

Magdalena Makowska

Ermland-Masuren-Universität Olsztyn

## Beschriebene Bilder — bebilderte Sprache. Zur Materialität und Medialität von Sprache-Bild-Texten am Beispiel von deutschen Demotivatoren

„Der rein sprachlich verfasste Text bildet die Ausnahme und der multimodale Text gerät zur Norm“ (Stöckl 2004b:7). Mit diesen Worten hat Hartmut Stöckl im Jahre 2004 die Wende beschrieben, deren Ursprung u.a. in der rasanten Technikentwicklung im 20. Jahrhundert zu suchen ist. Die Entwicklung der Massenmedien hat zu einem wesentlichen Anstieg der Informationsmengen geführt, was zur Folge hat, dass immer mehr grafische Mittel verwendet werden, um den Menschen die Wahrnehmung von Informationen zu erleichtern. Es steht außer Zweifel, dass sich die gegenwärtige Kommunikation mit einem monomodalen Textbegriff nicht mehr befriedigen kann und das Phänomen *Text* aufgrund seiner Formenvielfalt schwer zu beschreiben ist. Hartmut Stöckl weist darauf hin, dass „[...] die Textlinguistik begonnen [hat], sich vom rein sprachlichen Interesse am Text zu emanzipieren“ (Stöckl 2006:14). Der immer größere Teil visueller Kommunikation verläuft über Sprache-Bild-Verknüpfungen, was zur Folge hat, dass „Texte als Komplexe von Zeichen verschiedener Art betrachtet werden [müssen] (Fix 2009:121). Der Zeichenstatus darf den einzelnen Elementen nur dann zugeschrieben werden, wenn die Rezipienten bereit sind, ihnen Bedeutung zuzusprechen. Jürgen Spitzmüller zufolge fungieren diese Elemente nur dann als Zeichen, „wenn die Rezipienten annehmen, dass die Produzenten des jeweiligen Textes die jeweils infrage stehende Referenz bewusst vornehmen, wenn sie also mit den Rezipienten denselben ‘Wissensraum’ teilen“ (Spitzmüller 2009:464). In Sprache-Bild-Texten werden Informationen auf bimodale und selektiv wahrzunehmende Weise präsentiert. Codes, die mit den einzelnen Modalitäten verbunden sind, gelten als Zeichensysteme, die bestimmen, wie Zeichen

zusammengesetzt werden müssen, damit sich intendierte Bedeutungen ergeben. Das hat zur Folge, dass im Falle von multimodalen Texten die Bedeutung nicht nur aus einer einzelnen Zeichenressource konstituiert wird, sondern dass sie das Resultat dessen ist, dass mehrere Zeichenressourcen zusammenwirken. Gerade die Multimodalität in der Textbetrachtung, verstanden als eine Art der Strukturierung von Texten mit unterschiedlichen semiotischen Ressourcen, macht es möglich, unterschiedliche Formen des sprachlichen Handelns, die auch die immer größere Vielfalt der medialen Kommunikationsmöglichkeiten mit sich bringt, ausführlich zu beschreiben.<sup>1</sup>

Zu den Texten, die mehrere Zeichensysteme integrieren und in denen Grenzen einzelner Codes überschritten werden können, gehören zweifelsohne sog. Demotivatoren, die zum Forschungsgegenstand des vorliegenden Beitrags werden. Unter Demotivatoren werden sprachlich-bildliche Gefüge verstanden, die die Form von Plakaten mit kommentierender Funktion haben und die online erstellt und versendet werden können.

Der vorliegende Beitrag setzt sich zum Ziel, die Demotivatoren aus textlinguistischer Sicht zu beschreiben. Für dieses Kernthema sind folgende Schwerpunkte formuliert worden:

1. Ist es begründet, Bilder als Texte zu betrachten?
2. Welche Synergien und Schnittstellen ergeben sich aus sprachlich-bildlicher Partnerschaft?
3. Wodurch ist die innere Struktur der Demotivatoren gekennzeichnet?
4. Welche kommunikativ-funktionalen Leistungen erbringen die Demotivatoren als Sprache-Bild-Texte?

