

Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten

| Diskursmuster
| – Discourse Patterns |

Band 3

Herausgegeben von
Beatrix Busse und Ingo H. Warnke

Georg Albert

Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten

Syntaktische Variation und stilistische
Differenzierung in Chat und Forum



Akademie Verlag

Diese Veröffentlichung beruht auf einer Dissertation an der Universität Mannheim, 2012.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Akademie Verlag GmbH, Berlin 2013
Ein Wissenschaftsverlag der Oldenbourg Gruppe

www.akademie-verlag.de

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Einbandkonzept: hauser lacour
Einbandgestaltung: pro:design, Berlin, unter Verwendung einer Grafik von
Pling/Shutterstock.com
Druck und Bindung: Beltz Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza

Dieses Papier ist alterungsbeständig nach DIN/ISO 9706.

ISBN 978-3-05-006273-0
eISBN 978-3-05-006367-6

Inhalt

Dank	9
1 Einführung in das Thema	11
2 Theorie der Innovation	14
2.1 Strukturen	16
2.1.1 Wirtschaftswissenschaftlicher Innovationsbegriff.....	16
2.1.2 Systemtheorie	17
2.1.3 Das Marktmodell	19
2.1.4 Soziale Innovationen	23
2.1.5 Die kulturtheoretische Perspektive.....	27
2.1.6 Innovationen in der Sprachwissenschaft	29
2.2 Akteure	32
2.2.1 Innovation und Innovationsakt	32
2.2.2 Intention und Rezeption	34
2.2.3 Kommunikative Maximen	36
2.3 Strukturen und Akteure	39
2.3.1 Motiviertheit von Innovationen	40
2.3.2 Effekte	42
2.3.3 Innovationsakte und Sprechergemeinschaften	45
2.4 Innovation und sprachliche Differenzierung	48
2.4.1 Innovationen in Standard- und Nonstandardsprache.....	48
2.4.2 Fazit	50

3	Semiotik digitaler Medien.....	52
3.1	Medium und Zeichen.....	52
3.2	Schrift und Schriftlichkeit.....	55
4	Das Korpus.....	67
5	Gebrauch der modalen Verben in Chat und Forum	69
5.1	Das Modalverbparadigma des Deutschen.....	69
5.1.1	Allgemeine Charakterisierung	69
5.1.2	Syntagmen mit modalen Verben.....	71
5.1.3	Polyfunktionalität der Modalverben	74
5.1.4	Stellung der Modalverben im Verbsystem des Deutschen	76
5.1.5	Semantische Differenzierung der Modalverben	82
5.2	Die modalen Verben in Chat und Forum.....	86
5.2.1	<i>dürfen</i>	86
5.2.2	<i>können</i>	91
5.2.3	<i>mögen</i>	99
5.2.4	<i>müssen</i>	102
5.2.5	<i>sollen</i>	107
5.2.6	<i>wollen</i>	109
5.2.7	<i>brauchen</i>	112
5.3	Diskussion der Befunde.....	119
5.3.1	Syntaktische Variation und deren Beschreibung.....	122
5.3.2	Innovativität des Modalverbgebrauchs in digitalen Texten.....	129
6	Lebensstile und Sprachverwendungen in Chat und Forum.....	134
6.1	Stilistische Differenzierung	134
6.1.1	Zur Anwendung der Lebensstiltheorie in der Sprachwissenschaft.....	134
6.1.2	Fundamentale Orientierung der Chat- und Forumstexte	141
6.2	Metasprachliche Kommentare	144
6.2.1	Schriftlichkeit	145
6.2.2	Thematisierung interner Schreibkonventionen.....	147

6.2.3 Sozialstilistische Wertung von Emoticons und Akronymen	151
6.2.4 Kritik an Normverstößen	153
6.2.5 Sprachwahl und Medium	158
6.2.6 Sprachwahl und Lebensstil	160
7 Dialogizität als Strukturbedingung schriftsprachlicher Innovationen.....	163
7.1 Verwendungsweisen von <i>Dialog</i> und <i>Dialogizität</i>	164
7.1.1 Kulturwissenschaftliche Traditionen	164
7.1.2 Dialogizität und „konzeptionelle Mündlichkeit“	166
7.1.3 Dialogizität im weiterentwickelten Nähe-/Distanz-Modell	168
7.1.4 Innovationen im Nähe-/Distanz-Modell	171
7.2 Syntaktische Spezifika von Dialogizität	174
7.2.1 Adressierungen, Apostrophen, Kontaktsignale	176
7.2.2 Anakoluthe (Konstruktionsabbrüche, Konstruktionswechsel)	177
7.2.3 Fortsetzungsstrukturen und Parallelismen	179
7.2.4 Relative Satzlänge, Parataxe	180
7.2.5 Kurzformen („Ellipsen“)	182
7.2.6 Wiederaufnahmen, Anaphorik	183
7.2.7 Herausstellungsstrukturen	184
7.3 Dialogizität in digitalen Texten	185
7.3.1 Dialogizität in der bisherigen Erforschung digitaler Medien	185
7.3.2 Ergebnisse des Korpusvergleichs	187
7.3.3 Dialogizität und Differenzierung von Texten	188
8 Zusammenfassung und Ausblick	191
9 Literatur	195
10 Verzeichnisse	207
10.1 Tabellenverzeichnis	207
10.2 Abbildungsverzeichnis	208

Dank

Für wertvolle Diskussionen, Hinweise und Unterstützung unterschiedlicher Art bis zur Entstehung dieses Buches danke ich insbesondere und an erster Stelle Beate Henn-Memesheimer, die die Dissertation betreut hat, und im Weiteren Gerd Antos, Josef Bayer, Cyril Belica, Hardarik Blühdorn, Marco Borth, Eva Martha Eckkrammer, Ludwig M. Eichinger, Peter Gallmann, Jörg Kohlscheen, Marek Konopka, Beata Mikołajczyk, Johannes Müller-Lancé, Rainer Perkuhn, Albrecht Plewnia, Jan Georg Schneider, Carla Sens, Ingo H. Warnke, Ulrich H. Waßner sowie allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Doktoranden-Kolloquiums der Germanistischen Linguistik der Universität Mannheim.

