

Anrede im medialen Diskurs

Michaela Filipcová

Bachelorarbeit
2023



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav moderních jazyků a literatur

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Michaela Filipcová**
Osobní číslo: **H20573**
Studijní program: **B0231P090006 Německý jazyk pro manažerskou praxi**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Oslovení v mediálním diskurzu**

Zásady pro vypracování

Studium odborné literatury z oblasti oslovení a médií
Oslovení, funkce a formy oslovení
Definice nových médií, sociální síť YouTube
Vymezení a charakteristika korpusu
Analýza oslovení v korpusu
Vyhodnocení a závěry analýzy

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**
Jazyk zpracování: **Němčina**

Seznam doporučené literatury:

BESCH, Werner. *Duzen, Siezen, Titulieren: Zur Anrede im Deutschen heute und gestern: mit Zeichnungen von Markus Eidt*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1998. ISBN 978-3525335611.

KRETZENBACHER, Heinz Leonhard und Wulf SEGEBRECHT. *Vom Sie zum Du – mehr als eine neue Konvention?* 1. Aufl. Hamburg: Luchterhand, 1991. ISBN 9783630800103.

SCHMITZ, Ulrich. *Sprache in modernen Medien: Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin: Erich Schmidt, 2004. ISBN 978-3503079238.

SPILLNER, Bernd. *Die perfekte Anrede*. Landsberg am Lech: Moderne Industrie, 2001. ISBN 978-3478386005.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Petra Bačuvčíková, Ph.D.**
Ústav moderních jazyků a literatur

Datum zadání bakalářské práce: **7. listopadu 2022**

Termín odevzdání bakalářské práce: **9. května 2023**

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan

L.S.

doc. Mgr. Roman Trušík, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem citoval(a). V případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor.

Ve Zlíně 28. 4. 2023

.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě

pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Český abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá tématem oslovení v mediálním diskurzu. Teoretická část zkoumá oslovení jako celek, její různé formy a užití tykání a vykání. V druhé polovině teoretické části se práce zaměřuje na témata médií, forem masové komunikace, masmédií, a nakonec také na sociální síť YouTube, na kterou navazuje praktická část bakalářské práce.

Praktická část obsahuje analýzu videí na YouTube od německých, českých a amerických youtuberů. V analýze je popsáno celkem 10 videí na YouTube a každé z nich je analyzováno. Na závěr bude zjištěno, zda forma oslovení hraje u YouTuberů v dnešní době rozhodující roli, zejména u cestovatelských vlogů, nebo zda se forma oslovení v průběhu času vytrácí.

Klíčová slova: oslovení, média, YouTube, cestovatelské vlogy.

ABSTRACT

English Abstract

This bachelor thesis deals with the topic of address in media discourse. The theoretical part examines addressing as a whole, its different forms and the use of nodding and howling. In the second half of the theoretical part, the thesis focuses on the topics of media, forms of mass communication, mass media, and finally the social network YouTube, which is followed by the practical part of the bachelor thesis.

The practical part includes an analysis of YouTube videos from German, Czech and American YouTubers. In the analysis, a total of 10 YouTube videos are described and each of them is analysed. Finally, it will be determined whether the form of address plays a crucial role for YouTubers nowadays, especially for travel vlogs, or whether the form of address is fading over time.

Keywords: Addressing, media, YouTube, travel vlogs.

ABSTRACT

Deutsches Abstract

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit dem Thema der Anrede in medialem Diskurs. Der theoretische Teil untersucht die Anrede im Allgemeinen sowie die verschiedenen Formen und den Gebrauch von Duzen und Siezen. In der zweiten Hälfte des theoretischen Teils konzentriert sich die Arbeit auf die Themen Medien, Formen der Massenkommunikation, Massenmedien und schließlich auch auf das soziale Netzwerk YouTube, worauf der praktische Teil der Bachelorarbeit folgt.

Der praktische Teil enthält eine Analyse der YouTube Videos von deutschen, tschechischen und amerikanischen YouTubern. In der Analyse werden insgesamt 10 YouTube Videos beschrieben und jeweils analysiert. Abschließend soll ermittelt werden, ob die Anrede für YouTuber, speziell für Travel Vlogs, heutzutage eine entscheidende Rolle spielt oder ob die Anrede im Laufe der Zeit verblasst.

Schlüsselwörter: Anrede, Medien, YouTube, Travel Vlogs.

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce Mgr. Petře Bačuvčíkové, PhD. za odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

INHALT

EINLEITUNG.....	11
I THEORETISCHER TEIL	12
1 ANREDE	13
1.1 ZUM BEGRIFF ANREDE.....	13
1.2 ANREDEFORMEN	13
1.2.1 Nominale Anrede	14
1.2.2 Pronominale Anrede.....	15
1.2.3 Duzen, Siezen.....	16
2 MEDIEN.....	18
2.1 DEFINITION DES MEDIENBEGRIFFS	18
2.2 KLASSIFIZIERUNG DER MEDIEN.....	19
3 MASSENKOMMUNIKATION	22
3.1 MASSEN MEDIEN	24
4 YOUTUBE	26
4.1 URSPRUNG	26
4.2 YOUTUBE VERSUS TIKTOK	26
4.3 NUTZER UND ZUSCHAUER.....	27
4.4 VORTEILE.....	27
4.5 NACHTEILE.....	28
II PRAKTISCHER TEIL.....	29
5 EINLEITUNG ZUM PRAKTISCHER TEIL	30
5.1 KORPUS.....	30
5.2 DIE TRAVEL -VLOGS	30
6 ANALYSE – TEIL 1 – DEUTSCHLAND.....	32
6.1 LIFE TO GO	32
6.2 BACKPACKINGSIMON.....	33
6.3 FELI FROM GERMANY.....	34
6.4 ZWISCHENZUSAMMENFASSUNG	36
7 ANALYSE – TEIL 2 – TSCHECHISCHE REPUBLIK	38
7.1 ERIK MELDIK	38
7.2 KOVY	40
7.3 KLUCI Z PRAHY	41
7.4 ZWISCHENZUSAMMENFASSUNG	42
8 ANALYSE – TEIL 3 – USA	44

8.1	LOST LEBLANC	44
8.2	ASHLEY SMITH.....	45
8.3	HOPSCOTCH THE GLOBE.....	46
8.4	ZWISCHENZUSSAMENFASSUNG	47
	SCHLUSSBETRACHTUNG	48
	LITERATURVERZEICHNIS.....	50
	E – BOOKS.....	52
	ELEKTRONISCHE QUELLEN.....	53
	KORPUS QUELLEN	54
	KORPUS YOUTUBE BEISPIELE	55
	SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	57
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	58

EINLEITUNG

Die folgende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema Anrede im Mediendiskurs, unter dem man sich vieles vorstellen kann. Daher ist das Thema in einen theoretischen und einen praktischen Teil gegliedert, in denen es näher erläutert und analysiert wird. Diese Bachelorarbeit hat zwei Hauptaufgaben: Das Konzept der Anrede und seine Formen vorzustellen und besser zu verstehen und auch herauszufinden, ob das Konzept der Anrede, speziell im sozialen Netzwerk YouTube, noch weit verbreitet ist.

Das erste Kapitel stellt Anrede als allgemeinen Begriff vor und führt uns in den gesamten theoretischen Teil ein. Nächste Kapitel befassen sich mit den verschiedenen Formen von Anrede, wie z.B. den nominalen und pronominalen Formen, auf die dann die Frage nach der Verwendung von Duzen und Siezen im Kontext von Anrede folgt. Die letzten Kapitel des theoretischen Teils befassen sich mit dem Thema Medien und zeigen auf, wie Medien klassifiziert werden, in welche Gruppen sie eingeteilt werden und was die verschiedenen Klassifizierungen bedeuten. Schließlich wird neben Massenkommunikation auch der Begriff der Massenmedien eingeführt, der bei der Betrachtung der Medien nicht vergessen werden darf.

Das Material, das anschließend im praktischen Teil analysiert wird, besteht aus Beispielen aus dem sozialen Netzwerk YouTube, das im letzten Kapitel des theoretischen Teils vorgestellt wird. Konkret werden auch die Vor- und Nachteile des sozialen Netzwerks YouTube erläutert und wie es sich von seinem konkreten Gegenstück TikTok unterscheidet. Zu Beginn des praktischen Teils wird eine bestimmte Methode zur Analyse von Anrede im Mediendiskurs erläutert. Es handelt sich dabei um Beispiele aus dem sozialen Netzwerk YouTube, wo bestimmte YouTuber, die sich mit dem Thema Reisen beschäftigen, analysiert werden. Der Praxisteil besteht aus drei Hauptkapiteln, die jeweils mit einer kurzen Zwischenzusammenfassung enden. Als erstes werden vier Beispiele von deutschen YouTubern untersucht, gefolgt von drei Beispielen von tschechischen YouTubern und schließlich drei Beispiele von amerikanischen YouTubern.

Abgeschlossen wird die gesamte Arbeit mit den Ergebnissen der Analyse und dem Vergleich aller analysierten Beispiele, um herauszufinden, ob der Begriff Anrede im Mediendiskurs noch verwendet wird und welche Funktion es hat.

I. THEORETISCHER TEIL

1 ANREDE

In Anbetracht des Themas meiner Bachelorarbeit, die Anrede im medialen Diskurs ist, möchte ich in den ersten Kapiteln meiner Arbeit das Konzept der Anrede diskutieren, welche Formen es annimmt und wie wichtig es für uns heute ist.

1.1 Zum Begriff Anrede

Jeder kann sich unter dem Begriff Anrede viele Möglichkeiten vorstellen. Die Anrede wird gleich zu Beginn der Kommunikation verwendet und das Konzept der Anrede ist zusammen mit Grußformen eines der grundlegenden Mittel der Kommunikation. Laut Metzlers Sprachlexikon wird sie folgend definiert: „Die Anrede stellt den Kontakt zwischen einem Sprecher (S) und einem Hörer (H) her bzw. hält ihn während der Kommunikation aufrecht bzw. erneuert ich wiederholt.“ (Glück, Rödel, 2016, S. 43) Einfach gesagt ist es der erste Kontakt zwischen Gesprächspartnern, der uns ins Gespräch bringt. In jeder Kultur, in jeder Sprache, gibt es für Anredeformen bestimmte Regeln und Merkmalen, aber zusammen sind sie am häufigsten verwandt mit: Nomen, Pronomen und Verben.

1.2 Anredeformen

Zu den Anredeformen gehören Wörter und Ausdrücke, die wir als Anrede verwenden. Wie Spillner in der *Anrede und Grußformen im Deutschen* gesagt hat: „Form der Anrede sollte Höflichkeit und Wertschätzung ausdrücken.“ (Spillner, 2014, S. 175) Dank der verschiedenen Anredeformen ist die Gesellschaft in Schichten unterteilt, in denen eine kleine Änderung der Anrede eine Person oder eine Beziehung zwischen Sprachpartnern definieren kann. Wenn wir also jemanden in ein Gespräch verwickeln wollen, spielen sowohl der Empfänger als auch die Anrede eine wichtige Rolle. Das Prinzip ist, dass wir zuerst herausfinden müssen, wer der Empfänger ist, ihn richtig ansprechen und dann ein Thema für die Diskussion vorschlagen. (Spillner, 2014, S. 174-176)

Heutzutage kann fast alles als Anrede betrachtet werden. Zu Beginn eines Gesprächs genügt eine einfache Handbewegung, ein Lächeln, ein Kopfnicken, um eine nonverbale Form der Anrede zu erzeugen. Um den Beginn des Gesprächs zu bereichern, verwenden wir die verbale Form. Wenn wir uns für die verbale Form entscheiden, stellen wir fest, dass „Anrede häufig mit Namensnennung verbunden ist.“ (Spillner, 2014, S. 175) Die Bedeutung der Verbindung von Anrede mit Namen kann viele Fragen beantworten, zum Beispiel: über die Herkunft einer Person, über die Beziehung zwischen Partnern, über die Stellung einer Person

in der Gesellschaft. (Spillner, 2014, S. 174 -176) Dies ist auch bei der Verwendung der Verbalform der Fall, wenn: „Jemanden durch Anrede bei seinem Namen nennen heißt also, ihn als Individuum ernst zu nehmen und ihn als Persönlichkeit anzuerkennen.“ (Spillner, 2014, S. 175) Deshalb unterscheidet man auch zwischen nominale Anrede und pronominale Anrede, bei denen man schon am Namen erkennen kann, welche Wortart der Form zugrunde liegt.