Der Beitrag setzt sich zum Ziel, die gerade formulierten Schwerpunkte im Kontext zweier textlinguistischer Ansätze zu thematisieren. Als erster gilt *der am multimodalen Text orientierte Ansatz*, in dem dafür plädiert wird, dass sich für die Zeichenkombinationen formale, semantische und pragmatische Beziehungen ergeben, die auch medial geprägt sind (vgl. Schneider/Stöckl 2011:14f.). Der zweite ist *der handlungstheoretische, an der Rezeption orientierte Ansatz*, dem zufolge „Medien vor allem als technische, aber auch als soziale und institutionelle Rahmenbedingungen [betrachtet werden – M.M.], in denen Textproduzenten und –rezipienten als Akteure auf vielfältige Weise kommunikativ, semiotisch und kognitiv handeln“ (Ebd., S. 15).

<sup>1</sup> Vgl. Stöckl (2004a:6). Immer noch werden solche Begriffe wie ‘Code’ oder ‘Mode’ nicht einheitlich verwendet. Während z.B. W. Holly (2009:392) ‘Codes’ (z.B. verbale Zeichen) als materielle Zeichenqualitäten und ‘Modes’ als Wahrnehmungsqualitäten (z.B. auditiv, visuell) betrachtet, machen solche Autoren wie z.B. H. Stöckl diese Unterscheidung nicht und verstehen unter ‘modes’ Zeichen jeglicher Art im Kommunikationsprozess.

Die Frage danach, ob es legitim ist, Bilder aus (text)linguistischer Sicht zu betrachten, wurde schon mehrmals gestellt und die Analyse der Bilder hat sich zu einer elaborierten Fachdisziplin entwickelt.<sup>2</sup> Gerade über Bilder – und nicht nur über geschriebene und/oder gesprochene Texte – wurde ein erheblicher Teil menschlichen Wissens und menschlicher Kultur tradiert. Den Bildern ist es gelungen, ihre ursprünglichen Wirkungsbereiche zu überschreiten und auch im Alltag immer mehr Einfluss zu gewinnen. Michael Klemm und Hartmut Stöckl weisen darauf hin, dass „Bilder neben der Sprache zu den wichtigsten zeichenvermittelten Instrumenten der Repräsentation, Interpretation und Aneignung von Welt [zählen] (Klemm/Stöckl 2011:7). Das hat zur Folge, dass Bilder und Sprache immer häufiger integriert werden; Bilder wandern in Sprache ein, so dass ein Großteil materieller Bilder Teiltexthe bimodaler Textsorten bildet.“<sup>3</sup> Der Grund dafür scheint die Überzeugung zu sein, dass „Bild und Sprache über die Wahrnehmung und Erfahrung von Welt und das Handeln der Sprachbenutzer in dieser Welt untrennbar miteinander [zusammenhängen]“ (Stöckl 2004a:9). Das hat zur Folge, dass auch die Linguistik nicht mehr „blind für Bilder“ (Schmitz 2005) sein darf. Aus Sicht der Textlinguistik steht schon fest, dass „nichtsprachliche Zeichen, das sind im Schriftlichen z.B. Bilder, typografische Elemente, Farben, Papiersorten, Flächen, Linien usw. [...], im Mündlichen z.B. Stimmführung, Mimik, Gestik, Situierung der Sprechenden im Raum [...], [...] gemeinsam mit sprachlichen Zeichen das Sinnangebot eines Textes [konstituieren]“ (Fix 2001:114). Hartmut Stöckl spricht in diesem Kontext über „offene Texte, denen auf Seiten des Rezipienten mit einer explorativen Semiose begegnet wird“ (Stöckl 2004a:21). Die beiden Elemente dieser Semiose – das Bildliche und das Sprachliche – bilden einen größeren textuellen Rahmen des Gesamttextes, den Ulla Fix als Supertext bezeichnet und betont, dass er „sich aus mehreren Texten, [...] aus dem sprachlichen Text und den visuellen Texten, Farben, Flächen, Linien, mit jeweils eigenen Zeichensystemen, aber gemeinsamer Funktion konstituiert“ (Fix 1996:116).<sup>4</sup> Die Rolle von sprachlich-bildlichen Kombinationen in der öffentlichen, visuellen Kommunikation betont auch Ulrich Schmitz, der die Meinung vertritt, dass „Sprache und Bild zwei medial, semiotisch, methodisch und technisch verschiedene Ausdrucksformen [sind]“ [...] und „Bilder eine ganz andere Architektur [als Texte – M.M.] aufweisen“ (Schmitz 2011a:24). Trotz dieser semiotischen Unterschiede, die die beiden Ausdrucksformen charakterisieren, sind solche sprachlich-bildlichen Gefüge