Für technische Hilfe und einen anregenden Austausch danke ich der EliteMedianet GmbH (www.ElitePartner.de), namentlich Tanja Koppers und Zöe Bass.

Für sehr Vieles danke ich meiner Familie.

1 Einführung in das Thema

Die Verbreitung von Kommunikationsformen über verschiedene Internetdienste wie Chats, Blogs, Foren, Communities (Facebook, StudiVZ) oder Twitter (neben der auch, aber nicht in erster Linie über das Internet vermittelten Kommunikationsform SMS) geht einher mit einer enormen Zunahme an privatem Schriftsprachgebrauch (vgl. DÜRSCHIED 2011: 10). Die sogenannten neuen Medien stellen Freiräume jenseits schulisch vermittelter Normen bereit, in denen Konventionen neu ausgehandelt werden können (vgl. HENN-MEMMESHEIMER 2010: 188), wodurch sich das Variationsspektrum schriftlicher Sprachverwendung entsprechend der beteiligten Akteure erweitert hat.

Für die Sprachwissenschaft stellt sich die Aufgabe, das Variationsspektrum der deutschen Schriftsprache zu dokumentieren und funktionale oder stilistische Unterschiede aufzuzeigen. Tatsächlich ist damit ein Aufgabenkomplex angesprochen, der in verschiedene, zusammenhängende Forschungsfelder ausgreift:

- 1) Zunächst fällt die Beschreibung sprachlicher Variation in den Bereich von Variationslinguistik und Dialektologie, die sich allerdings traditionell nur wenig mit Schriftsprache beschäftigen. Unterschiedliche mediale Erscheinungsformen der Sprache und damit einhergehende unterschiedliche Normen und Bewertungsmaßstäbe wären demnach in variationslinguistischer Forschung stärker als bisher zu thematisieren.
- 2) Insofern Entwicklungen der Schriftsprache über Sprachmoden innerhalb spezifischer Gruppen hinausgehen, sind diese auch jenseits variations- und soziolinguistischer Interessen für systemorientierte Beschreibungen des Deutschen relevant. Da in der Grammatikschreibung ohnehin zunehmend auf der Basis von Korpora geschriebener Sprache gearbeitet wird, ist die Reflexion schriftsprachlicher Variation unausweichlich.
- 3) Aus einer Perspektive, die diachrone Entwicklungen in den Blick nimmt, sind Entwicklungen des informell geschriebenen Deutsch ein wichtiger Gegenstand für allgemeine Theorien über Sprachwandel sowie für konkrete Beschreibungen von Sprachwandelprozessen.
- 4) Die sprachlichen Differenzierungen innerhalb digitaler Textkulturen sind Teilprozesse von umfassenderen sozialen und kulturellen Entwicklungen. Die sprachwissen-

schaftliche Beschäftigung mit sich ausdifferenzierenden Schreibkonventionen in unterschiedlichen Domänen, Medien und sozialen Gruppen kann somit nicht ohne interdisziplinäre Bezüge zu den Sozial- und Kulturwissenschaften auskommen. Sprachliche Variation kann für Akteure sowohl Anlass wie Instrument für Identifikationen und Distinktionen sein. Sprachwissenschaftliche Analysen ergänzen somit sozial- und kulturwissenschaftliche Fragestellungen, indem sie sprachliche Entwicklungen sowohl als Indiz als auch als Faktor für soziale und kulturelle Differenzierungen beschreiben können.

- 5) Die Frage nach der sozialstilistischen Markiertheit morphologischer, syntaktischer oder orthografischer Varianten innerhalb der Schriftsprache ist von unmittelbarer Relevanz für die Sprachdidaktik und für Anwendungsbereiche wie den der Textoptimierung. Außerdem haben normorientierte Grammatiken ebenso wie die Kommunikationsratgeberliteratur¹ die spezifischen Konventionen in unterschiedlichen Domänen zur Kenntnis zu nehmen.

Die vorliegende Arbeit wird exemplarisch für den Phänomenbereich der Modalverben konkrete Entwicklungstendenzen im Zusammenhang mit der genannten Erweiterung des schriftsprachlichen Variationsspektrums nachweisen und beschreiben. Des Weiteren wird die vorgefundene syntaktische Variation des Modalverbgebrauchs mit sozialstilistischen Differenzierungen in Beziehung gesetzt, die sich einerseits kreativer Ausnutzung der durch digitale Textprozessierung eröffneten Handlungsspielräume verdanken, andererseits durch strukturelle Bedingungen dieser digitalen Textkulturen erst nahegelegt oder auch angestoßen werden. Diese Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund einer Innovationstheorie, die den theoretischen und terminologischen Rahmen der Arbeit darstellt.

