

Bibliografie

- 1) Beck, U., Thesen für eine umfassende Bildungsreform. In: Dieckmann, H. und Schachtsiek, B. (Hrsg.): Lernkonzepte im Wandel: die Zukunft der Bildung, Klett-Cotta, Stuttgart, 1998.
- 2) Bohl, T., Wissenschaftliches Arbeiten im Studium der Pädagogik, Weinheim und Basel, Beltz, 2008.
- 3) Schäfer, S./Heinrich, D., Wissenschaftliches Arbeiten an deutschen Universitäten. Eine Arbeitshilfe für ausländische Studierende im geistes- und gesellschaftswissenschaftlichen Bereich mit Übungsaufgaben, IUDICIUM, München, 2010.
- 4) Sary, J.H./Kretschmer, H., Umgang mit wissenschaftlicher Literatur. Eine Arbeitshilfe für das sozial - und geisteswissenschaftliche Studium, Cornelsen Scriptor, Berlin, 1999): 168.

Internetquellen

- 5) <https://de.wikipedia.org/wiki/Abstract>
- 6) [https://de.wikipedia.org/wiki/Bericht_\(Journalismus\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Bericht_(Journalismus))
- 7) <https://www.duden.de/rechtschreibung/Bericht>
- 8) <https://www.uni-regensburg.de/philosophie-kunst-geschichte-gesellschaft/geschichte-suedost-osteuropa/medien/abstract.pdf>

DIE VIELFÄLTIGKEIT VON MEDIENBEGRIFFE UND DEREN ROLLE IM DAF-UNTERRICHT

Lilia LUPAȘCU, lector universitar

Rezumat

„Expresiile generale cu privire la învățarea cu ajutorul mediilor, la o cercetare mai aprofundată, sunt aproape imposibile. Diversitatea mediilor este foarte amplă, în cel mai bun caz se poate de reflectat în parte doar specificitatea tipurilor mediilor [...]. Pentru ca să cercetezi eficiența în ansamblu al mediilor, este tot așa de greu, precum a se expune la general despre eficiența unui medicament. Fiecare medicament e special în felul sau și trebuie studiat în parte” (Petko, 2013, pag.106).

Der Begriff *Medien* ist heutzutage sehr beliebt und verbreitet. Dennoch wird der Begriff *Medien* kontrovers verstanden und

definiert: es gibt keine festen und eindeutigen Definitionen für *Medien*. Man vermutet, dass Sprachwissenschaftler und Kommunikationswissenschaftler den Begriff *Medium* ganz unterschiedlich interpretieren, indem Sprachwissenschaftler unter dem Begriff erstens das in der Sprache vorkommende gesprochene oder geschriebene Material verstehen: d.h. die sprachlich ausgedrückte Bedeutung zwischen den Botschaften der Vermittler [2, S. 110].

Die Kommunikationswissenschaftler verstehen unter dem Begriff aber Signale, die dazu beitragen, an ein für den Vortragenden meistens unbekanntes Publikum die Informationen zu überweisen: hiermit sprechen wir über Massenmedien und darüber, wie die Vortragenden das Publikum beeinflussen oder nicht beeinflussen können [2, S. 78].

Der Begriff *Medien* ist somit auf verschiedene wissenschaftliche Theorien zurückzuführen, weil der Wissenschaftsbereich das Wissen unterschiedlicher Wissenschaften in sich verallgemeinert. So kann die direkte Übernahme des geistes- oder sozialwissenschaftlichen des Begriffs *Medien* in die Didaktik problematisch werden [2, S. 55].

Jedoch kann die Fremdsprachendidaktik aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden – z. B. aus einer linguistischen, medienwissenschaftlichen, semiotischen oder kommunikationswissenschaftlichen. Man muss selbst bestimmen, welcher Zweig der Medien für Lehren und Lernen von fremden Sprachen relevant ist [2, S. 55].

