

Dieter Stein

Sprache im Internet – Internet in Universität und Wirtschaft

Das Phänomen des Internets hat in den letzten Jahren die Aufmerksamkeit Aller auf sich gezogen. Nicht wenige sprechen von einem sehr schnellen Kulturwandel,¹ der Auswirkungen auf sämtliche Bereiche des Lebens von der gleichen Reichweite hat wie die Gutenberg'sche Revolution. Die Geschwindigkeit der Ausbreitung des Internetgebrauchs ist rasant. Sie wird vielleicht am besten schlaglichtartig erhellt durch eine persönliche Anekdote. Als der Verfasser dieses Beitrags 1990 an seine jetzige Universität berufen wurde, hat der damalige Kanzler bei den Berufungsverhandlungen das Begehren nach einem Internetanschluss am Arbeitsplatz als eine Zumutung empfunden, die mehrere zehntausend DM kosten würde (er wusste nicht, dass der Zugang, wie sich dann bei einer Besichtigung des Arbeitsplatzes herausstellte, bereits vorhanden war). Zehn Jahre später ist der Internetgebrauch in aller Munde, und nichts illustriert die Rasanz der Ausbreitung dieser Kulturtechnik in der Universität besser als die Anweisung des jetzigen Kanzlers (ein gutes Dutzend Jahre später), im internen Verkehr mit der Verwaltung nach Möglichkeit E-Mail zu benutzen.

Ebenso wie die euphorischen wirtschaftlichen Erwartungen durch den Markt korrigiert wurden, weichen auch die in der Anfangszeit verbreiteten, auf wenig wissenschaftlichen Untersuchungen basierten, aber in der Öffentlichkeit sehr wirksamen Vorurteile vor allem kulturkritischer Art zusehends zumindest der ernsthaften Absicht einer seriösen wissenschaftlichen Erforschung internetbasierter Kommunikation. Der permanenten Weiterentwicklung der Technologien in diesem Bereich, von UMTS bis *ubiquitous computing* – eingeschlossen der dazugehörigen Marketingbemühungen – steht jedoch eine eher zögerliche Annahme seitens der Bevölkerung und damit eine eher enttäuschende Akzeptanz und wirtschaftliche Umsetzung von technischen Innovationen gegenüber: Die Tatsache der Verfügbarkeit von Kommunikationstechnologie bedeutet noch nicht automatisch ihre Akzeptanz. Dieses Faktum ist offensichtlich übersehen worden. Das Gleiche gilt für das *Haben* eines Internetanschlusses: *Haben* ist nicht gleichbedeutend mit *benutzen*, und „Nutzen“ kann sehr viele qualitative und vor allem quantitative Formen haben. Analog zu einem Handybesitzer, der es auf eine monatliche Rechnung von 20 € bringt, gibt es viele Nutzer, die das Internet und seine Funktionalitäten extrem selektiv und selten benutzen. Auch sie zählen als *netzaktiv*, insgesamt sollen etwa 50 Prozent der deutschen Bürger netzaktiv sein.² Sichere Daten über die Feinstruktur der Nutzung sind jedoch sehr schwierig zu erhalten. Wenn auch aus der Sicht der Wirtschaft ein Optimismus hinsichtlich der weiteren Verbreitung der Internetnutzung verständlicherweise obligatorisch ist, scheint aus einer distanzierteren Sicht, und auch aus vielfältiger persönlicher Erfahrung, eine vorsichtigerere Sehweise angebracht. Es gibt durchaus Hinweise darauf, dass eine Stagnation im

¹ Vgl. Döring (2003: 15).

² Vgl. Döring (2003: 8).

Gebrauch der neuen Kommunikationstechnologien, und damit auch des Internets, zu beobachten ist. Die Zahl der Aussteiger scheint die Zahl der Neueinsteiger zu übertreffen.³ Neben Faktoren wie den Telefonkosten oder der zunehmenden Ausbreitung von Spam (angeblich 40 Prozent der in den USA verschickten E-Mails) gibt es dafür eine Reihe von Faktoren, die hier nur in aller Kürze genannt werden können. Insgesamt scheint die Bereitschaft der Bevölkerung, auf Personalkosten sparende Internetvertriebs- und Kommunikationswege umzusteigen, deutlich weniger ausgeprägt als oft angenommen. Ähnliche Erfahrungen machen in letzter Zeit auch Wirtschaftsbetriebe wie die Deutsche Bahn AG, die die Nutzung des Vertriebswegs Internet als Substitution für den physischen Gang zum personalintensiven Fahrkartenschalter sehr überschätzt hat.

Zu den Gründen für die relativ stockende Verbreitung der Internetnutzung gehören neben einer breiteren Technikfeindlichkeit zunächst eine Reihe von wenig substantiierbaren, aber öffentlich sehr wirksamen Vorstellungen, wie die angeblich zunehmende soziale Isolation durch das Internet sowie die Förderung der Dominanz des Englischen oder des (jeweils weiteren) Zerfalls von Sprache und Kultur. Symptomatisch in der Einstellung und auch in der Breitenwirkung bei den „gebildeten“ Schichten waren Stellungnahmen wie die von Zimmer (2000) und das Wort von der „Trümmersprache“, weiterhin eher diffuse, aber leicht mobilisierbare Vorurteile, wie der Effekt der Amerikanisierung, die Förderung der Vorherrschaft des Englischen sowie Globalisierungskritik. Die meisten dieser Vorstellungen sind mittlerweile bereits korrigiert oder doch zumindest stark relativiert und differenziert worden. Dies gilt insbesondere für die mediale und kulturelle Interpretation des Internets gegenüber Oralität und Literalität⁴ sowie den Effekt auf die Sprache und den Sprachzerfall. Vorab soll gleich gesagt werden, dass dabei natürlich nie *die Sprache* als Kommunikationsmittel mit unendlichen und evolutiv flexiblen expressiven Möglichkeiten gemeint ist, sondern der Gebrauch, der von diesem Instrument gemacht wird. Das Instrument selbst wird von den Sprechern an die neuen Bedürfnisse adaptiert.

Neben den Kulturzerfallsjeremiaden, die durchaus an die Widerstände gegen Schreiben, Schrift und Literalität erinnern, ist es vor allem die Tatsache, dass nach wie vor wenig empirisch fundierte Kenntnisse über die Wirkungsweise und die spezifischen Effekte der speziellen Kommunikationssituation vorliegen, auf die sich eine Steuerung von Anwendung, Verbreitung und Vermarktung technisch möglicher Kommunikationstechnologie stützen kann: Es sind Kommunikationsmittel mit einem sehr hohen Grad an Technizität zur Verfügung gestellt worden, aber mit wenig Kenntnis über die dadurch eher ausgelöst als erzielten Effekte. Es sind Konzertflügel zur Verfügung gestellt worden, aber es gab keinen Klavierunterricht, noch nicht einmal eine Kenntnis der erzielbaren musikalischen und ästhetischen Effekte. Der hohe Grad an zwischengeschalteter Technizität macht die Kalkulation dieser Effekte in einer Weise dringend notwendig, wie dies bei den anderen Sprachmedien nicht der Fall ist. Zudem ist das Feld durch frühe, sehr plakative Schnellschüsse, die sich auch forschungshemmend ausgewirkt haben, in einer Weise vermint worden, wie dies selten bei einer Innovation von solcher Tragweite der Fall gewesen ist. Leider gehören dazu auch Publikationen von bekannten Verlagen, die (vor-)schnell auf den Markt geworfen werden, weil damit rasches Geld verdient werden kann. Als Beispiel aus der jüngsten Zeit muss leider Crystal (2001) genannt werden. Die Forschungslage selbst ist

³ Vgl. „Aus die Maus“, *Süddeutsche Zeitung* Nr. 227 (2./3.10.2001), S.V2/12.

