

Natalia A. Vasilyeva (*Sankt-Petersburg*)

Sprache–bild–relationen im wirtschaftlichen diskurs

✦ Кључне речи:

Der wirtschaftliche Diskurs, Multimodalität, Bildsorten, Bildsemantik, Bildpragmatik, Bildpragmatik, Textillokution, epistemische Funktion, soziale Funktion, expressive Funktion.

Рад представља привредни дискурс као семиотски комплексан феномен и осветљава семантичке, синтаксичке и прагматичке аспекте комуникације језик–слика. Предузет је покушај да се опишу закономерности по којима су интегрисане сликовне форме у текст привредног дискурса.

Им Rahmen dieses Artikels haben wir zum Ziel den wirtschaftlichen Diskurs als ein semiotisch komplexes Phänomen darzustellen. Eines der wichtigsten Merkmale vom Diskurs als einer Gesamtheit aller in einer bestimmten Gesellschaft funktionierenden institutionalisierten wie auch interpersonellen Texte und Dialoge ist seine semiotische Komplexität. Dabei projizieren wir unsere Analyse auf Sprache–Bild–Relationen. Dieses Forschungsfeld wurde gewählt, weil Texte, die außer dem sprachlichen Teil auch noch einen visuellen Teil enthalten, im wirtschaftlichen Diskurs sehr oft vorkommen. Interpretation solcher semiotisch komplexen Texte ist nur durch Beschreibung der Wechselbeziehungen zwischen Bild und

Text möglich. Wechselbeziehungen zwischen Bild und Text in Medien- und Werbetexten wurden schon vielseitig beschrieben (van Dijk, Stöckl, Frey u. a.), Wechselbeziehungen zwischen Bild und Sprache im wirtschaftlichen Diskurs wurde dagegen wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

Da in der sprachlichen Kommunikation für den Wissenstransfer meistens unterschiedliche Arten von semiotischen Zeichen verwendet werden, wurde der Begriff Multimodalität eingeführt. „Multimodalität bzw. multimodale Texte werden als Kombination unterschiedlicher Zeichenmodalitäten (Bild, Sprache, Ton) verstanden, die gemäß ihrer semiotischen Ressourcen (z.B. Farbgebungen/Beleuchtung, Wortbildung/Semantik,

Atmo/Geräusche) als ganzheitliche Kommunikate zum Einsatz kommen und als solche auch in der Analyse zu behandeln sind“ (Meier 2008: 268). Eigentlich können diese Zeichenmodalitäten auch als selbständige Kommunikate auftreten, und weisen als solche ihr eigenes semantisches, syntaktisches und pragmatisches Potential auf. Aber in Kombination ergeben sie eine komplexere Erscheinung mit komplizierten Wechselbeziehungen zwischen deren Bestandteilen.

Viele Forscher betonen besondere Bedeutung des bildlichen Bestandteils für Interpretation des gesamten intermodalen Textes. Stöckl merkt, dass Bilder in der modernen Kommunikation besonders häufig gebraucht werden: „Das Bildliche befindet sich in der gegenwärtigen Kommunikationspraxis auf dem Vormarsch und verändert die semiotische „Landschaft“ (Stöckl 2004: 2). Diese Tendenz lässt Kaufmann vermuten, dass es für Bilder keine Sprachgrenzen gibt, und dem Bild „die Qualität einer humanen Universalie“ verleihen (Kaufmann 1988: 37). In der Wirklichkeit interpretieren wenigstens Mitglieder einer Sprachgemeinschaft ein bestimmtes Bild auf ungefähr gleiche Weise. Frey betont, dass „die unbewussten Schlüssel, die die Betrachter aus dem nonverbalen Verhalten ziehen, keineswegs von Person zu Person stark differieren. Es deutet hier vielmehr an, dass die subjektiven „Übersetzungsregeln“, die bei der so genannten Interpretation nonverbaler Stimuli zur Wirkung gelangen, zumindest innerhalb einer Kultur einander so ähnlich sind, als bestünde ein heimlicher Konsensus“ (Frey 1999: 122).

„Diskursanalyse untersucht Wissen, Texte und alle Sorten kultureller Artefakte ebenso wie sprachliche und nicht-sprachliche Handlungen“ (Warnke, Spitzmüller 2008: 8). Der Diskurs stellt also eine relativ stabile Wissensstruktur eines recht hohen Abstraktionsgrades dar (Ziem 2008: 95).

Seine Ausprägung findet er in verschiedenen Textsorten, die im bestimmten Gegenstandsbereich funktionieren. Thonhauser-Jurnick definiert den Begriff Textsorte als Teil des textuellen Wissens. „Textsorten stellen sich daher in einer Typologie als idealtypisch/prototypische Phänomene dar, als Verallgemeinerungen, die auf Durchschnittserfahrungen (von Sprechern einer bestimmten Kommunikationsgemeinschaft) basieren...“ (Thonhauser-Jurnick 1997: 17). Warnke und Spitzmüller betrachten Textsorte „als intertextuelle Kategorie, als Klasse, der Texte aufgrund spezifischer medialer, formaler und funktionaler Eigenschaften zugerechnet werden können (und von den Rezipienten im Alltag auch intuitiv zugerechnet werden)“ (Warnke, Spitzmüller 2008: 37). Fix, Poethe, Yos unterscheiden die Begriffe Textsorte und Textmuster. Sie meinen, dass Textmuster nur den qualitativen Aspekt einer Textgruppe angeht. Textmuster ist Anweisung mit prototypischen Elementen und Freiräumen, es informiert über die jeweiligen inhaltlichen, funktionalen und formalen Gebrauchsbedingungen für Texte einer Textsorte, also über deren thematisch-propositionale, handlungstypisch-illokutive und stilistisch-formulative Mittel. „Mit dem Terminus Textsorte wird der quantitative Aspekt erfasst, der besagt, dass es Gruppen von Texten gibt, die jeweils einem eigenen Textmuster folgen. Unter einer Textsorte ist demnach eine Klasse von Texten zu verstehen, die einem gemeinsamen Textmuster folgen“ (Fix, Poethe, Yos 2001: 26). Eine Textsorte ist durch Textproposition, Textillokution und Textlokution zu charakterisieren.