Im ersten Teil der Arbeit (Kap. 2: Theorie der Innovation) wird das seit den 1990er Jahren in verschiedenen gesellschaftlichen Domänen äußerst prominente Konzept der Innovation aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Theoretische Überlegungen zum Innovationsbegriff auch aus anderen wissenschaftlichen Disziplinen werden in ihrer Relevanz für sprachwissenschaftliche Theoriebildung gezeigt. Insbesondere in Sprachwandeltheorien wird der Terminus *Innovation* verwendet, allerdings in unklarer Abgrenzung zu *Neuerung*. Die in Kapitel 2 entwickelte Theorie sprachlicher Innovationen stellt den Hintergrund für die dann folgenden Überlegungen und Korpusanalysen dar. Insbesondere werden die beschriebenen Gebrauchsweisen der Schriftsprache als Formen innovativer Schriftlichkeit beschrieben und nicht – wie in bisherigen Untersuchungen ähnlicher Texte üblich – als sogenannte konzeptionelle Mündlichkeit.

Die theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff der konzeptionellen Mündlichkeit folgt in Kapitel 3 (Semiotik digitaler Medien). Auf der Basis der terminologi-

¹ Ein Beispiel für einschlägige Ratgeberliteratur ist ALEXANDER (2006): „Elektronischer Knigge. Netiquette und Verhaltensregeln für die berufliche und private Tele- und Onlinekommunikation“.

schen Festlegungen in Kap. 3.1 (Medium und Zeichen) wird das Modell der Nähe- und Distanzsprache kritisiert. Dieses Modell basiert auf der Trennung der medialen von einer konzeptionellen Ebene von Texten und hat sich – paradoxerweise trotz dieser Prämisse – innerhalb der germanistischen Linguistik gerade bei der Beschäftigung mit den sogenannten Neuen Medien etabliert. Probleme bei der Anwendung dieses Modells auf informelle schriftsprachliche Texte werden in Kapitel 3.2 (Schrift und Schriftlichkeit) diskutiert.

Anschließend (Kap. 4: Das Korpus) werden die beiden hier ausgewerteten Vergleichskorpora (Chat und Online-Diskussionsforum) hinsichtlich des enthaltenen Materials und dessen Aufbau beschrieben.

Im Hauptteil der Arbeit folgt die empirische Untersuchung der Korpora, in der die Chat- und Forentexte sowohl textsortenstilistisch (Kap. 5 und 7) als auch lebensstilistisch (Kap. 6) differenziert werden. Das Kapitel 5 (Modalverbgebrauch in Chat und Forum) enthält die Studie syntaktischer Variation in Chat und Forum am Beispiel der belegbaren Syntagmen mit den modalen Verben *dürfen*, *können*, *mögen*, *müssen*, *sollen*, *wollen* und *brauchen*. Nachdem die Darstellung des Modalverbparadigmas in Standardgrammatiken und Forschungsliteratur beschrieben wurde (Kap. 5.1), folgt die Auswertung und Quantifizierung der Korpusbelege (Kap. 5.2). Schließlich erfolgt eine Diskussion der Befunde (Kap. 5.3), insbesondere hinsichtlich ihrer syntaxtheoretischen Relevanz (Kap. 5.3.1: Syntaktische Variation und deren Beschreibung) sowie hinsichtlich der innovativen Qualität einiger belegter Nonstandard-Syntagmen (Kap. 5.3.2: Innovativität des Modalverbgebrauchs in digitalen Texten).

Das Kapitel 6 (Lebensstile und Sprachverwendungen in Chat und Forum) stellt die qualitative Analyse der beiden Korpora vor. Zunächst werden die Texte der Chatter sowie der Forums-Teilnehmer auf Basis der Lebensstiltheorie allgemein sozialstilistisch beschrieben und kontrastiert (Kap. 6.1). Danach erfolgt eine Interpretation ausgewählter metasprachlicher Kommentare in den Korpora (Kap. 6.2). Hier wird das in Kapitel 3 kritisierte Beschreibungsmodell der konzeptionellen Mündlichkeit mit Selbstdarstellungen der Schreiberinnen und Schreiber konfrontiert, außerdem werden die Kommentare mit Blick auf Distinktionsverhalten und Differenzierungen digitaler Textkulturen untersucht.

Anschließend (Kap. 7: Dialogizität als Strukturbedingung schriftsprachlicher Innovationen) wird die im empirischen Teil dargestellte Innovativität der digitalen Textkultur insbesondere des Chat mit dem Grad an dialogischer Strukturierung dieser Texte in Verbindung gebracht. Hierfür werden zunächst (Kap. 7.1: Verwendungsweisen von *Dialog* und *Dialogizität*) verschiedene Lesarten und Verwendungen von *Dialogizität* betrachtet und eine Reihe syntaktischer Kriterien zur formal-strukturellen Bestimmung von Dialogizität in Texten diskutiert. Vor dem Hintergrund dieses formalen Dialogizitätsbegriffs werden die untersuchten Texte nochmals resümierend verglichen und eingeordnet (Kap. 7.2: Dialogizität in digitalen Texten).

Die Arbeit schließt (Kap. 8) mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse sowie einem Ausblick auf anschließbare Untersuchungen und Fragestellungen.