⁴ Z. B. Richards (2000) für einen Überblick.

sehr fragmentiert und sehr unbefriedigend, so dass fundierte Aussagen nach wie vor nicht in einem Umfang gemacht werden können, die dem Phänomen angesichts seiner gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen (im weitestmöglichen Sinn des Wortes) zukommen. Es ist kennzeichnend für die Forschungslage, dass sich ein Großteil der frühen und häufig zitierten Detailuntersuchungen zumindest zu Beginn der Beschäftigung mit dem Gegenstand aus studentischen Staatsexamens- und Magisterarbeiten rekrutierte. Es gibt zum gegenwärtigen Zeitpunkt zwei Hauptzentren der Forschung, repräsentiert durch die Arbeiten von und um Susan Herring (1996 und demnächst), die jedoch eine andere Orientierung haben als die wesentlich in Deutschland zentrierte europäische Forschung.⁵ Zudem muss der Redlichkeit halber die Tatsache vermerkt werden, dass die englischsprachigen Publikationen die in Deutschland auf Deutsch erschienene Forschung oft schlicht nicht zur Kenntnis nehmen.⁶

Die für den Wissenschaftsbetrieb vielleicht interessantesten sprachbasierten Spielarten des Internets sind einerseits Websites und die dadurch möglichen Wirkungsgrade sowie Veröffentlichungsmechanismen und andererseits wahrscheinlich E-Mail, fachspezifische Listen und Chats als modernere Form des fachöffentlichen wissenschaftlichen Austausches. Letztere sind interaktive Formen des Internets. Unter „interaktives“ Internet soll eine Form von „technisch vermittelter Kommunikation“⁷ gemeint sein, bei der ein Mensch der Adressat und in die Kommunikation eingerechnet ist, und zwar unabhängig davon, ob dies synchron oder asynchron geschieht, oder ob eine oder mehrere spezifische Personen oder ein eher unspezifischer Personenkreis einkomponiert ist.⁸

Ebenso wie eine globale Charakterisierung oder gar Definition des Internets (technisch als Vernetzung von Computern? Sozial als Gemeinschaft der Benutzer?)⁹ sehr schwierig ist, so ist es auch zu undifferenziert, Aussagen über *Sprache* im Internet zu treffen. Die folgenden Bemerkungen haben deshalb vor allem primär die bereits genannten interaktiven Spielarten des Internets im Auge und weniger die sehr idiosynkratisch und oft mit minimalem sprachlichen Anteil gestaltete Website eines lokalen Vereins oder Individuums irgendwo auf der Welt. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der universitären und der wirtschaftlichen Praxis, insoweit sie den gleichen Effekten des neuen Sprachmediums unterworfen sind.

Das Internet ist das bisher „technischste“ aller Sprachmedien. Während der Erwerb der gesprochenen Sprache (das primäre Medium) fast nicht zu vermeiden ist, bedarf schon die Schrift (als sekundäres Medium) bereits eines gewissen technischen Aufwandes und einer erheblichen Lernanstrengung, mit bekannt differenzierten Lernergebnissen. Der kulturelle und technische Artefaktcharakter der Kommunikation mittels Internet bedeutet einen weiteren Quantensprung und involviert ein völlig neues Ausmaß an zwischengeschalteter Technik mit vielfältigem Eigenleben. So ist das Internet als „quartäres“ Medium¹⁰ in dem Sinne bezeichnet worden, dass Geräte wie Computer oder Computernetze erforderlich sind (tertiäre Übertragungsmedien wären Telefon und Telefax).

⁵ Zu Überblicken vgl. Beißwenger (2001) und Döring (²2003) sowie das *Journal of Computer-Mediated Communication* (JCMC).

⁶ Vgl. Stein (2003: 174).

⁷ Höflich (1996), insbesondere § 2.2.2.1, hier Seite 62ff.

⁸ Vgl. Döring (²2003), § 1-3.

⁹ Vgl. Döring (²2003), § 1 und 2.

¹⁰ Döring (²2003: 40).

Die hohe Technizität des Internetmediums führt zu zwei Effekten, die hier kurz diskutiert werden sollen. Zum einen ist die Akzeptanz eines Mediums eine Folge des Maßes, in dem das Bewusstsein des Gebrauchs dieses speziellen Mediums in den Hintergrund tritt („erlebnismäßig zurücktritt“¹¹). Dies setzt natürlich eine Gewöhnung und einen Grad an Automatisierung voraus, wie er heutzutage beim Telefonieren gegeben ist. Um jedoch einen solchen Gewöhnungs- und Automatisierungsgrad zu erreichen, bedarf es einer kritischen Masse¹² an Medienwahlen und Mediennutzern, damit sich spezifische Mediennormen (insbesondere sprachliche und sprachlich-interaktionelle) ausbilden können und der Gebrauch des Mediums nicht mehr durch seine relative Ungewohntheit in seiner Technizität thematisiert werden muss. Nur dann tritt das Medium selbst neutralisiert in den Hintergrund.

Auf der anderen Seite erhalten Sprachmedien an sich schon eine Eigensemantik, die natürlich mit den physischen Eigenschaften der Medien in Verbindung steht (z. B. Ephemeralität der gesprochenen Sprache gegenüber der Verdauerung der Schrift). Wie die Ausbildung einer kritischen Masse an Nutzern die Voraussetzung für eine Normen-etablierung ist, so ist ein weiterer Effekt die Entstehung einer „Eigensemantik“ des Mediums jenseits jeder subjektiven Reaktion von Individuen. Der bekannte Spruch McLuhans, „Das Medium ist die Botschaft“¹³, trifft sicher auch für die Wahl des Internets als Kommunikationsmedium zu. Die Wahl von z. B. E-Mail, Internet und Intranet statt Brief, Anruf oder Fax ist bereits ein „Metazeichen“: „Die Interpretation der durch die Medien transportierten Inhalte (Zeichen) wird durch das jeweilige Medium mitbestimmt“¹⁴.

Damit hängt der Gebrauch des Internets und das Funktionieren von Internetkommunikation in einem größeren gesellschaftlichen Umfang und mit gesellschaftlich und kulturell wirksamem Innovationspotential von einer komplexen Konstellation von miteinander verbundenen Faktoren ab. Die folgenden Vignetten aus Universität und Wirtschaft reflektieren die dabei entstehenden Effekte und Schwierigkeiten. Sie haben wahrscheinlich Stichprobencharakter für die restliche Gesellschaft.

Die Frage nach der Sprache im Internet ist primär zu sehen als eine Spielart von Parasprache,¹⁵ wie sie sich insbesondere bei Medien der Telekommunikation ausbildet. Während sich der Metazeichencharakter des Mediums eher darauf bezieht, in welcher Situation was gesagt wird, bezieht sich der Begriff der Parasprache darauf, „wie etwas und nicht was gesagt wird, wobei parasprachliche Codes besondere Bedeutung im Zusammenhang mit expressiven und emotionalen Äußerungen haben“¹⁶. Diesem in der Kommunikationstheorie lediglich für technisch vermittelte Kommunikation eingeführten Begriff der Parasprache entspricht in der Sprachwissenschaft am ehesten der Begriff einer medialen Sprachausprägung oder medialen Varietät. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass wohl jeder Sprachmedialität eine Parasprache, also eine spezifische mediale Ausprägung, zu Eigen ist. Ebenso wie sich geschriebene und gesprochene Sprache sehr unterscheiden, unterscheidet sich Sprache im Internet wiederum von den beiden anderen Sprachmedien und auch vom Telefonieren. Die rein sprachlichen Gemeinsamkeiten mögen größer oder kleiner

¹¹ Höflich (1996: 59).

¹² Vgl. Höflich (1996: 113).

¹³ McLuhan (2¹⁹⁷⁰).

¹⁴ Höflich (1996: 110).

¹⁵ Vgl. Höflich (1996: 89ff.).