Zum wirtschaftlichen Diskurs gehören verschiedene Textsorten, die eine einheitliche Textproposition aufweisen, aber sich durch Textillokution und Textlokution unterscheiden. Als Proposition der Textsorten des wirtschaftlichen Diskurses kann

wirtschaftliche Tätigkeit der Menschen gelten. In verschiedenen Textsorten des wirtschaftlichen Diskurses werden aber unterschiedliche Ziele verfolgt und verschiedene Sprachhandlungen ausgeübt. Dementsprechend werden darin unterschiedliche Strategien der Themenentfaltung und sprachlich-lokutive Mittel eingesetzt. Im Rahmen des wirtschaftlichen Diskurses werden Produkte präsentiert und Sachverhalte beschrieben (deskriptive Themenentfaltung), Nachrichten aus dem Geschäftsleben mitgeteilt (narrative Themenentfaltung), wirtschaftliche Erscheinungen und Vorgänge erklärt (explikative Themenentfaltung), um Produkte erworben und verhandelt (argumentative Themenentfaltung).

Verschiedene Strategien der Themenentfaltung im Wirtschaftlichen Diskurs werden nicht nur durch sprachliche sondern auch durch bildliche Mittel realisiert. Dabei erweist sich Abgrenzung des Textes vom Bild als problematisch. „Visuelle Struktur ist Teil der Textstruktur: visuelle Mittel kommen wie grafische Hervorhebungen in der Regel erst im Textverbund zur Geltung, sie interagieren in vielfältiger Weise mit der Meso- und Makrostruktur des Textes; erfüllen kontextualisierende Funktion“ (Warnke, Spitzmüller 2008: 31). Stöckl ist derselben Meinung: „Die weitaus größte Zahl der Bilder ist im Gebrauch typischer Weise in sprachliche Kontexte eingebettet – sie bilden Textteile von Gesamt- oder Supertext, in denen sie eine eher (lediglich) strukturierende oder eine eher konstruierende Funktion ausüben können“ (Stöckl 2004: 22). Dank der Wechselbeziehung von Bild und Sprache im Rahmen eines Textes entstehen bestimmte Sinnveränderungen und Sinnzuwächse. Diese Wechselbeziehung von Bild und Sprache, die die gesamte Bedeutung des Textes beeinflusst, bezeichnet Stöckl als Sprache-Bild-Bezug: „Mit dem Begriff

Sprache-Bild-Bezüge bezeichne ich jede Verknüpfung von sprachlichen mit bildlichen Zeichen im Rahmen eines Gesamttextes“ (Stöckl 2004: 243).

Als Zeichen verfügt Bild über eigene Semantik, Syntax und Pragmatik. Bildsemantik „erfasst Sinnebenen, Sinnrelationen und Sinngehalte von Bildern“ (Sachs-Hombach 2003: 128). Bildsyntax „untersucht die Beziehungen innerhalb komplexer Bilder und zwischen den Zeichen eines Zeichensystems“ (ebenda: 105). Bildpragmatik betrachtet den Einsatz von Bildern als eine spezielle Form des kommunikativen Handelns und „untersucht die semantisch relevanten externen wie internen kontextuellen Vorhaben, die sich aus den konkreten Bildtypen und -medien, aus den jeweiligen Bildfunktionen und Umgebungen sowie aus den spezifischen kognitiven Kompetenzen ergeben“ (ebenda: 163–164).

Bilder wie ihre sprachliche Umgebung sind der Struktur, Bedeutung und Funktion nach nicht homogen, deswegen wurde von den Diskurstheoretikern (Stöckl, Sachs-Hombach) der Begriff Bildsorten bzw. Bildtypen eingeführt. Sachs-Hombach gliedert aufgrund der Besonderheiten des Interpretationsverfahrens vom Bild folgende Bildtypen aus:

darstellende Bilder, in denen alle visuellen Eigenschaftsdimensionen des Bildes für die Interpretation relevant sind;

Ideogramme sind darstellende Bilder, bei denen lediglich eine Eigenschaftsdimension abbildungsrelevant ist;

Piktogramme bzw. Icons sind konventionalisierte Bilder, die in orientierender Funktion als Äquivalente von Wörtern eingesetzt werden;

Strukturbilder (wie Karten, Pläne, Diagramme) weisen eine Strukturähnlichkeit zwischen Eigenschaftsrelationen auf;

Reflexive Bilder thematisieren die Möglichkeiten und Grundlagen des bildhaften Darstellens (Sachs-Hombach 2003).