2 Theorie der Innovation

Für den Terminus *Innovation* lässt sich vor allem in seiner Verwendung als wirtschaftswissenschaftlicher Begriff eine steile Karriere im deutschsprachigen Raum seit Ende der 1980er Jahre belegen (vgl. HENN-MEMMESHEIMER 2006: 10). Während die erste Auflage des Duden-Fremdwörterbuchs überhaupt kein Lemma „Innovation“ enthält, sondern lediglich den botanischen Terminus *Innovationsspross* erklärt (vgl. DUDEN 1960: 275), erscheint *Innovation* heute als ein allgegenwärtiges „Schlagwort“:

Der Begriff Innovation im Sinne von ‚neu‘ ist aktuell fast ausschließlich positiv besetzt. Deshalb wird er gern als nebulöses Schlagwort missbraucht, um sich oder sein Produkt in ein gutes Licht zu rücken, auch wenn es an konkreten positiven Fakten mangelt.
(<http://de.wikipedia.org/wiki/Innovation>, <27. 09. 2008>)

Offensichtlich ist der Begriff aber nicht lediglich ein vages Schlagwort, das sich leicht missbrauchen lässt, sondern verfügt in einer Zeit von Retro-Modetrends bzw., mit den Worten des Kulturwissenschaftlers Boris Groys, in einer postmodernen Zeit, in der man sich „das Neue“ als „eine endlose Abwandlung des bereits Vorhandenen“ (GROYS³2004: 9) vorstellt, über ein starkes Erklärungspotential.

In der germanistischen Sprachwissenschaft spielen Innovationen im Zusammenhang mit Sprachwandel-Theorien eine Rolle, jedoch wird der Begriff in der Regel wenig reflektiert und mit *Neuerung* mehr oder weniger synonym gebraucht. Dies mag unter anderem daran liegen – und dies verrät schon einiges über die Karriere des Wortes *Innovation* während der letzten beiden Jahrzehnte –, dass die Übersetzerin von Eugenio Coseriu „Sincronía, Diacronía e Historia“ (COSERIU [1958] 1973), Helga Sohre, den dort verwendeten Terminus *Innovación* eben nicht mit *Innovation*, sondern mit *Neuerung* wiedergibt (vgl. COSERIU [1958] 1974: 58 ff.).

Coseriu trifft in seiner Theorie des Sprachwandels die grundlegende Unterscheidung zwischen Neuerung (Innovation) und Übernahme:

All das, worin sich das vom Sprecher Gesprochene – als sprachliches Verfahren – von dem in der Sprache, in der das Gespräch geführt wird, vorhandenen Mustern entfernt, kann Neuerung genannt werden. Und die Annahme einer Neuerung von seiten des Hörers als Muster für weitere Ausdrücke kann man Übernahme nennen. (COSERIU [1958] 1974: 67)

Coseriu differenziert noch weiter *Neuerung* und *Anfangsneuerung* (vgl. COSERIU [1958] 1974: 124; GIRNTH 2000: 53), wobei die Neuerung eine rein hypothetische Größe darstellt und der Beobachtung nicht zugänglich ist. In jüngeren Arbeiten ist der Terminus *Innovation* vor allem für die Beschreibung von Grammatikalisierungsprozessen relevant. Bei GIRNTH (2000) entspricht der Neuerung der Innovationsakt, als Innovation wird die Übernahme bezeichnet.

Der Grammatikalisierungsprozeß wird durch Innovationen initiiert, die allmählich von den anderen Sprachbenutzern übernommen werden und dann in die Sprachkonvention eingehen. Um terminologische Verwirrung zu vermeiden, soll der Vorgang der Schaffung eines neuen Kodierungsverfahrens durch den Sprachbenutzer als *Innovationsakt* bezeichnet werden. Innovationen sind somit Ergebnisse von Innovationsakten. Gehen jene in den Sprachbesitz einer Sprachgemeinschaft über, dann sind sie grammatikalisiert und erst dann kann man von *Sprachwandel* sprechen. (GIRNTH 2000: 53)

Diese Unterscheidung ist wichtig, sagt allerdings noch wenig über den Innovationsakt und über die Faktoren des folgenden Prozesses bis hin zum vollzogenen Sprachwandel. Bei Girnth werden im Weiteren kognitive Faktoren und Konversationsmaximen als ökologische Bedingungen für das Zustandekommen von Innovation behandelt (vgl. GIRNTH 2000: 55–81, zu kommunikativen Maximen vgl. Kap. 2.2.3).

Die Sprachwandeltheorie von Rudi Keller beschreibt die Durchsetzung von sprachlichen Veränderungen als einen Invisible-Hand-Prozess (vgl. KELLER ³2003: 87 ff.). Seine Theorie ist innerhalb der Sprachwissenschaft diejenige, die am elaboriertesten die Verbindung zwischen Mikroebene (Akteure) und Makroebene (Sprachsystem) beschreiben kann, allerdings ohne eine reflektierte Verwendung des Terminus *Innovation*, welcher von Keller nur sehr sporadisch verwendet wird. Die durch Coseriu eingeführte Differenzierung von Neuerung und Übernahme (Verbreitung) wird dementsprechend von Keller auch nicht aufgegriffen, die Invisible-Hand-Erklärung bezieht sich letztlich mehr auf die Verbreitung (vgl. LADSTÄTTER 2004: 9). Ein häufig geäußelter Kritikpunkt an Kellers Invisible-Hand-Theorie ist außerdem, dass er sie hauptsächlich an Beispielen für lexikalisch-semantischen Wandel entwickelt und wenig über die Anwendbarkeit auf andere linguistische Beschreibungsebenen sagt (vgl. LADSTÄTTER 2004: 9).

