

BEITRÄGE

Die Sprache der heutigen bulgarischen Printmedien. Ein Blick in die Medienlandschaft Bulgariens¹

SIGRUN COMATI (Rüsselsheim)

Allgemeines

Die Medien spiegeln in hohem Maße das politische und soziale Leben Bulgariens wider. Sie demonstrieren den Wandel von der kommunistischen und totalitär geprägten Informationspolitik zu einer demokratisch strukturierten, pluralistisch angelegten Medienlandschaft besonders deutlich.

1.1. Zu den bulgarischen Printmedien

Aus der Zeit des Sozialismus in der Volksrepublik Bulgarien und aus der Sichtweise der damaligen Bundesrepublik Deutschland erschienen unter dem Artikel zu Bulgarien unter dem Stichwort „Publizistik“ in der *Brockhaus Enzyklopädie* (1987, Band IV: 122) folgende Angaben:

Zentralorgan der BKP (Bulgarische Kommunistische Partei) ist die „Rabotničesko Delo“ (Sache der Arbeiterklasse), gegründet 1927, Auflage 850000 mit dem Abendblatt „Večerni Novini“. Als tägliche Zentralorgane der Massenorganisationen erscheinen in Sofia mit relativ hohen Auflagen u.a. das Organ des Nationalrates der Vaterländischen Front, „Otečestven Front“ (Vaterländische Front), das Organ des Zentralrates der Gewerkschaft „Trud“ (Arbeit), des Kommunistischen Jugendverbandes „Narodna Mladež“ (Volksjugend), ferner Tageszeitungen des Landwirtschaftsministeriums, des Bauernbundes und der Streitkräfte. In Warna erscheint das BKP-Bezirksblatt „Narodno Delo“ (Volkssache). Staatliche Nachrichtenagentur: BTA – Bălgarska Telegrafna Agencija“, gegründet 1898, Sitz Sofia. Die Agentur „Sofia Press“, gegründet 1968, verbreitet kulturelles Wort- und Bildmaterial, fremdsprachige Zeitschriften und Bücher, Filme und Videos. – Dem Staatskomitee für Fernsehen und Rundfunk untersteht die Rundfunkgesellschaft „Bălgarsko Radio i Televisija“, gegründet 1935, Sitz Sofia, mit sechs Regionalstudios; sie verbreitet im Inlanddienst drei landesweite und sieben regionale Hörfunkprogramme, in Warna von Mai bis Oktober ein mehrsprachiges, auch deutsches Urlauberprogramm sowie den Auslandsdienst „Radio Sofia“ in 12 Sprachen, ferner seit 1959 ein erstes und zweites Fernsehprogramm. – Es gibt rund 2,1 Mio. Hörer und rund 2 Mio. Fernsehteilnehmer.

¹ Diese Ausführungen sind teilweise auch nachzulesen in: COMATI, S.; RUYKVA-VLAHOVA, R. (2003): *Bulgarische Landeskunde*. Hamburg, im Kapitel „Bulgariens heutige Medienlandschaft“. 145–151.

1.2. Die sprachliche Situation der bulgarischen Printmedien vor der Wende – die Rolle der staatlichen Zensur, der starke Einfluss des sowjetischen Leitbilds

Die Massenmedien unterlagen in Bulgarien in der Zeit von 1944–1989 einer Zensur, die sich auch auf deren sprachliche Entwicklung auswirkte. Besonders in den Printmedien waren immer wieder Überschriften anzutreffen, die dem Leser wie Losungen erschienen. Ein starker sowjetischer Einfluss war zu spüren und verursachte sprachliche Konstruktionen und Wortbildungen in den bulgarischen Medien, die stark an das Russische angelehnt waren. Besonders die Tendenz zur Intellektualisierung der Schriftsprache ist hier hervorzuheben, denn sie wurde in den bulgarischen Medien nicht selten zu einer Pseudointellektualisierung. Dieser Begriff der Intellektualisierung der Sprache entstammt der so genannten „Prager Schule“, ebenso wie der Begriff der Demokratisierung der Sprache oder der Kolloquialisierung der Sprache, die hier in diesem Rahmen nicht weiter definiert und erläutert werden. Nur zum Begriff der Demokratisierung der Sprache sei hier angemerkt: Wir kennen sowohl eine Demokratisierung der Sprache „von unten“, d.h. sprachliche Mittel der Umgangssprache, des Nonstandards² oder des Slangs finden Eingang in die Standardsprache, als auch eine Demokratisierung „von oben“. In der bulgarischen Sprache war eine Intellektualisierung „von oben“ zu beobachten, die sich auf die gesamte sprachliche Situation auswirkte. Das heißt, die standardisierte Norm griff in alle Bereiche der Sprache ein und unterzog das Lexikon einer scharfen Kontrolle. NICOLOVA (1997: 431) schreibt dazu:

Der charakteristische Zug der sprachlichen Situation in Bulgarien in der vorangegangenen Periode des Totalitarismus war die forcierte Expansion der Schriftsprache, die sowohl durch objektive Prozesse (die Industrialisierung und die damit verbundene Urbanisierung, die erhöhte Mobilität der Bevölkerung, die durch Großbaustellen, Dienststreifen, usw. hervorgerufen wurde, die allgemeine Schulpflicht, starker Einfluss der Massenmedien), als auch durch die offizielle Sprachpolitik gefördert wurde. Die Sprachpolitik ließ den Gebrauch von Mitteln des Nonstandards – der Begriff „Nonstandard“ wird gewählt, um den Begriff „Substandard“ mit seiner negativen Konnotation zu vermeiden – in den Medien und in den anderen Arten der öffentlichen Kommunikation nicht zu.