¹⁶ Höflich (1996: 89).

ner sein, jedes Sprachmedium hat in diesem Sinne seine eigene Parasprache oder besitzt seine eigene mediale Ausprägung. Die Erforschung der Charakteristika der internetbasierten sprachlichen Kommunikationsform und ihres Verhältnisses zu geschriebener und gesprochener Sprache gehört zu den großen Desideraten der Charakterisierung der Internetsprache. Die Standpunkte¹⁷ reichen von eindeutig geschrieben (da getippt und visuell verdinglicht, linearisiert, verdauert und objektiviert) über geschriebene Mündlichkeit (da tendenziell so genannte nächstsprachliche Formen der mündlichen Sprache gehäuft auftreten) bis hin zu einer Charakterisierung als eine echte neue mediale Varietät *sui generis*, also eine dritte mediale Sprachausprägung – Letzteres umso mehr, je mehr interaktionale Kategorien in Betracht gezogen werden.¹⁸

Die sehr häufig gestellte Frage nach der Veränderung von Sprache und *Stil* durch das Internet hat mehrere Seiten. Um zwei der drei wichtigsten Aspekte dieser Frage vorab zur Seite zu legen, soll pauschal gesagt werden, dass es, erstens, durchaus Anzeichen gibt, dass sich die Sprache in den beiden anderen Sprachmedien, also geschriebene und gesprochene Sprache, durchaus auch insofern verändert, als Elemente aus der im Internet üblichen Sprache in sie übernommen werden. Dies kann nicht überraschen, ist doch eine solche Übernahme aus anderen Sprachmedien und generell aus anderen Sprachausprägungen schon immer üblich gewesen. Übernahmen aus anderen Sprachausprägungen innerhalb der gleichen Sprache sind in der Tat eine der Hauptquellen von Sprachveränderung. Zum Zweiten ist Sprache im Internet eines der Hauptvehikel von Sprachwandel. Sie ist das Einfallstor insbesondere von englischbasierten Ausdrücken. Auch dies ist nichts wesentlich Neues, man schaue sich einen beliebigen Text z. B. aus den Wirtschaftswissenschaften an. Das einzig neue Element ist hier die relative Beschleunigung des Prozesses: Sprachwandel – wer will, Sprachevolution – ist wesentlich Übernahme auch aus anderen Sprachen und bedarf der Diffusionskanäle. Was sich in der neuesten Zeit verändert hat, ist die Diffusionsgeschwindigkeit und die Diffusionsreichweite von neuen Kandidaten für Übernahmen. Hier jedoch gilt: „Many are called, but few are chosen“. Welche Übernahmekandidaten eine allgemeine Verbreitung und normativ sanktionierte Akzeptanz finden, ist dann noch eine ganz andere Frage und hängt wesentlich von Autorität, Prestige und Identifikationsmechanismen ab. Es ist fraglich, ob Gebrauch im Internet eine solche Autorität besitzt. Öffentlicher Gebrauch durch den Bundeskanzler sicherlich, wohl weniger durch einen Rektor, schon gar nicht durch einen schlichten Professor. Eine interessante Ausnahme war die Rede vom „faulen Professor“.

Der dritte und wichtigste Aspekt betrifft nun den Stil im engeren Sinne selbst. Stil ist die sprachliche und sprachlich konventionalisierte Seite von Textsorten. Textsorten (Beispiel: der Brief mit seinen Untervarianten, wie ein persönlicher Brief oder ein Brief als Akt der Verwaltung oder wie ein universitärer Ruf) haben eine pragmatisch-funktionale und eine sprachliche Seite. Letztere betrifft wesentlich konventionalisierte Auswahlen zwischen sprachlichen Alternativformen. Die erstere Dimension definiert die Textsorte als soziale Institution mit Verpflichtungen und Erwartungen. Sprachliche Elemente als Wahlmöglichkeiten (etwa: Nominalisierung oder eigener Satz, „eine“ oder „ne“, Partikel oder nicht, wie „mal“, „nun“) sind die andere Seite, nämlich der Stil. Die Ausformung des Stils ist sowohl funktional (also determiniert durch die äußeren Kommunikationsbedin-

¹⁷ Vgl. z. B. Storrer (2001) und Kilian (2001).

¹⁸ Vgl. Zitzen und Stein (demnächst); zu generellem Sprachwandel und Internet siehe Weingarten (1997).

gungen und den Kommunikationszweck) als auch konventionell bestimmt. Die Textsorte ist aus wissensmäßig-kognitiver Sicht zudem das wichtigste Mittel der Komplexitätsreduktion: das Wissen um die gerade „eingeschaltete“ Textsorte reduziert das enzyklopädisch mögliche Wissen auf ein zwischen den Kommunikationspartnern fokussiertes und damit handhabbares Wissen und macht Kommunikation erst möglich. Sie sagt den Kommunikationspartnern auch, welche interaktionalen und sozial-kooperationsmäßigen Verpflichtungen der Schreiber eingeht, so hinsichtlich des verbürgten Wahrheitsgehalts, und welche Kooperationsverpflichtungen vom Leser oder Hörer erwartet werden (darüber später noch mehr). Darin liegt u. a. der Unterschied zwischen einem Kommentar und einem Leitartikel, zwischen einer Produktbeschreibung, die Haftungsverpflichtungen mit sich bringt und einem Marketingtext, zwischen einem wissenschaftlichen und einem literarischen Text. Man muss vorher wissen, um welche Textsorte es sich handelt, und darüber muss normativ abgesichert Einigkeit bestehen. Genau dies ist für den digitalen Text weitgehend (noch) nicht der Fall.

Was nun die rein sprachliche Seite von Textsorten anbetrifft, den Stil, so gilt, dass „guter“ oder „schlechter“ Sprachgebrauch immer bezogen ist auf die Normen einer bestimmten Textsorte in gesprochener oder in geschriebener Sprache. Die Frage, ob Sprache im Internet auch eine Veränderung des Stils bedeutet, ist zuvörderst gleichbedeutend mit der Frage, ob es im Internet die gleichen Textsorten gibt. Dies kann fast global verneint werden. Die weitaus meisten Textsorten sind medial spezialisiert: ein Brief, oder ein universitärer Ruf, ist nun mal etwas Geschriebenes, ein „Gespräch“, oder ein „Berufungsgespräch“ (so es sie denn noch gibt), etwas Mündliches. Das Problem kann auch an dieser Stelle mit einer Anekdote verdeutlicht werden. Zu einer E-Mail an ein Ministerium wird – übrigens zu Recht – von der dortigen Mitarbeiterin bemerkt, dass der an sie geschriebene *Brief* (!) einige Flüchtigkeitsfehler enthalte. Das Problem liegt nun darin, dass der Schreiber nicht meinte, einen *Brief* geschrieben zu haben, sondern eine Mail. Offensichtlich bestand – und dies erhellt einen sehr verbreiteten Befund – noch nicht einmal Einigkeit über die Art der Interaktion und die in ihr geltenden Normen und Kooperationsbedingungen. Der Schreiber der Mail hatte einen anderen Interaktionstypus – informeller, mit weniger institutioneller Autorität und Verpflichtung – unterstellt als die Empfängerin im Ministerium. Ist ein Brief als Textsorte der geschriebenen Sprache noch ein Brief, wenn er medial transponiert wird? Aus der Tatsache, dass die meisten Textsorten medial gebunden sind, folgt, dass es in der E-Mail keinen Brief geben kann. Aus den Unterschieden in den technischen Bedingungen der Medien ergeben sich Unterschiede in den soziopragmatischen Bedingungen, in der emotionalen Einstellung, kurz, in der Perzeption der Kommunikationssituation und, als Ergebnis dieses zusammenhängenden Komplexes von Bedingungsfaktoren, natürlich in der sprachlichen Ausformung, d. h. im Stil. Die Mail an den „Sehr geehrten Herrn Professor Doktor“, also der Versuch eines digitalen Briefs, funktioniert in der Regel nicht, zumindest nicht in der gleichen Weise wie beim Brief. Wie jede Textsorte und jedes Sprachmedium hat auch das neue Medium sein Eigenleben, was sein soziales und emotionales Dekor betrifft, eben seine Eigensemiotik als Metazeichen. Der „Chat“ ist kein Gespräch, obwohl es durchaus wichtige Gemeinsamkeiten gibt, wie z. B. Sprecherwechsel. Der im Augenblick häufig zu beobachtende Versuch, bestehende mündliche und schriftliche Textsorten in die andere mediale Textsorte „hinüberzuretten“, d. h., einfach medial zu übersetzen, kann nicht funktionieren, weil sich die soziopragmatischen und soziopsychischen Grö-