Ein theoretisch begründeter Innovationsbegriff, der mehr ist als ein modischer Ausdruck für *Neuheit* und der unabhängig von den linguistischen Beschreibungseinheiten (Laute, Buchstaben, Morphe, Lexeme, Syntagmen, etc.) sowohl auf der Ebene des Sprachsystems als auch auf der Handlungsebene der Sprecher anwendbar ist, stellt also ein Desiderat innerhalb der Sprachwissenschaft dar.

2.1 Strukturen

Im Folgenden werden zur inhaltlichen Bestimmung des Terminus *Innovation* auch wirtschafts- und sozialwissenschaftliche sowie kulturwissenschaftliche Perspektiven einbezogen mit dem Ziel, Aspekte dieser unterschiedlichen Terminologien in einen sprachwissenschaftlichen Innovationsbegriff entweder zu integrieren oder letzteren begründet davon abzugrenzen.

2.1.1 Wirtschaftswissenschaftlicher Innovationsbegriff

Für die Wirtschaftswissenschaften kann *Innovation* allgemein folgendermaßen bestimmt werden:

Innovationen sind radikale technische oder soziale Neuerungen, die durch soziale Akzeptanz und die kollektive Zuschreibung von Neuheit gekennzeichnet sind und damit einen Erfolg für das hervorbringende System zu generieren in der Lage sind. (SCHULZ ET AL. 2000: 56)

In dieser Definition ist bereits die Vorstellung enthalten, dass das Merkmal ‚Neuheit‘ eines Phänomens nicht hinreicht, um dieses als *Innovation* einzuordnen. „Zuschreibung von Neuheit“ kann hier verstanden werden als die Zuschreibung von Relevanz oder relevanter Neuheit, soziale Akzeptanz heißt im wirtschaftswissenschaftlichen Kontext letztlich nichts anderes als Markterfolg (vgl. SCHULZ ET AL. 2000: 56). Beide Faktoren entscheiden über die Einordnung eines Gegenstandes oder Sachverhaltes als *Innovation*. *Innovation* ist also ein Attribut, mit dem ein Phänomen erst nachträglich versehen werden kann (vgl. ebd.), auch wenn in Marketing-Zusammenhängen dessen Innovativität als eine objektive Eigenschaft inszeniert wird. Solche Inszenierungen mit ihrer Suggestion, dass Neuerungen auch automatisch Verbesserungen sind, sind offenbar der Grund für die naive Kritik, die in dem Wikipedia-Zitat deutlich wird. Strukturell gesehen ist Neuheit oder gar Überlegenheit eines Phänomens für dessen Wahrnehmung als *Innovation* nicht relevant. Die prinzipielle Unabhängigkeit von *innovativ* und *neu* wird von Wirtschaftswissenschaftlern immer wieder betont, als besonders einschlägig kann die Theorie von Everett M. Rogers gelten. Er bestimmt *Innovation* folgendermaßen:

An innovation is an idea, practice, or object that is perceived as new by an individual or other unit of adoption. It matters little, so far as human behavior is concerned, whether or not an idea is “objectively” new as measured by the lapse of time since its first use or discovery. The perceived newness of the idea for the individual determines his or her reaction to it. If an idea seems new to the individual, it is an innovation. (ROGERS⁵2003: 12)

Die Wahrnehmung einzelner Akteure einer „Idee“ als (nur) neu ist sicher noch zu wenig, um deshalb bereits von einer *Innovation* zu sprechen. Wichtig ist allerdings die Betonung der wahrnehmungsbedingten Konstruiertheit einer jeden *Innovation*.

Für die Wirtschaftswissenschaften ergibt sich aus diesem Umstand das Problem, dass die prinzipiell wünschenswerte Innovation nicht eigentlich planbar ist, sondern auf der Ebene des Managements ihr Auftreten lediglich wahrscheinlicher gemacht werden kann durch das Schaffen günstiger Rahmenbedingungen. Theorien des Management verfolgen dementsprechend die Fragestellung, worin solche Rahmenbedingungen bestehen könnten und wie diese herbeizuführen wären.

2.1.2 Systemtheorie

Eben dieser prekäre Status einer Neuerung bis zu ihrer Attribuierung als Innovation führt bisweilen zu dem aus Theorieperspektive pessimistischen Diktum, dass der Begriff „wegen seines paradoxen Charakters als Markierung zwischen Vergangenheit und Zukunft für die Beobachtung selbst unbestimmbar und empirisch unbeobachtbar“ (JOHN 2005: 49) bleibe. René Johns eigener, systemtheoretischer Ansatz, *Innovation* dennoch begrifflich zu konkretisieren, beruht auf der These, dass Innovationen in autopoietischen Systemen wesentlich alltäglicher und weniger spektakulär sind als es die gegenwärtige Konnotation des Terminus vermuten lässt. Auf die „Kontinuität des Wandels“ (JOHN 2005: 49) sozialer Systeme lassen sich laut John neodarwinistische Beschreibungen von Evolution übertragen². „Evolutionäre Selektion“ kann auch nach LUHMANN (1994: 30 f.) die Reaktion von Systemen auf Instabilitäten sein.

