

Call for Papers

Dimensionen des Faktors M

Medienlinguistische Forschung findet mittlerweile in einer empirischen und theoretischen Breite statt, der eine Zusammenführung, Bündelung und Gegenüberstellung fruchtbare Impulse bringen kann. Das Journal für Medienlinguistik möchte dafür die geeigneten Bedingungen bieten und dazu einladen, mit einem offenen Begutachtungsverfahren (Open Peer Review) und einer offenen Publikationspolitik (Diamond Open Access) sowohl die klassischen, medienlinguistischen Gegenstände wie auch neuere Perspektiven zu adressieren.

Es kann dabei durchaus als Credo der medienlinguistischen Community betrachtet werden, dass Medienlinguistik überall dort zu finden ist, wo in einer spezifischen Weise eine Sensibilität für den Faktor M (also für *Medien* bzw. *Medialität*) besteht und diese Sensibilität Eingang in die jeweiligen Forschungsfragen findet.

Will man das Feld medienlinguistischer Forschungstätigkeit abstecken, kann man u. E. auf die folgenden Dimensionen und Kontinua zurückgreifen:

Die Grenze zwischen den sog. **alten und neuen Medien** zu ziehen, fällt notorisch schwer – allein schon aufgrund des steten Übergangs von einer Generation zur nächsten und der daran gebundenen Mediensozialisation. Die Gegenüberstellung von alten und neuen Medien erweist sich aber als fruchtbar, wenn sie so gedacht wird, dass sich damit ein breites Kontinuum aufspannt. Die Medienlinguistik hat ihre klassischen Arbeitsfelder und nicht zuletzt ihren Ursprung im 20. und 21. Jahrhundert und in der Apostrophierung von Computer und Internet als sog. ‚neue Medien‘. Wird aber die darin enthaltene Unterscheidung alt/neu nicht als Dichotomie aufgefasst, kann die medienlinguistische Perspektive ausgeweitet werden. Denn unser Verständnis von aktuellen Prozessen gewinnt vom vergleichenden Blick in die Vergangenheit i. d. R. ausgesprochen viel. Deswegen sollten vergangene Epochen der Mediengeschichte aber nicht lediglich als bloßes *comparandum* aufgefasst werden, sondern können

Kontaktpersonen:

Mark Dang-Anh (IDS Mannheim)

Konstanze Marx (IDS Mannheim)

Matthias Meiler (TU Chemnitz)

E-Mail: redaktion@jfml.org

selbstverständlich ebenso genuiner Forschungsgegenstand der Medienlinguistik sein.

Erkennbar wird damit die Aufgabe der Medienlinguistik nicht darauf beschränkt, lediglich die Kommunikation in Massenmedien zu erforschen und darüber hinaus vielleicht noch jene ‚im Internet‘. Die Mediengeschichte beginnt nicht mit den Massenmedien, genauso wenig wie sie ihren Anfang in der Erfindung der Schrift hat. Kommunikative Prozesse und Strukturen sind immer und konstitutiv medial. Eine solche Perspektive auf **Medialität** kann man heute als medienlinguistisches Axiom festhalten. Insofern untersucht die Medienlinguistik Sprache und Kommunikation in Social Networks ebenso wie auf Postkarten, am Filmset wie im Film, in Kodizes wie am Telefon, mit Robotern ebenso wie mit Menschen. Gespräche, Texte und Diskurse basieren – so gesehen – auf ihre je eigene Weise gleichermaßen auf dem Faktor M.

Als Konsequenz einer solchen medienlinguistischen Perspektive ergibt sich für sprachliche (wie auch andere) **Zeichen**, dass ihre kommunikative Qualität nicht losgelöst von ihrer Medialität gedacht werden kann. Vielmehr gilt es, Zeichenprozesse unter Berücksichtigung ihrer materiellen Grundlagen und medialen Eigenschaften einzuordnen. Diese Perspektive umfasst die Analyse kommunikativer Oberflächenphänomene ebenso wie die der verborgenen Infrastrukturen der Zeichenprozessierung. Beidem ist sowohl in den historischen als auch den rezenten Ausprägungen eine herausfordernde Komplexität zu eigen. Diesem Verhältnis kann und sollte daher auch als medienlinguistischer Fragestellung nachgegangen werden.

Die Medialität von sprachlichen Zeichen ernst zu nehmen, bedeutet auch, sie als erkenntnistheoretisches und kulturkonstitutives Mittel anzuerkennen. Bei genauer Betrachtung wird allerdings schnell einsichtig, dass neue Medientechnologien gerade nicht gleichmäßig und quasi automatisch in alle soziokulturellen Bereiche hinein diffundieren. Unterschiedliche Gemeinschaften und Gesellschaften, das zeigt auch der Blick in die Geschichte, setzen sich auf ihre je eigene Art und Weise mit dem beobachteten und erlebten Medienwandel auseinander. Die Aufnahme neuer Medientechnologien in den kommunikativen Haushalt bspw. einer spezifischen Domäne geschieht dabei nie ohne Verschiebungen des gesamten Gefüges. Medienlinguistik ist daher immer auch offen für **Kulturanalyse** und die entsprechenden Gesichtspunkte und Fragestellungen unterschiedlicher Granularität. Kulturalität, so die Annahme, wird durch medialen Sprachgebrauch ja immer erst hervorgebracht und ist durch diesen konturiert. Eine solche Medienlinguistik kann dabei selbstverständlich – muss es aber nicht automatisch – Kulturvergleich durch den Vergleich medialen Sprachgebrauchs betreiben.