Die Beobachtungen von COMATI (1988) illustrieren die Situation der bulgarischen Presselandschaft vor der Wende. Die Sprache der Massenmedien war zensiert, fast völlig unfiziell und die Handschrift eines einzelnen Journalisten war kaum erkennbar, war auch nicht gefragt oder gar erwünscht. Lediglich in den Zeitungen des Kommunistischen Jugendverbandes fanden sich hin und wieder Artikel mit einer etwas „aufgelockerten“ Sprache, ansonsten überwog, ganz besonders in den Schlagzeilen, ein Nominalstil immer gleichen Charakters. Er lehnte sich stark an das russische Vorbild an und entsprach so ganz und gar nicht dem, was man in der bulgari-

² Der Begriff ‚Nonstandard‘ wird hier gebraucht, um die negative Konnotation der Bezeichnung ‚Substandard‘ zu vermeiden. Siehe hierzu folgende Ausführungen: REITER, N. (1994): „Der standardisierte Substandard im postindustriellen Zeitalter“. In: *Sprachlicher Standard und Substandard in Südosteuropa und Osteuropa. Beiträge zum Symposium 12.–16.10.1992 in Berlin*. Hrsg. von N. REITER, U. HINRICHS, J. VAN LEEUWEN-TURNOVCOVÀ. Wiesbaden. 260–271.

sehen Grammatik über den Charakter der bulgarischen Sprache erfährt. In der bulgarischen Grammatik wird vermittelt, dass das Verb als „Elefant“³ der bulgarischen Grammatik gilt, denn es beansprucht unter den anderen Wortarten das größte Feld. Nur in den bulgarischen Zeitungsoberschriften musste man Verben mühsam suchen, eine ausgeprägte Deverbalisierung war vorherrschend.

Dieses Bild soll hier anhand folgender Untersuchungsergebnisse nachgezeichnet werden:

Insgesamt 8000 Zeitungsoberschriften der deutschen und der bulgarischen Tagespresse wurden von mir in der Zeit von 1983–1986 gesammelt und auf ihre grammatische Struktur und ihre Funktion hin analysiert. Das Ergebnis dieser Studie sah für die bulgarischen Schlagzeilen so aus, dass überwiegend Nominalphrasen gebraucht wurden, die sich als richtig gehende Sprachschablonen etabliert hatten. Sie prägten das Bild der großen bulgarischen Zeitungen. In Zahlen ausgedrückt sah das Bild so aus:⁴

	Bulgarische Tageszeitungen „Работническо дело“ und „Народна младеж“	Deutsche Tageszeitungen (ehemalige DDR) „Neues Deutschland“ und „Junge Welt“
Nominalgruppen ohne Präposition	22,23 %	16,60 %
Nominalgruppen mit Präposition	47,28 %	33,40 %
Partizipial- und Infinitivkonstruktionen	0,90 %	11,30 %
Pronominale Wortgruppen	1,05 %	1,20 %
Konstruktionen mit „da“ да-конструкции	2,44 %	–
Elliptische und eingliedrige Konstruktionen	2,31 %	3,30 %
Einzelne Wörter	5,18 %	4,20 %
Sätze	18,61 %	30,00 %
Gesamt	100,00 %	100,00 %

³ Der Ausdruck: „Das Verb ist der Elefant der bulgarischen Sprache.“ wurde hauptsächlich von dem bulgarischen Sprachwissenschaftler und Gelehrten A. T. BALAN geprägt. Er verfasste von 1930–1961 grundlegende grammatische Nachschlagewerke für die bulgarische Sprache, in denen der Formenreichtum des bulgarischen Verbs beschrieben wird.

⁴ Vgl. COMATI 1988, S. 80.

Diese Ergebnisse beziehen sich wohlgerneht nur auf die Zeitungsüberschriften, in den Zeitungsartikeln war die Sprache aber ähnlich hölzern und emotionslos, es war für den Leser kein Vergnügen, eine Zeitung zu lesen.

Nur der sprichwörtliche Humor und die Spottlust der Bulgaren, die sich in Zeitungen wie „Стършел“ äußern konnten, wollten nie so recht unter die Haube der Zensur passen. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass die humoristischen Zeitungen sofort nach ihrem Erscheinen vergriffen waren.

1.3. Zur Situation der Medien und der Sprache der Medien nach 1989

Wie hat sich dieses Bild nach der Wende gewandelt! Die neue Pressefreiheit schlug sich sofort in einem ungeheuren „Zeitungsboom“ nieder. Die bulgarische Presse leistete einen hohen Beitrag zur Entwicklung des Demokratiegedankens und des Pluralismus in der Gesellschaft. Vom 10. November 1989 bis 1995 wurden in Bulgarien über 1000 Zeitungen und Zeitschriften gegründet, viele davon existierten freilich nur kurzzeitig, doch Ende 1995 waren immer noch 500 Zeitungen und 300 Zeitschriften auf dem bulgarischen Markt vertreten. Wir sahen Tages- und Wochenzeitungen, die als Instrument und Sprachrohr benutzt wurden, um lange unterdrückte Initiativen und Möglichkeiten zum Ausdruck zu bringen. Es war klar zu erkennen, dass die Medien in großem Maßstab dazu genutzt wurden, um bestimmte politische und wirtschaftliche Interessen durchzusetzen. Die Medien wurden zum Objekt für eines der neuen Schlagwörter in Bulgarien, nämlich für „Business“. Man betrachtet sie natürlich auch teilweise als gewinnträchtige Blätter, die guten Profit verheißen, denn sie „handeln“ mit der wertvollsten Ware unseres Jahrhunderts, der Information.