<sup>2</sup> Vgl. Doelker 1997.

<sup>3</sup> Unter *materiellen Bildern* werden in Anlehnung an Hartmut Stöckl „aus visuellen, prinzipiell ikonischen Zeichen bestehende, in ihrer Größe durch Rahmen begrenzte, flächige Objekte [betrachtet – M.M.], die in i.w.S. kommunikativer Absicht ohne aber zumeist mit Sprache (in Texten) verwendet werden, um bestimmte kognitive Operationen effektiv auszulösen“ (Stöckl 2004a:93).

<sup>4</sup> Vgl. Doelker 1997; Stöckl 2004a; Schmitz 2011a, 2011b.

bestimmt vorteilhaft: „Sie ziehen Aufmerksamkeit auf sich, ermöglichen größte Informationsmengen auf kleinstem Raum, erlauben vielfältige Präsentations-, Strukturierungs-, Orientierungs- und Rezeptionsweisen und unterstützen den schnellen Blick“ (Ebd., S. 26).

Die deutschen Demotivatoren, die zum Forschungsgegenstand des vorliegenden Beitrags werden, bilden das 100 Exemplare umfassende Korpus, dessen linguistische Analyse parallel auf zwei Ebenen durchgeführt wird.<sup>5</sup> Die erste Ebene bezieht sich auf das Design der Demotivatoren. Im Rahmen dieser *Ausdrucksebene* wird die Frage danach gestellt, wie die Demotivatoren konstruiert werden, d.h. ob es möglich ist, auf bestimmte feste Elemente ihrer Struktur zu verweisen. Im Rahmen der zweiten, d.h. der *Inhaltsebene*, setzt man sich zum Ziel, analysierte Sprache-Bild-Texte unter ihrem inhaltlichen Aspekt zu beschreiben. Dabei wird Rücksicht auf ihre kommunikative Funktion genommen.

Schon die oberflächige Analyse der Demotivatoren beweist, dass diese Kommunikate eine spezifische innere Struktur aufweisen und über drei feste Elemente verfügen. Sie gelten als Gesamttexte, in denen verbale und bildliche Elemente synergetisch zusammenwirken: Diese stören einander nicht, sondern unterstützen sich gegenseitig, was zur Folge hat, dass sie analytisch kaum zu trennen sind. Auch deshalb werden die Demotivatoren zu solchen Texten, die aus mehr als einer Zeichenressource bestehen und deren unterschiedlich kodierte Teilttexte zwangsläufig in eine Beziehung treten, so dass „sich die semantisch-pragmatischen Möglichkeiten der einzelnen Codes wechselseitig ergänzen und jedes Zeichensystem seinen Platz im gemischten Gesamttext einnimmt“ (Stöckl 2006:24). Unter bildlichen Elementen werden in diesem Beitrag statische, stehende Bilder verstanden, obwohl betont werden muss, dass moderne Demotivatoren auch von bewegten Bildern immer häufiger Gebrauch machen. Das Bildliche und das Sprachliche, die Demotivatoren zu Sprache-Bild-Texten machen, bilden zwar eine kommunikativ-funktionale Einheit, aber räumliche Grenzen der einzelnen Teilttexte werden direkt nicht überschritten. Diese visuelle Gliederung stiftet die Hypothese, dass sich die innere Struktur der Demotivatoren mithilfe von drei prototypischen Merkmalen beschreiben lässt: Auf dem Hintergrund (Merkmal 1) erscheint zentral ein Bild (Merkmal 2) und darunter steht ein sprachlicher Text mit kommentierender Funktion (Merkmal 3). Diese Gesamtarchitektur wird allen Demotivatoren inhärent, was zur Folge hat, dass durch diese eigenartige Verbindung dreier formaler Elemente die neue Sprache-Bild-Sorte ‘Demotivator’ entstehen kann.