Dennoch ist der Überblick über verschiedene Aspekte von Medien notwendig, denn Medien werden nicht nur als Vermittlungsinstrument betrachtet, sondern sie haben auch eine fremdsprachendidaktische Funktion. Somit kommt die Frage: *was Medien und Multimedia sind?*

Ein universaler Medienbegriff

In seinem heutigen Verständnis ist der Medienbegriff noch recht jung. Bis in die 50er Jahre des 20. Jahrhunderts hinein verzeichnen die Lexika nicht den Medienbegriff im heutigen Sinne von Kommunikationsmedien. Vielmehr verstand man unter Medien eher die Urelemente: *Wasser, Erde und Luft, Transzendenz* oder einfach *Mitte und Vermittlung*. Auch heute, zumal mit der Verbreitung von Esoterik und psychologischer Selbsterkundung, ist dieser Medienbegriff noch virulent. Er definiert alles als medial, was in irgendeiner Weise vermittelt ist oder sich selbst vermittelt. Insbesondere alle transzendentalen Phänomene werden als Medien bezeichnet.

Als „*extensions of man*“, also als Erweiterung des menschlichen Körpers, kennzeichnet etwa McLuhan die Medien in seinem zweiten Bestseller *Understanding Media* (1964). Alles, was die menschlichen Kräfte und Sinne technisch erweitert und verstärkt, sind „**Medien**“: *Straßen, Kleidung, Geld, Uhren, Buchdruck, das Rad, das Auto*, das gesprochene Wort wie **die Medien im engeren Sinne**, also *Buchdruck, Fotografie, Radio, Fernsehen* oder *Computer*. Und je nach ihrer Beanspruchung oder Ergänzung von Wahrnehmung und Sinne werden sie als „**heiße**“ oder „**kalte**“ Medien typisiert (Baltes u.a. 1997): „**Heiß**“ sind diejenigen, *die ihren Nutzern so viel bieten, daß diese von sich aus wenig hinzutun und denken müssen*; als „**kalt**“ gelten hingegen die Medien, *die den Rezipienten viele Ergänzungen und Vervollständigungen abverlangen*. Diese Unterscheidung ist weder trennscharf noch valide, und auf das damals noch neue Medium Fernsehen, das McLuhan sehr schätzte, passt sie überhaupt nicht. Dennoch erleben McLuhans Thesen derzeit eine erstaunliche Renaissance und stimuliert weitere.

Ein elementarer Medienbegriff

Wird der Medienbegriff auf symbolisch-kommunikative Interaktionen konzentriert, lässt er sich als elementar kennzeichnen.

Zum einen wurzelt er in der Theorie der Zeichen, also in der grundlegenden Definition des Zeichens als einer willkürlichen, nur konventionell festgelegten Relation zwischen Bezeichnendem und Bezeichnetem und seiner Verwendung (Pragmatik). Zum anderen rekurriert dieser Begriff auf die generelle Sprach- und Kommunikationsfähigkeit des Menschen, wodurch er sich als Lebewesen von allen anderen unterscheidet, also auf die Sprach- und Kommunikationskompetenz, wie sie *Wilhelm von Humboldt*, nach ihm *Noam Chomsky* und *Jürgen Habermas* theoretisch begründet haben. Danach sind alle Entäußerungen oder Manifestationen von Geistigem medial, weil sie mittels eines Zeichensystems artikuliert und damit materialisiert werden. *Das essentiellste Zeichensystem des Menschen ist die Sprache, aber auch Gestik, Mimik, Laute, Töne und Bilder gelten - ungeachtet ihrer technischen Formierungen - als Medien.* Solche Sichtweisen werden heute wieder betont, wenn darüber geforscht wird, ob und wie menschliche Fähigkeiten der Kognition und Artikulation von Computern imitiert werden können, wie sie in den Konzepten der künstlichen Intelligenz angestrebt werden.