Die führenden Tageszeitungen der Partei „Union der Demokratischen Kräfte“ „Demokracija“, (die vorübergehend ihr Erscheinen einstellen musste) und der Bulgarischen Sozialistischen Partei „Duma“ sind als Zentralorgane der größten bulgarischen Parteien nach wie vor eine wichtige Informationsquelle für die täglichen Nachrichten aus dem In- und Ausland, sie haben aber bei weitem nicht das Monopol für die Nachrichtenübermittlung der Presse in Bulgarien, sondern werden mit den anderen Tageszeitungen wie „Sega“ oder „Monitor“ angeboten. Der Leser entscheidet letztendlich, welche Zeitung er aus dem Angebot auswählt. So können zum Beispiel zum Zeitungsangebot für August 1998 (die Erhebung wurde mit Hilfe des Presse spiegels in der Hafenstadt Varna durchgeführt) zu den bulgarischen Presseerzeugnissen folgende Angaben gemacht werden: Es erscheinen 22 Tageszeitungen und im wöchentlichen Rhythmus erscheinen 148 Zeitungen, Zeitschriften und Magazine. Die neue Pressefreiheit zeigt sich auch in einer Vielfalt an Presseerzeugnissen. Interessant ist hier anzufügen, dass in Bulgarien die Zeitung „Bulgarisches Wirtschaftsblatt“ auf Bulgarisch und auf Deutsch erscheint, um besonders die Nachrichten der Geschäftswelt zu verbreiten.

Es ist nicht verwunderlich, dass in diesen ersten Jahren nach der Wende viele „Entgleisungen“ auf dem Sektor der Medien passierten und noch passieren. Zahlreiche Konferenzen besorgter Sprachpfleger aus jener Zeit belegen⁵, dass die Entwicklung der „neuen Pressesprache“ in Richtung Nonstandard geht, dass viele Zeitungen

⁵ So wurde beispielsweise in Sofia vom 28.–29. Mai 1998 zum Thema „Mediite i ezikät im/ni“ eine Konferenz abgehalten, die diese sprachlichen Erscheinungen untersuchte.

nicht nur mit der Darstellung ihrer Information, sondern auch mit der Wahl ihrer sprachlichen Ausdrucksmittel in die untere Stilskala „abrutschen“. Die Vulgarisierung der Pressesprache ist allgegenwärtig und auffällig. Unter Vulgärsprache verstehen wir im sprachwissenschaftlichen Sinne die Sprache des Volkes im Gegensatz zur Hoch- und Bildungssprache. Dies wäre eigentlich eine positive Erscheinung für die Presse, wenn volkssprachliche Elemente aufgenommen werden, doch wir sehen in den bulgarischen Printmedien eine originäre Vulgarisierung die mit dem Gebrauch von Stilmitteln der untersten Ebenen und zynischen Elementen einhergeht. Zahlreiche Publikationen haben diese Erscheinung in der bulgarischen Mediensprache beschrieben, ich möchte an dieser Stelle die Studie von ПОРОВА (1993: 201) zitieren:

„И колкото да беше шокиращ фактът, че езикът на политическата статия не се свенеше от своята хъшлащина, по-смайваща беше скоростта, с която тя се разпространяваше в обществото като цяло. Вулгаризацията на текстовете се превърна в добре обработена форма за дискредитация и демитологизация на политически мъже, на авторитетни полититци, на известни бизнесмени, на политически идеи и т.н. Стана така, че безпardonното слово може да засегне всеки, защото всеки на всекиго е противопоставен.“

[So schockierend der Fakt auch war, dass sich die Sprache eines politischen Artikels ihrer Gossenhaftigkeit nicht schämte, noch schlimmer war die Geschwindigkeit, mit der sich dies in der gesamten Gesellschaft verbreitete. Die Vulgarisierung der Texte wurde zu einer wohlgedachten Form der Diskreditierung und Entmythologisierung von Männern, die als politische Vertreter tätig sind, von Politikern mit Autorität, von bekannten Unternehmern und Initiativen. Es ist mittlerweile so, dass jeder mit solchen vulgären sprachlichen Äußerungen überschüttet werden kann, weil jeder als Kontrahent zum anderen steht.]

Nur zwei Beispiele mögen die vulgäre Ausdrucksweise und den Zynismus der bulgarischen Pressesprache in den Tageszeitungen der 90er Jahre hier illustrieren. (Beide Beispiele zitiert nach ПОРОВА (1993: 201):

„Любен Беров пърди във вана и лови мехури“ («Демокрация», 17.6.1993)

[Ljuben Berov furzt in die Wanne und fängt die Blasen auf]

Anmerkung: Mit diesem Ausdruck ist im übertragenen Sinne jemand gemeint, der eigentlich nur Sinnloses tut.

„Г-жа Димитрова се изхвърли като натовари с вина за политическото си решение тъкмо шефката на Съвета на Европа. Това е като да пикаеш срещу вятъра.“ («24 часа», 3.7.1993)

[Frau Dimitrova liegt völlig daneben, weil sie die Schuld für ihre politische Entscheidung ausgerechnet der Chefin des Europäischen Rates angelastet hat. Das ist wie Pinkeln gegen den Wind.]

Die Ursachen für den Gebrauch dieses vulgären Stils mögen in den viel zitierten ökonomischen und gesellschaftlichen Veränderungen der bulgarischen Gesellschaft liegen, doch sollte das Verhältnis zwischen Autor und Leser hier nicht ganz unberücksichtigt bleiben.

Der Journalist nutzt die sprachlichen Mechanismen der politischen Manipulation und der Leser nimmt diese mit Widerwillen auf, oft bringt er ihnen sogar Desinte-

resse entgegen oder drückt seinen Unwillen darüber aus. Letztendlich sieht der Leser aber doch Tag für Tag derartig formulierte Schlagzeilen und Kommentare in den Zeitungen und sie drängen sich auf als kommunikatives Verhaltensmuster. Beispielsweise nach wortreichen, aufgeheizten Parlamentsdebatten, wo derartige Nonstandard-Ausdrücke in den 90er Jahren auch gebraucht wurden, war dies für Journalisten eine richtig gehende Anregung, in einem solchen Stil zu schreiben.