---

<sup>5</sup> Das im Beitrag analysierte Korpus wird der folgenden Webseite entnommen: <http://demovator.de> [Zugriff am: 12.11.2012.]

Wenn die Oberfläche der Demotivatoren in Betracht gezogen wird, lässt sich feststellen, dass sowohl für das Bildliche als auch für das Sprachliche eine gezielte Platzierung charakteristisch ist: Der verbale Teil erscheint immer unter dem grafischen Element und die beiden Elemente kommen auf dem schwarzen Hintergrund vor, der sie zu einer Sehfläche macht und von anderen Texten abgrenzt. Ulrich Schmitz zufolge „[...] enthalten [Sehflächen] nicht einfach sowohl [sprachliche – M.M.] Texte als auch Bilder, sondern organisieren deren semiotische Interaktion (Inhalt) durch gezieltes Design (Ausdruck)“ (Schmitz 2011a:24).<sup>6</sup> Da in den Demotivatoren Sprache und Bild immer auf bestimmte Weise platziert sind (die sprachlichen Ressourcen erscheinen immer unter dem Bild und gelten als dessen Begleittext), scheint es begründet zu sein, über zwei souveräne Teilflächen, d.h. über eine *Bild*-Fläche und eine *Sprache*-Fläche zu sprechen. Während die *Sprache*-Fläche als Ansammlung von sprachlichen Zeichen fungiert, die den Regeln des sprachlichen Codes folgen müssen, gilt die *Bild*-Fläche entsprechend als Ansammlung von bildlichen Zeichen, die den Regeln des bildlichen Codes genügen. Die Demotivatoren dienen zweifelsohne als Bestätigung der These, die der Bildlinguistik zugrunde liegt: „[...] materielle (d.h. visuelle) Bilder, sprachliche Bilder (d.h. anschauungsorientierte, bildlich-bildhafte Ausdrücke, Metaphern) und mentale Bilder (Vorstellungen, Anschauungen) [sind] unauflösbar verknüpft und [müssen] in ihrer Verbindung bedacht werden“ (Klemm/Stöckl 2011:9). Jeder Demotivator wird zu einer komplexen Sehfläche, die aus bildlinguistischer Sicht als ein materielles Bild betrachtet werden kann. Für dieses materielle Bild ist aber das charakteristisch, dass es Bilder mit sprachlichen Ressourcen verknüpft. Die *Bild*-Fläche lässt sich deshalb als ‘Bild im Bild’ beschreiben. Im Gegensatz dazu ist die *Sprache*-Fläche, die oft über bildhafte Ausdrücke und Metaphern verfügt, als ein sprachliches Bild zu verstehen. Die beiden Bilder sind so eng miteinander verknüpft, dass sie in ihren Rezipienten zweifelsohne mentale Bilder evozieren können.

Diese Verknüpfung verschiedener Zeichensysteme verursacht, dass für solche Sprache-Bild-Texte eine viel intensivere Dynamik charakteristisch ist: Im Unterschied zu rein sprachlichen Texten, die statisch sind, linear wahrgenommen und eindeutig interpretiert werden, sind die Sprache-Bild-Texte als solche ganzheitlichen Zeichenkomplexe zu betrachten, die die Regeln der traditionellen, sprachlichen Grammatik mit diesen der räumlichen Grammatik verbinden.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Während U. Schmitz zwischen Bildern und Texten unterscheidet, plädiert H. Stöckl dafür, Bilder als Texte zu betrachten, und weist auf die Textualität von Bildern hin. Im folgenden Beitrag wird dem Vorschlag von H. Stöckl gefolgt.