Die Differenz zwischen einem System und seiner Umwelt besteht in einer „selbstreferentielle[n] Schließung des Systems [...], die diese Differenz erzeugt und reproduziert“ (LUHMANN 1994: 9). Systeme sind in diesem Paradigma autopoietische Strukturen, wobei sich der Prozess der Systembildung innerhalb eines Systems wiederholen und so Systemdifferenzierung erzeugen kann. Die Theorie basiert auf der These, dass „die moderne Gesellschaft im Unterschied zu allen Vorläufern als primär funktional differenziertes System aufgefaßt werden kann“ (LUHMANN 1994: 10).

Eine Innovation beginnt als Variation bei der Reproduktion einer Struktur, die „als Widerspruch zu routinierten Operationen“ (JOHN 2005: 58) Irritation auslöst. Auch dieses Modell beschreibt eine potentielle Innovation also zunächst als ein Differenzphänomen, das günstiger Bedingungen bedarf, um tatsächlich zu einer Innovation zu werden. Die notwendige Bedingung lautet im systemtheoretischen Modell „Informationswert“. Damit der im Reproduktionsablauf aufgetretenen Irritation ein Informations-

² Den Versuch, ein soziales Phänomen evolutionstheoretisch zu erklären, gibt es bekanntlich auch in der Grammatikalisierungstheorie, vgl. z.B. TRAUGOTT (2004). Explizit äußert sich KELLER (³2003: 141) zum Zusammenhang von Knappheit, Selektion und Evolution sowie zu Besonderheiten von Variation in kulturellen Bereichen, welche „nicht, wie in der Natur, auf den Zufall angewiesen [ist]. Sie entsteht im wesentlichen durch menschliche, die Selektion antizipierende Kreativität.“

wert zukommt, „muss diese im durch systeminterne Codes begrenzten Relevanzbereich des Systems liegen“ (JOHN 2005: 58).

Sinnfällige Negationen routinisierter Operationen werden dabei immer nur zum vorherigen Ablauf, also im Anschluss an Systemreproduktion mittels Gedächtnis, als Variationen wahrgenommen. (JOHN 2005: 58)

Das Neue ist also nicht nur auf eine bestimmte Entwicklung in der Zukunft angewiesen, um überhaupt das Attribut „Innovation“ erhalten zu können, sondern es steht auch in einem klar definierten Verhältnis zu dem bereits Vorhandenen, zur jeweiligen Vorgeschichte.

Der Informationswert ist allerdings wie erwähnt nur die notwendige, nicht die hinreichende Bedingung dafür, dass eine Variation sich als Innovation durchsetzt. Die hinreichende Bedingung ist die positive Selektion:

Der Informationswert der Variation ist nicht ausschlaggebend für die Selektion, die über ihre Weiterverwendung im Reproduktionsprozess entscheidet. Die Ablehnung der Variation als Abweichung oder die Annahme als Neuheit erfolgt nach Maßgabe der Wiederverwendbarkeit dieses variierten Elementes unter anderen, sich vom Ausgangszustand unterscheidenden Bedingungen. (JOHN 2005: 58)

Selektionsprozesse haben schließlich Konsequenzen nicht nur für die Variation selbst, sondern für die gesamte Struktur des Systems. Selbst wenn eine negative Selektion erfolgt, bedeutet dies im System nun das Wissen um eine abgelehnte Alternative:

Diese Komplexitätssteigerung macht Restabilisierung notwendig als Neubestimmung der Differenz des Systems zur Umwelt, wodurch sich im Anschluss die Wahrscheinlichkeit gegenseitiger Irritationen und Folgevariationen erhöht. (JOHN 2005: 59)

Der Ansatz Johns stellt heraus, dass Innovationen oder zumindest potentielle Innovationen Bestandteil der ständig ablaufenden Reproduktion eines Systems sind. Setzt man voraus, dass die Umwelt eines Systems selbst instabil ist, sind Innovationen geradezu notwendig zum Erhalt des Systems.

Für die Systemtheorie ist es eine geläufige These, daß komplexe Systeme Instabilitäten schaffen müssen, um den Problemen Rechnung tragen zu können, die sich aus der Erhaltung von geordneter Komplexität in einer noch komplexeren und weniger geordneten Umwelt ergeben. Diese Aussage läßt sich auch umkehren: Instabilitäten lassen sich in Systemen nur halten und gegen Verhärtung schützen, wenn eine hinreichend komplexe Umwelt besteht, die überraschende Informationen auslöst, welche durch Inanspruchnahme systeminterner Instabilität [...] verbraucht werden können. (LUHMANN 1994: 23)

Eugenio Coseriu stellt in seiner Sprachwandeltheorie deutlich heraus, dass Wandel der Normalzustand des Sprachsystems ist:

Die Sprache wandelt sich gerade, weil sie nicht fertig ist, sondern durch die Sprachtätigkeit ständig geschaffen wird. Mit anderen Worten, sie wandelt sich, weil sie gesprochen wird, weil sie nur als Technik und Modalität des Sprechens existiert. Das Sprechen ist schöpferische, freie und zweckbestimmte Tätigkeit, und es ist immer neu, insofern es durch einen individuellen, aktuellen und jeweils neuen Ausdruckszweck bestimmt wird. (COSERIU [1958] 1974: 58 f.)