Ähnliche Erscheinungen konnten wir auf dem Gebiet der Massenmedien in fast allen postkommunistischen Staaten verfolgen, es ist verständlich, dass der so genannte Pendeleffekt – von einer streng zensierten zu einer demokratisch gestalteten und marktwirtschaftlich orientierten Medienlandschaft – zunächst sehr stark ist. NICOLOVA (1997: 434) erklärt dazu:

Einen Vergleich wert sind das Parteiorgan der ehemaligen kommunistischen Partei „Работническо дело“ und das Organ der Nachfolgepartei, der Bulgarischen Sozialistischen Partei, die Zeitung «Дума». Diese Zeitung setzt alles daran, um die alte Sprache des totalitären publizistischen Stils zu überwinden, und öffnet ihre Kolumnen auch (sprachlichen) Mitteln des Nonstandards. Die neuen Presseerzeugnisse existieren in einer veränderten sozialen Situation, die sie widerspiegeln müssen und der sie sich anpassen. Diese soziale Situation ist durch den Übergang zur Demokratie und zum Pluralismus der Meinungen, durch einen scharfen politischen Kampf zwischen neu entstandenen politischen Parteien, durch den Übergang zur Marktwirtschaft gekennzeichnet. Anders als in früheren Zeiten erlebt die Presse einen harten Konkurrenzkampf – einerseits sollen mehr Leser und Anhänger ihrer unterschiedlichen politischen Ideen gewonnen, andererseits auch Gewinn erwirtschaftet werden. Dieser Konkurrenzkampf wird nicht nur durch den Inhalt, sondern auch durch die Sprache der Medien geführt; mit Hilfe der Sprache versuchen die Journalisten, die Aufmerksamkeit des Lesers zu erregen, ihn für den Inhalt zu interessieren, ihn in Erstaunen zu versetzen und sogar zu schocken, der Leser soll keinesfalls gleichgültig gegenüber dem Druckerzeugnis sein.

Eine große Neuheit war für Bulgarien nach der Wende das Erscheinen der so genannten Klatsch- und Regenbogenpresse, ich erinnere hier an wöchentlich erscheinende Zeitungen mit einem bestimmten Spektrum, dem Zeitungen wie die mit dem viel versprechenden Titel „Lična drama“ (Persönliches Drama) zuzuordnen sind und vor allem an das Angebot pornographischer Zeitungen und Zeitschriften. Auffällig ist, dass sich die Zeitungen Bulgariens in Bezug auf den Gebrauch des sprachlichen Nonstandard stark unterscheiden. Wir finden in der so genannten Boulevardpresse, der die Zeitungen «24 часа» und «Жълт труд», die Wochenzeitung «168 часа» und die Abendzeitung «Нощен труд» angehören, eine Verbreitung des sprachlichen Nonstandards in hohem Maße. Die stilistischen Mittel dieser Zeitungen gehören oft den bereits zitierten unteren Kategorien an und sollen auf diese Weise eine „Annäherung“ an die Umgangssprache darstellen. Wir finden auch ein vielfältiges Beleben des alten, etwas angestaubten Wortschatzes aus der Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg oder gar gänzlich veralteter Turzismen, die meist mit negativer Konnotation gebraucht werden. Besonders auffällig ist der Gebrauch von Fremdwörtern, vorrangig Amerikanismen, welcher der Zeitungssprache einen modernen „Touch“ verleihen soll.

Über diese sprachlichen Erscheinungen, die vor allem die Lexik betreffen, liegen schon zahlreiche Untersuchungen vor; ich möchte aus der Vielzahl der Werke hier vor allem die Studien über die russische Mediensprache hervorheben, die Ausführun-

gen von RADEVA, NICOLOVA, STOIČKOVA und ČAUŠEVA für die bulgarische Sprache betonten und die Werke von NEBESKÁ für die tschechische Sprache erwähnen.

Auf vielfältiges Befragen meinerseits antworteten die bulgarischen Leser immer wieder, dass sie sich mit dieser Pressesprache nicht identifizieren könnten und dass sie diese Stilmittel eher belächeln. In den Tageszeitungen wie: «Дума», «Демокрация», «Дневен труд», «Стандарт», «Континент» und «Капитал», um nur einige Beispiele zu nennen, wo die Politik der großen Parteien, Themen der Wirtschaft und des Bankwesens oder Kulturnachrichten im Vordergrund stehen, sind sprachliche Stilelemente der unteren Ebenen seltener zu finden.

Es stellt sich die Frage nach den Ursachen für diesen Negativ-Trend der bulgarischen Pressesprache. Auf verschiedenen Symposien zur Mediensprache, so 1994 in Berlin, 1998 in Sofija und 1999 in Heidelberg wurden Studien zur Pressesprache vorgetragen, die das sprachliche Verhältnis von Standard und Nonstandard untersuchen.

Diese sprachlichen Untersuchungen der letzten Jahre lassen nicht nur für die Pressesprache Osteuropas, sondern auch für die Mediensprache der westeuropäischen Länder Tendenzen zu einer Annäherung des sprachlichen Standards an den sprachlichen Nonstandard erkennen. Dies mag ein gemeinsames Merkmal der Mediensprache der postindustriellen Gesellschaft in den europäischen Ländern sein.

Hierbei muss erwähnt werden, dass in allen südosteuropäischen Pressesprachen, auch in der albanischen⁶, Erscheinungen eines sprachlichen Negativ-Trends zu beobachten sind – es geht um das Eindringen des Nonstandards in die öffentliche schriftliche Kommunikation. Welche Ursachen kommen für diese Erscheinungen im bulgarischen Sprachraum in Betracht? Außer des bereits erwähnten Pendeleffekts sind sicher auch Faktoren wie die tiefe Wirtschaftskrise, die vielerorts mit Nationalnihilismus gegenüber der bulgarischen Staatlichkeit überhaupt und im Gefolge auch mit Nihilismus gegenüber der bulgarischen Standardsprache als einem ihrer wesentlichsten Merkmale gepaart war, das Erscheinen der erwähnten Boulevardblätter, die mit etwas Neuartigem schnell Leser gewinnen wollten, das Profitstreben der Zeitungsherausgeber unter den Bedingungen eines starken Medienwettbewerbs und nicht zuletzt – die von den Journalisten vielfach falsch verstandene und falsch interpretierte Pressefreiheit, ein erkennbarer Mangel an sprachlicher Selbstkontrolle sowie eine niedrige Sprachkultur unter den Journalisten, die nach einem originellen Stil suchten und suchen, usw.