<sup>7</sup> Vgl. Stöckl (2004a:95).



Abb. 1. *Bild*-Fläche (Abbildung der Schere, mit der die Zunge abgeschnitten wird) und *Sprache*-Fläche ('ZENSUR kann schmerzhaft sein') bilden mit ihrem schwarzen Hintergrund einen Gesamttext und dabei auch eine gemeinsame Sehfläche. (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

Es scheint legitim zu sein, die strukturelle Identität der Demotivatoren als prototypisch zu betrachten. Ihrer Struktur nach fügen sich inhaltlich-formale Elemente der Demotivatoren zu einer kommunikativ-funktionalen Sehfläche, auf der bildliche und sprachliche Elemente vereinbart sind. Ulrich Schmitz zufolge „sind wir heute von Sehflächen aller Art umgeben, in denen Schrift und Bild durch ein beide Seiten verbindendes Design formal und inhaltlich untrennbar ineinander spielen“ (Schmitz 2011a:27). Für die analysierten Demotivatoren ist ein bestimmtes Design charakteristisch und zu seinem relevanten Element wird der schwarze Hintergrund (Merkmal 1). Seine Funktion lässt sich in zweierlei Hinsicht beschreiben. Intertextuell betrachtet bestimmt der schwarze Hintergrund die Grenzen des ganzen Demotivators, macht ihn zu einer Sehfläche und in diesem Sinne grenzt er diesen Sprache-Bild-Text räumlich ab. Aus intratextueller Sicht fungiert der schwarze Hintergrund als eine solche Fläche, dank der Sprache und Bild ihre semantisch-funktionale Partnerschaft eingehen. In diesem Sinne ermöglicht der schwarze Hintergrund nicht nur die räumliche,

sondern auch die kommunikativ-funktionale Koexistenz beider Elemente und im Rahmen jeder einzelnen Sehfläche organisiert er eine bestimmte semiotische Sprache-Bild-Interaktion.<sup>8</sup> Dieses inhärente Element jedes Demotivators stiftet die Hypothese, „dass die dort versammelten Zeichen einen sinnvollen Zusammenhang ergeben: Kontiguität lässt Kohärenz vermuten“ (Schmitz 2003:605).

Im Kontext der Sprache-Bild-Texte weist Hans-Jürgen Bucher darauf hin, dass „der Einstieg in die Seite immer über das Bild [erfolgt], wobei Farbbilder Schwarz-Weiß-Bilder normalerweise dominieren“ (Bucher 1996:48). Die Bestätigung dieser These findet man auch bei Harald Burger, der überzeugend darlegt, dass in manchen Situationen Sprache und Bild asynchron zueinander sind: Im Falle der Sprache-Bild-Texte lassen sich Sprache und Bild nicht dem gleichen Zeitpunkt zuschreiben – das Bild wird als erstes, ganzheitlich und simultan wahrgenommen, erst dann wird der sprachliche Text linear-sequenziell rezipiert.<sup>9</sup> Auch im Falle der analysierten Demotivatoren erfolgt der Einstieg in diesen Sprache-Bild-Text durch seine *Bild*-Fläche (Merkmal 2), die die zentrale Teilfläche jedes Demotivators bildet. Die Demotivatoren setzen auf Bilder, um minimale Botschaften an Rezipienten zu kommunizieren. Die *Demo*-Bilder, die der *Bild*-Fläche zugrunde liegen, bieten den Rezipienten ein Bedeutungspotenzial, das durch einen entsprechenden Kontext aktiviert und erschlossen werden muss. Solchen sprachlichen Kontext sichert der *Demo*-Titel, der das *Demo*-Bild begleitet und zum Kern der *Sprache*-Fläche wird. Dank dieser sprachlich-bildlichen Verknüpfung generieren die Demotivatoren Aufmerksamkeit und erzeugen emotions- und konnotationsgeladene Anmutungen. Es steht außer Zweifel, dass jede gebrauchte Modalität grundverschieden ist und in einem multimodalen Text spezifische Aufgaben übernehmen kann. Die Verknüpfung verschiedener Zeichensysteme verursacht, dass es viel leichter wird, die Schwächen einer Modalität zu bewältigen. Hartmut Stöckl weist darauf hin, dass „jede Modalität [...] ihre spezifischen Codeeigenschaften [hat], die sie in der Kommunikation zu bestimmten Leistungen befähigen“ (Stöckl 2006:18). Auch in diesem Sinne gilt diese Verknüpfung verschiedener Codes als praktisch und dient der Ökonomisierung der Wahrnehmung, weil das, was der eine Code nicht schafft, der andere nachholen kann.