1.2.1 Nominale Anrede

Zu den grundlegenden Anredeformen gehören Nominale und Pronominale Anrede. Wie bereits angedeutet, ist die nominale Anrede mit Nomen und am häufigsten mit Vornamen, Nachnamen und Spitznamen verbunden. Aber auch hier müssen wir die Regeln des Sprachgebrauchs lernen. Denn wir können nicht alle Menschen auf die gleiche Weise anreden. Wir lernen von klein auf, wie man sich anspricht und verwenden automatisch die richtigen Formen. Zur Erinnerung: Wenn es um Freunde geht, sprechen wir sie meistens mit ihrem Vornamen an, manchmal aber auch mit Spitznamen, die in letzter Zeit populär geworden sind, zum Beispiel:

Hallo Adam

Wie war's in der Schule, Kumpel?

Im familiären Umfeld gelten andere Grundsätze, über die wir auch nicht lange nachdenken müssen, weil wir sie von klein auf die gleiche Weise verwenden. Wenn wir unsere Eltern oder Großeltern ansprechen wollen, wählen wir meist die Anrede *Mama/Papa, Oma/Opa*. Hier gibt es eine Veränderung, denn wir vermeiden es, einen bestimmten Vornamen zu verwenden. Andererseits, wenn wir Tanten und Onkel ansprechen, wechseln wir zum Beispiel *Tante Anna, Onkel Thomas*. (Spillner, 2014, S. 179)

In anderen, formelleren Kreisen, in denen wir betreffenden Personen siezen, gibt es nur eine korrekte Anrede - Herr/Frau + Familienname. (*Herr Bolt, Frau Schwarz*)

Dann gibt es Situationen im Leben, in denen wir die bestehenden Anredeformen nicht verwenden können und die höheren Formen der Anrede verwenden müssen. Zum Beispiel, wenn:

- Wir mit einer unbekanntem Person handeln - nur eine Begrüßung ohne genaue Anrede

- Es um das Arbeitsumfeld, das schulische Umfeld, ... geht - Ansprache nach Funktion, Stellung, Beziehung (Kollege/in, Professor/in,..)
- Person Titel, Rang besitzt – (Ingenieur, General)
- Es sich nicht um Kontaktkommunikation handelt, sondern um schriftliche Kommunikation - wir unterscheiden zwischen formeller und informeller Kommunikation (Sehr geehrte Frau/Sehr geehrter Herr, Liebe/Lieber) (Spillner, 2014, S. 180 – 182)

Allerdings kommt es häufig vor, dass andere Kulturen beispielsweise andere Sitten haben und Menschen dann falsche Anrede verwenden, wenn sie zum ersten Mal mit einer anderen Kultur in Kontakt kommen. Anstatt beispielsweise einen Professor richtig anzureden und den Titel zu verwenden, gehen sie automatisch zu einfachen Formen über, was zu Missverständnissen führen und die angesprochene Person beleidigen kann. Aber es hängt von der Art der Person ab, wie sie die Situation angeht.

1.2.2 Pronominale Anrede

Eine weitere Art von Anrede ist die sogenannte pronominale Anrede. „Im Deutschen ist der wichtigste Unterschied in der pronominalen Anrede der Gegensatz zwischen ‚du‘ und ‚Sie‘.“ (Spillner, 2014, S. 176) Diese kurze Spillners Regel hilft bei der Identifizierung von Personen oder der Bestimmung von Beziehungen. Wie der Begriff schon sagt, handelt es sich um eine Art von Anrede, bei der Pronomen verwendet werden, deshalb müssen wir also auf den Unterschied zwischen *du* und *Sie* achten. Für die Verwendung dieser beiden Pronomen gibt es eine einfache Regel. Wenn wir uns an eine Person wenden, die wir besser kennen, sie mit Namen ansprechen und einen freundlichen Kontakt herstellen, verwenden wir meistens die Form *du*. Handelt es sich jedoch um einen formellen Kontakt, bei dem kein tieferer Kontakt hergestellt wird, verwenden wir die Form *Sie*. Neben der Grundregel, *du* und *Sie* zu verwenden, gibt es weitere Regeln, die beachtet werden müssen. Zum Beispiel sprechen Erwachsene Kinder, die sie nicht kennen, nicht mit *Sie* an. Es handelt sich um eine Beziehung zwischen einem Erwachsenen und einem Kind, bei der der Erwachsene meist die Form *du* für die wesentlich jüngere Person und das Kind verwendet. Außerdem handelt es sich beispielsweise bei einer Arbeitsbeziehung um eine formelle Beziehung und einen formellen Kontakt, bei dem die Regel der Verwendung von *Sie* beachtet werden sollte. Es gibt viele solcher Regeln. Dieses Kapitel soll lediglich das Konzept der pronominalen

Anrede vorstellen. (Spillner, 2014, S) Bei pronominaler Anrede ist es auch gut, den Unterschied zwischen Partnerrelationen und zwischen Anredeverhältnissen zu kennen.

Wir unterteilen die Partnerrelation in zwei Arten: symmetrisch und asymmetrisch. Über **symmetrische** Relation sprechen wir, wenn beide Partner dasselbe Alter, denselben Stellung in der Arbeit und dieselbe Ausbildung haben. Eine andere Art ist die erwähnte **asymmetrische** Relation, die dadurch gekennzeichnet ist, dass die Partner nicht die gleichen Eigenschaften haben. (Vorderwülbecke, 1976, S. 340)

Entsprechend der Verwendung der französischen Formen T und V (*tu* und *vous*), „die sozialen bzw. kulturellen Dimensionen von Status und Solidarität reflektiert.“ (Guericke, 2019) Es gibt drei Grundtypen von Anredeverhältnissen – vollreziprok, teilreziprok, nicht reziprok. (Guericke, 2019)

- „V reziprok bzw. symmetrisch: Distanz, Förmlichkeit, allgemeine Höflichkeit (wobei die wahren Machtverhältnisse oft verschleiert werden)
- V nichtreziprok bzw. asymmetrisch: Achtung, Ehrerbietung, Ergebenheit
- T reziprok: Solitarität, Bekanntheit, Vertraulichkeit, Intimität
- T nichtreziprok: Herablassung, Demütigung“ (Guericke, 2019)

Der Unterschied zwischen den Formen T und V ist auch hier im Beispiel von Guericke aus dem Jahr 2019 beträchtlich, wo wir sehen können, dass die Form V auch als die oben erwähnte Asymmetrie und Symmetrie bezeichnet wird, während die Form T nur ein reziprok oder nichtreziprok ist. Jede der genannten Formen hat dann ihre eigene Eigenschaft, die oben erwähnt wurde.

1.2.3 Duzen, Siezen

Dieses Unterkapitel wird eine andere Sichtweise zeigen, wie Anrede in der Praxis funktioniert und am Ende dieses Kapitels wird den ersten Teil meiner Bachelorarbeit abschließen, nämlich das Konzept von Anrede, seine Formen und seine Verwendung in der Praxis.

In Praxis gibt es zwei Arten von Pronomen, die wir in Anrede verwenden – *du* und *Sie*. Offiziell werden diese Formen als duzen und siezen nennen. Die Welt entwickelt sich weiter, und auch wenn die Formen Duzen und Siezen sich ändern, ist es für Menschen über vierzig leichter, die richtige Anrede zu wählen, meint Glück und Sauer. Jüngeren Menschen hingegen fällt es oft schwer, die richtige Form zu wählen. Die Wahl der falschen Form kann daher Schlimmeres bewirken, wie zum Beispiel peinliches Schweigen. Da die Anrede der

erste Kontakt zwischen den Gesprächspartnern ist, kann eine falsche Verwendung gleich zu Beginn des Gesprächs ungewollt einen falschen Eindruck vermitteln. Es gibt aber auch Hilfsmittel, die bei der Wahl der Anrede und der Anredeform helfen können. Es handelt sich um aufmerksam und die kleinen Dinge auf den ersten Blick zu bemerken, die von subtiler Nervosität zu einer selbstbewussten Gesprächsführung führen können. Ist der Gesprächspartner eine Frau oder ein Mann? Ist es ein Kind oder ein Erwachsener? Wie ist die Person gekleidet? Diese und viele andere Fragen können kurz vor Beginn des Gesprächs gestellt werden und führen zur richtigen Wahl der Anrede. (Glück, Sauer, 1997, S.125)

Die Frage bleibt jedoch bestehen, wenn Duzen oder Siezen benutzen werden. Die Ratschläge und konkreten Beispiele, die Besch in seinem Buch *Duzen, Siezen, Titulieren: zur Anrede im Deutschen heute und gestern* (1996) geschrieben hat, können auch dabei helfen, die richtige Wahl zwischen Duzen und Siezen zu treffen. Von klein auf wird die richtige Anrede von unseren Eltern, Lehrern und anderen Personen beigebracht, und das gilt auch für die Wahl zwischen Duzen und Siezen, wobei wir diese beiden Formen in der Regel, ohne nachzudenken korrekt verwenden. Besch gibt in seinem Buch einige konkrete Situationen an, die daran erinnern, wann duzen auch als Du-Anrede verwenden. Du-Anrede wird vor allem bei der Anrede von vertrauten Personen, zum Beispiel Freunden und Familie, verwendet, aber auch bei der Anrede von Dingen, Tieren und nicht zuletzt bei abstrakten Begriffen. Zu den umstrittenen Situationen bei der Verwendung der Du-Anrede gehört die Anrede an Gott. Deshalb betont Besch in seinem Buch, dass auch in dieser Situation des Duzens bedienen. Der Begriff Duzen ließe sich nach seinen eigenen Worten vor allem als eine Anrede im engeren gesellschaftlichen Kreis beschreiben. (Besch, 1996, S. 7-8)

Auf der anderen Seite erscheint die Form Siezen oder Sie-Anrede. Allerdings kann es bei der Verwendung der Sie-Anrede zu einigen Unannehmlichkeiten kommen. Besch selbst erwähnt in seinem Buch, dass bereits 1968 einige Probleme auftraten, als das *Du* erweitert und eine neue Form als *Sie-Anrede* geschaffen wurde. Aufgrund dieser Änderung führte die Sie-Anrede oft zu Unsicherheiten im Gebrauch und manchmal zu Missverständnissen. Meiner Meinung nach bestehen diese Probleme jedoch auch heute noch, und die meisten jüngeren Menschen sind sich immer noch unschlüssig über die richtige Wahl. Als allgemeine Richtlinie gilt jedoch, dass wir, wenn wir die Person nicht kennen, hauptsächlich die formellen Formen Anrede bzw. Sie-Anrede verwenden (Besch, 1996, S. 8)

2 MEDIEN

Mit einem besseren Verständnis von Anrede können wir zu den nächsten Kapiteln übergehen, die sich mit der zweiten Hälfte meines theoretischen Teils beschäftigen – Medien, Massenkommunikation, YouTube. Die folgenden Kapitel meiner Bachelorarbeit erklären die Funktionsweise der Medienwelt, die uns jeden Tag mehr und mehr beeinflusst, und dank der folgenden Kapitel können wir die Mitarbeit von Anrede im medialen Diskurs in der Praxis, in diesem Fall im praktischen Teil, besser verstehen.