ßen ändern, die einzelne Textsorten ebenso charakterisieren wie sprachlich-stilistische Eigenschaften. Aus diesem Grunde wirken gerade direkte Indikatoren dieses Bereichs der sozialen Statusrelationen, der persönlichen Beziehungen und der institutionellen Gültigkeiten und Verpflichtungen der Sprechakte, wie Anreden, Grußformeln sowie Formen des Textbeginns und des Textendes, immer wieder deplatziert und oft genug peinlich: sie sind in der Tat de-platziert, d. h. aus ihrer normalen pragmatischen und medialen Einbettung herausgenommen. Weit verbreitet ist eine populärwissenschaftliche und sprachideologische Einstellung, dass allein Sprachliches selbst ausschließlicher Träger von Information in Texten und Diskursen sei. Insofern ist die bloße mediale Transformation von Sprachzeichen nicht hinreichend für eine mediale Transformation von Textsorten. Noch wichtiger ist die spezifische Perzeption der Kommunikationssituation der Medien, wie sie sowohl individuell als auch überindividuell, normativ, ausgeprägt sein kann.

Das neue Medium hat bereits Kommunikationsformen ausgebildet, denen der Charakter eigener und eigenständiger Textsorten zuzusprechen ist, so der Chat, der MUD¹⁹ oder MOO²⁰, das Guestbook, die Newsgroup oder – für den wissenschaftlichen Diskurs sehr viel interessanter – die Diskussionsliste. Gerade bei den wissenschaftlichen Diskussionslisten stellt sich die Frage nach den Spielregeln und den sprachlichen Stilkonventionen. Es handelt sich mit Sicherheit um wissenschaftlichen Text: unter dem pragmatisch-funktionalen Aspekt werden die Spielregeln (guter) wissenschaftlicher Praxis hinsichtlich der vom Schreiber unternommenen Wahrheitsgarantie unterstellt. Der sprachliche Stil ist jedoch oft wesentlich oraler, dialogischer, oft konzeptionell, d. h. in seinem Duktus, mündlicher, obwohl geschrieben, weil eben die Situation so perzipiert wird. Zudem gibt es das Phänomen des *interstitial text*, also einer Portionierung des Textes mit Hilfe der Return-Taste, die eine Kommentierung und einen direkten, räumlich benachbarten Bezug auf den Text eines anderen Beiträgers erlaubt. Hier liegt mit Sicherheit eine neue, wichtige Textsorte vor, die die Praxis des Wissenschaftsbetriebs verändert.

Ist jedoch ein wissenschaftlicher Aufsatz noch ein Aufsatz, wenn er im Netz publiziert wird? Hat er noch den sozial-institutionellen Charakter des klassischen „Aufsatzes“, der sehr an seinem geschriebenen Charakter hängt? Hat er noch seine quasi eherne philologische Geltung, seine Wirkung als Herstellung eines neuen, akzeptierten, autoritativen und zu zitierenden Standes der Wissenschaft? Es steht zu vermuten, dass die Antwort je nach dem Grad der Textbasiertheit der Disziplinen (wie lange noch?) anders ausfallen wird. Zu vermuten ist darüber hinaus, dass sich auch die sprachliche Ausformung ändern wird. Ändern sich auch die Verpflichtungen gegenüber den wissenschaftlichen Spielregeln? Entscheidend dafür, ob der geschriebene und der Aufsatz auf der Website unterschiedliche Textsorten sind, ist die sich herausbildende und normativ etablierende Übereinkunft der Wissenschaftsgemeinschaft, als was der digitale Aufsatz gelten soll, und weniger der Stil. Nur am Rande sei darauf verwiesen, dass damit natürlich auch Konsequenzen für die Praxis des Wissenschaftsbetriebs gegeben sind, wie etwa die Geltung für den Status dieser Schrift in der Publikationsliste oder ob man – wie in den USA – für den Papieraufsatz doch eine höhere Gehaltszulage bekommt als für den digital publizierten, was wiederum Auswirkungen auf die Akzeptanz dieses Mediums für den publikatorischen Aspekt des Wissenschaftsdiskurses hat.

¹⁹ *Multi-User Dungeon*

²⁰ *MUD Object Oriented*

Es ist anzunehmen, dass bei der Adaption bestehender Textsorten an das neue Medium, die dann wohl nicht mehr die gleichen sind, wie auch bei der Ausbildung neuer Textsorten die gleichen Mechanismen wirken wie bei der Ausbildung der traditionellen Textsorten. Ebenso wie die Charakteristika geschriebener und gesprochener Sprachausprägung (Unterschiede in syntaktischer Komplexität, Editierbarkeit, Situationsentbindung, Visualisierung und „Objektivierung“, Korrektheitsvorstellungen und Sprachideologien) eine Folge der unterschiedlichen physischen Bedingungen der beiden Sprachmedien sind, so gilt dies analog auch für die Sprache im Internet. Nach einer Phase des bloßen Übertragens von gesprochenen und geschriebenen Mustern zu Beginn des Mediums dürften sich in einer Art Evolutionsprozess optimierende und Norm bildende Prozesse für den Sprachgebrauch im Internet in der gleichen Weise manifestieren, wie dies bei der Ausbildung der geschriebenen Sprache geschehen ist und auch weiter geschieht. Es besteht weitgehend Konsens darüber, was gute geschriebene Sprache ist, etwa ein guter, korrekter, in den adäquaten Stilnormen geschriebener offizieller Brief, und was in einem Gespräch im Bereich der dort geltenden Stil- und Höflichkeitsnormen liegt und was nicht. Von einem vergleichbaren Konsens sind wir im Bereich der Sprachbenutzung im Internet noch weit entfernt – ein wichtiger Aspekt der Unsicherheit bei der Akzeptanz des Internets.

Es ist der Befürchtung vorzubeugen, dass die traditionellen Textsorten verschwinden oder vernachlässigt werden, ebenso wenig wie die „old economy“ von der „new economy“ verdrängt werden wird. Was sich als wichtiger Effekt neben den beschriebenen Evolutions- und Adaptionsprozessen ausbildet, ist eine Neuordnung des medialen Feldes: Der traditionelle Brief verschwindet nicht, sondern er erhält einen neuen, spezialisierten Platz in einem semiotischen System der Textsorten. Ein Liebesbrief bedeutet heute wesentlich mehr als früher, als es noch keine E-Mail gab, und keine SMS. Es ist bedeutungstragend, ob man einen Brief oder eine Mail schreibt. Beide werden erhalten bleiben, die Wahl zwischen beiden ist Gegenstand eines „Medienkalküls“²¹: Wie schätze ich angesichts des metakommunikativen Charakters des Mediums die Chancen ein, einen gegebenen Zweck am besten zu erreichen – auch angesichts der Frage, wie die Medienwahlmöglichkeiten und Präferenzen des Gegenübers liegen? Die kommunikative Sprachkompetenz muss noch um eine Spielart erweitert werden. So empfiehlt es sich wohl nach wie vor, an Firmen mit einem konservativeren Management mit einem formellen Begehrt mit einem Brief heranzutreten. Die Entscheidung, dies mit einer Mail zu tun, selbst wenn die Website dazu auffordert, birgt nach wie vor ein Risiko.