Unter dem Aspekt ständiger Reproduktion des Systems lässt sich die systemtheoretische Beschreibung bei JOHN (2005) also unproblematisch mit einer Sprachwandeltheorie vereinbaren. Die entscheidende Rolle von Selektionsprozessen bei der Durchsetzung von Innovationen spiegelt sich bei Coseriu in der Unterscheidung zwischen Neuerung und Übernahme wider. Da Sprecher in immer neuen Situationen neue kommunikative Absichten verfolgen, ist auch für das System Sprache eine Existenz ohne Wandel nicht denkbar, weshalb „das Veränderlich-Sein zur Natur der Sprache gehört“ (COSERIU [1958] 1974: 58). Das System muss sich verändern, um als System funktionsfähig zu bleiben.

Damit kann Innovation als strukturell motiviert angesehen werden und erscheint nicht als mysteriöser *Deus ex machina*, wie es bisweilen durch das eher alltagstheoretische Konzept mit der Formel „neu = besser“ nahe gelegt wird. Letzteres könnte man als die Fortschrittstheorie der Innovation bezeichnen, exemplarisch dafür ist das folgende Zitat:

Soziale Innovationen sind neue Wege, Ziele zu erreichen, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile, die die Richtung des sozialen Wandels verändern, Probleme besser lösen als frühere Praktiken, und die deshalb wert sind, nachgeahmt und institutionalisiert zu werden. (ZAPF 1989: 177)

Bei Joseph A. Schumpeter wird der Terminus *Innovation* dagegen erstmals als „Schlüsselbegriff wirtschaftlichen Wettbewerbs“ verwendet und als „Gegenmittel zur tendenziellen Einebnung aller Alleinstellungsmerkmale der Wettbewerber betrachtet“ (JOHN 2005: 49). „Innovation ist hier Antrieb und Ziel des ökonomischen Bemühens, den Mangel an erkennbarer Differenz zu anderen zu beheben“ (ebd.). Für Schumpeter ist Innovation „die überragende Tatsache in der Wirtschaftsgeschichte der kapitalistischen Gesellschaft oder im rein ökonomischen Bereich dieser Wirtschaftsgeschichte“ (SCHUMPETER 1961: 93), sie dient ihm als Erklärung für ökonomische Abläufe. In Hinblick auf einen Markt sind die tatsächliche Neuheit oder die technische Überlegenheit eines Produkts höchstens insofern relevant, als sie dazu beitragen können, es von Konkurrenzprodukten zu unterscheiden. John schreibt:

Die Gesamtheit gesellschaftlicher Innovationen wird in den Sozialwissenschaften im Zusammenhang mit sozialem Wandel, Transformation oder gesellschaftlicher Entwicklung diskutiert. Diesem Wandel ist die Hoffnung einer Verbesserung der Gesellschaft mitgegeben, die dann als Fortschritt bezeichnet wird. Die an Fortschritt gebundene Vorstellung von Verbesserungen ist aber weniger eine Beschreibung gesellschaftlichen Wandels, als dessen normativer Zuschnitt. (JOHN 2005: 53)

2.1.3 Das Marktmodell

Schumpeter erklärt wirtschaftlichen Erfolg durch Innovation nicht allein damit, dass das erfolgreichere Unternehmen die besseren Produkte anbiete. Für Schumpeter kann eine Innovation ein neues Produkt sein, Innovationen können aber auch in unternehmerischen Aktivitäten ohne Änderung des Produkts bestehen:

Wir wollen daher die Innovation einfach als die Aufstellung einer neuen Produktionsfunktion definieren. Dies umfaßt den Fall einer neueren Ware ebenso gut wie die Fälle der Erschließung neuer Märkte oder einer neuen Organisationsform wie einer Fusion. Indem wir uns daran erinnern, daß Produktion im wirtschaftlichen Sinne nichts anderes als das Kombinieren von Produktionsleistungen ist, können wir das gleiche auch dadurch ausdrücken, daß wir sagen, daß die Innovation Faktoren auf eine neue Art kombiniert oder daß sie in der Durchführung neuer Kombinationen besteht [...]. (SCHUMPETER 1961: 95)

Was im systemtheoretischen Ansatz von John die Umwelt ist, entspricht im marktwirtschaftlichen Modell dem Markt. Ein Markt ist der physische oder virtuelle Ort für den durch Handel organisierten „Austausch von Gütern, Zahlungsmitteln und Informationen“ (SCHENK 1991: 7). Verschiedene Marktformen (Grundkonstellationen sind Monopol, Oligopol und Polypol) organisieren unterschiedliche Anbieter- und Nachfragestrukturen (vgl. SCHENK 1991: 211).

Luhmann bezeichnet den Markt als

die wirtschaftsinterne Umwelt der partizipierenden Systeme des Wirtschaftssystems [...], die für jedes eine andere, zugleich aber auch für alle dieselbe ist. Der Begriff des Marktes bezeichnet also kein System, sondern eine Umwelt – aber eine Umwelt, die nur als System [...] ausdifferenziert werden kann. (LUHMANN 1994: 94)³

Der Markt als Umwelt ist nicht stabil, aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive heißt das: Angebot und Nachfrage sind permanent aufeinander abzustimmen. Die Innovation dient einer Unternehmung dazu, ihr Angebot in positiver Weise von anderen Angeboten unterscheidbar zu machen. In diesem Sinne gibt es für Anbieter einen permanenten Innovationsdruck.

