

Runkehl, Jens, Schlobinski, Peter und Siever, Torsten
Sprache und Kommunikation im Internet
Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998

Georg Rehm
Ludwigstraße 38
35390 Gießen

Justus-Liebig-Universität Gießen
Institut für deutsche Sprache und mittelalterliche Literatur
Arbeitsbereich Angewandte Sprachwissenschaft und Computerlinguistik
Otto-Behaghel-Straße 10 D
35394 Gießen

E-Mail: Georg.Rehm@germanistik.uni-giessen.de

13. Dezember 2000

Runkehl, Jens, Schlobinski, Peter und Siever, Torsten

Sprache und Kommunikation im Internet. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
1998

Der vorliegende Band beschäftigt sich mit den im Internet üblichen Kommunikationsformen im weiteren Sinne – also elektronischer Post, Newsgruppen und Chat-Systemen, aber auch Online-Radio, Hypertext und Werbung – und richtet sich aufgrund der Tatsache, daß zwei der Autoren (Runkehl und Siever) Studenten sind, „explizit an Studierende, die sich mit Sprache und Kommunikation [...] beschäftigen [...], und all jene, die sich für dieses Thema interessieren.“ (S. 7). Den Autoren geht es bei der sehr breiten und streckenweise auch sehr detaillierten Betrachtung der unterschiedlichen Kommunikationsformen vor allem darum, das Internet nicht nur als Mittel zur Kommunikation einzusetzen, sondern es auch zum Gegenstand sprach- bzw. kommunikationswissenschaftlicher Analysen zu machen. Den Schwerpunkt setzen die Verfasser auf den Bereich der textbasierten Kommunikationspraxen des Internet, indem sie anhand eines systematisch realisierten und genreübergreifenden Korpus zahlreiche empirische Analysen durchführen. Insgesamt soll der Band „nur einen ersten Einstieg in die Thematik bieten und zu weiteren Forschungen anregen“ (S. 7).

Das erste Kapitel bietet eine eher technische Einführung, in der die Entwicklung des Internet, die wichtigsten Netzwerkprotokolle und Zugangsmöglichkeiten erläutert werden. Verschiedene Inkorrektheiten und fehlerbehaftete Darstellungen technischer Sachverhalte, die auch in den anderen eher technikorientierten Abschnitten des vorliegenden Buches auftauchen, beeinträchtigen den ansonsten positiven Gesamteindruck dieses Teils (der Mitentwickler des World Wide Web etwa heißt nicht Robert „Caillon“, S. 15, sondern „Cailliau“; des weiteren sind „put“ und „get“ keine „UNIX-Befehle“, S. 19, sondern Bestandteile des UNIX-Kommandos „ftp“, das den typischen FTP-Klienten der UNIX-Betriebssystemfamilie darstellt).

Das zweite Kapitel – mit 108 Seiten Umfang der mit Abstand umfangreichste Teil des Bandes – beschäftigt sich mit den „zentralen Kommunikationspraxen“ des Internet, womit die elektronische Post (E-Mail), Newsgruppen und das Chatten (betrachtet werden sowohl der Internet Relay Chat, IRC, als auch webbasierte Gesprächsrunden) gemeint sind. Ein von den Autoren zusammengestelltes Korpus, das aus je 100 E-Mails aus dem universitären Kontext, einer Anwaltskanzlei und einer Computerfirma sowie verschiedenen privaten E-Mails besteht, bildet hierbei die Datengrundlage der Untersuchung des Mediums der elektronischen Post. Dieses Korpus wurde anhand einer zehn Merkmale (u. a. das Vorhandensein durchgängiger Kleinschreibung, Bigraphen, Fehlern und Akronymen) umfassen-