Es entsteht aber eine Frage, welche Bildsorten in die Struktur welcher Textsorten zu integrieren sind; was die Art des Sprache-Bild-Bezugs im Rahmen eines intermodalen Gesamttextes bestimmt und welche Sprache-Bild-Bezüge überhaupt zu nennen sind.

132

Stöckl postuliert, dass Bildsorten als Folge der Anpassung von Bildern an ihre sprachlichen Kontexte entstehen (Stöckl 2004: 23). Aber diese These kann sich wohl als umstritten erweisen, da Bilder als selbständige Kommunikate und nicht unbedingt im sprachlichen Kontext verwendet werden können. Durchaus nicht in allen Fällen kann man mit Sicherheit die führende Rolle bei der Aussage der Sprache zuteilen, zum Beispiel in Comics oder in manchen Werbetexten erfüllt die Sprache eher eine Hilfsfunktion. Man sollte daher Sprache und Bild als gleichberechtigte und gleichwertige Kommunikationsmittel betrachten, deren Wahl und Verhältnis von Besonderheiten des zu behandelnden Gegenstandes und von der allgemeinen kommunikativen Aufgabe des gesamten multimedialen Textes abhängt. Also nicht die Textsorte bedingt den Bildtyp und nicht umgekehrt, sondern die kommunikative Intention des Textproduzenten und die Illokution des intermodalen Gesamttextes bestimmen die Wahl der jeweiligen Text- und Bildsorte.

Um die Gesetzmäßigkeiten zu verstehen, nach denen bildliche und sprachliche Zeichen in einem Gesamttext kombiniert werden, soll man semantische, syntaktische und pragmatische Besonderheiten dieser Zeichenphänomene vergleichen.

Was Syntax angeht, ist Sprache durch lineare Anordnung der Zeichen zu charakterisieren, was keine ganzheitliche und momentane Wahrnehmung der Botschaft

ermöglicht. Die Rezeption der sprachlichen Botschaft erfolgt schrittweise und dauert relativ lange. Bilder werden dagegen simultan und ganzheitlich wahrgenommen, deswegen sind sprachliche Botschaften weniger aufmerksamkeitsintensiv und schwerer memorisierbar als bildliche (Stöckl 2004: 246).

Was Semantik betrifft, können sowohl sprachliche, als auch bildliche Zeichen Polysemie aufweisen. Die beiden Zeichenphänomene verfügen potenziell sowohl über denotative, als auch über signifikative Bedeutung. Die beiden haben reiche Konnotationsmöglichkeiten und können unter Umständen nicht nur direkte, sondern auch übertragene, metaphorische, expressive Bedeutung aufweisen. Der Unterschied besteht darin, dass Sprache sowohl konkrete, als auch abstrakte Sachverhalte ausdrücken kann, während Bild nur auf konkrete, visualisierbare Inhalte beschränkt ist.

Was Pragmatik angeht, postulieren einige Forscher, dass Bilder keine unmittelbare pragmatische Bedeutung haben. Zum Beispiel Stöckl schreibt, dass während die Sprache über ein differenziertes Repertoire an Sprechakten verfügt, ist Bild illokutionslos bzw. polyfunktional (Stöckl 2004: 247). Aber, dass dieses Postulat nicht immer der Wirklichkeit entspricht, beweisen beispielsweise Gebots- und Verbotsschilder, die sowohl sprachlichen, als auch bildlichen Kode enthalten können. Als Beispiel kann man das Schild mit sprachlich kodierter Botschaft „Rauchen verboten“ und das Schild mit der Darstellung einer gestrichenen Zigarette nennen. Diese Schilder haben synonymische semantische sowie pragmatische Bedeutung, die durch verschiedene Zeichenkodes ausgedrückt wird. Also können Bilder wie sprachliche Zeichen konkrete pragmatische Funktionen erfüllen, und das gilt vor allem im wirtschaftlichen Diskurs.

Die meisten Texte, die den wirtschaftlichen Diskurs konstruieren sind Sachtexte, und Mehrdeutigkeit der Deutung ist da nicht erwünscht. Hier werden deswegen sprachliche sowie bildliche Zeichen vor allem in ihrer direkten Bedeutung gebraucht, Expression und Metaphorisierung sind in der Regel nicht vorgesehen.

Eine der wichtigsten Funktionen des Bildes im wirtschaftlichen Diskurs ist identifizierende Funktion. In dieser Funktion werden Piktogramme als Stempel, Logos und verschiedene Warenzeichen verwendet. Stöckl bezeichnet Piktogramme als konventionalisierte Bilder, die in orientierender Funktion als Äquivalente von Wörtern eingesetzt werden. Aber vielleicht wäre es zutreffender Piktogramme mit Eigennamen zu vergleichen, da sie auch nur referenzielle und keine unmittelbare signifikative Bedeutung sowie keine konnotative Bedeutung haben. Das Piktogramm ist ein konventionalisiertes Zeichen, das auf Objekte (im wirtschaftlichen Diskurs vor allem auf soziale Institutionen, Unternehmen und bestimmte Waren) hinweist, man kann daraus keine weiteren Informationen ziehen. Betrachten wir zum Beispiel das Firmenlogo der Gasprombank (Abb.1). Dieses Bild weist keine semantische Bedeutung auf, trotzdem wird es in allen offiziellen Dokumenten von der Gasprombank eingesetzt.