Die *Demo*-Bilder lassen sich sowohl strukturell als auch inhaltlich in bestimmte Gruppen unterteilen, wobei betont werden muss, dass diese Liste offen ist. Je nach der Struktur lassen sich unter den *Demo*-Bildern, die die *Bild*-Fläche konstituieren, mehrere Typen unterscheiden. Neben *realistischen Demo-Bildern*, die Alltagssituationen thematisieren, gibt es u.a. auch *inszenierte Bilder*, die

---

<sup>8</sup> Kress und van Leeuwen (vgl. 1996:183–185) gebrauchen in diesem Kontext den Begriff *framing*. Das *framing* bedeutet, dass in Gestaltung und Wahrnehmung ‘Rahmen’ konstruiert werden, die kleinere Elemente zusammenfassen.

<sup>9</sup> Vgl. Burger <sup>3</sup>2005:401.

computergenerierte Objekte darstellen, *symbolische Demo-Bilder* oder *Trick-Bilder*. Die *Demo-Bilder* erscheinen entweder als *alleinstehende Bilder* oder als *vertikale* bzw. *horizontale Demo-Bilderreihen*. Die inhaltliche Analyse des Korpus hat erwiesen, dass sich unter den analysierten *Demo-Bildern*, die im Rahmen der *Bild-Fläche* vorkommen, folgende thematische Subkategorien beschreiben lassen:

- a. *politische* Bilder, die sich auf aktuelle politische Ereignisse beziehen und/oder Politiker bei der Arbeit oder in der Freizeit darstellen;
- b. *Naturbilder*, die meistens Landschaften oder Tiere präsentieren;
- c. *Sozio-Bilder*, die aktuelle soziale Probleme thematisieren;
- d. *Alltagsbilder*, die Menschen im Alltag präsentieren;
- e. *Gegen-Bilder*: Nebeneinander kommen zwei Bilder vor, die etwas Gegensätzliches präsentieren;
- f. *Paraphrasen-Bilder*: Das Bild gilt als eine Anspielung auf etwas allgemein Bekanntes (z.B. auf ein bekanntes Gemälde).<sup>10</sup>

Der schwarze Hintergrund und das *Demo-Bild* sind nur zwei prototypische Elemente jedes Demotivators, die dadurch gekennzeichnet sind, dass sie Flächen füllen. Auch die Schrift, die der *Sprache-Fläche* (Merkmal 3) zugrunde liegt, „erzeugt immer ein *Schriftbild* in der Fläche“ (Schmitz 2011a:32). Die Analyse hat ergeben, dass diese *Sprache-Fläche* der *Bild-Fläche* gegenüber kommentierende Funktionen zu erfüllen hat, was auch typografisch zum Ausdruck kommt: Der *Demo-Kommentar* erscheint immer unter dem *Demo-Bild*. In diesem Sinne steht er auch aus typografischer Sicht im Dienste des *Demo-Bildes*. Obwohl sie nur im Rahmen ihrer Flächen erscheinen, verlangen sie diese gegenseitige Begleitung: Das *Demo-Bild* braucht den *Demo-Titel* genauso wie der *Demo-Titel* ohne sein *Demo-Bild* unverständlich bleibt. Darin liegt ihre Partnerschaft. So ist auch der Grund ihrer Semiose. Ohne die verbale Begleitung bräuchte man auf Sehflächen in sich sehr viel komplexere Bilder.