Ein technischer Medienbegriff

Der technische Medienbegriff nimmt seinen Ausgang bei Gutenbergs Druckerpresse und sieht vorrangig den material-technischen Zeichenträger bzw. Multiplikator als Medium: das Papier und die Drucklettern, den Zelluloidstreifen und den Projektor für den Film, die elektromagnetischen Wellen, später das Breitbandkabel und die Satellitenschüssel für Hörfunk und Fernsehen, natürlich auch die entsprechenden Empfangsgeräte sowie die Speicher- und Verteiltechniken.

Als Zweck-Mittel-Relationen verstand **H.Pross** (1972) seine Einteilung der inzwischen klassischen Medien, die kürzlich noch als „in mancher Hinsicht sehr hilfreich“ bezeichnet wurde. Danach sind „**primäre Medien**“ wie (mündliche) *Sprache, Mimik, Gestik* etc. Mittel des „**menschlichen Elementarkontaktes**“, sie ermöglichen

Kommunikation ohne jegliche technische Unterstützung und finden im unmittelbaren Sozialbereich statt. „**Sekundäre Medien**“ sind solche, die für ihre Produktion, nicht aber für ihre Rezeption technischer Geräte bedürfen. Da sie dadurch materiell kodiert sind, bedarf es zu ihrer Dechifferierung Kenntnisse von Zeichen und Codes, sie müssen gewissermaßen „gelesen“ werden. Dazu zählen alle schriftlichen und bildlichen Darstellungen, aber auch präliterale Zeichensysteme wie *Grenzsteine*, *Flaggensignale*, *Rauchzeichen*. Schließlich sind „**tertiäre Medien**“ solche, die sowohl bei ihrer Erstellung wie bei ihrem Empfang technische Unterstützung, sogar Transformation brauchen. Sie sind „**Mittel des Symbolverkehrs**“, und Pross faßte darunter unterschiedslos *die Telegrafie als erstes elektrisches Transportmittel*, die klassischen Massenmedien sowie die neuen elektronischen Medien.

Im Laufe der jüngsten Mediengeschichte steigen nicht nur die Kosten für ein Medium, es erhöhen sich auch die Grade des „**Verwobenseins in das Netz der industriellen Beziehungen, die zur Herstellung, zum Absatz und zur Instandhaltung erforderlich sind**“ (Pross 1976, 117). Außerdem nimmt der Grad der Verfügbarkeit der Medien für den einzelnen mit ihrer Technisierung deutlich ab. Daraus resultieren kommunikative Benachteiligungen, und die zeitlichen wie räumlichen Abhängigkeiten der subjektiven Rezeption wachsen. Obwohl Pross zunächst technologische Parameter identifizierte, bezieht er also gesellschaftliche und kommunikative Konsequenzen mit ein. Selbst wenn seine Einteilung die jüngsten, elektronischen Medien nicht mehr erfaßt, kann sie bis heute als Heuristik für eine noch zu schreibende Mediengeschichte gelten.

Ein kommunikations- und organisationssoziologischer Medienbegriff

Wiederum seit Gutenberg verlangen und bewirken die jeweils neuen Technologien spezielle betriebliche Arbeitsformen, Berufe und Tätigkeiten: Papiermühlen, Setzereien und Druckereien entstanden, Verleger und Buchhändler vertrieben die Drucke auf den

Messen. Verlage und Grossisten im heutigen Verständnis gründeten sich erst im 18. Jahrhundert. Zeitungen und Zeitschriften erforderten ebenfalls Druckereien, Verlage, Grossisten, Kolporteurs, ermutigten die Gründung von Lesekabinetten und –zirkeln, und Hörfunk und Fernsehen erwirkten Sendeanstalten in verschiedenen Rechts- und Eigentumsformen.