Ein Piktogramm kann sinngemäß interpretiert werden nur, wenn es in den sprachlichen Kontext eingebettet wird. Und selbst im sprachlichen Kontext fügt es zum Inhalt des Ausgesagten keine zusätzlichen Informationen hinzu, da der Name der Institution oder der Markenname im Text auf jeden Fall auch verbal ausgedrückt wird. Also tragen Piktogramme nichts zur Semantik des intermodalen Gesamttextes bei. Andererseits spielen Piktogramme im wirtschaftlichen Diskurs eine sehr wichtige soziale Funktion.



Abb.1. Logo: Gasprombank

133

Sie besagen, wem jeweilige Aussage gehört und wer für deren Inhalt verantwortlich ist, sie identifizieren somit den Absender der Äußerung. Identifizierende Piktogramme erzeugen keine Sinnzuwächse oder Sinnveränderungen im Gesamttext, ihre Funktion ist die Angehörigkeit des Textes zu bestimmen bzw. zu bestätigen. Identifizierende Piktogramme beglaubigen Texte, die verschiedene Verpflichtungen, Bescheinigungen, Vorschriften und Verordnungen enthalten, das heißt, die legitimierenden Charakter haben. Die Aufgabe intermodaler Texte solcher Art ist nicht nur Informationen mitzuteilen, sondern auch diese Informationen möglichst glaubwürdig darzulegen und ihnen gesetzliche Kraft zu verleihen. Das Endziel solcher Texte ist jeweilige (meist außersprachliche) Handlung zu verursachen. Zum Beispiel werden in einem Angebot Leistungen oder Produkte beschrieben, die der Offerent dem Kunden zur Verfügung stellen kann. Das Firmenlogo und der Stempel weisen darauf hin, dass es ein offizielles Dokument ist und für den Verfasser als verbindlich gilt. Anders gesagt, signalisieren identifizierende Piktogramme in Texten des wirtschaftli-

chen Diskurses, dass der Adresant für den Inhalt seiner Aussage bestimmte Haftung übernimmt. Die Arbeit zwischen Bild und Sprache wird in diesem Fall so verteilt, dass die sprachliche Botschaft konkrete Informationen bzw. Anweisungen mitteilt, das identifizierende Piktogramm legitimiert die sprachliche Aussage. Ohne identifizierendes Piktogramm sind Gesamttexte solches Typs gesetzlich ungültig, verlieren somit im sozialen Kontext ihr Hauptmerkmal und übergehen in einen anderen Texttyp.

So erfüllen identifizierende Piktogramme im wirtschaftlichen Diskurs pragmatische Funktion und spielen eine sehr wichtige soziale Rolle. Dieses Beispiel illustriert sehr gut das Postulat darüber, dass Diskurse einerseits von den gesellschaftlich verankerten Praktiken bestimmt werden, andererseits beeinflussen sie soziale Bedeutung und Handlung. So kann man Diskurs als einen Schnittpunkt gegenseitiger Einwirkung von Gesellschaft und Text betrachten. Diskurs fasst dabei den intermodalen Text als eine Art von sozialer Tätigkeit auf. Das lässt den Diskurs als eine sozialdeterminierende Größe sehen: „Der Diskurs umfasst nicht nur die Organisation des jeweiligen Wissens, sondern in ihm werden auch die Produktion von Wissen, von kollektivem Bewusstsein und von normativen Praxen ausgehandelt, kontrolliert und sanktioniert sowie institutionalisiert. Damit einher gehen Momente der gesellschaftlichen Aushandlung von sozialer Ordnung, von Herrschaft und Macht und deren Kontrolle“ (Konerding 2008: 118).

Die zweite Funktion des Bildes im wirtschaftlichen Diskurs ist präsentierende Funktion, die meistens darstellende Bilder erfüllen. Diese Bildsorte wird in verschiedenen deskriptiven Texten zum Beispiel in Prospekten und Katalogen verwendet. Darstellende Bilder präsentieren das gesamte

Objekt oder Bestandteile des Objekts. Sie werden meistens im Verbund mit sprachlichen Botschaften gebraucht, die ebenfalls die dargestellten Objekte oder Verhältnisse beschreiben. Dabei spezialisiert sich das Bild auf Darstellung physischer, abbildbarer Bestandteile, Merkmale bzw. Relationen der Objekte, die sprachliche Botschaft präsentiert nicht visualisierbare Eigenschaften und lässt Schlussfolgerungen über die Sachverhalte verbalisieren. Wenn wir ein Beispiel aus dem online-Geschäft Otto (www.otto.de/is-bin/intershop) betrachten (Abb. 2), so sehen wir, dass der größte Teil des intermodalen Gesamttexes dem Bild gehört.

Das Bild in diesem Text soll vor allem Aufmerksamkeit des Empfängers heranziehen. Nur wenn der Empfänger Interesse für das dargestellte Objekt hat, wird er den verbalen Text lesen. Dabei ist die sprachliche Komponente zuerst ziemlich karg und enthält nur die wichtigsten Informationen. Wenn diese Vorinformation den Zielen und Erwartungen des Rezipienten entspricht, kann man durch ein Link zum vollständigen Text übergehen, der alle Eigenschaften



Abb.2.
SONY – Digitalkamera, Sony, »DSLR-A380L« € 599,95

des dargestellten Objektes beschreibt. Also spielt das Bild in deskriptiven Texten vor allem orientierende Funktion, denn wenn man in einem Prospekt oder Katalog blättert, will man unrelevante Informationen möglichst übergehen, und sich sofort nach den Objekten erkundigen, die man braucht. Da das Bild viel aufmerksamkeitsintensiver als Sprache ist, hilft es der Orientierung und vermittelt dabei minimale Information über das Objekt, die aber ausreichend ist, um zu entscheiden, ob es sich lohnt den sprachlichen Text zu lesen, der über das Objekt vollständig informiert.