Während die Medienwahl zwischen Brief, persönlichem Gespräch und Telefonat ziemlich standardisiert ist, sind die Verhältnisse beim Internetgebrauch ganz anders. Sie sind zum Teil sehr kleinräumig differenziert. Je nach dem Stand der Entwicklung des medialen Repertoires zwischen einzelnen Kollegen in einem Institut mag es nichts Gutes bedeuten, wenn dem Kollegen „ein Brief geschrieben“ wird. Dies verheißt nur dann Schlimmes, wenn der angeschriebene Kollege auch tatsächlich im kollegialen Verkehr normalerweise E-Mail benutzt. Wie angedeutet, dürfte sich sehr wohl eine funktionale und statusmäßige Differenzierung zwischen wissenschaftlichem Aufsatz in der Fachzeitschrift und auf der Website herausbilden: Ist es ein bewertungsrelevanter Mangel in einer Habilitationsschrift, wenn ein einschlägiger Aufsatz aus einer fachlichen Diskussionsliste nicht eingearbeitet ist? Gleich schlimm, wie wenn ein Preprint im Pdf-Format auf der Website einer Fachkol-

²¹ Höflich (1996: 99).

legin nicht berücksichtigt ist? Oder doch weniger schlimm als die Nichtbeachtung eines einschlägigen Aufsatzes in einer Fachzeitschrift? Bei Linguisten und Naturwissenschaftlern eher als bei Juristen oder Geschichtswissenschaftlern? In Berufungsverfahren gewinnt die Homepage der Bewerberinnen und Bewerber eine immer größere Bedeutung. Sie konkurriert immer mehr – eher inoffiziell als offiziell – mit der geschriebenen und gesprochenen Selbstpräsentation: Gibt es überhaupt eine Homepage? Wie professionell ist sie? Enthält sie die neuesten Preprints? Gibt es Diskrepanzen mit den Bewerbungsunterlagen? Es ist ein Faktum der Praxis von Berufungsverfahren, dass immer häufiger darauf Bezug genommen wird, wiederum wohl eher fächerspezifisch, aber eben doch wissenschaftssoziologisch kleinräumig differenziert.

Genau darin liegt das Problem für die Akzeptanz der Wahl dieses Mediums: Es ist die nach wie vor eher individuelle Reaktion und das Fehlen eines „[s]tandardisierten Gebrauchs von sozial normierten medienbezogenen Erwartungen“, „einer sozial konsentierten Medienverwendung“²²: „[D]ie soziale Normierung von Gebrauchsweisen *beeinflusst* die computervermittelte interpersonale Kommunikation nicht nur – sie *ermöglicht* sie erst . . .“²³ Sie ist zugleich Grund und Epiphänomen des Fehlens einer kritischen Nutzermasse und der bestehenden Unsicherheiten im Gebrauch dieses Mediums. Die durchaus bestehenden sozial konsentierten Netzwerke reichen offensichtlich nicht aus, um vor allem den wirtschaftlichen Erwartungen auf der Basis einer breiten Akzeptanz gerecht zu werden. Es gibt durchaus auch varietätenmäßige, parasprachliche Shibbolethe von breiten Nutzergruppen. Es sind gerade sie, auf die sich die Kultur- und Sprachkritik eingeschossen hat, so etwa der weit verbreitete Gebrauch von „B2B“, oder „2B or not 2B“, von „C Ya tonite“ für „see you tonight“, „LOL“ für „laughing out loud“, wobei der Gebrauch der Zahl „4“ für „for“ durchaus schon in andere Sprachvarietäten eingedrungen ist. Durchgehende Kleinschreibung ist eine weitere solche Gruppennorm. Prototypisch ist eine Situation, in der Kinder ihren Eltern in Kleinschreibung schreiben, die Eltern aber in schriftsprachlich korrekter Norm großgeschrieben zurückschreiben.

Die Probleme der Implementierung insbesondere von digitaler interaktiver Kommunikation in Wirtschaft und Gesellschaft im Allgemeinen und der Universität im Besonderen sind zu ganz wesentlichen Teilen eine Funktion der Normenunsicherheit auf sämtlichen Ebenen der Kommunikation. Dies wird oft deshalb nicht gesehen, weil unter Sprache und Kommunikation ein sehr reduzierter, um nicht zu sagen simplistischer, Informationsbegriff im Vordergrund der Diskussionen steht. Der Begriff der „Informationstechnologie“ leistet diesem Missverständnis auch noch Vorschub. Wichtiger als die Übertragung von propositionaler Information scheint die Wirkung der Perzeption des Beziehungsaspekts, der sozialen und emotionalen Bedeutungen.²⁴ Dies beginnt schon bei einer der wichtigsten sprechaktmäßigen, sozialen und kooperationsmäßigen Verpflichtungen, die eine Textsorte mitdefinieren: Ist das Ignorieren einer E-Mail in der gleichen Weise sozial sanktioniert wie das Nichtbeantworten eines Briefes? Bei der Mail herrscht eine eigenartig zweideutige Situation. Es ist beim Brief kaum möglich, sich dahinter zu verstecken, dass man ihn nicht bekommen habe. Bei der Mail ist dies etwas leichter: Die komplexe Übertragungstechnik kann viel eher als Entschuldigung dafür angeführt werden, man habe die Nachricht

²² Beide Zitate: Höflich (1996: 81).

²³ Döring (²2003: 44).

²⁴ Höflich (1996), § 2.1.3, und Stein (demnächst).

nicht bekommen und sei im Hinblick auf die soziale Dimension der Antwortererwartung deshalb auch nicht im Obligo. Man kann hinter realen oder perzipierten Technikproblemen (gewissermaßen als Abfallprodukt der Technizität des Mediums) in Deckung gehen. Juristische Fristensetzungen werden deshalb wohl noch lange eine Sache von offiziellen Briefen bleiben. Die Lage ist unklar bei Mails. Einerseits ist die Antwortererwartung als soziale Verpflichtung zumindest nicht so ausgeprägt wie bei einem Brief. Auch ein *Confirm Receipt*-Menü löst das Problem nicht prinzipiell, sondern schafft im gleichen Maße neue. Wenn der Empfänger nicht reagiert, steht er zum einen nicht in der gleichen Weise unter sozialer Sanktionsdrohung wie bei einem Brief oder gar bei persönlicher Ansprache von Angesicht zu Angesicht, bei der ein Versprechen *in die Hand* gegeben werden kann. Zum anderen kann es durchaus sein, dass sich der Empfänger durch die Aufforderung, den Erhalt zu bestätigen, in seiner Freiheit beeinträchtigt sieht. Die Versendung einer Mail mit der Aufforderung zur Bestätigung des Erhalts bedeutet, dass er sich nun der Option und der Freiheit beraubt sieht, nicht antworten zu wollen und sich hinter der Technizität und ihren Möglichkeiten zu verstecken. Beim Telefon ist dies nicht möglich: der Angerufene hat nicht eine sozial normierte Option des Schweigens. Was als angemessene und sozial korrekte Reaktionsmöglichkeit gilt, hängt nach wie vor sehr von den lokal etablierten Normen einzelner Nutzernetzwerke ab – ein weiterer Aspekt der sozialen Kleinräumigkeit sowohl der Internetnutzung als auch der Normenevolution. Wenn ein Betrieb Intranet hat, ist man dann gezwungen, es auch zu benutzen? Liegen hier die gleichen Optionen des Schweigens vor wie beim öffentlichen Internet?