Es ist außerdem 15 Jahre nach der Wende noch nicht endgültig möglich, ein Fazit zu ziehen und festzustellen, inwieweit sich ein neuer Stil der bulgarischen Mediensprache endgültig etabliert hat. Man kann zwar ganz klar Entwicklungstendenzen erkennen und analysieren, doch über deren Bestand entscheiden letztlich zahlreiche gesellschaftliche Faktoren, die man bei solchen Untersuchungen nie zu 100% prognostizieren kann.

⁶ Siehe hierzu: LLOSHI, X. (1994): „Substandard Albanian and its Relation to standard Albanian“. In: *Sprachlicher Standard und Substandard in Südosteuropa und Osteuropa. Beiträge zum Symposium 12.–16.10.1992 in Berlin*. Hrsg. von N. REITER, U. HINRICHS, J. VAN LEEUWEN-TURNOVCOVÁ. Wiesbaden. 184–194.

Im Rahmen dieser Beobachtungen möchte ich auf zwei weitere Schwerpunkte eingehen, die in den heutigen bulgarischen Printmedien besonders interessant erscheinen und miteinander verflochten sind. Dieses ist einmal vom inhaltlichen und semantischen Standpunkt aus das Auftreten so genannter **Mythen** in den Zeitungen und eng damit verbunden als linguistische Erscheinung, die wir hier auch vom grammatischen Standpunkt aus betrachten, der Gebrauch des **Renarrativs** in den Tageszeitungen. Es stellt sich die Frage, was diese beiden Dinge miteinander zu tun haben? Wo und weshalb tauchen Mythen in Tages- oder Wochenzeitungen auf und welche Funktion hat der Renarrativ, den wir aus der Grammatik der bulgarischen Sprache als Erzähl-, Wiedergabe- oder Märchenerzählmodus kennen, in einer Zeitung zu erfüllen, die doch aktuelle Meldungen und Tagesgeschehen vermitteln soll?

1.4. Die Mythen in der bulgarischen Presse

Einige bulgarische Printmedien manipulierten in den ersten Jahren nach der Wende die Informationen mit folgenden Mitteln: Über- und Untertreibung, unbequeme oder unpassende Informationen wurden teilweise oder gänzlich verschwiegen, Ereignisse nicht ganz alltäglichen Charakters kamen als Sensationsdarstellung in die Zeitung, Wiederholungen von Darstellungen, Gerüchte und Bluffs sorgten dafür, dass der Leserkreis verunsichert wurde. Besonders auffällig war in jener Zeit das Bloßstellen und Anprangern von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, von Parteien, Organisationen und Bewegungen. Es wurden Unwahrheiten veröffentlicht und die Wahrheit wurde ganz bewusst – je nach Bedarf – manipuliert. In den heutigen Medien, und natürlich nicht nur in den bulgarischen (!) verbreiten sich gewisse Nachrichten in einer Art und Weise, die einem Mythos oft schon sehr nahe kommen.

Was verstehen wir unter einem Mythos? Folgende Erklärung aus der *Brockhaus Enzyklopädie* (1991: Bd.15, 271) soll hier als Grundlage dienen: „(griech. Wort, Rede, Erzählung, Fabel) Bezeichnung für

- Erzählung von Göttern, Heroen und anderen Gestalten und Geschehnissen aus der vorgeschichtlichen Zeit,
- die sich darin aussprechende Weltdeutung eines frühen, mythischen Bewusstseins,
- das Resultat einer sich auch noch in der Moderne noch vollziehenden Mythisierung (neue Mythen) im Sinne einer Verklärung von Personen, Sagen, Ereignissen oder Ideen zu einem Faszinosum von bildhaftem Symbolcharakter.“

Es ist nicht die Absicht dieses Beitrags, die Geschichte des Mythosbegriffs zu diskutieren, wir möchten uns hier eher auf die neuen Mythen und die Mythendiskussion in der Gegenwart konzentrieren. Die philosophischen kontroversen Diskussionen um den Mythosbegriff wurden von M. HORKHEIMER und T. W. ADORNO im Wesentlichen neu entfacht und von nachfolgenden Philosophen fortgeführt. Deshalb möchten wir uns den Ausführungen der *Brockhaus Enzyklopädie* (1991, Bd.15: 273–274) anschließen und dazu folgendes zitieren:

In der Gegenwart vollzieht sich die Auseinandersetzung um den Mythos auf sehr unterschiedlichen Ebenen des politischen, gesellschaftlichen und religiösen Lebens bis hin zur Alltagswelt. Prägend wirkt hierbei, dass einerseits traditionelle religiöse und ethische Wertsysteme ihre bindende Kraft vielfach verloren haben und dass die Rationalität der modernen Wissenschaft das menschliche Bedürfnis nach Weltverstehen und Le-

bensorientierung andererseits das nicht zu befriedigen scheint. Wo es dann zur Bildung neuer Mythen kommt, spiegeln diese somit vor allem die Suche nach Sinn in einer von technischen und bürokratischen Zwängen beherrschten und immer komplexer werdenden Welt und erfüllen als solche gleichsam ‚religiöse‘ Funktionen: Auf Krisenbewusstsein antworten sie mit der Faszination des emotionalen Appells, versprechen Geborgenheit und gewährleisten Stabilisierung, Identität und Integration in einem kulturellen und sozialen Kontext. Das Bedürfnis nach Mythen dieser Art findet dabei nicht zuletzt im Aufkommen neuer, alternativer weltanschaulicher und religiöser Bewegungen seinen Ausdruck. Im Unterschied zu den traditionellen (religiösen) Mythen werden die neuen Mythen jedoch in der Regel nicht mehr von einer universalen Gemeinschaft getragen, sondern artikulieren sich in einer pluralistischen Gesellschaft meist innerhalb von Gruppen und erscheinen damit auch eher inhomogen. Im Extremfall treten sie auch in Form individueller Mythologien auf als Ausdruck äußerster Subjektivität. Dabei lösen sie einander meist in relativ rascher Folge ab, zum Teil mit der Schnellebigkeit von Modeerscheinungen, z.B. bei Kultfiguren, -büchern oder -filmen. Selbst Dinge des täglichen Lebens, z.B. alltägliche Konsumartikel, können als ‚Mythen des Alltags‘ in dieser Weise mythische Qualität gewinnen.