In deskriptiven intermodalen Texten stimmen sowohl semantische als auch pragmatische Bedeutungen von Sprache und Bild im Großen und Ganzen überein. Der Unterschied besteht aber im expressiven Potenzial der verbalen und visuellen Komponente. Während die verbale Komponente in deskriptiven Texten des wirtschaftlichen Diskurses konventionell ganz sachlich gestaltet wird, nicht expressiv ist und über keine konnotative Bedeutung verfügt, weist die visuelle Komponente bestimmtes Potenzial von positiver Konnotation auf. Dabei spielt attraktiver Hintergrund eine besondere Rolle (Abb. 3).

Der sachlichen Beschreibung des Modells Yamaha DT 250 einschließlich technischer Charakteristiken und des Preises steht die Abbildung gegenüber, wo das Modell in einer schönen Landschaft dargestellt wird. Die verbale Komponente vermittelt dabei objektive Informationen zum Modell, die visuelle Komponente steht für subjektive Einschätzung. Das Bild deutet Perspektiven an, die der Besitz des Motorrades erschließt, und schildert das spannende Leben voller Romantik, das das Motorrad ermöglicht.

Also spielt das Bild in deskriptiven Texten des wirtschaftlichen Diskurses vor allem orientierende und expressive Funktion.



Abb.3.
Aus einem alten Werbeprospekt: die Yamaha DT 250, Modell 1976.

Die dritte Funktion des Bildes im wirtschaftlichen Diskurs ist explikative Funktion, die bei Erläuterung wirtschaftlicher Prozesse in Lehrbüchern, wissenschaftlichen Artikeln etc. oder in Gebrauchsanweisungen verwirklicht wird. Dabei werden oft Anordnungen zusammenhängender Ideogramme sowie Strukturbilder gebraucht. Dabei dienen Strukturbilder zur Darstellung räumlicher oder zeitlicher Relationen von Gegenständen oder Ereignissen sowie Reihenfolge von Handlungen innerhalb eines Prozesses; Anordnungen zusammenhängender Ideogramme präsentieren meistens verschiedene Bestandteile eines Objekts oder Reihenfolge von Handlungen innerhalb eines Prozesses. Intermodale Texte explikativen Typs sind dadurch zu charakterisieren, dass Semantik und Pragmatik von verbalen und visuellen Zeichen darin übereinstimmen. Bild und Sprache dienen da Realisation einer und derselben Aufgabe, ein Zeichentyp kompensiert dabei die Nachteile des anderen. Im sprachlichen Text wird jeder Schritt des Vorgangs ausführlich beschrieben. Der sprachliche Kode lässt vollständige Informationen über alle Bestandteile einer Erscheinung geben bzw. alle Kettenglieder

im Rahmen eines Vorgangs beschreiben, Zusammenhänge dazwischen erschöpfend erläutern und alle nötigen Anweisungen machen. Die bildliche Komponente kann nur abbildbare Informationen wiedergeben, dafür lässt sie den Gesamtüberblick über den Vorgang momentan verschaffen und Kausalketten anschaulich darstellen. Wenn man zum Beispiel den intermodalen Text zum Thema „Erweiterter Wirtschaftskreislauf einschließlich Staat“ betrachtet (Abb. 4), sieht man, dass die Semantik des Schaubildes mit der Semantik des sprachlichen Textes völlig übereinstimmt.

Jedoch, während die sprachliche Komponente ausführliche Charakteristiken aller Akteure, Bedingungen und Folgen des Prozesses angibt, werden im Schaubild nur Akteure sowie Richtung und Art der Wechselbeziehungen zwischen ihnen benannt. So soll das Bild komplizierte Wechselbeziehungen innerhalb eines komplexen

Prozesses veranschaulichen und lässt sie leichter begreifen und memorieren.

Auf solche Weise ist bei der Integration von Abbildungen in explikative Texte des wirtschaftlichen Diskurses nicht deren semantisches oder pragmatisches Potenzial, sondern Besonderheiten ihrer Syntax maßgebend. Abbildungen ermöglichen kompakte Darlegung der Informationen und ihr leichtes und logisches Einprägen. Sie tragen somit zu sozialen Praktiken der Wissensgenese und Wissensformation bei und erfüllen eine epistemische Funktion. Bilder gehören daher zum Repertoire der Mittel, die im Rahmen des wirtschaftlichen Diskurses die Produktion, Rezeption und Abspeicherung des gesellschaftlichen Wissens ermöglichen.