Für einen solchen Sprachvergleich können schließlich auch die **Sprachstrukturen** selbst auf die Bedingungen bezogen werden, die die unhintergehbare Medialität aller Kommunikation und mithin allen Kommunikationsmitteln setzt. Unter diesen Bedingungen ist etwa die Zeitlichkeit gesprochener Sprache und das sich daran knüpfende Organisationsprinzip der ‚Linearität‘ ebenso grundlegend wie die räumliche Distribution geschriebener Sprache, um nur zwei mediale Unterscheidbarkeiten zu benennen, die sich ebenso strukturell niederschlagen. Freilich bedarf es hier weiterer Differenzierungen, um die Kategorien jenseits einer Schriftlichkeits-Mündlichkeits-Dichotomie feiner auszutarieren. In diesem Lichte wären also auch grammatische Erörterungen an die medialen Konstellationen des Sprachgebrauchs zu knüpfen. Auch die Analyse des Sprachsystems mit Blick auf solche Konstitutionsbedingungen kann demnach Medienlinguistik sein.

Freilich kann und sollte sie vielleicht in besonderer Weise hierbei immer auch technisch und körperlich bedingte bzw. ermöglichte **Multimodalität** berücksichtigen. Denn Sprachwissenschaft, die sich auf den Faktor M einlässt, ist gleichzeitig dazu angehalten, der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sprachliche Zeichen praktisch nie unabhängig von anderen Zeichenarten vorkommen. Diese Multimodalität betrifft dabei die ausgesprochen ausdifferenzierten Textwelten ebenso wie die mannigfaltigen interaktionalen Aspekte kommunikativen Geschehens. Die Zusammenhänge u. a. zwischen Text und Bild ebenso wie zwischen Rede und Geste empirisch und theoretisch zu erhellen, kann mithin ebenso zum Aufgabenspektrum medienlinguistischer Forschung gerechnet werden.

Erachtet die Medienlinguistik derart Medien und Medialität auch als grundlegendes Moment von **Interaktion**, so lassen sich bereits auf der Ebene von Face-to-face-Interaktionen mediale Qualitäten ausweisen. Im Vergleich dazu werden dann auch Phänomene interaktionaler Schriftlichkeit relevant, wie sie sich beispielsweise in digitaler Chat- und Messenger-Kommunikation aber auch in historischen Briefkorrespondenzen zeigen. Die Betrachtung von Interaktion als immer medial bedingte Interaktion lässt nicht nur die Wirkgrößen von Medien zwischenmenschlicher Interaktion hervortreten, sondern ebenso diejenigen in der Mensch-Maschine-Interaktion. Aufgabe der Medienlinguistik ist es demnach auch, diese vielfältigen Zusammenhänge zwischen Medien und Interaktion zu untersuchen und Medien- und Interaktionstheorie in einen gegenseitigen Bezug zu bringen.

Den Faktor M insgesamt in seiner unhintergehbaren Qualität (oder was wir dafür halten) ernst zu nehmen, kann darüber hinaus der geeignete Ansatzpunkt für die Reflexion und Kritik von **Metho-**

dologie und Methoden linguistischer Forschung sein. Sprachwissenschaftliche Forschung ist immer medial und in mehr oder weniger hohem Maße technisiert. Ihre Forschungsgegenstände treten in zunehmend medial differenzierten Umgebungen auf und erfordern eine fortwährende Entwicklung adäquater Forschungsmethoden. Damit zielt eine medienlinguistische Analyse methodologisch ebenso auf die reflexive Erörterung der medialen Möglichkeitsbedingungen der eigenen methodisch erlangten Erkenntnisse. Besondere Relevanz erhält die medienlinguistische Methodenreflexion dabei angesichts der zunehmenden Digitalisierung linguistischer Forschung aller Bereiche. Die Medienlinguistik kann sich hierbei als Fach erweisen, das die Digitalisierung sprachwissenschaftlicher Forschung methodologisch reflektiert.

Das Journal für Medienlinguistik lädt alle Wissenschaftler_innen ein, das damit nur andeutungsweise umrissene Forschungsfeld mit ihren Arbeiten zum Faktor M in Sprache und Kommunikation zu bereichern und zu erweitern, tiefer zu fundieren wie ebenso auch immer wieder herauszufordern. Dabei ist es durchaus gewünscht, dass diese Diskussion nicht einzig auf akademischer Ebene geführt wird, sondern auch sprachwissenschaftlich fundierte Medienreflexion und darüber hinaus sprachwissenschaftlich informierte Medienkritik ermöglicht.

Erwünscht sind theoretische, methodische, methodologische sowie empirische Beiträge bisher unveröffentlichter Forschung. Ebenso freuen wir uns über Rezensionen und Tagungsberichte zu Publikationen und Veranstaltungen, die sich mit medienlinguistischen Fragestellungen und Themen beschäftigen.

Das Journal für Medienlinguistik publiziert fortlaufend. Beitragsvorschläge können **jederzeit** eingereicht werden. Weitere Informationen finden Sie unter jfml.org.¹

¹ Die Herausgeber_innen bedanken sich ganz herzlich bei Georg Albert, Oliver Czulo, Susanne Günthner und Jan Georg Schneider, die die Gelegenheit genutzt haben und für diesen Call for Papers ihre je eigenen Perspektiven auf und Ansprüche an medienlinguistische Forschung in die Diskussion auf dp.jfml.org einbrachten. Ihre Gedanken sind sämtlich in den vorliegenden Call aufgenommen worden.