In den bulgarischen Printmedien hatten Mythen vor der Wende längst nicht den Platz in den Zeitungen und den Umfang, der ihnen heute zugeordnet wird. Ich möchte hier nicht spekulieren über solche Begriffe wie Volkscharakter, aber man kann schon verallgemeinern, dass in der christlichen orthodoxen Welt mythischen Vorstellungen, Aberglaube und dämonischen Vorstellungen ein recht großer Raum vorbehalten ist.

Ich habe mehrere Ereignisse aus dem Sektor der Politik, der politischen Skandale und der entsprechenden Kommentare dazu verfolgt und kam zu der Schlussfolgerung, dass die Medien ganz gezielt Mythen aufbauen, die für den Leser dann nach folgendem Schema funktionieren:

1. Die Medien verbreiten einen Mythos unserer Gegenwart, damit wird dem Genüge getan, dass die Menschen (als Leser) sowohl ihr Weltbild darin reflektieren können, als auch ihre wirklichen Ängste oder die Ängste aus ihren Vorstellungen da hinein projizieren können.
2. Jede bulgarische Zeitung kommentiert auf eine bestimmte Weise das mythische Ereignis, das heißt, es wird etwas hinzugefügt. Danach fügt der Leser natürlich auch noch seine Meinung hinzu. Es ergibt sich eine Gleichung, die lauten könnte: die Information der Zeitung mit Kommentar + mein Standpunkt = meine neue Erkenntnis.

Je mehr über eine Sensation geschrieben wird, desto mehr wird natürlich auch darüber gesprochen, und die Information wird nach dem bekannten Spiel „Stille Post“ (in Bulgarien bekannt als ‚принципът на разваленият телефон‘ (Das Prinzip des kaputten Telefons)) in immer mehr Varianten präsentiert. Schließlich gelangen wir zu einer Mythologisierung der Information.

Als Beispiel wurden von TODOROVA⁷ (1999: 182) die Mitteilungen über Hillary CLINTON während des weltweit schonungslos kommentierten Sex-Skandals ihres Ehemanns Bill Clinton im Jahre 1998 verfolgt. Das Ergebnis einer Umfrage unter der amerikanischen Bevölkerung wurde zum Mythos um Hillary Clinton. Die Umfrage zielte darauf ab, von den Befragten zu erfahren, was Hillary Clinton denn tun sollte als Reaktion auf die ‚Verfehlungen‘ ihres Ehemannes mit der Praktikantin im Weißen Haus. Die bulgarischen Tageszeitungen kommentierten die Ergebnisse dieser Umfrage ganz verschieden:

Hier nur einige Beispiele, zitiert nach TODOROVA (1999: 182):

Хилари напуска Бил Клинтон след края на мандата му? («Континент», 4.5.1998)
[Hillary verlässt Bill Clinton nach dem Ende seines Mandats?]

In diesem Beispiel treffen wir eine besonders interessante Erscheinung der bulgarischen Printmediensprache an: Nach einem Mitteilungssatz steht ein Fragezeichen.

С Белия дом Хилари напуска и Бил? («Дума», 4.5.1998)
[Mit dem Weißen Haus verlässt Hillary auch Bill?]

Хилари ще се разведе с Клинтън след края на мандата («Стандарт», 4.5.1998)
[Hillary wird sich von Clinton nach dem Ende seines Mandats scheiden lassen]

Янките: Хилари ще зареже Клинтън («24 часа», 4.5.1998)
[Die Yankees: Hillary wird Bill sitzen lassen.]

Während die Tageszeitungen «Континент», «Стандарт» und «Дума» mit relativ neutralen stilistischen Ausdrucksmitteln die Haltung von Hilary Clinton hinterfragen und ihre weitere Vorgehensweise andeuten wollen, zeigt die Tageszeitung «24 часа» durch ihre reißerische Behauptung mit sprachlichen Ausdrucksmitteln der unteren Stilebene ihre Überzeugung von der weiteren Handlungsweise von Hilary Clinton. Anhand dieser Beispiele lässt sich erkennen, wie die einzelnen Tageszeitungen Sensationsmeldungen formulieren.

Doch die bulgarische Presse ist auch bemüht, ihre Auflagenhöhe durch weniger politische Sensationsmeldungen zu erhöhen. Als „Dauerbrenner“ beobachtet hier TODOROVA (1999: 183) jene Sensationsmeldungen, die durch Überlieferung zu Mythen werden wie:

- die jungen Frauen und Mädchen, die an ein Bordell verkauft wurden oder aber im Harem eines reichen Arabers landeten
- die vergessenen chirurgischen Operationsinstrumente im Körper des Patienten
- die entführten Kinder, die nach geraumer Zeit als schwerreiche Leute und Stifter wiederkehrten und in Saus und Braus leben
- die ausgesetzten Neugeborenen

Genau zu so einem Fall führt TODOROVA (1999: 183) folgendes Beispiel an: In der bulgarischen Presse war beispielsweise am 27. April 1998 zu lesen, dass ein neugebo-

⁷ Die zitierte Publikation von TODOROVA ist in bulgarischer Sprache verfasst. Die deutsche Übersetzung der Zitate sowie die weiteren deutschen Übersetzungen dieses Beitrags sind von S. COMATI.