Die vierte Funktion des Bildes im wirtschaftlichen Diskurs ist bedeutungsspielereische Funktion. Die kommt aber nur dort vor, wo sich der wirtschaftliche Diskurs mit dem medialen Diskurs wie zum Beispiel in

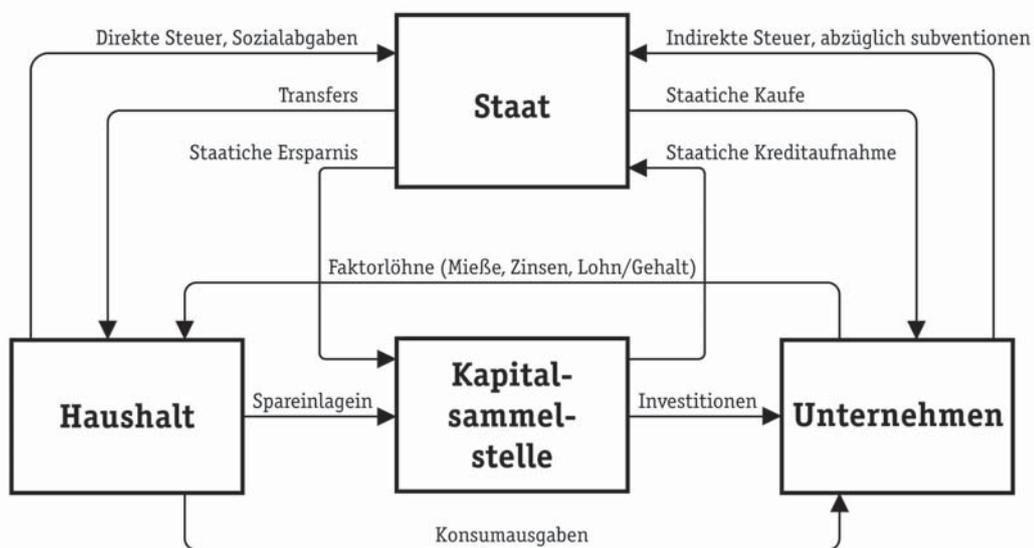


Abb. 4.
Erweiterter Wirtschaftskreislauf einschließlich Staat



137

Abb.5.

analytischen Artikeln, Reportagen, Interviews zu wirtschaftlichen Themen sowie in Werbetexten überschneidet. In bedeutungsspielerischer Funktion werden vor allem darstellende Bilder eingesetzt. Intermodale Gesamtexte dienen dabei meist Argumentation oder Narration.

Meistens dient das Bild in narrativen und argumentativen Texten dazu, die sprachliche Mitteilung aufmerksamkeitsintensiver zu machen und ihr Thema anzugeben bzw. ihre Hauptidee metaphorisch zu äußern.

Zum Beispiel der Artikel „Griechenland in der Krise“ auf der Internetseite *tagesschau.de* wird mit dem folgenden Bild versehen (Abb. 5).

An der Akropolis, dem Symbol Griechenlands, erkennt man sofort eindeutig, dass es um Griechenland geht. Tiefe Risse stehen für die Krise. Der Sternenkreis, der die EU verkörpert, gibt an, dass Probleme Griechenlands auch die ganze Eurozone betreffen. Im Text des Artikels werden die Ideen, die schon aus dem Bild zu entschlüsseln sind, durch die verbale Komponente entfaltet und durch folgende Ausdrücke unterstützt: *das riesige Finanzloch, die Verantwortlichen in Brüssel sorgen sich um das Euro-Mitgliedsland.*

Also gehen das Thema und die Hauptidee des Artikels in diesem Beispiel schon aus der

Abbildung hervor, indem die Einzelheiten der Situation im sprachlichen Text ausführlich beschrieben werden. Außerdem steht die visuelle Komponente für die emotionelle Färbung des Artikels. Die schwarzen Risse auf der Abbildung rufen das Gefühl von Unruhe, Besorgnis und Gefahr hervor. Der sprachliche Text ist dagegen ziemlich sachlich und emotionslos gestaltet.

Schon der Titel des Artikels „Wir müssen unser Geld schützen!“ auf der Internetseite *manager-magazin.de* stimmt inhaltlich mit der Abbildung überein (Abb 6).



Abb.6.

Die Abbildung stellt eine ausgestreckte Hand mit Münzen dar. Das dient als ein unverkennbares Symbol fürs Betteln. Selbstverständlich weckt Betteln negatives Verhalten, man will die Begegnung mit einem Bettler möglichst vermeiden. So wenn man nur noch den Titel des Artikels liest und das Bild dazu sieht, versteht man sofort die Hauptidee: Es wird ums Geld gebettelt, man soll das Geld schützen. Im Text des Artikels findet man Wörter und Wendungen, die die Hauptidee unterstützen und detaillieren wie zum Beispiel *für Pleiteländer zahlen, unsere sauer verdienten Euros in einem Fass ohne Boden verschwinden, Schuldenkrise bedroht die Stabilität des Euro, für Griechenland und andere Länder zahlen, die zugesagten Nothilfen für Griechenland sind unpopulär*. In diesem Artikel stellt das Bild den Ausgangspunkt des Berichtes dar (Griechenland bittet ums Geld), der Text enthält die Reaktion der Deutschen auf die Bitte (sie wollen nicht für Griechenland zahlen) und expliziert die negativen Emotionen, die das Bild in implizierter Form auch schon enthält.

Im Artikel „Die Folgen der Griechenland-Krise“ auf der Internetseite tagesspiegel.de sehen wir die Abbildung des sinkenden Euro (Abb. 7).



Abb.7.