2.1 Definition des Medienbegriffs

Der Begriff Medien bezeichnet die Möglichkeit für eine Person, Informationen zu erhalten. „Die Medien sind die technische und organisatorische Infrastruktur für die **Kommunikation**.“ (Hunziker, Peter, 1988, S.15) Es bedeutet auch, dass Sie die Gesellschaft als Leser, aber auch als Zuhörer und Zuschauer beeinflussen. Heutzutage sehen wir die Medien überall um uns herum und sie beeinflussen uns sehr, deshalb wird unsere Epoche als das „Medien- und Informationszeitalter“ genannt. (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.12)

In der Gesellschaft finden wir Medien im politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Umfeld. In der Kultur befassen sich die Medien beispielsweise mit Bildung, Unterhaltung und der kulturellen Entwicklung einer Gesellschaft. In der Wirtschaft hingegen geben Sie Auskunft über die wirtschaftliche Lage und liefern die notwendigen Informationen für Verbraucher und Produzenten. Und in der Politik können die Medien genutzt werden, um die politische Sphäre zu kritisieren und zu kontrollieren. (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, 2014)

Medien haben eine Vielzahl von Funktionen, aber drei der grundlegendsten sind:

- *Informationsfunktion* – informiert die Gesellschaft über aktuelle Ereignisse im Land und in der Welt.
- *Kontrollfunktion* – als vierte Gewalt im Staat bezeichnet (Legislative, Exekutive, Judikative), durch ihre Funktionen ist in das Staatsgeschehen eingebunden. (Verlag Jungbrunnen, 2018)
- *Mienungsbildungsfunktion* – für Minderheiten und Mehrheiten.

2.2 Klassifizierung der Medien

Medien klassifizieren wir:

- „nach technischen Kriterien
- nach der Anzahl der einzusetzenden Medienbausteine
- nach der Rolle im Kommunikationsprozess
- nach dem Grad der Öffentlichkeit klassifizieren“ (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S. 14)

Klassifikation nach technischen Kriterien

Nach technischen Kriterien unterscheidet man zwischen Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien.

Primäre Medien – auch Mensch - Medien genannt. Zu den primären Medien gehören vor allem nonverbale Medien, die sich zum Beispiel durch Lachen, Körperbewegungen und Mimik äußern.

Sekundäre Medien – Im Gegensatz zu den Primärmedien werden bei dieser Art von Medien bereits technische Hilfsmittel eingesetzt. Wir teilen sie in zwei Gruppen ein, wobei die erste Gruppe, frühere sekundäre Medien, es uns ermöglicht, mit einer Person in Kontakt zu treten, auch wenn sie weiter entfernt ist. Zu dieser Gruppe gehören zum Beispiel das Megaphon, Rauchzeichen oder Trommeln. Die zweite Gruppe nennt sich Sekundäre Medien auf der Grundlage von Bildern, Schrift und Buchstaben. (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S. 14)

Tertiärmedien – Im Gegensatz zu den bisher genannten Medien, die allenfalls die Kommunikation zwischen einigen Dutzend Personen ermöglichen, gibt es eine dritte Art von Medien, die so genannten *Massenmedien*, die die Kommunikation zwischen der ganzen Welt ermöglichen. Sie erscheinen zum Beispiel im Fernsehen, in Büchern, Zeitschriften, in der Presse und sind heutzutage besonders in den sozialen Netzwerken beliebt. (vgl. Jirák, Köpplová, 2006)

Klassifikation nach der Anzahl der einzusetzenden Medienbausteine

Wir klassifizieren die Medien weiter, indem wir sie danach einteilen, welchem Medium sie zugeordnet sind. Die drei Grundtypen von Mono-, Duale-, Multimedien können schon durch

den Namen andeuten, wie sie in Wirklichkeit funktionieren. (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.17)

Deshalb „Monomedien betreffen jeweils nur ein einziges Medium wie z. B. Bild, Ton oder Text.“ (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.17) Wie die Begriffe weiterhin andeuten, werden duale Medien bereits mit mehr als einem Medium verbunden und sind am häufigsten in Klängen auftreten und in ihrer offiziellen Form als audiovisuelle Medien bezeichnet werden und Multimedia, die im Allgemeinen als Bilder, Grafiken, aber auch Töne auftreten, können wir auch nach eine kurze Definition klassifizieren: „Multimedia ist schließlich die Verknüpfung mehrerer Medienelemente auf einer gemeinsamen digitalen Plattform.“ (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.17)

Klassifikation nach der Rolle im Kommunikationsprozess

Die vorletzte Klassifizierung umfasst zwei Arten von Medien. Die ersten so genannten Übertragungs- oder Transportmedien betrachten die menschliche Sprache als Grundstein. Wenn jedoch selbst die menschliche Sprache die menschlichen Bedürfnisse nicht befriedigt, können wir auch Elemente der Technik nutzen – in diesem Fall zum Beispiel das Internet oder das Telefon und andere ähnliche Medien. Und auch Speicher- oder Fixiermedien gehören zu dieser Art der Klassifizierung. Einfach ausgedrückt handelt es sich dabei um Medien, die häufig unsere Aufmerksamkeit erregen, und zu dieser Kategorie zählen wir beispielsweise Bilder, Filmkassetten, Fotos und andere Medien, die uns nur einfallen können. (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.15)

Klassifikation nach dem Grad der Öffentlichkeit

Die letzte Art der Klassifizierung beantwortet die Frage "Wie viele Personen soll die Nachricht ansprechen?" Deshalb gibt es vier grundlegende Arten der Kommunikation:

- *Interpersonale Kommunikation* – „Medien in der *interpersonalen Kommunikation* beziehen sich auf die Kommunikation von Mensch zu Mensch, vor allem in der direkten privaten oder geschäftlichen Begegnung.“ (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.16)
- *Kleingruppenkommunikation* – Der Name deutet darauf hin, dass es sich um eine Art Konversation zwischen einer kleinen Gruppe von Menschen handelt.

- *Organisationskommunikation* – Diese Medien werden vor allem in Unternehmen eingesetzt, in denen die Kommunikation zwischen Mitarbeitern und verschiedenen Teilen der Organisation über sie erfolgt.
- *Massenkommunikation* – eine der heutzutage am häufigsten verwendeten Kommunikationsarten, die Fragen der Medien beantwortet. (Schellmann, Baumann, Gläser, Kegel, 2017, S.16)

3 MASSENKOMMUNIKATION

Um die Massenkommunikation zu verstehen, wird benötigt, zunächst die Kommunikation selbst zu verstehen, weshalb Burkart sechs grundlegende Elemente der Kommunikation identifiziert hat.



Abbildung 1: Die sechs Merkmale der Kommunikation

(Burkard, 2002, S.20ff)

Die Tabelle zeigt also, dass Kommunikation ein klares Ziel hat, nämlich zu kommunizieren, und dass sie immer mit dem Medium verbunden ist und durch Symbole ausgedrückt wird. (Burkart, Roland, 2002, S. 20) Anhand der sechs identifizierten Merkmale ist einen Kommunikationsprozess erstellen, der die Kommunikation in der Praxis besser beschreiben wird.



Abbildung 2: Kommunikation Prozess

(Pospíšil, Závodná, 2010, S.7)

Dieses einfache Modell zeigt den *Ablauf des Kommunikationsprozesses*. Wie in dem Modell dargestellt wird, beginnt alles mit dem *Kommunikator*, der die *Nachricht* weitergibt. Eine Nachricht kann als eine beliebige Information, ein Diskussionsgegenstand, aber auch als ein *Symbol*, das Informationen enthält, betrachtet werden. Es ist jedoch wichtig zu wissen, dass wir nur dann von der korrekten Nutzung des Kommunikationsprozesses sprechen, wenn es sich um eine absichtliche Übertragung von Informationen handelt. Die Nachrichten des Kommunikators erreichen, wenn der Kommunikationsprozess erfolgreich durchgeführt

wurde, den Empfänger über einen *Kanal* wie Telefon, Brief, E-Mail, zum *Empfänger*, der die Nachricht oder Symbole auswertet, verarbeitet und für sich behält oder an andere Empfänger weitergibt und so selbst zum Kommunikator wird und der Prozess sich wiederholt. (Pospíšil, Závodná, 2010, S.7)

Dank des festgelegten Kommunikationskonzepts kann leicht definiert die nächste Komponente, die bereits erwähnt wurde - der Massenkommunikation.

Nun stellt sich die Frage, was Massenkommunikation eigentlich bedeutet. Der Name deutet bereits an, dass das Medium bei dieser Kommunikation eine wichtige Rolle spielt, so dass Massenkommunikation eine eng mit dem Medium verbundene Kommunikation bedeutet.

Die Entstehung der Massenkommunikation wird seit vielen Jahren diskutiert. Bereits in der Antike konnten wir Elemente der Massenkommunikation finden, zum Beispiel, als verschiedene Produkte auf den Marktplätzen beworben wurden, die Anfänge wurden durch das Aufkommen des Buchdrucks weiter unterstützt, und in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts sprechen wir oft von einer Zeit, in der sich die Gesellschaft veränderte. Die Massenkommunikation trug dazu bei, Informationen in der Gesellschaft zu verbreiten und die Modernisierung voranzutreiben. (Urban, Dubský, Murdza, 2011, S. 36-37)

Da die Massenkommunikation eng mit der Nutzung des Internets verbunden ist, gehen Anfänge der Massenkommunikation auf die Erfindung der Elektrizität zurück, die zu seiner Entwicklung führte, und heute ist es zu einem der meistgenutzten Medien geworden. „Zu den entscheidenden Merkmalen der Massenkommunikation gehören außerdem **Masse**, **Vermittlung** und **Geschwindigkeit**.“¹ (Urban, Dubský, Murdza, 2011, S. 42)

Darüber hinaus kann ein weiteres Charakteristikum zur Erklärung des Konzepts der Massenkommunikation herangezogen werden:

- Es handelt sich um eine Kommunikation, die eine breite Öffentlichkeit und zahlreiche Menschen gleichzeitig informiert.
- Sie nutzt Technologie, um zu funktionieren (Internet, Medien, Radio, ...)
- Sie hat einen einseitigen Charakter - die Massenkommunikation übermittelt Informationen, für die sie keine Rückmeldung von den Empfängern erwartet

¹ Übersetzung von Michaela Filipcová

- Fehlen einer aktiven Rolle des Publikums - es handelt sich nicht um einen gegenseitigen Kontakt zwischen Absender und Empfänger (Urban, Dubský, Murdza, 2011, S. 40 – 41)

Die genannten Elemente dienen dazu, das Konzept der Massenkommunikation besser zu verstehen. Nach dem theoretischen Teil haben wir also eine bessere Vorstellung. Wir müssen jedoch auch die Mittel erwähnen, mit denen die Massenkommunikation im praktischen, realen Teil des Lebens stattfindet, und das sind die so genannten Massenmedien.

3.1 Massenmedien

Heutzutage sind die Medien im Allgemeinen eines der Werkzeuge, die wir täglich nutzen und brauchen. Informationen herausfinden? Quellen verifizieren? Was geschah in der Geschichte? Wie schreibe ich meine Bachelorarbeit? All diese und viele andere Fragen stellen wir uns jeden Tag. Und dank der Medien bekommen wir Antworten. Genau wie die Massenkommunikation haben auch die Massenmedien die gleiche Aufgabe. Informationen an so viele Menschen wie möglich, die meist als Masse bezeichnet werden, in kürzester Zeit zu verbreiten. Die Massenmedien sind eigentlich das Mittel, mit dem wir Zugang zu unendlich vielen Informationen haben. Und ihr großer Vorteil ist, dass wir sie heutzutage fast überall finden können. (Jirák, Köpplová, 2009, S. 21 – 22)

Generell lassen sich die Massenmedien in elektronische und schriftliche Medien unterteilen. In letzter Zeit sind die elektronischen Massenmedien in den Vordergrund getreten, aber wenn wir in die Vergangenheit zurückblicken, begann alles mit den Printmedien, von denen die ganze Welt profitiert hat. Zu den bekanntesten Massenmedien gehören die periodische Presse, das Radio, das Internet, das Fernsehen, das Mobiltelefon und viele andere Medien, die wir täglich nutzen. (vgl. Jirák, Köpplová, 2009)

In dem Buch *Úvod do teorie masové komunikace* nennt Denis Mcquail (2009) vier verschiedene Arten, die Massenmedien zu betrachten. Die vier grundlegenden Ansichten sind:

- mediokulturell
- medio-materialistisch
- soziokulturell
- soziomaterialistisch

Die erste Ansicht, die *medienkulturelle* Ansicht, ist vor allem durch die Wahrnehmung von Inhalten und Informationen sowie Botschaften aus den Medien gekennzeichnet. Eine andere, *medienmaterielle* Ansicht konzentriert sich auf Medien, die mit finanziellen und technologischen Aspekten verbunden sind. Die *soziokulturelle* Ansicht deutet schon im Titel darauf hin, dass es um die Funktionsweise und den Einfluss der Medien auf die Gesellschaft gehen wird. Die zuletzt definierte Ansicht, *soziomaterialistisch*, die sich nur mit den letztendlichen Folgen der Medien beschäftigt. (Mcquail, 2009 S. 27-29)

Worte, Sätze, verschiedene Artikel – all das hat in der heutigen Welt enorme Macht. Da jeder Mensch über mindestens eine Art von Massenmedium verfügt, hat er die Möglichkeit, mit anderen Menschen zu sprechen. Im Internet können wir unsere Gedanken, Erkenntnisse und Meinungen austauschen, und es ist leicht, alles zu glauben. Deshalb ist es auch sehr wichtig, die Grenzen zu kennen und sich nicht in der Nutzung der Massenmedien zu verstricken. Wir dürfen nicht alles glauben, was wir sehen, und müssen lernen, mit den Medien umzugehen.