renes Mädchen in einer Plastiktüte gefunden wurde. Zwei Zeitungen schrieben zu diesem Fall folgendes:

Überschrift aus der Tageszeitung «24 часа», 27.4.1998:

Пернишките криминалисти нищят убийство
[Die Kriminalisten aus Pernik lösen einen Mord]

Zeitungsartikelausschnitt:

«Децата играели в парка когато се натъкнали на трупчето» ... («24 часа», 27.4.1998)
[„die Kinder hätten im Park gespielt, als sie auf den kleinen Leichnam stießen.“]

Überschrift aus der Tageszeitung «Стандарт», 27.4.1998:

Криминалисти дирят неизвестната майка
[Kriminalisten auf Spurensuche nach der unbekanntem Mutter]

Zeitungsartikelausschnitt:

«Бебето било напъхано в найлонова торба с още неотрязана пъпна връв, но живо допълват от МВР» («Стандарт», 27.4.1998)
[Das Baby hatte in einer Plastiktüte gesteckt, die Nabelschnur noch nicht abgetrennt, aber es lebt, wurde vom Ministerium des Innern ergänzt...]

Diese beiden Darstellungen unterscheiden sich von den mitgeteilten Fakten her so grundsätzlich voneinander, dass der Leser letztendlich völlig verunsichert wird. Der Entstehung von Mythen wird bei einer derartigen Bandbreite von Möglichkeiten der Darstellung von Ereignissen großer Raum gewährt.

1.5. Zum Gebrauch des Renarrativs in den bulgarischen Printmedien

Was verstehen wir unter narrativen Strukturen?

Es handelt sich hier um einen von BUSSMANN (1990: 512) folgendermaßen definierten Begriff:

Terminus der Narrativik, es geht um eine spezifische Textstruktur von Erzählungen, besonders von Alltagserzählungen, (natürliche Erzählungen). Im Unterschied zu anderen Textstrukturen, z.B. deskriptiven oder argumentativen bestehen narrative Strukturen aus Schilderungen von Handlungen und Ereignissen, die in einer zeitlich oder kausal bedingten Reihenfolge angeordnet sind. Sie entfalten sich aus dem Textthema, einem interessanten Ereignis, durch die hierarchische Verknüpfung der narrativen Grundkategorie (a) „Komplikation“ (Aufbau der interessanten Handlung), (b) „Resolution“ (Auflösung der Komplikation) und (c) „Evaluation“ (Stellungnahme des Erzählers). Speziellere Strukturmerkmale dienen im Rahmen einer Texttypologie zur Begründung einzelner narrativer Textsorten wie Märchen, Roman, Geschichten usw.

Anhand dieser Definition sehen wir, dass ein Text, der narrative Elemente enthält und in dem renarrative Formen vorkommen, eigentlich weniger einer Tageszeitung zuzuordnen ist. Denn von Tageszeitungen erwarten wir authentische Berichterstattungen, die im Indikativ verfasst sind.

Auffällig für die Sprache der heutigen bulgarischen Printmedien ist das Auftauchen und der veränderte Gebrauch narrativer Strukturen (преизказан начин на изказване), sowohl in den Zeitungsüberschriften als auch in den Untertiteln und dann in den Zeitungsartikeln selbst. Wir können diesen veränderten Gebrauch des Renarrativs als Innovation in der Sprache der bulgarischen Printmedien betrachten, ja als eine neue stilistische Norm. Narrative Strukturen waren vor der Wende in den bulgarischen Tageszeitungen kaum zu finden. Wie allgemein bekannt ist, ist der Renarrativ im Bulgarischen ein Modus, und zwar kein *modus actionis*, sondern ein *modus loquendi*. Der Renarrativ signalisiert, dass dem Sprecher als Quelle der Information die Aussage einer anderen Person dient, damit wird klar gestellt, dass der Sprecher nicht Augenzeuge des wiedergegeben Geschehens war.

Besonders auffällig ist, dass der Gebrauch des Renarrativs in Meldungen auftaucht, die eine öffentlich bekannte Person oder Politiker in einem Interview gegeben haben. Vor der Wende fanden wir in solchen Artikeln stets nur den Indikativ, der Kontext wies klar genug darauf hin, dass es sich um eine fremde Äußerung handelte. Außerdem ließ es die totalitäre Regierung aus politisch-ideologischen Gründen nicht zu, dass sich ein sozialistischer Journalist von der offiziell geäußerten Meinung eines Politikers oder Vertreters des gesellschaftlichen Lebens distanzierte. Eine solche Äußerung wurde damit vom Journalisten auch nicht bewertet, sondern sie war kommentarlos in der vorgegebenen (und bereits zensierten Form) weiterzugeben.

Hier noch eine Anmerkung: Wenn in der bulgarischen Presse vor der Wende der Renarrativ verwendet wurde, dann handelte es sich um Mitteilungen über das so genannte kapitalistische Ausland, der Journalist distanzierte sich auf diese Weise von der referierten Meldung und dem Inhalt der Information. Meldungen von der Nachrichtenagentur Reuters aus den USA wurden also aus ideologischen Gründen mit Renarrativformen wiedergegeben, während Meldungen von der Nachrichtenagentur TASS aus der Sowjetunion im Indikativ blieben.

Nach der Wende erschien in der Presse der Renarrativ, und zwar nicht nur einzeln. Der Gebrauch des Renarrativs hat in der bulgarischen Presse gleich zweierlei Konsequenzen: Erstens distanziert sich der Journalist durch den Gebrauch des Renarrativs von der offiziell verkündeten Meinung einer führenden Persönlichkeit. Das ist ein legitimes Mittel der Pressefreiheit in der Demokratie. Und zweitens wird dadurch eine offizielle Meldung zu einer inoffiziellen Meldung, rein formal gesehen, denn sie wird damit in die Nähe einer Gerüchte- oder Klatschmeldung gesetzt, deren Autor in der Anonymität verbleibt.