Das Bild symbolisiert wohl Schwächung oder sogar Untergang des Euro als einer internationalen Währung. Eigentlich geht es im Artikel um drei Szenarien der Entwicklung von der Griechenland-Krise: 1. Selbsthilfe, wobei Griechenland durch Sparen selbstständig die Krise bewältigt; 2. Finanzhilfe von anderen EU-Ländern oder 3. Austritt Griechenlands aus dem Euro-Raum. Auseinanderbrechen der Euro-Zone und Untergang des Euro werden in Rahmen dieser Szenarien nicht betrachtet. Aber ein Gedanke darüber figuriert sowohl in der Abbildung, als auch am Anfang des Artikels. In der Einführung wird er durch folgende Wörter und Ausdrücke geäußert: *Kollaps, scheitern, Euroland bricht auseinander, Finanzprobleme Griechenlands haben das europäische Projekt in eine tiefe Krise gestürzt, der Euro befindet sich deshalb auf einer rasanten Talfahrt*. Man kann das vielleicht als eine Warnung interpretieren, als einen Aufruf, das Problem möglichst schnell zu lösen, denn die Verzögerung mit dessen Lösung zum vierten, unbennanten, aber in der Abbildung angedeuteten Szenario und nämlich zum Auseinanderbrechen des Eurolandes führen kann. Auf solche Weise füllt das Bild eine Leerstelle im Inhalt des verbalen Textes auf.

Also sind die Wechselbeziehungen zwischen Sprache und Bild in narrativen und argumentativen Texten sehr vielfältig. Die visuelle Komponente macht den Gesamttext viel aufmerksamkeitsintensiver und lässt den Inhalt der verbalen Komponente besser memorieren. Inhaltlich gibt das Bild manchmal das allgemeine Thema der Mitteilung und deren Hauptidee an. In anderen Fällen stellt die visuelle Komponente aber nur einen der Punkte des Berichtes dar. Es kommt aber auch vor, dass das Bild Inhalte enthält, die über Grenzen des Inhalts vom verbalen Text gehen. Somit erzeugt die visuelle Komponente Sinneveränderungen und

Sinnezuwächse im intermodalen Gesamttext. Außerdem kann das Bild bei der Überschneidung des wirtschaftlichen mit dem medialen Diskurs in narrativen und argumentativen Texten sein reiches konnotatives Potenzial völlig realisieren.

FAZIT

Der Diskurs soll als nicht-sprachliche Größe betrachtet werden, als sprachdeterminierendes Formationssystem und Mittel, die Umwelt zu beschreiben. „Diskurslinguistische Untersuchungen erfolgen... mit dem Ziel, nicht nur Regularitäten des Sprachsystems jenseits der Grenze des Einzeltextes beschreiben zu wollen, sondern auf dem Weg der Sprachanalyse etwas über zeittypische Formationen des Sprechens und Denkens über die Welt aussagen zu können“ (Warnke, Spitzmüller 2008: 15). Außerdem ist Diskurs eine sozialdeterminierende und sozialdeterminierte Erscheinung, er stellt „recontextualized social practice“ dar (van Leeuwen 2008: 3) und ist als „eine Form des Sprachgebrauchs und der Kommunikation... als soziale Bedeutung und Aktion und als seine sozio-kulturelle, politische und ideologische Praxis, die gesellschaftliche Systeme und Strukturen bestimmt“ zu definieren (van Dijk 1991: 10).

Bild stellt eine unabdingbare Komponente des wirtschaftlichen Diskurses dar.

Neben den sprachlichen Zeichen leistet es seinen Beitrag zur epistemischen sowie sozialen Bedeutung des intermodalen Gesamttextes. Die herkömmlichsten illokutiven Ziele der intermodalen Gesamttexte des wirtschaftlichen Diskurses sind Präsentation, Explikation und Legitimierung. Wechselwirkung zwischen Bild und Sprache in solchen Texten erzeugt keinesfalls Sinnveränderung, es kommt dabei in der Regel kein Bedeutungsspiel vor. Die Integration vom sprachlichen und bildlichen Kode dient möglichst ausführlicher, allseitiger Beschreibung bzw. Erläuterung des jeweiligen Gegenstandes sowie seiner Identifizierung. Das Bild tritt dabei als ein Doppelkode auf, der der „Verstärkung des Informationsgewichtes“ dient (Чернявская 2009: 92). Bildzeichen in der präsentierenden, identifizierenden und explikativen Funktion im Rahmen des wirtschaftlichen Diskurses kann man daher als diskurstypisierende Zeichen qualifizieren.

Ein Bedeutungsspiel zwischen Bild und Sprache entsteht nur bei der Überschneidung des wirtschaftlichen mit dem medialen Diskurs. Dabei dient die visuelle Komponente nicht einfach Bebilderung der sprachlichen Inhalte, sondern auch ihrer Interpretation. Bedeutungen von Bildern „werden zu Anweisungen, eine bestimmte oder mehrere Interpretationsrichtungen einzuschlagen, ein bestimmtes Interpretationsverfahren zu wählen“ (Hoffmann 2004: 360).

summary

Σ Language-image-relations in economic discourse

140

The article is dedicated to relations between language and image in the economic discourse. As a precondition for the study is postulated, that the concept of discourse is defined as a complex of verbal and non-verbal semantic signs, which serve as means for production, reproduction and storage of social knowledge. The discourse is a form of social action. On the one hand it arises in the social context but on the other hand it influences the social practice in many ways.