4 YOUTUBE

Video-Plattform, die 2005 gegründet wurde heißt YouTube. Eines der bekanntesten Netzwerke, das täglich von mehreren zehn Millionen Menschen genutzt wird, ist YouTube. Die Möglichkeit, durch die eine Person sich selbst, ihr Leben, ihre Hobbys und die Dinge, die sie glücklich machen, zeigen kann, heißt YouTube. Aber auch eine Online-Community, die es uns ermöglicht, mit der ganzen Welt in Verbindung zu treten und die andere Seite der Welt zu sehen, heißt YouTube.

4.1 Ursprung

Wer hätte gedacht, dass ein minderwertiges Video, das Elefanten zeigt, eine Online-Plattform ins Leben rufen würde, die von Anfang an populär sein würde. Vor 17 Jahren wurde etwas geschaffen, das heute jeder auf der Welt kennt: YouTube. Der Deutsche Jawed Karim, der zusammen mit seinen Freunden Steve Chen und Chad Hurley die Idee dazu hatte, war auch für den erfolgreichen Start mitverantwortlich. „Die YouTube-Gründer waren der Meinung, dass zwar damals schon viel gefilmt wurde, aber kein Ort existierte, an dem es geteilt werden konnte. Aus diesem Grund entstand damals YouTube.“ (Fricke, Schoppe, 2023) Es dauerte nur anderthalb Jahre, und es kam ein Angebot, das man nicht ablehnen konnte. Das Online-Unternehmen Google hat beschlossen, die aufstrebende YouTube-Plattform zu kaufen. Mit einem Angebot von 1,31 Mrd. Euro wurde YouTube am 9. Oktober 2006 verkauft. (Fricke, Schoppe, 2023)

4.2 YouTube versus TikTok

Im Laufe des Betriebs von YouTube entwickelte sich ein Slang, der noch heute verwendet wird. Die Leute, die so genannte *Content* für uns erstellen – was bedeutet, dass sie unterhaltsame, informative, lehrreiche und viele andere Arten von Videos machen - werden *YouTuber* genannt. (vgl. ČT24, 2020) Heutzutage müssen wir jedoch zwischen mehreren Arten von Online-Erstellern wie Influencern, TikTokern, Vloggern usw. unterscheiden. TikToker sind in letzter Zeit zu einem großen Konkurrenten für YouTube geworden. „In letzter Zeit sind einige erfolgreiche Macher zur chinesischen Konkurrenz TikTok gewechselt. Tatsächlich hat YouTube begonnen, die Nutzungsregeln strenger durchzusetzen und die Inhalte genauer zu überwachen.“ (ČT24, 2020) TikTok und YouTube haben eine Menge Unterschiede, aber auch viele Gemeinsamkeiten. Genau wie bei YouTube werden hier Videos gemacht, aber viel kürzer, normalerweise nicht länger als eine Minute. Aber es

gibt auch eine Verbindung zwischen TikTok und YouTube, bei der eine Person nur einen kurzen Ausschnitt ihres Videos auf TikTok einstellt und den Zuschauer zu YouTube einlädt, wo er das ganze Video ansehen kann. (vgl. YouTube, TikTok, 2023)

4.3 Nutzer und Zuschauer

Ein weiterer Vorteil der Online-Plattform YouTube ist, dass jeder ein Nutzer oder Zuschauer werden kann. Es gibt keine Regeln für die Identifizierung von YouTube-Nutzern. Kinder, Jugendliche, Eltern, aber auch unsere Großeltern, sie alle können sowohl Nutzer als auch Betrachter sein. Wie Miller (2012) in seinem Buch anführt, ist YouTube laut Forschung bei beiden Geschlechtern beliebt. Etwa 55 % sind Männer und 45 % sind Frauen. Die meisten YouTube-Nutzer sehen sich Musik an, aber auch Unterhaltungs-, Sport- und Politikvideos sind beliebt. (Miller, 2012, S. 35)

Obwohl YouTube ein Online-Netzwerk nur für Menschen zu sein scheint, gehören in Wirklichkeit unsere vier- und zweibeinigen Freunde zu den beliebtesten Nutzern. Schalten Sie einfach die Kamera ein, lächeln Sie, und in Sekundenschnelle sind Sie ein neuer Star. Zu den bekanntesten YouTubern aus der Tschechischen Republik und Deutschland gehören zum Beispiel: Kovy, Stejk oder Tary aus der Tschechischen Republik oder BibisBeautyPalace, Crazy Frog aus Deutschland. (vgl. YouTube, 2023)

4.4 Vorteile

Zu den wichtigsten Vorteilen von YouTube gehören die zahllosen Möglichkeiten für Nutzer und Zuschauer, mit der Außenwelt in Kontakt zu treten, sich in der Online-Community zurechtzufinden und die Außenwelt durch ihre Aktivitäten zu unterhalten, zu helfen und zu beraten. Vielleicht ist YouTube deshalb immer noch so beliebt in der Gesellschaft, weil es den Menschen eine virtuelle Umgebung bietet, in der sie tun können, was ihnen Spaß macht, und ihr Potenzial entfalten können. Es ist ein Ort für alle, die der Welt etwas zu sagen haben. Es ist auch ein Ort für unsere Lieblingssongs, Rezensionen von Lieblingsfilmen, Lieblingskochrezepte und so weiter. Einfach gesagt, ein Ort für alles und jeden.

In einer so großen Gemeinschaft gibt es auch Regeln und Richtlinien, die zu beachten sind. Es ist in Ordnung, seine Meinung zu äußern, aber alles hat seine Grenzen. So dürfen zum Beispiel Gewalt, sexuelle Inhalte und ähnliche Dinge, die der Gemeinschaft schaden, nicht auf YouTube veröffentlicht werden. (vgl. Tembrink, Szoltysek, Unger, 2014)

Für alle, denen die kostenlose Online-Version zu unattraktiv ist, gibt es aber auch eine neue kostenpflichtige Version von YouTube Premium. Diese neue Option bietet eine Reihe von

Vorteilen für die Abonnenten, wie z. B. werbefreie Musikwiedergabe, Videodownloads und eine sehr attraktive Option für die heutige Generation – das Offline-Hören von Musik, ohne eine Internetverbindung zu benötigen. (vgl. YouTube, 2023)

4.5 Nachteile

Wie viele Vorteile birgt YouTube auch viele Nachteile und Bedrohungen. Eine der größten Bedrohungen im heutigen Online-Zeitalter sind die so genannten Fake News. Wegen der Meinungsfreiheit und der schnellen Verbreitung von Informationen und Desinformationen in der Online-Welt entwickelt sich der Begriff Fake News zu einem neuen Trend. Der aus dem Englischen stammende Begriff bedeutet frei übersetzt *Falschmeldungen*. (vgl. Duden 2023) Für die heutige Gesellschaft ist es schwierig, Desinformationen zu erkennen, insbesondere für die älteren Generationen. Deshalb gilt die Regel: Glaube nicht alles, was du siehst und liest. Inhalte nicht nur auf YouTube, sondern auf allen sozialen Netzwerken haben eine große Reichweite und können leicht viele Menschen beeinflussen. Wir müssen daher lernen, zwischen wahren und falschen Informationen zu unterscheiden. Der beste Weg, sich nicht täuschen zu lassen, ist daher, alle Informationen aus vertrauenswürdigen Quellen zu überprüfen. Der Verlust des Zeitbegriffs könnte als ein weiterer Nachteil von YouTube eingestuft werden. Sozialnetzwerk Sucht, Prokrastination und eine Vielzahl anderer Begriffe, die mit Sozialnetzwerk Sucht in Verbindung gebracht werden, nehmen von Tag zu Tag zu. Bei den unbegrenzten Möglichkeiten der YouTube-Nutzung und den unzähligen Videos, die uns täglich locken, kommt es oft vor, dass man die Zeit aus den Augen verliert und sowohl auf YouTube als auch in den sozialen Netzwerken ganze Tage verbringen kann. Das ist nicht gut für unser soziales Leben, für unsere Augen, und diese Zeit könnte besser genutzt werden. (vgl. Tembrink, Szoltysek, Unger, 2014)

II. PRAKTISCHER TEIL

5 EINLEITUNG ZUM PRAKTISCHER TEIL

Der praktische Teil meiner Bachelorarbeit besteht aus einer Analyse von YouTube Videos, wobei ich mich speziell auf den Vergleich verschiedener Formen von Anrede konzentriere. Die Vorbereitung für Analyse begann bereits im theoretischen Teil und jetzt kommt die konkrete Analyse der Beiträge.

5.1 Korpus

Im praktischen Teil werde ich nicht nur vier Beiträge von drei deutschen YouTubern analysieren, sondern auch drei Beiträge von tschechischen YouTubern und drei amerikanischen YouTubern. Diese Autoren werden später im praktischen Teil vorgestellt. Auch wenn es drei verschiedene Länder sind, haben diese Länder doch etwas gemeinsam. Alle YouTube-Demos werden sich mit demselben Thema befassen, nämlich – mit Reisen. In meiner Bachelorarbeit auch als Travel-Vlogs bezeichnet. Bei jedem Beispiel wird angegeben, ob die Anrede vorkommt und welche Bedeutung sie in dem jeweiligen Beispiel hat. Außerdem möchte ich darauf eingehen, ob die Anrede heute noch häufig verwendet wird oder langsam verschwindet. Da die ausgewählten YouTuber ein gemeinsames Thema haben, wird es auch interessant sein zu sehen, wie sich die Anrede auf das Reisen, den Reiseslang und vielleicht sogar die lokale Sprache bezieht.

5.2 Die Travel -Vlogs

Einer der Hauptbestandteile der folgenden YouTube-Ausschnitte sind die bereits erwähnten Travel-Vlogs, die ich hier nur kurz erläutern möchte. Wer sich auf Travel-Vlogs konzentriert, hat viele Möglichkeiten zu vloggen. Im Allgemeinen könnte man einen Vlog als ein kürzeres oder längeres Video beschreiben, das ein bestimmtes Thema, eine Aktivität, die Sie wählen, beschreibt. Bei Reisen kann man z. B. den Verlauf eines Urlaubs oder einer Reise beschreiben, aber auch Dinge wie die Kosten, die mit einer Reise verbunden sind, Sehenswürdigkeiten in einem Land sowie Tipps und Tricks für den nächsten Urlaub. Was ich an Travel-Vlogs am interessantesten fand, ist, dass man sie auch nutzen kann, wenn man keine Zeit oder kein Geld hat oder Angst vor dem Reisen hat. Dank YouTubern und Travel-Vlogs erfährt er viele interessante Tipps, wie er Geld sparen kann, wohin er reisen kann, und es öffnet ihm neue Türen zur Welt. Das Konzept der Travel-Vlogs ist auf der ganzen Welt verbreitet. Deshalb habe ich mich entschieden, den englischen Begriff zu verwenden, weil

er für alle drei Länder und alle genannten YouTuber geläufig ist und in diesen Ländern bereits bekannt ist und verwendet wird. (vgl. YouTube, 2023)

6 ANALYSE – TEIL 1 – DEUTSCHLAND

Ich habe beschlossen, die Analyse der Anrede im Mediendiskurs, insbesondere auf YouTube, in drei Teile zu unterteilen. Als ersten Teil des praktischen Teils meiner Bachelorarbeit werde ich mit Travel- Vlogs aus Deutschland beginnen. Hier habe ich für mir drei bekannte deutsche YouTuber ausgewählt, die sich dem Reisen widmen.