Unter den Anforderungen moderner Medientechnologien und hoher Kapitalinvestitionen haben sich inzwischen intermediale Konzerne gebildet, die sämtliche medialen Verbreitungsformen in ihren Betrieben oder in ihren Besitzstrukturen vereinen und „*cross ownership*“ formieren. Sie vermarkten Stoffe und Stars multi- oder transmedial und steuern jeweils ihre Verkaufskampagnen weltweit. Etliche Konzerne sind nicht ausschließlich in der Medienbranche angesiedelt, sondern stammen aus der Energie-, Elektronik- und Nahrungsmittelbranche. Mittlerweile vereinnahmten sie von den Filmstudios in Hollywood bis zu den Telefonleitungen und Computernetzen, von der Werbebranche bis hin zur Freizeitindustrie und Tourismusbranche alles: *Time Warner Inc.*, *Walt Disney Co.*, *Viacom Inc.*, *News Corporation Ltd.*, *Microsoft* und die *Bertelsmann AG* werden zu diesen „*Global Players*“ gerechnet, die inzwischen den Kommunikationsmarkt der Welt beherrschen.

Ein kommunikativ-funktionaler Medienbegriff

Jede Kommunikation – auch die mediale – realisiert kommunikative Funktionen. Mithin läßt sich jedes Medium in dieser kommunikativen Funktionalität beschreiben, bzw. es lassen sich ihm kommunikative Funktionen attestieren. Sie werden dabei mit den verschiedenen Komponenten der Medien verknüpft – mit den Apparaten ebenso wie mit den geistigen Produkten, mit den elementaren Zeichendimensionen wie mit den gesellschaftlichen Organisationsformen – und wandeln sich im Laufe der Geschichte. Außerdem haben sich in der Kulturgeschichte und in der sozialen Gegenwart bestimmte Kommunikationsfunktionen herausgebildet bzw. werden von den Medien wahrgenommen oder ihnen

zugeschrieben, die nun zum soziokulturellen Gefüge und Bewusstsein gehören: etwa die Konstitution, mindestens die Präsentation von Öffentlichkeit, die Integration heterogener Gruppen und Interessen, Information, Kritik und Kontrolle als Faktoren demokratischer Willensbildung, die Vermittlung von Bildungsprozessen, die Versorgung mit Unterhaltung und Amüsement, die Verbreitung von Werbung etc.

Ferner werden den einzelnen Medien besondere kulturelle, ästhetische Optionen attestiert: Der Fotografie schreibt man zu, dass sie Ausschnitte von Realität authentisch abbildet und damit materialisiert. Spätestens seit **Walter Benjamins** (1963) Thesen über die dadurch bewirkte Reproduzierbarkeit von Kunst gekennt Singularität und Aura des Kunstwerks für aufgekündigt aber vermutet wird auch, dass diese Medientechnik ein neues Sehen bewirkt hat. Den Film mit seinen bewegten Bildern rühmt man wegen seiner speziellen Sprache, also wegen seines expressiven und ästhetischen Vermögens. Das Fernsehen universalisiert gewissermaßen die audiovisuelle Reproduktion von Wirklichkeit und veralltäglicht sie zugleich, da es keinen Lebensbereich mehr vor der elektronischen Repräsentation verschont. Wenn heute Medien immer mehr und komplexere kommunikative Funktionen übernehmen, dann lässt sich letztlich kaum mehr trennen, worauf bestimmte Zuschreibungen rekurren: Das Internet vereinigt tendenziell alle erdenklichen kommunikativen Funktionen in sich, mithin auch alle Medien.

Ein systemischer Medienbegriff

Einen theoretischen Ausweg aus dem terminologischen Gewirr sehen viele zeitgenössische Betrachtungen nur noch darin, den Medienbegriff so zu dehnen, wie überhaupt menschliche Erkenntnis reicht: Die einen argumentieren von einer medien- und technikkritischen Haltung aus – **Umberto Eco** (1986) nannte sie die „*Apokalyptiker*“ – und sehen die Wirklichkeit weitgehend oder schon gänzlich mediatisiert, die „*virtuelle Realität*“ mithin schon als

realer an als die wirkliche. Die anderen verbreiten eher Technik- und Medieneuphorie und prophezeien ungeahnte Potentiale, mit denen sich die natürlichen Begrenztheiten des Menschen überwinden lassen und die Individuen selbst Teile von Mediensystemen werden.