The central concern of the article is to describe and explain the strategies and aims for using of verbal and visual signs in multimodal texts of the economic discourse. Language and image can be treated as semantic signs of equal semantic value. They are able to transmit various meanings. Each kind of sign has its own semantic, syntactic and pragmatic peculiarities. These peculiarities as well as the communicative intention and illocution of the multimodal text determine the choice and relation of verbal and visual signs in it.

The work between language and image in the economic discourse is divided in different ways. The most common pattern is the division between the informative verbal part and identifying visual part. For example images as logos, stamps and trademarks perform this function. The visual sign in this case manifests no semantic but only pragmatic meaning. It legitimizes the content of the verbal text and plays thereby a very important social function.

The image can duplicate the content of the verbal text. In such case determinant is the syntactic quality and connotative potential of visual signs. The point of their using is then facilitation by orientation in the textual set and expressing of emotive meanings, which can't be explicated in the verbal text.

The image contributes also a lot to the whole epistemic value of the multimodal text by giving opportunity to present the complete and momentary review of objects or processes and to memorize the content of the text easier. Visual signs perform such function in the first place in explicative texts but also in descriptive texts.

In most texts of the economic discourse images don't change the meaning of the verbal part and don't add any facts to the content of the text. Visual signs precise the information, get it up attractively and expressively, put it into the social context.

By intersection of the economic discourse with the discourse of mass media words provide as a rule the facts and the explanations, images implicate interpretations, ideologically colored angles, suggestions and connotations. Thus the visual signs add new meanings to the content of the multimodal text or sometimes even change the textual meaning.

So the economic discourse analysis has obligatory to include the treatment of verbal and visual signs. The functioning of images in multimodal texts aims at achieving the purpose of the communicative action more efficiently and economically.

Bibliographie:

- Bruhn 2008: **Bruhn, M.** Das Bild: Theorie – Geschichte – Praxis. – Berlin: Akademie-Verlag. – 255 S.
- Busse 2008: **Busse, D.** Diskurslinguistik als Epistemologie – Das verstehensrelevante Wissen als Gegenstand linguistischer Forschung. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – S. 57–87.
- Dijk van 1991: **Dijk, T. A.** van Rassismus heute: Der Diskurs der Elite und seine Funktion für die Reproduktion des Rassismus. – Duisburg: DIS S. – 49 S.
- Ensink, Sauer 2003: **Ensink, T., Sauer, Ch.** Social-functional and cognitive approaches to discourse interpretation: The role of frame and perspective. – In: Framing and Perspectivising in Discourse. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. – P. 1-21.
- Fix, Poethe, Yos 2001: **Fix, U., Poethe, H., Yos, G.** Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. – Frankfurt am Main: Peter Lang. – 336 S.
- Frey 1999: **Frey, S.** Die Macht des Bildes: der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. – Bern: Verlag Hans Huber. – 173 S.
- Hoffmann 2004: **Hoffmann, M.** Zeichenklassen und Zeichenrelationen die der Verknüpfung von Text und Bild. Ein Beitrag zur semiotischen Semantik. – In: Stabilität und Flexibilität in der Semantik. – Berlin: Peter Lang. – S. 357–385.
- Kaufmann 1988: **Kaufmann, G.** Die Macht des Bildes – Über die Ursachen der Bildflut in der modernen Welt. – Opladen: Westdeutscher Verlag. – 74 S.
- Konerding 2008: **Konerding, K.-P.** Diskurse, Topik, Deutungsmuster – Zur Komplementarität, Konvergenz und Explikation sprachl., kulturß und sozialwissenschaftlicher Zugänge zur Diskursanalyse auf der Grundlage kollektiven Wissens. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – S. 117–150.
- Leeuwen van 2008: **Leeuwen, T.** Van Discourse and Practice. New tools for critical discourse analysis. – Oxford: Oxford University Press. – 172 P.
- Meier 2008: **Meier, S.** Von der Sichtbarkeit im Diskurs – Zur Methode diskursanalytischer Untersuchung multimodaler Kommunikation. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – S. 263–286.
- Sachs-Hombach 2002: **Sachs-Hombach, K.** Begriff und Funktion bildhafter Darstellungen. – In: Bild. Wissen. Medien: Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. – Stuttgart: Kopaed. – S. 9–45.
- Sachs-Hombach 2003: **Sachs-Hombach, K.** Das Bild als kommunikatives Medium: Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. – Köln: Herbert von Halem Verlag. – 365 S.
- Spieß 2008: **Spieß, K.** Linguistische Diskursanalyse als Mehrebenenanalyse – Ein Vorschlag zur mehrdimensionalen Beschreibung von Diskursen aus forschungspraktischer Perspektive. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – P. 237–259.
- Stöckl 2004: **Stöckl, H.** Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache: Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – 421 S.

NATALIA A. VASILYEVA

- Thonhauser-Jurnick 1997: **Thonhauser-Jurnick, I.** Tourismus-Diskurse. Locus amoenus und Abenteuer als Textmuster der Werbung, der Trivial- und Hochliteratur. – Frankfurt am Main: Peter Lang. – 279 S.
- Warnke, Spitzmüller 2008: **Warnke, I. H., Spitzmüller, J.** Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – P. 3–54.
- Ziem 2008: **Ziem, A.** Frame-Semantik und Diskursanalyse – Skizzen einer kognitionswissenschaftlich inspirierten Methode zur Analyse gesellschaftlichen Wissens. – In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. – Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – P. 89–116.

142

- Чернявская 2009: **Чернявская, В. Е.** Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 245 с.

 **Стиль 2010**