6.1 Life to go

Die erste Analyse betrifft den YouTube-Kanal *Life to go* des Paares Jessica und Daniel, das seit 2015 auf YouTube aktiv ist und derzeit 110.000 Follower und 732 Videos (Stand: März 2023) hat. (YouTube, Life to go, 2015) Ihr Motto lautet: „Du hast Lust auf eine Weltreise, möchtest die Welt entdecken und Abenteuer erleben? 📌 Dann kommt mit auf unsere gemeinsame Reise um die Welt und werde Teil der riesigen Life to go Weltreise Community!“ (YouTube, Life to go, 2015)

Video 1:

Name: WEIHNACHTEN IN THAILAND 🌲 Besonderes Weihnachtsfest im Ausland
👶👶 Chiang Mai | VLOG 589

Sender: Life to go

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sPMtbEX2QrY>

Gesamtzeit: 16

Thema: Reisen, Thailand, Travel-Vlog

Sprecher: 2 Moderatoren – Lisa und Daniel

Bs.1.

(V.1, R.8)² D: Hallo aus Thailand und [...]

(V.1, R.9) J: Guten Morgen und froh Weihnachten

(V.1, R.10) D: Frohe Weihnachten **ihr Lieben**, aus Chiang Mai [...]

Der gesamte Vlog, der 16 Minuten dauert, beginnt mit einer kurzen Einleitung, die aus Bildern und Videos besteht, und dann kommt die Anrede ins Spiel. Da es sich um einen Vlog

² Die Abkürzung V. steht für Vlog, R. für Replikanzahl
Zum Beispiel, R.8 = 8. Replik in einem Vlog

aus Thailand handelt, der zu Weihnachten 2022 gefilmt wurde, können wir in dem Beispiel die Anreicherung der klassischen Anrede mit der Phrase *frohe Weihnachten Lieben* feststellen. Die Autoren haben sich die Weihnachtszeit zunutze gemacht und ihre Zuschauer auf eine andere Art und Weise anreden.

Wenn wir uns die drei Sätze aus dem Travel-Vlog genauer ansehen, können wir feststellen, dass es einen Wechsel in der Ansprache der beiden Autoren, Sprecher gibt. Der erste begann damit, dass Daniel den Zuschauern gegenüber erwähnte, dass sie in Thailand sind, und so erweiterte er die Begrüßung gleich um diese Information, und bevor er die Begrüßung und Anrede beenden konnte, trat seine Partnerin Jessica dazwischen. Sie hatte den Zuhörern bereits mitgeteilt, dass es Morgen ist, und dass dank der konkreten Wahl der Anrede (*Guten Morgen*). Am Ende konnte auch Daniel seine Anrede beenden und wünschte dem Publikum noch einmal *frohe Weihnachten* und verwendete sogar Anrede *Lieben*, was beim Zuschauer ein angenehmes Gefühl hervorrufen kann, das mit einer weihnachtlichen Stimmung einhergeht und dem Zuschauer das Gefühl geben kann, dem Autor wichtig zu sein. Schließlich fügte er im Satz mit der Anrede bereits die Information hinzu, wo genau er sich in Thailand befindet und der Vlog konnte weitergehen.

Die Anrede wurde in diesem Vlog korrekt verwendet. Da die Autoren über 100.000 Zuschauer haben, müssen wir sie gemeinsam und höflich grüßen. Da sie ihre Begrüßung und Anrede mit weihnachtlichen Elementen angereichert haben, wurde dem Video eine weihnachtliche Atmosphäre verliehen und der Zuschauer konnte sich auch wichtig fühlen.

6.2 BackpackingSimon

Wie Simon auf seinem YouTube Kanal angibt: „My world trip started back in May 2015 so I am traveling for quite a while already.“ (YouTube, BackpackingSimon, 2015)

Ein junger deutscher Youtuber, der die Welt bereist, ist ein weiterer Autor, den ich ausgewählt habe, um die Anrede zu erforschen.

Video 2:

<p>Name: Crazy Helicopter Wedding in Switzerland?</p> <p>Sender: BackpackingSimon</p> <p>URL: https://www.youtube.com/watch?v=haod8trhOo4</p> <p>Gesamtzeit: 15:02</p> <p>Thema: Reisen, Schweiz, Travel-Vlog</p> <p>Sprecher: Der Moderator Simon und seine Freundin Lisa</p>
--

Bs.2.

(V.2, R.1) L: Good morning

(V.2, R.1) S: Good morning

(V.2, R.2) S: Good morning **guys** from Switzerland.

Das Videobeispiel aus dem BackpackingSimon Kanal ist ein Beispiel, das auf den ersten Blick verwirren mag, weil es auf Englisch ist. Der deutsche Autor hat sich für seine Vlogs für die englische Sprache entschieden, vielleicht auch, weil er in der ganzen Welt unterwegs ist und sein Publikum nicht nur aus dem deutschsprachigen Raum besteht.

Der Vlog beginnt mit einer Begrüßung, die dem Betrachter die Tageszeit angibt und so die ersten Informationen aus dem Video liefert. Nach der Begrüßung kommt der Satz: *Good morning guys from Switzerland*, der bereits Anrede und weitere Informationen enthält. Das Wort *guys* kommt aus dem Englischen und bedeutet wörtlich übersetzt Männer, Herren. Jemand, der mit dieser Art der Ansprache nicht vertraut ist, könnte zum Beispiel denken, dass das Video dank des Wortes *guys* nur für das männliche Geschlecht bestimmt ist. *Guys* wird jedoch vor allem in englischsprachigen Ländern im Alltag verwendet und hat sich im Laufe der Zeit auch in anderen Ländern durchgesetzt. Siehe Beispiel Nummer 2. Deshalb ist bei dieser Form der Anrede zu beachten, dass das Wort im Rahmen einer Begrüßung mit Anrede mit *Leuten* übersetzt werden kann, und so entsteht statt *Guten Morgen Heeren, Männer* ein Gruß mit der Anrede *Guten Morgen Leute*. Und das bedeutet bereits, dass sich der Sprecher des Vlogs an Vertreter aller Geschlechter wendet.

6.3 Feli from Germany

Ein weiterer Youtuber, der meine Aufmerksamkeit auf YouTube erregt hat, ist Felicia (Feli), die Autorin des Kanals *Feli from Germany* ist. Feli ist seit 2017 auf YouTube und ist in Deutschland und Amerika sehr bekannt. In ihren Videos weist sie insbesondere auf die Unterschiede zwischen der deutschen und der amerikanischen Kultur hin. (YouTube, Feli from Germany, 2017) Wie sie auf ihrem YouTube Kanal betont: „In my videos, I talk about cultural differences between America and Germany, things I like and dislike about living here, and other experiences that I have made during my time in the States.“ (YouTube, Feli from Germany, 2017)

Video 3:

Name: GERMANY = BAVARIA? Why the Rest of the World Has a False Image of Germany
Sender: Feli from Germany
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SgxGQct-Yao>
Gesamtzeit: 15:38
Thema: Reisen, Germany, Strand, Travel-Vlog
Sprecher: Moderatorin Feli

Bs. 3.

(V.3, R.5) F: Hallo, Servus! And welcome back to my YouTube channel. [...]

Video 4:

Name: ROAD TRIP VLOG - New York, Niagara Falls, Boston, Shenandoah NP
Sender: Feli from Germany
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iILRrcGFXhw&list=PLvcmNAGhcEENnhc22V9WFt31kEBL2UAGc&index=8>
Gesamtzeit: 13:19
Thema: Reisen, USA, Roadtrip, Travel vlog

B.4.

(V.3, R.1) F: Hi **guys!** Greetings from some weird parking lot with a bunch of shops, Starbuck's, Chipotle, Trader Joe's.

Für den letzten deutschen Traveller habe ich mich für zwei Beispiele entschieden, weil es lange gedauert hat, bis ich Anrede gefunden habe. Mit diesen beiden Beispielen wollte ich zeigen, dass es mehrere YouTube-Kanäle, nicht nur deutsche, gibt, die Anrede überhaupt nicht mehr verwenden. Felicia, kurz Feli, ist eine der Autorinnen, die in den meisten ihrer Videos nur den Gruß *Hallo, Servus* verwendet. Und Anrede habe ich nur in ein paar Videos gefunden.

Im ersten Ausschnitt kann sich der Betrachter auf die Begrüßung freuen, wo neben dem klassischen deutschen *Hallo* auch der *Servus* Gruß vorkommt, der für informelle Begrüßungen, meist mit Duzen, verwendet wird. (vgl. Duden, 2023) Was mir am ersten Ausschnitt gefällt, ist, dass die Autorin zwar den ganzen Vlog auf Englisch spricht, aber einen deutschen Gruß für den Zuschauer hinterlässt.

Das zweite Beispiel enthält bereits eine Anrede, nämlich *guys*. Diese Art der Anrede ist bereits in meinen Recherchen aufgetaucht und bezeichnet die gleiche Bedeutung wie in Beispiel Nummer 2 (BackpackingSimon).

Ich habe die Verwendung interessanter deutscher und amerikanischer Anreden erwartet. Die Videos sind sowohl für das deutsche als auch für das amerikanische Publikum bestimmt. Und da die Autorin zwei verschiedene Leben vergleicht, hätte sie interessante Redewendungen aus beiden Ländern einbauen können. Mir gefällt zumindest der *Servus* Gruß, der unkonventionell ist, aber das kann man leider nicht von Anrede sagen. Auch hier habe ich keine interessante Form gefunden, und der Gruß ist auch hier in den Vordergrund getreten. Anrede ist auch schön, und es gibt viele Möglichkeiten, sie zu verwenden. Aber ich denke, es ist einfacher und bequemer für die Menschen, nur den Gruß zu verwenden, der einen Teil der Rolle von Anrede erfüllt.

6.4 Zwischenzusammenfassung

Ich habe mich zuerst entschieden, die Anrede mit deutschen YouTubern anzugehen. Ich wählte den Life to go Kanal, Backpacking Simon und Feli from Germany, um sie vorzustellen. Alle Kanäle haben ähnliche Eigenschaften. Es sind Kanäle, die über 100.000 Follower haben, aber auch Kanäle, die seit mehr als 6 Jahren in der YouTube-Szene vertreten sind. Ich muss zugeben, dass es zwar unzählige Reisekanäle auf YouTube gibt, aber es war schwer, deutsche Kanäle zu finden, die ihre Zuschauer wirklich in ihrer Muttersprache, Deutsch, ansprechen. Und genau das ist hier passiert, zwei von drei deutschen Kanälen sind auf Englisch. Bei den Sprechern von Life to go interessierte mich vor allem die Verwendung der deutschen Sprache. Englisch ist in letzter Zeit immer beliebter geworden, und selbst bei meiner Recherche konnte ich deutlich sehen, dass Englisch auch bei deutschen Travel-Youtubern vorherrscht. Life to go hat es geschafft, gleich zu Beginn des Vlogs eine schöne Atmosphäre für die Zuschauer zu schaffen, dank der warmen Eröffnung des Vlogs und der Nutzung der Weihnachtsstimmung.

Der zweite Autor, Simon, ist ebenfalls ein gebürtiger Deutscher, der mit seiner Freundin durch die Welt reist, aber auch hier ist leider keine Spur von Deutsch zu finden. Was die Anrede betrifft, so gibt es hier eine positive Nachricht, denn es gibt eine Form der Anrede. Man könnte sie als klassische Anrede bezeichnen, die vor allem in englischsprachigen Ländern verwendet wird.