Der Form nach lassen sich folgende formale Typen von *Demo-Kommentaren* unterscheiden:

- a. Einzeiliger *Demo-Haupttitel* (z.B. ‘GESUNDHEIT KANN MAN NICHT KAUFEN’). Mikrotypografisch werden solche Titel meistens dank der Druckschrift hervorgehoben, die als Zeichen der Expressivität dient.
- b. Mehrzeiliger *Demo-Haupttitel*, dessen erster Teil mikrotypografisch hervorgehoben wird (Schriftart/Druckschrift, Schriftgröße, Schriftfarbe) und sich inhaltlich direkt auf das *Demo-Bild* bezieht. Er dient als Impuls, der eine verbale Reaktion hervorruft. Diese erfolgt (meistens) in der zweiten Zeile der *Sprache-*

<sup>10</sup> Aus Platzgründen ist es leider nicht möglich, alle im Beitrag beschriebenen Demotivatoren zu präsentieren.

Fläche und nimmt Bezug direkt auf den ersten Teil des Haupttitels. Die beiden Teiltitel sind nur semantisch und nicht syntaktisch verbunden (z.B. *'Willst du auch ne Kippe? / keine angst, passiert doch nichts'*: Der erste Teil des Kommentars wird dank der Schriftgröße mikrotypografisch hervorgehoben und bezieht sich direkt auf die *Bild*-Fläche, wo zwei Zigaretten zu sehen sind. Der zweite Teil des Kommentars, der in der unteren Zeile erscheint, gilt als Antwort auf die in der ersten Zeile gestellte Frage und hat keinen direkten Bezug zur *Bild*-Subfläche).

c. Mehrzeiliger *Demo*-Haupttitel, dessen Elemente nicht nur semantisch, sondern auch syntaktisch verbunden sind. Aus ihrem Zusammenspiel resultiert eine logische, syntaktische Einheit. (z. B. *Nils Bohlin / hat mehr Leben als Superman gerettet*).

Die Analyse der *Sprache*-Fläche hat ergeben, dass die *Demo*-Titel auch unter syntaktischem Aspekt unterschiedlich formuliert werden können. Dabei lassen sich einige syntaktische Regelmäßigkeiten feststellen. Die Vorliebe für Kürze lässt sich im Falle von *Demo*-Titeln damit erklären, dass „[verbale – M.M.] Texte auf Sehflächen [...] dazu neigen, größere grammatisch-hierarchisch gebaute Bögen (z.B. komplexe Wortbildungen, längere Satzglieder, oder ganze Sätze) zu vermeiden zugunsten jeweils kleinerer, in sich wenig strukturierter Einheiten [...]“ (Schmitz 2011a:37). Im Falle der *Demo*-Titel werden folgende syntaktische Titeltypen unterschieden:

- a. Nominalphrasen (z.B. *'Lust auf Küssen?'*; *'Endlich keine Schuppen mehr'*);
- b. Aussagesätze (z.B. *'Jede Leidenschaft hat ihren Anfang'*);
- c. Imperativsätze (z.B. *'Benutz es'*);
- d. Fragesätze (z.B. *'Was habe ich nun getan?'*);
- e. Satzverbindungen (z. B. *'Entweder hat man es oder hasst man es'*) und Satzgefüge (z.B. *'Wenn Inhalt leer ist, hilft auch keine Kleidung'*).

Die Analyse der deutschen Demotivatoren hat bewiesen, dass die bildliche Ebene solche sprachlichen Ressourcen enthalten kann, die dann im Rahmen der *Sprache*-Fläche direkt thematisiert werden. In Abbildung 2 wird im Rahmen der *Bild*-Fläche nicht das Bild von Bedeutung, sondern das dabei präsentierte Wort *'Töten'*. Dieses Wort bildet eine semantische Brücke zwischen *Bild*- und *Sprache*-Fläche. Infolgedessen kommt es zu einer verbalen Partnerschaft, die das in der *Bild*-Fläche erscheinende Wort *'Töten'* und der darunter stehende *Demo*-Titel *'Klare Ansage'* eingehen. Alle Elemente dieser verbalen Partnerschaft werden auch mikrotypografisch miteinander verknüpft, weil sich das verbale Element der *Bild*-Fläche und der *Demo*-Titel die Sub-Modalität Farbe teilen (gebrauchte Schriftfarbe ist weiß). Infolgedessen wird eine formale Brücke zwischen der *Sprache*- und der *Bild*-Fläche gebildet, die ihrerseits zu einer intermodalen Kohäsivität führt.