Vielleicht einer der wichtigsten Gründe für die Zurückhaltung bei E-Mail ist die Perception von Nähe. Man ist bei der Mail sehr viel *näher dran* am Gegenüber. Dieser Effekt ist am besten durch die Formulierung beschrieben, dass man dem anderen sehr viel direkter und schneller *im Gesicht steht*. Dieser Effekt ist von der Sprachwissenschaft in der Analyse von gesprochener und geschriebener Sprache als eine zentrale soziopsychische, emotionale Unterscheidungsdimension zwischen beiden Sprachmedien als Unterscheidung zwischen *Sprache der Nähe* (prototypischerweise gesprochene Sprache) und *Sprache der Distanz* (prototypischerweise geschriebene Sprache) etabliert worden.²⁵ So gibt es prototypische Zuordnungen zwischen der physischen Nähesituation eines persönlichen Gesprächs, der sozial-emotionalen Art der Beziehung zwischen den Kommunikanten und dem Vorkommen von sprachlichen Formen. Beispielsweise sind Kontraktionen wie „ne“ für „eine“ oder die Wahl der Anredeform („du“ gegenüber „Sie“) typische nächsprachliche Ausdrucksformen. Obwohl nun das Medium selbst von der physischen Entstehung der Sprachzeichen her durchaus geschrieben ist (getippt), entsteht bei E-Mail (und wohl bei sämtlichen Internettextsorten, beispielsweise auch bei der wissenschaftlichen Diskussionsliste) durch die schnelle Übermittlung und die relative zeitliche Kopräsenz sehr oft die Perception von Nähe,²⁶ im Gegensatz zur geschriebenen Sprache, etwa dem Brief. Diese dem Medium als Metamessage inhärente Nähe kann nun je nach präexistierender oder gewünschter Beziehungssituation durchaus als bedrohend und destabilisierend empfunden werden, zumal dann, wenn hierarchische und administrative Beziehungen vorliegen, bei denen die Bewahrung von Distanz gewünscht ist. Es ist ein bekannter Effekt, dass der

²⁵ Vgl. Koch und Oesterreicher (1985).

²⁶ Vgl. Höflich (1996: 76).

Weg ins Du in keinem Sprachmedium schneller vonstatten geht als in internetbasierter Kommunikation.

Diese Nähebedrohung durch E-Mail wird in vielen sprachlichen Formen manifestiert. Die häufigste ist eine laxere Editierung: Man neigt dazu, Verletzungen von Korrektheitsnormen der geschriebenen Sprache zu tolerieren, nicht noch mal drüberzuschauen – insbesondere unter Zeitdruck; man schreibt weniger korrekt, man erlaubt sich „progressivere“ Formen und mehr Sprachspielereien. Es wird offensichtlich von den Kommunikanten tendenziell ein sozialer Pakt unterstellt, diese Art von Sprachformen zu tolerieren, zumindest die Sanktionsdrohung für nicht korrekten schrift- und standardsprachlichen Gebrauch zu suspendieren und als Teil des Dekorums von E-Mail zu verstehen. Kleinschreibung wird generell eher toleriert. Neben einer Funktion als Signal von Gruppenmitgliedschaft kann es als Angebot von Nähe interpretiert werden. Ein solches Angebot mit korrekter deutscher Orthographie zu beantworten – außer im Fall der Kind-Eltern-Situation –, ist in jedem Fall eine Beziehungsbelastung, die dem Beantworten eines Du mit einem Sie nicht unähnlich ist. Die Last der Einschätzung des Gegenübers und seiner Reaktion liegt in jedem Fall beim initiierenden Schreiber. Der Leser muss entscheiden, ob dies Folge der Eile ist oder als Angebot von Nähe interpretiert werden kann. Die Ähnlichkeiten zum Angebot des Du und den Beschädigungen bei der Ablehnung des Angebots sind auch auf der Ebene der Medienwahl frappierend: Kann man den E-Mailgebrauch mit einem Kollegen wieder „zurücknehmen“? Was passiert, wenn man den E-Mailgebrauch einstellt und „einen Brief schreibt“? Man empfindet E-Mails in der Regel als tendenziell beziehungsnahe als eine benachbarte geschriebene Textsorte. Durch diese dem Medium inhärente Nähe, Teil der Eigensemantik dieses Mediums, erklärt sich auch der oben beschriebene Effekt der Unnatürlichkeit beim Versuch, einen „Brief“ als Mail umzudeklarieren: Man will wenigstens die Distanzbarriere der korrekten schriftsprachlichen Form aufrechterhalten.

Die Frage ist, wieso die Sprecher oder Schreiber bei der E-Mail sozial mehr riskieren als sowohl in gesprochener als auch in geschriebener Sprache. Das Dekorum der Schrift als mediuminhärente Eigenschaft ist tendenziell konservativ und distanzverhaftet. Die gesprochene Sprache bedeutet direktes, visuelles und auditives Monitoring: Man wird sozusagen bereits während des Aktes auf dem Fuße bestraft. E-Mail bietet einen Zwischenweg: Man ist mehr in Deckung, man wagt mehr, und zwar deshalb, weil kein visueller oder auditiver Kontakt besteht und weil in der Regel die Perzeption geteilt wird, so dass insgesamt der soziale Verpflichtungscharakter nicht so ausgeprägt ist wie bei gesprochener und bei geschriebener Sprache. Es bleibt dahingestellt, ob ein über E-Mail gegebenes Versprechen die gleiche Gültigkeit hat wie ein mündlich gegebenes, ob ihm diese verpflichtende Gültigkeit von den Kommunikanten zugesprochen wird.

Es kann nicht überraschen, dass sich aus diesen Überlegungen sehr interessante Aspekte für die Medienwahl im universitären Bereich ergeben. Grundsätzlich scheint im inneruniversitären Gebrauch eine E-Mail eher *power*-aufwärts als *power*-abwärts die Praxis zu sein. Es ist gut möglich, dem Rektor, Präsidenten oder Kanzler eine Mail zu schreiben. In der anderen Richtung ist es eher nicht, oder nur selektiv, möglich. Antworterverwartungen in der E-Mailkommunikation sind damit gekennzeichnet durch *power*-Asymmetrien. Der Grund ist einleuchtend: Distanzmanagement. E-Mail in einer hierarchisch asymmetrischen Kommunikationssituation ist zweifach problematisch: wegen des tendenziell nächsprachlichen Beziehungscharakters (prototypisch eine Du-Situation) und wegen der darin leich-

ter vorkommenden nächsprachlichen Sprachstrukturen, die weniger als *Fehler* aufzufassen sind denn als Angebote der Definition einer nächsprachlich definierten Sozialsituation.

Man kann sich leicht vorstellen, welche Probleme dabei für den inneruniversitären, institutionellen Sprachgebrauch mit seinen rechtlichen, verwaltungs- und hierarchiemäßigen Aspekten ergeben. Zum Teil haben Universitäten schon den Verkehr mit der Verwaltung auf digitale Kommunikation umgestellt – angesichts der Umstellungs- und Lernanforderungen für Personal auf beiden Seiten ein echter Quantensprung. Wie ist es jedoch beim Verkehr mit den höheren Spitzen der Universität? Wenn Rektor, Präsident oder Kanzler nicht zurückmailen: Heißt das Ausbleiben einer Reaktion bereits, dass das Begehren oder die Anregung nicht akzeptiert ist? Heißt es, dass E-Mail als Kommunikationsmittel „abgelehnt“, dass sie nicht zur Kenntnis genommen wird, weil das Anliegen nicht in „Briefform“ mitgeteilt worden ist? Oder heißt es, dass die Mail nicht angekommen ist, dass man sich hinter dieser Prätension verstecken kann? Gibt es eine offizielle Differenzierung, welche Inhalte über E-Mail mitgeteilt werden können und welche nicht? Das Thema ist heikel, und noch heikler ist das Sprechen darüber.