Im dritten und vierten Ausschnitt ging das Hauptthema meiner Untersuchung, nämlich die Anrede, halb unter. Ich habe hier bewusst zwei Beispiele ausgewählt, weil die Autorin hauptsächlich Grußformeln verwendet, aber ich habe auch eine Anrede am Rande gefunden. Insgesamt hat sie jedoch meine Erwartungen nicht erfüllt, und ihre Beispiele hier beweisen, dass diese Autorin Grüße statt Anrede bevorzugt.

Allerdings stehen noch zwei weitere Kapitel aus anderen Ländern an, so dass ich hoffe, dass sich meine Meinung dort ändern wird und ich weitere interessante Anredeformen finden werde.

7 ANALYSE – TEIL 2 – TSCHECHISCHE REPUBLIK

Bei den tschechischen YouTubern habe ich lange überlegt, welche ich für meinen praktischen Teil auswählen sollte. So habe ich mich für diejenigen entschieden, die sowohl in der Tschechischen Republik als auch in den umliegenden Ländern unterwegs sind. Im zweiten Teil des Praxisteils bin ich daran interessiert, welche Anreden die betreffenden tschechischen Vlogger benutzen und welchen Eindruck diese Anredeformen beim Zuschauer hinterlassen könnten.

7.1 Erik Meldik

Der erste tschechische YouTuber ist Erik Meldik, der mit seiner Familie zu reisen begann, insbesondere nach Kroatien, wo sie ein Mobilheim kauften. In diesem Jahr sind sie sogar nach Spanien gezogen, wo sie ebenfalls verschiedene Orte erkunden, von denen sie dann Vlogs für ihre Zuschauer schneiden. (YouTube, Erik Meldik, 2018) Erik selbst sagt: „Dieser Kanal ist für alle, die sich gerne inspirieren lassen und nach Glück und Erfolg in ihrem Leben suchen.“³ (YouTube, Erik Meldik, 2018)

Video 4:

Name: Jak se žije v mobilním domě na pláži?

Sender: Erik Meldik

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YMVeHnNFQ40&list=PLWhMsVPXdm8Ym6vXDKHrpP08PJuMiVIQE&index=2>

Gesamtzeit: 19:17

Thema: Reisen, Kroatien, Mobileheim, Meer, Vlog

Sprecher: Moderator Erik + seine Familie

Bs.4.

(V.4, R.1) E: Dobré ráno

(V.4, R.2) D: Krásné ráno

(V.4, R.3) E: Krásné ráno, jak to vypadá dneska?

(V.4, R.4) E: Uka, jo dneska by to šlo.

(V.4, R.5) E: Dneska by to šlo.

³ Übersetzung von Michaela Filipcová

(V.4, R.6) E: Ahoj **přátele a kamarádi** dneska tady máme takové videíčko [...]

(V.4, R.1) E: Guten Morgen

(V.4, R.2) D: Schöner Morgen

(V.4, R.3) E: Schöner Morgen, wie sieht's heute aus?

(V.4, R.4) E: Zeig mal, ja, heute wäre gut.

(V.4, R.5) E: Heute wäre gut.

(V.4, R.6) E: Hallo **Freunde und Freunde** heute haben wir hier ein kleines Video⁴ [...]

Die Familie Meldik kümmerte sich um das wirklich lange und farbenfrohe Intro der ersten tschechischen Demo und bereitete ihrem Publikum einen tollen Empfang. In der Demo finden wir eine Menge tschechischer Begrüßungen wie *Dobré ráno*, *Hezké ráno*, *Ahoj*. Aber gerade als wir denken, dass nichts mehr kommt, taucht Anrede hier auf. Genauer gesagt, die Anrede *Přátele a kamarádi*. Diese Anrede wird hauptsächlich bei Personen verwendet, die wir kennen und zu denen wir eine enge Beziehung haben. Sie könnte zum Beispiel nicht bei Personen verwendet werden, die wir zum ersten Mal sehen. Im Deutschen wäre die gebräuchlichste Übersetzung der Anrede Freunde und Freunde, aber im Tschechischen kann man zwischen dem Wort *Přítel* und *Kamarád* wählen, die beide Synonyme sind.

Diese Art der Anrede könnte als informell bezeichnet werden und deutet auf eine freundschaftliche Beziehung zwischen dem Sprecher und dem Publikum hin. Auch bei *Přátele a kamarádi* wird nicht direkt gesagt, wer auf dem Video angesprochen wird. Es handelt sich in erster Linie um eine Gruppenanrede, so dass alle Geschlechter beim Video willkommen sind. Es gibt jedoch noch eine andere Form der Anrede in dem Video, die man auf den ersten Blick übersehen könnte. Es geht um *Uka* in Replik Nummer vier. Eine etwas unkonventionelle Anrede, die den Zuschauer nicht direkt anspricht, sondern als Videointern-Ansprache bezeichnet werden könnte, die das Video-Intro ergänzt.

Die Autoren des Vlogs versuchen, den Zuschauer mit auf ihre Reise durch Kroatien zu nehmen. Deshalb denke ich, dass es hier die richtige Wahl ist, und gerade bei Videos wie Vlogs können wir diese informellen Formen der Anrede verwenden.

⁴ Übersetzung Michaela Filipcová

7.2 Kovy

Kovy ist ein weiterer tschechischer YouTuber, der vor allem bei der jüngeren Generation von Tschechen bekannt ist. Er ist seit 2014 auf dem YouTube-Kanal und gehört zu den bekanntesten YouTubern in der tschechischen Szene. Im Laufe der Zeit hat er seine Arbeit um Travel Vlogs erweitert, in denen er die Schönheit der umliegenden Länder zeigt, insbesondere für das heimische Publikum. (YouTube, Kovy, 2014) Wie er es ausdrückt: „Auf diesem Kanal finden Sie Themenvideos, Travel Vlogs, Sketche, Infotainment und vieles mehr!“⁵ (YouTube, Kovy, 2014) Die folgenden Beispiele zeigen uns eine weitere Möglichkeit, wie man in einem Travel Vlog anreden kann.

Video 5:

Name: Kovy, Míra, Skotsko!

Sender: Kovy

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pa8AQXcWE3o&list=PLgSxbNsxxxyOKnw0tVxQlb9WGQkhUAAPxO&index=2>

Gesamtzeit: 13:20

Thema: Reisen, Edinburgh, Schottland, Travel-Vlog

Sprecher: Moderator Kovy und sein Freund Míra

B.5.

(V.5, R.1) K: Zvuky dud se rozléhají, kde asi můžeme být?

(V.5, R.2) K: **Dámy a pánové** vítejte v Edinburghu.

B.5.

(V.5, R.1) K: Die Klänge von Dudelsäcken hallen nach, wo könnten wir nur sein?

(V.5, R.2) K: **Damen und Herren**, willkommen in Edinburgh.⁶

Auf den ersten Blick fällt auf, dass es eine Veränderung zu den Vlogs der ersten tschechischen YouTuber gibt. Kovy verwendet die formale Form von Anrede und vor allem siezt das Publikum. Manchen mag es so vorkommen, als wären Vlogs die Videos, in denen es nicht viele formale Phrasen gibt und der Sprecher hier einfachere, informelle Sprachmittel

⁵ Übersetzung Michaela Filipcová

⁶ Übersetzung Michaela Filipcová

verwendet, möglicherweise Slang oder Dialekt, weil er, wie man sagt, aus dem Stegreif spricht. Ich habe diese Beispiele gerade deshalb ausgewählt, weil sie sich von den anderen unterscheiden. Der junge Sprecher, von dem wir annehmen, dass er sich in erster Linie an ein Publikum seines Alters richtet, verwendet in beiden Beispielen Anrede *Damen und Herren*. Meiner Meinung nach hätte ich die Verwendung von Siezen bei einer so jungen Person nicht erwartet, da wir in der YouTube Szene nicht viel davon sehen. Andererseits gefällt mir die Reflexion über die Verwendung von Anrede und der Betrachter kann dann fragen, warum hier Siezen verwendet wurde. Bei genauerer Betrachtung des Profils fällt auf, dass fast alle Videos mit der gleichen Art von Anrede beginnen, und vielleicht hat sich der Vlogger deshalb entschieden, seine Zuschauer hier auf die gleiche Weise anzusprechen, weil sie es gewohnt sind und er weiß, was sie erwarten. Mir gefällt, wie sich der Zuschauer hier willkommen fühlt, weil er nett angesprochen wird, andererseits stellt sich die Frage, ob diese Form der Anrede die richtige Wahl ist, denn meiner Meinung nach sind die meisten Zuschauer vor allem aus der jüngeren Generation.

7.3 Kluci z Prahy

Kluci z Prahy ist ein tschechischer Kanal, der den meisten Altersgruppen bekannt sind. In ihrem YouTube-Konzept geht es nicht nur um Reisen in andere Länder, sondern wie der Name schon sagt, widmen sie sich hauptsächlich dem Reisen nach und in Prag, wo sie zum Beispiel Ratschläge zum Sparen geben, Tipps zu verschiedenen Aktivitäten geben und ein Lieblingsteil der Erkundung Prags ist es, Betrüger zu fangen und verschiedene Teile Prags zu erkunden, die vielleicht nicht jeder kennt. Nach und nach haben sie ihre Arbeit auf andere tschechische Städte erweitert, wo sie lokale Unternehmen und Sehenswürdigkeiten erkunden, weshalb mich ihr Konzept auch fasziniert hat. (YouTube, Kluci z Prahy, 2016) Deshalb lautet ihr Motto auch folgend: „Prag ist sowohl schön als auch hässlich, teuer und billig. Wir lieben und hassen diese Stadt. Und wir machen Videos über. Auf Tschechisch. Manchmal auch auf Englisch. Aber immer mit einem Lächeln im Gesicht.“⁷ (YouTube, Kluci z Prahy, 2016)

⁷ Übersetzung Michaela Filipcová

Video 6:

Name: Linz – Město, které nechce turisty
Sender: Kluci z Prahy
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rG3qDhJddGY&t=11s>
Gesamtzeit: 11:59
Thema: Reisen, Linz, Travel Vlog
Sprecher: Moderator Janek Rubeš

Bs.6.

(V.6, R.1) J: Čau! My jsme Kluci z Prahy, no ale dneska jsme na návštěvě v Linzi.

(V.6, R.1) J: Ciao! Wir sind Kluci z Prahy, aber heute sind wir auf Besuch in Linz.⁸

Für den letzten tschechischen Kanal habe ich Travel Vlog aus Linz ausgewählt. Kluci z Prahy verwenden die einfache tschechische Begrüßung *Čau*, dass meist in Begleitung berühmter Leute zu finden ist, man könnte es als informellen Gruß betrachten und es passt zu den Vlogs. Aus Sicht der Anrede kann *Čau* als Gruß verstanden werden, der zwar keine Anrede ist, aber oft mit Kombination der Anrede funktioniert. Bevor ich angefangen habe, Anrede auf YouTube zu erforschen, war meine Meinung, dass die Begrüßung oft in den Vordergrund gestellt wird, anstatt Anrede, und dieses Beispiel bestätigt das nur. Das typisch tschechische Wort *Čau* begrüßt den Zuschauer im Video, man könnte auch sagen, spricht ihn an, aber auf den ersten Blick nehmen wir es als Gruß. Dieses Beispiel ist also knifflig, und es kommt darauf an, wie man es betrachtet. Mir persönlich kommt dieses Beispiel eher wie eine Begrüßung vor, und ich habe hier keine spezifischere und ausdrucksvollere Form der Anrede gefunden.

7.4 Zwischenzusammenfassung

Bei der Recherche zu Travel Vlogs in der Tschechischen Republik war ich überrascht, dass es keine direkten Kanäle gibt, die sich nur auf Travel Vlogs konzentrieren, d.h. es gibt sie zwar, aber sie haben nicht so viele Zuschauer und sind nicht sehr bekannt. Deshalb musste

⁸ Auszüge übersetzt von Michaela Filipcová

ich für dieses Kapitel YouTuber auswählen, die in der Tschechischen Republik für andere Arten von Videos bekannt sind, sich aber auch auf Reisen konzentrieren.