den Liste analysiert, was nach Wissen des Rezensenten die in dieser Form umfassendste Untersuchung des Kommunikationsmittels E-Mail darstellt. Die Autoren kommen nach den ebenfalls empirisch durchgeführten Analysen der weiteren Dienste zu dem Schluß, daß die in früheren Untersuchungen häufig pauschal konstatierte „Internetsprache“ nicht existiere, sondern daß eine Vielzahl von Variationen zu verzeichnen sei, die u. a. von den jeweils gültigen Kommunikationssituationen bedingt seien: „Die sprachlichen Variationen zwischen den Diensten [E-Mail, Newsgruppen, Chat; Anm. d. Rez.] und innerhalb der Dienste ist – bei allen rekurrenten Strukturen – deshalb besonders hervorzuheben, weil sich hier zeigt, daß Aussagen über [...] ‘die Sprache des Internet’ weit entfernt sind von der sprachlichen Realität, wie [sie] sich in ihrer Vielfältigkeit den Teilnehmern des Internet zeigt.“ (S. 116, Hervorhebung im Original). Des weiteren werden in diesem Kapitel sowohl Internet-basierte Techniken für bekannte Medien wie Fax oder Telefon (Abschnitt 2.6) erläutert, als auch das „Multimediuum Internet“, womit das World Wide Web mit der „Basis HTML“ gemeint ist (Abschnitt 2.7).

In den folgenden – im Vergleich zu Kapitel 2 mit jeweils etwa 10 bis 15 Seiten deutlich weniger umfangreich ausgefallenen – Kapiteln geht es um die Themen „Online-Radio und Web-TV“ (Kap. 3), „Web-Redaktionen“ (Kap. 4), „Literatur und Internet“ (Kap. 5), „Web-Sites und digitale Märkte“ (Kap. 6) und „Werbung im Internet“ (Kap. 7).

Kapitel 3 enthält zunächst eine Beschreibung der Web-Auftritte verschiedener nationaler und internationaler Radiosender, wobei zwischen Sendern unterschieden wird, die lediglich im Internet einen Webserver betreiben und denjenigen, die ihr Programm ausschließlich über das Internet verbreiten; zum Zeitpunkt der Arbeit an dem Buch waren in Deutschland noch keine Sender aktiv, die ausschließlich im Netz tätig sind, wohingegen in den USA zahlreiche, teils sehr spezialisierte Firmen diesen Service anbieten. Weiterhin werden die Webseiten verschiedener Fernsehsender vor allem bezüglich des *on demand* verfügbaren Video-Angebots besprochen, wobei zwar auf eine mögliche Konvergenz der Medien Computer und Fernseher hingewiesen wird, jedoch keine weiteren potentiellen Entwicklungen aufgezeigt werden (etwa das naheliegende Aufkommen von Sendern, die – analog zu den bereits genannten Online-Radiosendern – ihr TV-Programm ausschließlich über das Netz verteilen).

Kapitel 4 beschäftigt sich mit Zeitungen und Zeitschriften, die eine Präsenz im Internet betreiben (u. a. die Computerzeitschrift *c't*, *Die Zeit*, *Stern*, *Bild*) bzw. ausschließlich über das World Wide Web (*Slate*, *HotWired*, *Telepolis*) zugreifbar sind. Leider kommen die Autoren in diesem Kapitel nicht über eine eher oberflächliche Beschreibung der Angebote sowie einiger in ihnen enthaltenen Fehler hinaus, die vermutlich durch einen unsachgemäßen Transfer der zugrundeliegenden Texte vom Satzsystem in das HTML-Format verursacht

worden sind. Weder in diesem noch in späteren Kapiteln, die sich mit Webdokumenten unterschiedlicher Genres beschäftigen, hinterfragen die Autoren die Art und Weise, wie Sprache *tatsächlich* in Webseiten eingesetzt wird. Auch fast 10 Jahre nach der Entwicklung des World Wide Web finden sich beispielsweise noch immer sowohl auf Seiten, die – etwa durch ein Hobby motiviert – von Laien erstellt werden, als auch auf Websites professioneller *Content Provider* mittlerweile befremdlich-antik anmutende Phrasen wie *Klicken Sie hier, um den Artikel aufzurufen* o. ä. Der vorliegende Band hätte in diesem nach Wissen des Rezensenten bislang hierzulande nicht systematisch untersuchten und längst überfälligem Bereich zumindest erste Impulse setzen können.