Gerade in Massenfächern (ähnlich bei Institutionen wie der Deutschen Forschungsgemeinschaft) stellt sich sehr schnell die Frage, was man mit täglich Dutzenden studentischen E-Mails mit je unterschiedlichen Fragen und Beratungsbedarf macht. Eine Einzelbeantwortung ist schlicht nicht möglich. Wonach soll selektiert werden, welche Mail beantwortet wird oder nicht? Nach Gegenstand? Hier liegt – mindestens – das gleiche quantitative *Power*-abwärts-Problem vor wie bei der Kommunikation etwa mit der Universitätsspitze oder mit Ministerien. Viele Kolleginnen und Kollegen könnten angesichts der beschriebenen „Nähebedrohung“ ein mulmiges Unbehagen empfinden. Es bedarf einer prinzipiengeleiteten und veröffentlichten, normativ wirksamen Strategie, die komplexitätsreduzierende Regeln und Erwartbarkeiten des Verhaltens stiftet, wobei Abweichungen interpretierbar sind. Wo es diese Erwartbarkeiten nicht gibt, ist häufig nicht entscheidbar, was Normalverhalten oder was interpretierbare Abweichungen sind – auch dies eine normale Situation in einem sehr schnellen Entwicklungsprozess, aber eben auch ein Akzeptanzhindernis.

Diese Überlegungen sind prinzipiell übertragbar in die Realität einer großen Firma mit Intranet. Intranet- und Internetkommunikation sind tendenziell als hierarchiebedrohend bezeichnet worden, und zu Recht. Es deutet einiges darauf hin, dass sich einerseits die höchsten hierarchischen Ebenen in Firmen E-Mail oft verschließen, und dass andererseits in einigen neueren Firmen versucht wird, die Flachheit der Hierarchien durch Intranetkommunikation zu festigen. Die erwähnte „Nähegefahr“ bei internetbasierter Kommunikation kann in diesem Zusammenhang auch als eine perzipierte Gefahr der Verflachung von Hierarchien gedeutet werden. Der Hinweis sei erlaubt, dass dieser Anspruch eine empirische Frage ist und zurzeit in einem Forschungsprojekt untersucht wird. Als Beispiel kann angeführt werden, dass es einen sehr großen Unterschied für die weitere Entwicklung der (Geschäfts-)Beziehungen machen kann, ob man einen anderen oder hierarchiehöheren Mitarbeiter im Intranet mit „Bob“ oder „Dear Bob“ anspricht. Hier gibt es sehr versteckte – und dem Nicht-Sprachwissenschaftler in der Regel auch nicht bewusste – Diagnostika für tatsächliche oder vermeintliche Flachheit von Hierarchien. Ganz besonders interessant sind dabei multinationale Firmen, die auf Englisch kommunizieren. Erste Analysen schei-

nen darauf hinzudeuten, dass größere Firmen bei der internen Kommunikation je eigene sprachliche Konventionen ausbilden.

Bisher wurde die sprachliche Ausformung als Folge vorgeordneter Dimensionen, wie den externen technischen Möglichkeiten und den sozialen und emotionalen Situationsperzeptionen der Kommunikationspartner, gesehen. Diese reaktive Sicht kann nun aber auch umgedreht werden in die Perspektive einer proaktiven, sozialsemiotisch wirksamen Selektionskompetenz der Kommunikanten: Es ist durchaus Teil einer Stilkompetenz, dass sprachliche Wahlmöglichkeiten eingesetzt werden als Angebote der Steuerung der Situationsdefinition, als bewusst eingesetzte Instrumente des Distanzmanagements. Ein wichtiger Hintergrund zu dieser Sicht ist die häufig vorgebrachte Charakterisierung des Internets als *lean medium*, bei dem die vor allem im Gespräch gegebenen Informationen visueller bis hin zu haptischer Art nicht verfügbar seien. Auf einen Effekt der *Gesichtsschonung* (technisch gesprochen: *face saving*) als Deckung und Schonung wurde bereits hingewiesen. Obwohl dieses Kanaldefizit sicher durch andere, graphostilistische Möglichkeiten teilweise kompensiert werden kann (etwa den graphischen Gebrauch von iterierenden Interpunktionszeichen oder Emoticons), ist an dieser Stelle relevant, dass dadurch eine sehr viel stärkere funktionale Belastung des sprachlichen Materials selbst vorliegt. Dies bedeutet konkret, dass in dem Maße, wie sprachliche Wahlmöglichkeiten mit z. B. Nähe oder Distanz steuernder Funktion vorhanden sind, diese bewusst (also letztlich gelehrt) eingesetzt werden, um ein Angebot der Situations- und Beziehungsdefinition zu machen. Neben den bereits genannten Elementen kann dies natürlich allein schon für die Sprachenwahl gelten. Ganz sicher gilt es für den Gebrauch von Elementen wie Emoticons, von Gruß- und Schlussformeln sowie Kleinschreibung, für den Verzicht auf Editierung, die Form der Bezugnahme auf frühere Kommunikation (Betreffzeilengestaltung) oder den Gebrauch von *interstitial text*, um nur einige zu nennen. Ob man diese Möglichkeiten wählt oder nicht, ist weniger eine Frage laxen oder korrekten Sprachgebrauchs, sondern man macht dadurch (hoffentlich absichtlich) Angebote der Situationsdefinition, die dann ebenso schwer zurückzuweisen sind wie ein Angebot des Duzens. Die Wahlmöglichkeit gilt aber auch in den einzelnen Sprachen für den Gebrauch von einzelnen Wort- oder grammatisch-syntaktischen Alternativformen. Für das Englische zu nennen ist z. B. die Wahl zwischen „the book I bought“ oder „the book which I bought“ sowie Formen wie „I gave it him“ gegenüber „I gave it to him“. Im Englischen besteht oft die Wahl zwischen „I was giving a lecture“, „was giving a lecture“ und „giving a lecture“. Hier korrelieren zunehmende Grade von Ellipse (Weglassung von Subjekt und Hilfsverb) mit dem Grad des unterstellten gemeinsamen Wissens, der suggerierten Unmittelbarkeit oder Nähe zum Kommunikationspartner (geteiltes Wissen braucht nicht zusätzlich verbalisiert zu werden) und dem so genannten Formalitätsgrad. Welche dieser Formen wird in einem Intranet mit flacher Hierarchie gebraucht?

Ein weiteres Beispiel ist der Gebrauch von so genannten Kontraktionen, wie „don’t“ oder „isn’t“. So existiert z. B. im Englischen folgende Alternativenreihe: „do not“, „don’t“ und schließlich „dont“. Die letztere Variante erscheint (noch) so gut wie ausschließlich in internetbasierter Kommunikation, die durchaus eigene sprachliche Formen entwickelt hat. Die Tatsache jedoch, dass die beiden anderen Varianten ebenso existieren, bedeutet, dass sie als Nähe steuernde Wahlen eingesetzt werden können. Viele dieser Varianten betreffen oft sehr minimale Differenzen. Häufig ist auch für den Bildschirmleser nicht entscheid-