Besonders die soziologische Systemtheorie entwirft – unter der Federführung von **Niklas Luhmann** (1927-1998) – einen abstrakten Medienbegriff (**Luhmann 1984**): Gesellschaft wird als autopoetisches (d.h. *als auf sich selbst bezügeliches und sich selbst erzeugendes*) System begriffen, das als „**Letztelement**“ auf Kommunikation beruht. Mit ihr grenzt sich jedes System vom anderen ab, außerdem stiftet sie Sinn und sinnhafte Grenzen; so reduziert wie erhält sie Komplexität innerhalb des Systems. Dadurch ist ein System fähig, seine Identität auszubilden und sich als System im Verhältnis zu seiner Umwelt zu definieren. Den Begriff des Massenmediums im engeren Sinn faßt die Systemtheorie allerdings eher instrumentell, nämlich als technisches Verbreitungsmittel, das „**keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger**“, zuläßt (Luhmann, 1996). Massenmedien verkörpern ein eigenes System, dessen Code als zeitliche Dimension definiert wird und sich – entsprechend dem systemtheoretischen Informationsbegriff – aus der Differenz von Information und Nichtinformation ergibt.

Bibliografie

1. Petko, Dominik, *Einführung in die Mediendidaktik*, Lehren und Lernen mit digitalen Medien, Beltz Verlag, Weinheim Basel, 2013.
2. Rösler, Dietmar: *Die Funktion von Medien im Deutsch als Fremd- und Deutsch als Zweitsprache-Unterricht*, in: Krumm, Hans-Jürgen; Fandrych, Christina; Hufeisen, Britta; Riemer, Claudia (Hrsg.); Göttingen, 2010.
3. Sarter, Heidemarie, *Einführung in die Fremdsprachendidaktik*, Darmstadt, 2006.
4. Schieder-Niewerra, Steffi, *Medienbildung und Deutsch als Zweitsprache*, in: Pirner, Manfred L; Pfeiffer, Wolfgang; Uphues,

Rainer; Roth, Andrea (Hg.): Medienbildung in schulischen Kontexten. Erziehungswissenschaftliche und fachdidaktische Perspektiven, München, 2013.

5. Schwerdtfeger, Inge C., *Die Funktion der Medien in den Methoden des Deutsch als Fremdsprache-Unterrichts*, in: Helbig, Gerhard (Hg.): Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch, Bd.19, Berlin, New York, 2001.

INTERACTION ET DISCOURS AUTONOME ET FLEXIBLE DANS LA CLASSE DE LANGUE

Angela SOLCAN, dr., conf. univ.

Rezumat

Analizând competența discursivă, dezvoltată în procesul de achiziționare (dobândire) și cel de învățare a limbii străine, considerăm imperios de a face o distincție netă între termenii de achiziționare și învățare. Explicând modul prin care copilul învață limba maternă, ne referim la un proces de dobândire inconștientă (latentă) a sunetelor, cuvintelor, frazelor și structurilor gramaticale indispensabil pentru comunicarea cu cei din jur. Produsul acestei interacțiuni a copilului cu lumea înconjurătoare este o achiziție implicită, ascunsă, când copilul spicuieste cunoștințe fără a primi instrucțiuni oficiale. În timp ce procesul de învățare a limbii se naște dintr-o interacțiune între un individ, care are rol de elev, și altul, cu rol de învățător, și această asimilare a regulilor, prin corectarea și remediarea erorilor, printr-un control lingvistic, este un proces explicit. În concluzie, menționăm că competența de învățare a limbii străine nu trebuie să excludă cea de achiziționare. În acest sens, se dorește ca mediul școlar de învățare să-l plonjeze pe elev în situații interactive inspirate din viața reală, care favorizează achiziționarea limbii într-un context de comunicare flexibilă și autonomă.

Pour analyser la compétence discursive qui se développe lors de l'acquisition de la langue étrangère on doit tout d'abord distinguer nettement les termes apprentissage et acquisition. Dans son «Monitor Model», Krashen fait la distinction entre l'acquisition et