Sogar vor den Zeitungsüberschriften machte der Gebrauch des Renarrativs nicht halt. Folgende Beispiele:

(1) Überschrift:

Обирът в Харманли организиран от вътрешен човек
Парите за заплати редовно *пътували* без охрана («168 часа», 7.3.2003)

[Raub in Harmanli von Insider organisiert
Das Geld für die Gehälter sei regelmäßig ohne Sicherheitsdienst unterwegs gewesen]

Zeitungsartikelausschnitte zu dieser Überschrift:

«Собствениците са проявили престъпна небрежност, като са пренасяли такава голяма сума пари без охрана» твърди главният секретар на МВР Б. Борисов.» («168 часа», 7.3.2003)

[„Die Eigentümer hatten einen verbrecherischen Leichtsinn an den Tag gelegt, indem sie eine so große Summe ohne Sicherheitsdienst transportiert haben“, behauptet der Obersekretär des Ministeriums des Innern, B. Borisov]

... Собствникът на фирмата Екпер Алкан, който е турчин от Бурса, ... оправдава се, че *не знаел*, че такива неща стават в България. («168 часа», 7.3.2003)

[... Der Eigentümer der Firma Ekper Alkan, der ein Türke aus Bursa ist, ... rechtfertigt sich, indem er nicht gewusst habe, dass derartige Dinge in Bulgarien passieren.]

(2) Überschrift⁸:

Ромео *не улчил* балкона на старозагорска Жулиета и загинал («Дума», 14.5.1995)

[Romeo hatte wohl den Balkon von Julia in Stara Zagora nicht erwischt und kam um]

(3) Überschrift:

«Тератон» е за продан, понеже *продавал* водни пистолети («168 часа», 19.7.1995)

[„Teraton“ wird zum Kauf angeboten, weil die Firma Wasserpistolen verkauft haben soll]

Auffällig ist, dass sich Renarrativ und Indikativ in den Berichterstattungen abwechseln, was die Leser eher verwirrt. Auf Befragungen meinerseits fanden die Leser diese sprachlichen Erscheinungen als störend, sagten mir aber, sie hätten sich inzwischen daran gewöhnt.

Zum Thema Pressesprache kann für Bulgarien verallgemeinert werden: Die Situation der bulgarischen Nationalsprache ist durch die rasante Entwicklung der Printmedien in den letzten Jahren keinesfalls gefährdet. Die Wiederbelebungen, Neubewertungen und Umbewertungen älteren Wortgutes, das verstärkte Einführen von Fremdwörtern und der Gebrauch von Stilmitteln des Nonstandards in den Medien führen zu einer Erweiterung des Wortschatzes und können als Demokratisierungstendenz der Sprache „von unten“ betrachtet werden. Es bleibt abzuwarten, ob der stilistische Negativtrend von Dauer ist. Diese Erscheinungen müssen auch als Reaktion auf die jahrzehntelange Zensur der Mediensprache gesehen werden, wobei die nach der Wende aufgetretenen marktwirtschaftlichen Gesichtspunkte der Medien in Bulgarien auch berücksichtigt werden müssen. Letztere stehen bei den sprachwissenschaftlichen Betrachtungen zwar nicht im Vordergrund, dürfen aber nicht unterschätzt werden. Die Medienlandschaft Bulgariens ist nach der Wende in jeder Hinsicht abwechslungsreicher geworden und hat mehr Kolorit gewonnen.

⁸ Beispiele (2) und (3) zitiert nach STOJČKOVA, ČAUŠEVA 1995, S. 250.

Literaturverzeichnis

- Brockhaus Enzyklopädie* (1987). Band IV. Mannheim.
- Brockhaus Enzyklopädie* (1991). Band XV. Mannheim. 273–274.
- Bulgarien-Infobrief* (1999). Hg. Deutsch-Bulgarisches Forum e.V., Nr. 2, 3. Jahrgang, 3.
- BUSSMANN, H. (1990): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 2., völlig neu bearbeitete Auflage. Stuttgart.
- COMATI, S. (1988): „Сравнителен структурен и функционален анализ на български и немски публицистични заглавия“. In: *Specimina philologiae slavicae*. Begründet von O. HORVATSCHEK, G. FREIDHOF. Hrsg. von O. HORVATSCHEK, G. FREIDHOF und P. KOSTA. Supplementband 27. München.
- NICOLOVA, R. (1997): „Die Varietäten des Bulgarischen und ihre Widerspiegelung in der Sprache der bulgarischen Presse nach 1989“. In: *Zeitschrift für Slawistik* 42, Heft 4. 431–449.
- NEBESKÁ, I. (1996): *Jazyk, norma, spisovnost*. Praha
- ПОПОВА, В. (1995): Попова, В.: „Вулгаризацията в езика на политическата статия“. В: *Проблеми на социолингвистиката*, том IV, *Социолингвистика и комуникация*. София. 200–203.
- SARAKINOV, G. (1998): Саракинов, Г.: „Медийно право и медийна реалност в днешна България“. В: *Българско медиазнание*. том II. София.
- RADEVA, V. (2000): „Die Wechselwirkung zwischen extra- und intralinguistischen Faktoren bei der Sprachentwicklung“. In: *Die Sprachen Südosteuropas heute: Umbrüche und Aufbruch*. Hrsg. V. KUNZMANN-MÜLLER. Band 12. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien. 31–41. (=Berliner slavistische Arbeiten. Herausgegeben von W. GLADROW, V. KUNZMANN-MÜLLER, H. OLSCHOWSKY und G. WITTE).
- СТОИЧКОВА, С.; ЧАУШЕВА, Е. (1995): Стоичкова, С.; Чаушева, Е.: „Преизказното наклонение в някои средства за масово осведомяване“. В: *Проблеми на социолингвистиката*, том IV, *Социолингвистика и комуникация*. София. 248–251.
- ТОДОРОВА, М. (1999): Тодорова, М.: „За митовете, които медиите могат да създават“. В: *Медиите и езикът*. София. 180–183.