bar, ob tatsächlich ein Performanzfehler oder eine intentionale Handlung vorliegt: Ist ein Apostroph nun vergessen oder mit Absicht nicht gesetzt worden? In jedem Fall kann die Wirkung sehr groß sein, ohne dass man sich darüber im Klaren ist. Diese Unsicherheit ist eine Folge der technischen Eigenschaften des Mediums. Der Wirkungsgrad der einzelnen sprachlichen Wahl ist weitreichender als bei gesprochener Sprache (wo leichter repariert werden kann), und die Spielregeln sind deswegen heikler (Kann man sich sicher sein, dass die sprachliche Wahl auch richtig registriert wird?) – ein weiterer Aspekt der noch weit verbreiteten kommunikatorischen Unsicherheit bei dieser Sprachausprägung. In ihren sprachlichen *In-group*-Gepflogenheiten am meisten verfestigt sind soziale Netzwerke innerhalb bestehender Internetnetzwerke (etwa Chatgemeinschaften). Um die Sozialesemiotik der einzelnen Wahlen richtig einschätzen zu können, muss die Sprachkompetenz allein deshalb schon sicherer sein, muttersprachlich und erst recht fremdsprachlich. In beiden Fällen bedarf eine wirkungssichere Kommunikation der vorherigen Bewusstmachung dieser Effekte, jenseits einer sicheren grammatischen Sprachbeherrschung. In einer Intranetkommunikation oder gar in der Kommunikation mit einem Firmenkunden können sehr schnell beziehungsstörende und negative Effekte auftreten, die dann in ihrer Entstehung oft sehr schwer zu rekonstruieren sind. Es sei auch darauf hingewiesen, dass sich gerade die Werbung diese große Wirkung minimaler Varianten strategisch proaktiv zunutze macht: Ob in einem Prospekt der Deutschen Bahn AG „gibt es“ oder „gibt’s“ steht oder ob gar „B2B“ auftaucht, ist weniger eine Frage der stilistischen Korrektheit als des meist unbewussten strategischen Kalküls, oft eines verführerischen Näheangebots. Es reicht nicht aus, auf den „nicht korrekten“ oder informellen Charakter der beiden letzteren Formen hinzuweisen: Es ist ein Charakteristikum des Internets, dass der Gebrauch einer der drei Formen unter konversationsanalytischem Gesichtspunkt gesehen werden muss. Die Akzeptanzprobleme von Internetkommunikation sind häufig nicht in sprachlich-stilistischen Dimensionen selbst begründet, sondern in den durch sie ausgelösten soziopsychischen Effekten, die neben den transportierten *Informationen* Effekte auslösen, die möglicherweise mehr über Akzeptanz des Mediums entscheiden als Telefon- und Hardwarekosten, und die wohl sehr schwer über Marktanalysen und Nutzerbefragungen zu erfassen sind.²⁷ Es ist eine offene Frage, inwieweit solche Umfragen selbst, wenn sie über das Internet durchgeführt werden, aus eben den gleichen Gründen valide Ergebnisse überhaupt erbringen können.

Was die rein sprachlichen Aspekte dieses Kommunikationskanals angeht, so sind weitere interessante Aspekte des *Textes* zu diskutieren. Das diametrale Gegenstück des nähesprachlichen Textes (eigentlich: Diskurses) ist der geschriebene, juristische und juristisch wirksame Text. Grundsätzlich haben Disziplinen umso mehr Probleme mit dem Status des digitalen Textes, je textbasierter sie sind. Es ist ein Korollar der tendenziellen Nähesprachlichkeit (oder relativen Oralitätsnähe) des digitalen Textes, dass er viel weniger eigene und eigenständige Philologisierbarkeit und Autorität hat: Es ist sehr viel weniger möglich, in den immerhin getippten Text selbst die gleiche Autorität zu legen, wie es der Fall ist beim geschriebenen Text als ausgelagertes Artefakt mit ontischem Eigenleben, mit der Distanz zum selbst Produzierten. Dem steht zunächst der nähesprachlich-subjektivere Charakter dieser Sprachausprägung entgegen. Juristische Autorität und Normen sind konkret, a-subjektiv und damit affin der Distanzsprachlichkeit. Hinzu tritt der rein tech-

²⁷ Zu einer Diskussion dieser Effekte siehe Stein (demnächst).

nisch gegebene volatilere Charakter. Aus diesem Grund hat der digitale Text prinzipiell weniger Autorität und eignet sich auch nicht wie ein geschriebener juristischer Text als Autoritätsträger. Nicht zuletzt resultiert die Autoritätsaura des geschriebenen Textes in seiner historischen Entstehung auch aus der Differenz zum gesprochenen Text. Es wird zu beobachten bleiben, welchen Platz der „Internetttext“ in einer Neuordnung der Funktion von Sprache und Texten im Verhältnis zu geschriebenen und gesprochenen Texten finden wird und zu welchen Veränderungen er bei den Texten in den beiden anderen Sprachmedien führen wird. Der Effekt der neuen Kulturtechnik ist nicht auf sich selbst beschränkt: Die neuen Optionen der Medienwahl führen darüber hinaus zu einer Neubestimmung der Funktionen und der metakommunikativen Valeurs der bestehenden Medien und ihren Text- und Diskurssorten. Unter diesem Aspekt ist auch eine interessante Funktionsverschiebung beim Brief zu beobachten, der häufig nur zum rechtlich gültigen Vollzug einer vorher über E-Mail ausgehandelten Abmachung geschrieben wird. Aus dem gleichen Grund wird bei der Intranetkommunikation in einer internationalen Firma – soviel lässt sich schon jetzt sagen – ein wesentlich geringeres Maß an stilistischer Varianz und nächstsprachlichen Elementen sichtbar. Zum einen sind die Mails häufig an eine größere Zahl von Adressaten gerichtet, zum anderen beinhaltet Intranetkommunikation potentiell wirtschaftsrechtlich relevante Information, auf die zur Dokumentation in Streitfällen zurückgegriffen werden kann. Daraus ergibt sich dann sowohl eine größere Standardnähe als auch eine größere Entbindung von den personalen und subjektiven Elementen der Textproduktion; es entsteht viel eher ein „Text“ im technischen Sinn, und kein Diskurs. Es müssen also nicht nur die neuen Textsorten erlernt und gelehrt werden, sondern die alten müssen ebenfalls neu gelernt werden. Dies gilt sowohl für die Diskurse der Wirtschaft (Wann und wofür wird mit Kunde, Klient oder Patient E-Mail benutzt und wann Brief?) als auch die der Wissenschaft. In der gegenwärtigen Situation des Fehlens einer kritischen Nutzermasse und normierter Erwartungen wird dies noch eine lange Zeit das Medienkalkül sehr erschweren, und damit auch die Akzeptanz des Mediums und die wirtschaftliche Vermarktung der neuen Technologien.

Bibliographie

- BEISSWENGER, Michael (Hrsg.). *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Stuttgart 2001.
- CRYSTAL, David. *Language and the Internet*. Cambridge 2001.
- DÖRING, Nicola. *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen ²2003.
- HERRING, Susan (Hrsg.). *Computer-Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam 1996.
- HERRING, Susan (Hrsg.). *Computer-Mediated Conversation*. Cresskill, New Jersey (demnächst).
- HÖFLICH, Joachim R. *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Verwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“*. Opladen 1996.
- KILIAN, Jörg. „T@stentöne. Geschriebene Umgangssprache in computervermittelter Kommunikation“, in: BEISSWENGER (2001), 55-78.

- KOCH, Peter und Wulf OESTERREICHER. „Sprache der Nähe – Sprache der Distanz“, *Romanistisches Jahrbuch* 36 (1985), 15-43.
- MCLUHAN, Marshall. *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Düsseldorf ²1970.
- RICHARDS, Cameron. „Hypermedia, Internet Communication, and the Challenge of Redefining Literacy in the Electronic Age“, *Language Learning & Technology* 4(2) (2000), 59-77.
- STEIN, Dieter. „Review of David Crystal, *Language and the Internet*“, *Linguistics* 41(1) (2003), 157-163.
- STEIN, Dieter. „Sprachliches Management von Nähe und Distanz“, in: Angelika STORRER und Michael BEISSWENGER (Hrsg.) *Chat-Kommunikation in Beruf, Bildung und Medien: Konzepte – Werkzeuge – Anwendungsfelder*. Stuttgart (demnächst). (Website zur Tagung: <http://www.hrz.uni-dortmund.de/~hytex/storrer/chat/index.html> (17.10.2003))
- STORRER, Angelika. „Sprachliche Besonderheiten getippter Gespräche: Sprecherwechsel und sprachliches Zeigen in der Chat-Kommunikation“, in: BEISSWENGER (2001), 3-24.
- WEINGARTEN, Rüdiger (Hrsg.). *Sprachwandel durch Computer*. Opladen 1997.
- ZIMMER, Dieter E. *Die Bibliothek der Zukunft. Text und Schrift in den Zeiten des Internet*. Hamburg 2000.
- ZITZEN, Michaela und Dieter STEIN. „Chat and Conversation: A case of Transmedial Stability?“ *Linguistics* (demnächst).