Der erste, den ich für meine Analyse gewählt habe, war Erik Meldiks tschechischer Kanal. Ich war überrascht, wie lang das Intro des Vlogs war, in dem Erik und seine Familie scheinbar nicht aufhören wollten, den Zuschauer zu begrüßen und anreden. Hier erschien Anrede jedoch in einer informellen Form und insgesamt gefiel mir das Intro: Es hatte eine freundliche Wirkung auf den Zuschauer. Beim zweiten Autor, Kovy, war ich überrascht von der völlig anderen Verwendung von Anredeformen. Auf den ersten Blick würde man meinen, dass Kovy als jüngerer Autor nur *Čau* und *Kluci z Prahy* vielleicht *Dámy a pánové* verwendet hätte. Mit *Dámy a pánové* verwendet Kovy also eine Form, die meiner Meinung nach nicht mehr so oft auf YouTube zu finden ist, und hier fragt man sich, ob es nicht eine bessere Alternative für die Wahl von Anrede geben könnte. Vielleicht könnte hier eine entspanntere oder informellere Form verwendet werden. Zum Beispiel in verschiedenen Reden, Ansprachen und vielen anderen Situationen häufig zu finden ist und als formale Anrede eingestuft wird. Bei den *Kluci z Prahy* gefällt mir generell die Idee des Reisens, dass sie den Zuschauern auch Tipps geben, wie man Geld sparen kann oder dass sie in Prag nach Betrügern suchen. Was die Art der Ansprache betrifft, so kommt sie hier leider nicht vor. Es kommt immer das tschechische *Čau*, eine Einführung und ein kurzer Überblick darüber, was uns im heutigen Video erwartet. Wenn ich aber die Verwendung des *Čau* bewerten soll, da sich die Videos in erster Linie an ein tschechisches Publikum richten, finde ich die Verwendung einer typisch tschechischen Begrüßung durchaus passend.

Im Vergleich zu den deutschen YouTubern gibt es viele Gemeinsamkeiten, die jeweils ihre eigene Zielgruppe anreden und daher auch jeweils unterschiedliche Formen der Anrede verwenden. Ich stelle aber auch fest, dass die Anrede immer mehr in den Hintergrund rückt, so dass ich hoffentlich im letzten Kapitel, den ich mir anschauen werde, mehr Anrede als Grußformel finden werde.

8 ANALYSE – TEIL 3 – USA

Ich war neugierig auf den letzten Teil meines praktischen Teils. Die Amerikaner verwenden viele Wendungen, bei der Anrede und Begrüßung und in der Alltagssprache im Allgemeinen, die dann in anderen Ländern, darunter auch in Deutschland und der Tschechischen Republik, übernommen werden. Deshalb habe ich mich gefragt, ob diese Sätze auch in Travelvlogs vorkommen werden. Für dieses Kapitel habe ich drei YouTube-Kanäle ausgewählt, auf denen ich interessante Formen von Anrede gefunden habe.

8.1 Lost LeBlanc

Ich habe mich zuerst für den amerikanischen Kanal Lost LeBlanc entschieden. Der Autor ist Chris LeBlanc, der seit 2015 auf YouTube aktiv ist. Zusammen mit seinen Freunden reist er um die Welt und zeigt seinen Zuschauern diese Schönheiten. (YouTube, Lost LeBlanc, 2015)

Video 7:

Name: BUILDING in BALI – My Dream Villa is 50% COMPLETE!

Sender: Christian LeBlanc

URL:https://www.youtube.com/watch?v=6xKCprTdA8&list=UULFt_NLJ4McJlCYM-dSPRo7Q&index=8

Gesamtzeit: 21:13

Thema: Reisen, Travel-Vlog

Sprecher: Moderator Chris LeBlanc

B.7.

(V.7, R.1) **What's up guys**, my name is Christian and right now I am building my dream home here in Bali.

Wie ich bereits erwähnt habe, verwenden die Amerikaner Phrasen, die wir in unserer Sprache oft hören. Der Autor des Vlogs Nummer 7 hat die Wendung *What's up guys* verwendet. Diese Phrase wird in Amerika jeden Tag verwendet und ist eine der grundlegenden informellen Kontaktphrasen. Wenn wir uns speziell auf die verwendete Anrede konzentrieren, haben wir das Wort *guys*. Wenn jemand diese Phrase nicht kennen würde, könnte er denken, dass der Autor des Vlogs nur Männer anspricht und willkommen

heißt, denn übersetzt bedeutet dieses Wort Männer, Herren, Kumpeln. Deshalb wird *guys* meistens mit anderen Wörtern kombiniert, in diesem Fall mit *What's up guys*, wodurch sich die Bedeutung ändert und es frei übersetzt bedeutet: Wie geht es euch, *Leute*.

Die Verwendung der Anrede hier scheint mir völlig in Ordnung zu sein. Dies ist ein Vlog, in dem sich der Autor eine zwanglose Anrede leisten kann. Dieses Beispiel wird am häufigsten unter Freunden verwendet, und indem er *guys* sagt, impliziert er, dass sein Vlog für alle Geschlechter gedacht ist und dass jeder willkommen ist, dies zu tun.

8.2 Ashley Smith

Der zweite amerikanische Kanal, den ich für die Analyse von Anrede ausgewählt habe, unterscheidet sich ein wenig von den anderen. Die Autorin ist Ashley, eine Flugbegleiterin, die ihre Reisevideos über Beobachtungen bei ihrer Arbeit ergänzt hat und, wie sie auf ihrem Kanal sagt: „You will also see the days that are filled with exhaustion, delays and cancelled flights; so fasten your seatbelts and enjoy the view of the “Real Life” of a Flight Attendant!“ (YouTube, Ashley Smith, 2015)

Video 8:

Name: S2: “The Real Life” of a Flight Attendant | VLOG 8 | WORKING HOLIDAYS!
Sender: Ashley Smith
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VF0LPuBKDdw>
Gesamtzeit: 40:32
Thema: Real life von Flugbegleiterin, Reisen
Sprecher: Moderator Ashley

B. 8

(V.8, R.1) Good morning **good people** and when I say good let's just say morning

Eine etwas andere Perspektive auf das Reisen bietet das nächste Beispiel. Der Travel Vlog spricht den Betrachter mit dem Satz *good people* an. Der Autor hat nicht vergessen, den Betrachter in einem Satz zu empfangen, zu grüßen und anreden. *Guten Morgen*, wird am häufigsten als Gruß verwendet, der oft am Anfang eines Gesprächs steht und die Tageszeit angibt. In Verbindung mit der Anrede *Good people* entsteht ein freundlicher Willkommensgruß an den Betrachter und zeigt, dass jede Person im Vlog willkommen ist.

Meiner Meinung nach wird die Anredeform hier passend verwendet, da dieser Vlog für diejenigen ist, die mehr über das Reisen und die Arbeit in einem Flugzeug erfahren möchten.

8.3 Hopscotch the Globe

Als letzten Kanal für den praktischen Teil der Analyse habe ich den Kanal Hopscotch the Globe von Kristen und Siya ausgewählt. Sie sind seit 2010 auf YouTube und haben mehr als 600 Videos über Reisen gemacht. Und wie sie sagen: „Want to learn how to live life on the road or build your dream life in a tropical paradise? You've come to the right place.“ (YouTube, Hopscotch the Globe, 2010) Ich fand es interessant, dass dieses junge Paar eine ungewöhnliche Anrede verwendet, die hier noch nicht aufgetaucht ist.

Video 9:

Name: Epic Dogsledding and Fire Coffee (Ilulissat, Greenland)
Sender: Hopscotch the Globe
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=65LYyDj6Ac0&list=PLjw5DndRYXlstiWn1up-qaJImDEUdbQHC&index=4>
Gesamtzeit: 6:33
Thema: Reisen, Greenland, Dogsledding, Fire Coffee
Sprecher: 2 Moderator Kristen und Siya

B. 9.

(V.9, R.1) S: Good morning **adventurers** we [...]

(V.9, R.2) K: hh that was a [...]

(V.9, R.3) S: we [...]

(V.9, R.4) K: Good morning

(V.9, R.5) S: that was a really good morning.

(V.9, R.6) K: Good morning **adventures**!!

Mein allerletztes analysiertes Beispiel ist der Travel Vlog von Kristen und Siya. Die sehr positive Stimmung ist schon zu Beginn des Videos zu erkennen, aber meine Hauptaufgabe ist es hier, Formen der Anrede zu analysieren. Auf den ersten Blick sieht man, dass es sich hier um eine untypische Form der Anrede handelt, die perfekt zu Travel Vlogs passt. *Adventurers* spricht den Zuschauer direkt an und macht der Sprecher deutlich, dass das Ziel

des heutigen Vlogs die Suche nach neuen Abenteuern ist und dieser Vlog für Menschen gedacht ist, die das Abenteuer suchen.

Da es sich bei diesen Vlogs aber um informelle Videos handelt, bei denen man sozusagen aus dem Stegreif spricht und keine vorbereitete Rede hat, was man gleich zu Beginn dieses Vlogs sehen kann, könnte man die hier verwendete Sprache auch verstehen. Die zweite Sprecherin Kristen selbst war etwas verwirrt, wie ihr erster Satz im Vlog *hh that was a..* zeigt, sie hatte wohl eine andere Form der Anrede erwartet, aber plötzlich sieht man, dass ihr die Anrede gefallen hat und sie sie auch verwendet hat. Mir persönlich gefällt diese Anrede, ich kann endlich sagen, dass ich eine Form der Anrede gefunden habe, die mit Reisen zu tun hat, und das ist es, wonach ich die ganze Zeit gesucht habe. Für mich persönlich ist dies die beste und originellste Form der Anrede in den von mir analysierten Videos.

8.4 Zwischenzusammenfassung

Ich hatte hohe Erwartungen an die amerikanischen YouTuber, weil ich ihre Wendungen auch manchmal verwende. In Amerika gibt es, anders als in der Tschechischen Republik, mehrere Hundert, vielleicht sogar Tausende von Travel Youtubern, so dass es schwierig war, nur drei für meinen praktischen Teil auszuwählen, aber ich habe versucht, die auszuwählen, die ich am interessantesten fand. Für das letzte Kapitel habe ich insgesamt drei Beispiele ausgewählt, in denen ich verschiedene Anredeformen gesucht und recherchiert habe. Ich bin froh, dass es auch hier immer irgendeine Form der Anrede gab. Meistens handelte es sich jedoch um einfache Anreden, die die meisten Menschen nicht überraschen würden, mit Ausnahme des letzten Beispiels, bei dem es schon eine kleine Veränderung gab. Wie bereits bei der letzten Probe erwähnt, war es hier Anrede, die von allen neun Proben am besten zu den Travel Vlogs passt.

Alle drei Ansprachen haben aber auch etwas gemeinsam. Sie richten sich nicht nur an eine Einzelperson, sondern an eine Gruppe von Personen und suggerieren damit auch, dass jeder auf dem Video willkommen ist. Außerdem haben sie einen freundlichen Charakter, was zu einem informellen Video wie einem Vlog passt. Meiner Meinung nach werden alle drei gewählten Formen korrekt verwendet, und gerade in Vlogs ist diese Art der Anrede zu finden.

SCHLUSSBETRACHTUNG

Das Ziel dieser Bachelorarbeit war es, den Begriff Anrede vorzustellen, die Begriffe Medien, Massen Kommunikation und der Bedeutung von YouTube zu besprechen und die Formen und Funktionen der Anrede in deutschen, tschechischen und US-amerikanischen Videoblogs über das Reisen zu analysieren.

Diese Studie gliedert sich in zwei Teile – in theoretischen und einem praktischen Teil. Im theoretischen Teil wurde das Konzept der Anrede nur theoretisch untersucht, wo es interessant war, die verschiedenen Formen von Anrede zu beobachten und eine Vorstellung von der Verwendung der pronominalen und der nominalen Anrede zu bekommen. Die Theorie ging auch auf die Thematik Medien ein, wobei eine Erklärung der Klassifizierung von Medien, eine Darstellung des Kommunikationsprozesses und nicht zuletzt ein Verständnis von Massenkommunikation besprochen wurden. Dank des letzten Kapitels war es dann möglich, dem praktischen Teil nahtlos zu folgen, da der Begriff YouTube, der eine der Hauptrollen im praktischen Teil spielt, erklärt wurde.