Innerhalb der Sprachwissenschaft ist Pierre Bourdieus Arbeit „Was heißt sprechen? Zur Ökonomie des sprachlichen Tausches“ zweifellos der prominenteste Ansatz einer Beschreibung sprachlicher Interaktion im Rahmen eines Marktmodells. Bourdieu entwirft ein „Modell der sprachlichen Produktion und Zirkulation als Verhältnis der sprachlichen Habitus⁴ zu den Märkten, auf denen sie ihre Produkte anbieten“ (BOURDIEU [1982] ²2005: 42) mit der Konsequenz, dass „erst in der Beziehung zu einem Markt [...] die Bedeutung der Rede vollständig bestimmt“ (ebd.) wird. Sprachge-

³ Luhmann trifft diese terminologische Entscheidung, um Begriffe wie *Plan* und *Staat* als Gegenbegriffe zu *Markt* aufgeben zu können. Subsistenzwirtschaft ist für ihn der relevante Gegensatz zu Marktwirtschaft (vgl. LUHMANN 1994: 97). Auf die weiteren Implikationen dieses systemtheoretischen Marktbegriffs und Luhmanns Kritik an Wirtschaftstheorien kann hier nicht eingegangen werden.

⁴ Auf Bourdieus komplexes Konzept des Habitus wird im Rahmen dieser Arbeit nicht näher eingegangen (die sozialstilistischen Analysen folgen dem Lebensstil-Modell nach Gerhard Schulze, vgl. Kap. 6.1). Bourdieu definiert den Terminus so: „Der Habitus bewirkt, daß die Gesamtheit der Praxisformen eines Akteurs (oder einer Gruppe von aus ähnlichen Soziallagen hervorgegangenen Akteuren) als Produkt der Anwendung identischer (oder wechselseitig austauschbarer) Schemata zugleich systematischen Charakter tragen und systematisch unterschieden sind von den konstitutiven Praxisformen eines anderen Lebensstils“ (BOURDIEU [1979] 1987: 278).

brauchsweisen sind in diesem Modell kulturelle Güter, denen auf einem Markt ein Wert zugewiesen wird, und über die Akteure als ihr symbolisches Kapital verfügen. Der Markt ist hierbei

ein strukturierter Raum von Positionen [...], und diese Positionen und ihre Wechselbeziehungen in diesem Raum werden über die Verteilung der verschiedenen Arten von Ressourcen oder ‚Kapital‘ bestimmt. (THOMPSON ²2005: 16)

In Sprachen wie dem Französischen oder dem Deutschen gibt es eine legitimierte Standardsprache, die als Maßstab zur Bewertung aller auf dem Markt vorkommenden Sprachpraxen verwendet wird (vgl. BOURDIEU [1982] ²2005: 59). Bourdieu nimmt dabei eine relativ einseitige Beziehung zwischen sozialer Differenzierung und Sprachgebrauch an:

Der eigentliche soziale Wert der sozialen Verwendung der Sprache liegt in ihrer Tendenz, Systeme von Unterschieden (zwischen prosodischen und artikulatorischen oder lexikologischen und syntaktischen Varianten) zu bilden, die das System der sozialen Unterschiede in der symbolischen Ordnung der differentiellen Unterschiede widerspiegeln. (BOURDIEU [1982] ²2005: 60)

Bourdieu geht von Sprachstilen aus, „die es bereits im Gebrauch und durch den Gebrauch gibt“ (BOURDIEU [1982] ²2005: 60) und deren aktueller Wert auf dem Sprachmarkt eine objektive Größe darstellt (vgl. ebd.). Dies ist die Voraussetzung für Distinktionseffekte und, bei entsprechender Sprachkompetenz, für Distinktionsprofit (vgl. ebd.: 61). Allerdings sagt Bourdieu auch, dass es ohne Spielräume bei der Verwendung einer Sprache keine Distinktionseffekte geben kann:

Distinktionseffekte können nur entstehen, wo es Ermessensspielräume gibt. Wie Pierre Encrevé gezeigt hat, gibt es bei Bindungen, die im Französischen zwischen manchen aufeinanderfolgenden Wörtern obligatorisch sind und auch in den unteren Klassen immer und von allen eingehalten werden, keinerlei Spielraum. Erst wenn die strukturellen Zwänge der Sprache – wie bei den nicht obligatorischen Bindungen – aufgehoben sind, gibt es wieder Spielräume und damit die entsprechenden Distinktionseffekte. (Bourdieu [1982] ²2005: 60 f., Fußnote 23)

Die Distinktionseffekte, mit denen auf dem Markt ein Profit erreicht wird, sind allen Marktteilnehmern bekannt und müssen von ihnen gleichermaßen akzeptiert werden, damit der Markt als solcher funktionieren kann. Das heißt, dass auch Sprecher, die über ein bestimmtes sprachliches Kapital nicht verfügen, den Wert dieses Kapitals anerkennen (vgl. BOURDIEU [1982] ²2005: 56).

Aus marktwirtschaftlicher Perspektive ist permanenter Innovationsdruck ein herausragendes Charakteristikum jeglicher sozialer und kultureller Phänomene – zu denen auch die Wirtschaft gehört, obwohl Wirtschaft und Kultur hier als verschiedene Dinge gegenübergestellt werden⁵:

⁵ LUHMANN (1994: 8) stellt klar: „Erst recht halte ich die Unterscheidung wirtschaftlich/sozial/kulturell für irreführend. Alles wirtschaftliche Handeln ist soziales Handeln, daher ist alle Wirtschaft immer auch Vollzug von Gesellschaft.“