sowie der Ausarbeitung von Gegenstrategien, wie einem kritischen, bewussten Verhältnis zur Mediensprache. Nach H.-B. Heller könnten die Philologen erheblich dazu beitragen, die audiovisuelle Medienwelt, der wir – freiwillig oder unfreiwillig – ausgesetzt sind, als mediale Konstruktionen durchschaubarer und damit kritisierbar zu machen (Heller 2000).

Das Interesse an mediensprachlichen Problemen, an Fragen der Produktion und Wahrnehmung von Texten in Printmedien, Rundfunk und Fernsehen sowie von Werbung und Internet, das Interesse an Prozessen, die mit der Schaffung, dem Erhalt und der Verarbeitung von Informationen, sowie mit dem Einfluss der Mediensprache auf das öffentliche Bewusstsein zusammenhängen, hat in den letzten Jahrzehnten spürbar zugenommen. Dabei ist es eindeutig, dass die Mediensprache Forschungsobjekt verschiedener Wissenschaftsdisziplinen (wie der Philologie, Journalistik, Psychologie, Soziologie, Informationswissenschaft, Philosophie u.a.) in verschiedenen Ländern sein muss. Nur auf interdisziplinärer und internationaler Ebene kann die Mediensprachforschung wirklich produktiv sein.

Literatur

- Bechtel, Michael (1993): Das sechste Sinnesorgan. In: PZ – Wir in Europa 75, S. 6f.
- Faulstich, Werner (Hg.) (1994): Grundwissen Medien. München.
- Heller, Heinz-Bernd (2000): Philologie und Medienwissenschaft: Mesalliance, Vernunftfehe oder mehr? In: Volodina (Hg.) (2000), S. 109-117.
- Knaurs Lexikon von A bis Z. (1996): Das Wissen unserer Zeit auf dem neuesten Stand. München.
- Lossev, Aleksej F. (1982): Zeichen, Symbol, Mythos. Moskau. [Лосев, А. Ф. (1982): Знак, символ, миф. Москва.]
- Luhmann, Niklas (1985): Soziale Systeme. Frankfurt a.M.
- Pavilenis, Rolandas (1983): Problem des Sinnes: Sprache, Sinn und Verstehen. Moskau. [Павиленис, Р. (1983): Проблема смысла: Язык, смысл, понимание. Москва.]
- Schmidt, Siegfried J. (1992): Über die Rolle von Selbstorganisation beim Sprachverstehen. In: Krohn, Wolfgang/Küppers, Günter (Hg.): Emergenz. Die Entstehung von Ordnung, Organisation und Bedeutung. 1. Aufl. Frankfurt a.M. S. 293-331.
- Schmidt, Siegfried J. (1993): Kognition Kommunikation Medien Kultur: Nichts weniger. In: Symptome. Zeitschrift für epistemologische Baustellen 11, S. 47-51.
- Ursul, Arkadij D. (1970): Information und Denken. Moskau. [Урсул, А. Д. (1970): Информация и мышление. Москва.]
- Volodina, Maja N. (1997a): Theorie terminologischer Nomination. Moskau. [Володина, М. Н. (1997а): Теория терминологической номинации. Москва.]
- Volodina, Maja N. (1997b): Über Medienkultur in der Informationsgesellschaft. In: DAAD (Hg.): Das Wort.. Moskau. S. 235-240.
- Volodina, Maja N. (Hg.) (2000): Informations-kognitives Wesen des Terminus. Moskau. [Володина, М. Н. (2000): Когнитивно-информационная природа термина Москва.]

Psycholinguistische Ansätze zur Medienforschung