Eine andere Perspektive auf Anrede ergab sich im praktischen Teil. Hier wurde der Schwerpunkt auf Anrede in der Praxis gelegt, wobei Anrede an den Travel Vlogs aus dem sozialen Netzwerk YouTube an konkreten Beispielen gezeigt wurde. Zu den ersten Zielen des praktischen Teils gehörten die Funktionen und Formen von Anrede, die für jedes Beispiel im Detail untersucht wurden, und für jedes Beispiel wurde auch ein Fazit gezogen. Nach jedem analysierten Kapitel war eine Zwischenzusammenfassung, die dazu diente, die Analyse für jedes Kapitel abzuschließen. Damit kommen wir zum zweiten und letzten Ziel dieser Studie, nämlich der Frage, ob Anrede noch weit verbreitet ist oder in den Hintergrund gerät. Nach den Ergebnissen der Analyse wurde festgestellt, dass in neun von zehn Fällen Anreden vorhanden waren. Dem ging jedoch eine Beobachtung von Dutzenden von YouTube Videos voraus, in denen ich keine Anreden gefunden habe, und hier im praktischen Teil habe ich versucht, diejenigen auszuwählen, in denen Anrede vorkommt und die man genauer analysieren kann.

Eine weitere interessante Erkenntnis war, dass in jedem Beispiel eine Begrüßung vorkommt, manchmal sogar mehrfach und in mehreren Formen. Die Begrüßung stand hier in den meisten Beispielen im Vordergrund, und zwar aufgrund ihrer Form, aber auch aufgrund ihrer Originalität. Aber auch die Formen der Anrede haben mich angenehm überrascht. Es fiel mir

auf den ersten Blick auf, dass die Deutschen eher englische Anredeformen verwenden, die Tschechen, die ihre Videos in erster Linie für ein tschechisches Publikum machen, tschechisch, und von den Amerikanern habe ich interessante Anredeformen erwartet, die im letzten Beispiel vorkamen. Es ist unmöglich zu sagen, welches der drei ausgewählten Länder die beste Anrede verwendet, da jeder YouTuber ein anderes Publikum anspricht, unterschiedliche Gewohnheiten hat und das verwendet, was für sie am natürlichsten ist.

Insgesamt würde ich die Analyse der Anrede im Mediendiskurs positiv bewerten, da sie in 90 % der Videos auftaucht und somit hätte untersucht werden können. Gleichzeitig hat sich meine vor der Analyse geäußerte Vermutung bestätigt, dass der Gruß häufiger verwendet wird als Anrede und interessantere Formen aufweist. Trotz aller Bemühungen, Travel Vlogs zu finden, in denen Anreden benutzt werden, bin ich froh, dass Beispiele gefunden wurden, in denen es analysiert werden konnte und ich hoffe, dass sie nicht aus der YouTube Szene verschwindet.

LITERATURVERZEICHNIS

BESCH, Werner. *Duzen, Siezen, Titulieren: zur Anrede im Deutschen heute und gestern*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1996. ISBN 3-525-33561-X

BURKART, Roland. *Kommunikationswissenschaft*. 4. Aufl. UTB, Stuttgart, 2002. ISBN 978-3825222598.

GLÜCK Helmut und SAUER Wolfgang Werner. 1997. *Gegenwartsdeutsch 2*. Überarbeitete und erw. Aufl ed. Stuttgart: J.B. Metzler. ISBN 978-3-476-12252-0

HUNZIKER Petr. 1988. *Medien Kommunikation Und Gesellschaft: Einführung in Die Soziologie Der Massenkommunikation*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft. ISBN 978-3534800261

JIRÁK, Jan und Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

MAREK, Roman. *Understanding YouTube: Über die Faszination eines Mediums*. Bielefeld, 2013. ISBN 978-3-8376-2332-1.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., aktualisierte und überarb. Aufl. Praha: Portál, 2009. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-7367-574-5.

MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: průvodce využitím on-line videa v byznysu*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3672-0.

SCHELLMAN Bernhard, Andreas BAUMANN, Martin GLÄSER und Thomas KEGEL und Verlag Europa-Lehrmittel Nourney Vollmer GmbH & Co. 2017. *Handbuch Medien Medien Verstehen - Gestalten - Produzieren 7*. Erweiterte und verbesserte Auflage ed. Haan-Gruiten: Verlag Europa-Lehrmittel Nourney Vollmer GmbH & Co. KG. ISBN: 978-3808535257

TEMBRINK, Christian, Marius SZOLTYSEK und Hendrik UNGER. *Das Buch Zum Erfolgreichen Online-Marketing Mit Youtube*. 2014. 1. Aufl ed. Köln u.a: O'Reilly. ISBN 978-3955615208.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ und Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4.

ZÁVODNÝ POSPÍŠIL, Jan und Lucie Sára ZÁVODNÁ. *Mediální výchova*. Aktualisierte 2. Auflage. Prostějov: Computer Media, 2020. ISBN 978-80-7402-408-5.

E – BOOKS

GLÜCK Helmut and RÖDEL Michael. 2016. *Metzler Lexikon Sprache*. 5., aktualisierte und überarb. Aufl. Stuttgart. J.B. Metzler Verlag. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-476-05486-9>.

SPILLNER, Bernd. Zeitschrift des Verbandes polnischer Germanisten: Anrede und Grußformen im Deutschen [online]. 2014, 173–187 [zit. 2022-02-2]. URL: [doi:10.4467/23534893ZG.14.010.2932](https://doi.org/10.4467/23534893ZG.14.010.2932)

VORDERWÜLBECKE Klaus und Gerhard STICKEL. 2018. *Anredeformen Und Selbstbezeichnungen Im Deutschen Und Japanischen*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache Bibliothek. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:mh39-70161>.

ELEKTRONISCHE QUELLEN

CT24. *Před patnácti lety vznikl YouTube. První video bylo o dlouhých chobotech.* [online]. 15. 2. 2020 [zit. 2023-04-26]. URL: <https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/3048476-pred-patnacti-lety-vznikl-youtube-prvni-video-bylo-o-dlouhych-chobotech>

DUDEN [online]. [Zit. 2023-02-26]. URL: <https://www.duden.de/>

Funktionen der Medien in einer demokratischen Gesellschaft I und II [online]. 22.11.2016, Bundeszentrale für politische Bildung [zit. 2023-02-15]. URL: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/189218/funktionen-der-medien-in-einer-demokratischen-gesellschaft-i-und-ii/>

FRICKE, Andreas und SCHOPPE, Insa. *YouTube-Gründer: Wie ein Zoo-Video zu Milliardenumsätzen führte.* Gründer.de [online]. 2023, 1.2.2023 [zit. 2023-03-07]. URL: <https://www.gruender.de/verzeichnis/youtube-gruender/#wo-und-wann-wurden-die-youtube-gruender-geboren>

GUERICKE, Otto von. *Anredeformen.* Universität Magdeburg: Bereich Germanistik [online]. Magdeburg: Universität Magdeburg - Otto von Guericke, 2019, 14. Februar 2019 [zit.2022-03-10].URL: https://www.ger.ovgu.de/Fachgebiete/Germanistische+Linguistik/Linguistisches+W%C3%B6rterbuch+von+Th+_+Lewandowski/A/Anredeformen.html

JIRÁK, Jan und Barbora KÖPPLOVÁ. *Mediální výchova* [online]. In: . 30.4.2006 [zit. 2023-03-22]. URL: <https://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/542/MEDIALNI-STUDIA-A-PREDMET-JEJICH-ZAJMU.html>

TIKTOK. [online]. [Zit. 2023-03-01]. URL: <https://www.tiktok.com/en/>

VERLAG Jungbrunnen. *Medien.* [online]. 2008. [Zit. 2023-02-15]. URL: <https://www.politik-lexikon.at/medien/>

YOUTUBE. [online]. [Zit. 2023-03-01]. URL: <https://www.youtube.com/>

KORPUS QUELLEN

YouTube: BLESSING Simon, 2015, Kanal BackpackingSimon. [zit. 2023-03-20] URL: <https://www.youtube.com/@Backpackingsimon>

YouTube: Felicie, 2017, Kanal Feli from Germany, [zit. 2023-03-17] URL: <https://www.youtube.com/@FelifromGermany/featured>

YouTube: KOVÁŘ Karel. 2015. Kanal Kovy. [zit. 2023-03-25] URL: <https://www.youtube.com/@TadyKovy>

YouTube: KRAWCZYK Jessica und KRAWCZYK Daniel. 2015. Kanal Life to Go. [zit. 2023-03-17] URL: <https://www.youtube.com/@Lifetogo/featured>

YouTube: LEBLANC Christian. 2015. Kanal Lost LeBlanc. [zit. 2023-03-21] URL: <https://www.youtube.com/@lostleblanc/featured>

YouTube: MELDIK Erik. 2018. Kanal Erik Meldik. [zit. 2023-03-02] URL: <https://www.youtube.com/@ViralErik/featured>

YouTube: RUBEŠ Janek und MIKULKA Jan. 2020. Kanal Kluci z Prahy. [zit. 2023-03-16] URL: <https://www.youtube.com/@KlucizPrahy/featured>

YouTube: SARAH Kristen. 2010. Kanal Hopscotch the Globe. [zit. 2023-03-26] URL: <https://www.youtube.com/@hopscotchtheglobe>

YouTube: SMITH Ashley. 2015. Kanal Ashley Smith. [zit. 2023-03-16] URL: <https://www.youtube.com/@AshleySmithTV>

KORPUS YOUTUBE BEISPIELE

BACKPACKING SIMON. *Crazy Helicopter Wedding in Switzerland?* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-20]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=haod8trhOo4>

FELI FROM GERMANY. *GERMANY = BAVARIA? Why the Rest of the World Has a False Image of Germany.* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-17] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SgxGQct-Yao>

FELI FROM GERMANY. *ROAD TRIP VLOG – New York, Niagara Falls, Boston, Shenandoah NP.* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-17] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iILRrcGFXhw&list=PLvcmNAGhcEENnhc22V9WFt31kEBL2UAGc&index=8>

HOPSCOTCH THE GLOBE. *Epic Dogsledding and Fire Coffee (Ilulissat, Greenland).* [Video]. YouTube. [zit.2023-03-26] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=65LYyDj6Ac0&list=PLjw5DndRYXlstiWn1up-qaJImDEUDbQHC&index=4>

KLUCI Z PRAHY. *Linz – Město, které nechce turisty.* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-16] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rG3qDhJddGY&t=11s>

KOVY. *Kovy, Mira, Skotsko!* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-25] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pa8AQXcWE3o&list=PLgSxbNsxxxyOKnw0tVxQlb9WGQkhUAAPxO&index=2>

LEBLANC Christian. *BUILDING in BALI – My Dream Villa is 50% COMPLETE!* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-02] URL: https://www.youtube.com/watch?v=6xKCprTdA8&list=UULFt_NLJ4McJlCyYM-dSPRo7Q&index=8

LIFE TO GO. *WEIHNACHTEN IN THAILAND 🌲 Besonderes Weihnachtsfest im Ausland 🇹🇭🇹🇭 Chiang Mai | VLOG 589.* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-17] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sPMtbEX2QrY>

MELDIK Erik. *Jak se žije v mobilním domě na pláži?* [Video]. YouTube. [zit. 2023-03-02]
URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=YMVeHnNFQ40&list=PLWhMsVPXdm8Ym6vXDKHrpP08PJuMiVIQE&index=2>

SMITH, Ashley. *S2: "The Real Life" of a Flight Attendant | VLOG 8 | WORKING HOLIDAYS!* [Video]. YouTube. [zit.2023-03-16]. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=VF0LPuBKDdw>

SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

- B. Beispiel
- d. h. das heißt
- R. Replik
- S. Seite
- u.a. und andere
- V. Vlog
- vgl. vergleiche
- z. B. zum Beispiel
- zit. zitiert
- [...] Fortsetzung des Videos

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Die sechs Merkmale der Kommunikation	22
Abbildung 2 Kommunikation Prozess	22