

Multimodale Inszenierung von russischen und deutschen Fernseh-Wetternachrichten



Elena Ositskaia, Woronesh

sasinaelena@gmail.com

Lehrstuhl für
deutsche Philologie

Warum multimodale Inszenierung?

Fernseh-Wetternachrichten kombinieren den auditiven und visuellen Kanal, um die Wetterinformation zu übermitteln.

→ Eine angemessene Analyse muss die Funktion von sowohl sprachlichen als auch nichtsprachlichen Ressourcen berücksichtigen.

Warum Fernseh-Wetternachrichten?

- Wettersendungen sind authentisch.
- Wetter ist ein typisches Small Talk Thema zur Kontaktaufnahme im Alltag.
- Wetternachrichten enthalten häufig verwendete mündliche Muster.
- Wetternachrichten bereiten Lehrende und Lernende auf den Alltag im Zielsprachigen Land vor.











Anwendungsorientierung

Authentische Wettersendungen liefern eine empirische Grundlage, an der sich Lehrwerke und der Unterricht zu orientieren haben.

→ Sie sind ausführlich zu behandeln und didaktisch zu beschreiben.

Kriterien der Senderauswahl

- 1 Hohe Zuschauermarktanteile
- 2 Überregionale Reichweite (frei empfangbare Sender)
- 3 Vollprogrammangebot und vergleichbare Zielgruppen
- 4 Wettersendungen in Morgenmagazinen und Abendsendungen zur Primetime
- 5 Moderationsform: der/die Wettermoderator*in veranschaulicht die Prognose anhand eingeblendeter Karten

Nr.	Deutsche Sender	Nr.	Russische Sender
1.	Das Erste 	1.	HTB (NTV) 
2.	ZDF 	2.	TBЦ (TVC) 
3.	RTL 	3.	PEH TB (REN TV) 
4.	Sat.1 	4.	Звезда (Zvezda) 
		5.	Первый канал (Perwy kanal) 
		6.	Россия 1 (Rossija 1) 

Ziel

Umfassende Analyse der Wetternachrichten in der deutschen und russischen Fernsehlandschaft

Kernkorpus und Methoden

Grundgesamtheit:	54 Wetternachrichten (jeweils 1 bis 2 Minuten lang)
Morgendliche Primetime:	30 Mitschnitte (10 TV-Sender)
Abendliche Primetime:	24 Mitschnitte (8 TV-Sender)
Erhebungszeitraum:	März - April 2020 (Russisch) April - Mai 2020 (Deutsch)

Analysekriterien:

- ✓ **Mediale Einbettung** (Senderprofil, Einbettung in die Sendung, Rolle des Wettermoderators bzw. der Wettermoderatorin, Interaktion zwischen Wettermoderator*in und Magazinmoderator*in, Formatbezug etc.)
- ✓ **Sprachliche Ressourcen** (Wortwahl, Äußerungsstruktur, Knappheit / Ausführlichkeit etc.)
- ✓ **Sprecherisch-stimmliche Ressourcen** (Gliederung, Akzentuierung, Sprechgeschwindigkeit, Stimmhöhe, Lautheit, Sinnbezug etc.)
- ✓ **Körperlich - räumliche Ressourcen** (Raumgestaltung, Raumnutzung, Positionierung, Gestik, Mimik etc.)

Erste Beobachtungen

Gemeinsamkeiten:

- 1) Wetternachrichten sind in Unterhaltungs- bzw. Informationsendungen eingebettet.
- 2) Es wird informationsbetont berichtet.
- 3) Wetternachrichten sind fachsprachenbezogene Texte mit einer Tendenz zum Infotainment (ist zu überprüfen).
- 4) Die Einbettungsmöglichkeiten in die Informationsendungen sind identisch → formalisierte Textsorte

Unterschiede:

- 1) Die Einbettungsmöglichkeiten in die Unterhaltungs- und Informationsendungen weisen ein breites Spektrum auf und sind sowohl auf das Senderformat als auch auf interkulturelle Unterschiede bezogen.
- 2) Wettermoderator*innen in Deutschland und Russland sind in ihrem Status in der Sendung unterschiedlich.

Literaturquellen:

- Bose, I. (2006): Schulung von Gesprächskompetenz im Hörfunk. In: Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion, 7, 248-293.
 Mac, A. (2015): Wie wird das Wetter morgen? Informationsvermittlung in deutschen und polnischen TV-Wetterberichten. In: Text und Diskurs 8, 100-131.
 Bose, I. / Schwarze, C. (2016): Reden übers Wetter – Ein Vorschlag zur Arbeit mit authentischen Gesprächen im DaF-Unterricht. In: Colliander, P. et al. (Hg.) Bd. 5: Linguistische Grundlagen für den Sprachunterricht. Bozen-Bolzano University Press, 435-456.