Das fünfte Kapitel beschäftigt sich mit Literatur, die über das Internet verbreitet wird und teilweise sogar in ihm entsteht und mit neuen Herausforderungen bei der Rezeption und Produktion literarischer Hypertexte. Nach einer „Einführung in die neuzeitliche Mediengeschichte“ gehen die Autoren auf verschiedene Definitionen des Begriffs Hypertext ein; Ted Nelson, der Mitte der sechziger Jahre diesen Terminus geprägt hat, wird hierbei nicht erwähnt. Weiterhin fallen terminologische Inkonsistenzen auf, da in diesem Abschnitt gelegentlich von Hypertext (der im übrigen als „Textsorte“, S. 159, bezeichnet wird) im Sinne von Hypermedia die Rede ist, wohingegen diese beiden Begriffe in anderen Abschnitten definitorisch explizit unterschieden werden.

Das folgende Kapitel „Web-Sites und digitale Märkte“ versammelt „zur Einordnung von Web-Angeboten“ (S. 174) auf knapp 12 Seiten so unterschiedliche Bereiche wie „Informationen“, „Datenbanken“, „Unterhaltung“, „Bildung“ und „Electronic Commerce“, wobei meist keine diskrete Einordnung getroffen werden könne, da viele Mischformen existierten. Bei dieser Betrachtung beschränken sich die Autoren bis auf wenige Ausnahmen auf Angebote, die von kommerziellen Anbietern stammen. Hierbei vergleichen sie im letzten Abschnitt die Elemente klassischer Marktvorgänge mit denjenigen Prozessen, die den *Electronic Commerce* ausmachen, wobei acht der neun klassischen Vorgänge vom Kunden – unabhängig von Öffnungszeiten – über das Internet getätigt werden können, was in den vergangenen Jahren zu einer stetig wachsenden kommerziellen Nutzung des Internet geführt hat.

Einen wichtigen Aspekt dieser Kommerzialisierung – die Werbung im World Wide Web, die beinahe ausschließlich über Werbebanner in Form eingebetteter Grafiken durchgeführt wird –, beschreibt Kapitel 7 in umfassender Weise. Ein Vergleich der klassischen Print-Werbung mit Online-Werbung zeigt hier schlüssig auf, daß insbesondere hinsichtlich der sprachlichen Realisierung der Anzeigen sowohl eine wechselseitige Einflußnahme zwischen beiden Werbeformaten existiert, aber auch medieninhärente Unterschiede bestehen (etwa die Verwendung temporal-deiktischer Elemente wie *jetzt*).

Das abschließende Kapitel, „das Internet als Kommunikationsgemeinschaft“, beinhaltet u. a. einen Überblick über den Einfluß und Status der zahlreichen Kommunikationsmöglichkeiten des Internet auf das Alltagsleben der Gegenwart und der Zukunft. Die Autoren kommen zu dem Schluß, daß „die virtuellen Kommunikationsgemeinschaften, in der die Kommunikation weitgehend in virtuellen Räumen stattfindet, Transformationen realer Kommunikationsgemeinschaften“ seien (S. 207); die oftmals sprechsprachliche Konzeption zur „Simulation von Konversationen“ (beispielsweise in der E-Mail- oder Chat-Kommunikation) sei „prinzipiell nichts Neues“ (S. 209). „Das Internet als neues Medium hat nicht deshalb Erfolg [...], weil man ‘schriftlich telefonieren’ (chatten) oder gar tatsächlich telefonieren kann, sondern weil es gegenüber alten Medien substantiell Neues zu bieten hat: Intertextualität und Interaktivität sowie Multimedialität“ (S. 210).

Insgesamt hinterläßt das Buch einen zwiespältigen Eindruck: Einerseits stellen diejenigen Abschnitte von Kapitel 2, die sich mit textbasierten Kommunikationsformen beschäftigen, derzeit im deutschsprachigen Umfeld die umfassendsten Untersuchungen zum Thema dar, wobei nur sehr wenige aus den Analysen gezogene Schlüsse Anlaß zu Kritik geben. Andererseits läßt sich eine auffallende Diskrepanz zwischen der inhaltlichen Qualität dieses Kapitels in Bezug auf die folgenden feststellen. Diese bewegen sich beinahe ausschließlich in beschreibenden Dimensionen, die im Vorwort explizit genannte Anregung zu weiteren Forschungen wird nur selten mit konkreten Anhaltspunkten realisiert.

Genauere Informationen zu diesem Buch, weiterführende Artikel, Errata etc. sind auf einer eigens zu diesem Zweck von den Autoren eingerichteten Website im WWW unter der Adresse <http://www.websprache.uni-hannover.de> abrufbar.