Abb. 2. Sprachliche Ressourcen erscheinen sowohl in der *Bild*-, als auch in der *Sprache*-Fläche (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

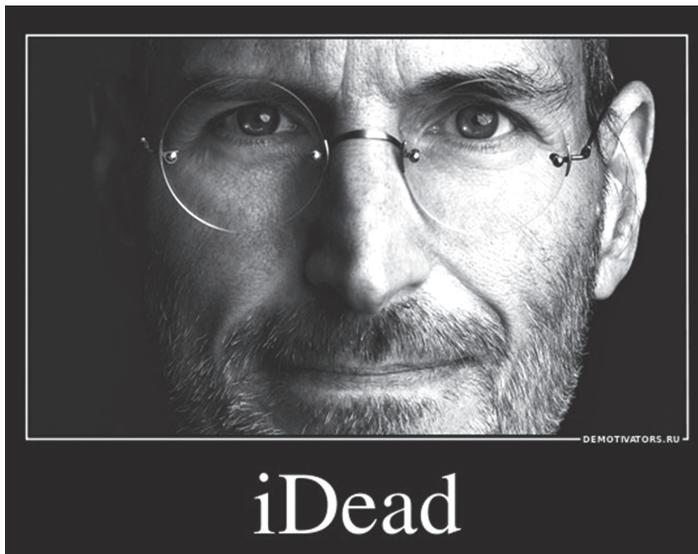


Abb. 3. Die *Sprache*-Fläche als mikrotypografische Anspielung auf iPad oder iPhone von *Apple* (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

Im Gegensatz dazu gilt die Mikrotypografie des in Abbildung 3 präsentierten Titels *'iDead'* als direkte Anspielung auf iPad oder iPhone der Firma *Apple* und deren Begründer Steve Jobs, der im Rahmen der *Bild*-Fläche erscheint. Der Anlass zur Entstehung dieses Demotivators war höchstwahrscheinlich der Tod von Steve Jobs: Als Bestätigung dieser These gilt der *Demo*-Titel *'iDead'*. Dieser Demotivator kann als Bestätigung dafür dienen, dass „typographische Elemente [...] ein diskursiv eingebundenes, konventionalisiertes semiotisches System auf der Textebene [bilden], das kulturelles Wissen evoziert“ (Spitzmüller 2009:464).

Die zweite von den im vorliegenden Beitrag thematisierten Ebenen der deutschen Demotivatoren ist die *Inhaltsebene*. Es steht außer Zweifel, dass diese Ebene ganz eng mit der gerade besprochenen *Ausdrucksebene* verknüpft ist. Die *Ausdrucksebene* beeinflusst die Art und Weise, wie der Inhalt eines Demotivators wahrgenommen und interpretiert wird. Es gibt zahlreiche Beispiele, die beweisen, wie wichtig ein *Demo*-Titel für die Interpretation des ganzen Demotivators sein kann. In Abbildungen 4 und 5 bestehen die *Bild*-Flächen aus je 18 Mikro-*Demo*-Bildern, auf denen Bundeskanzlerin Angela Merkel zu sehen ist. Der erste Demotivator (Abb. 4) kommentiert dieses *Demo*-Bild mit dem folgenden *Demo*-Titel: *'Manche Dinge. Die kann auch die Zeit nicht heilen'*. Die im Rahmen der *Sprache*-Fläche thematisierten und auf der *Bild*-Fläche präsentierten Dinge sind: Der Haarschnitt der Bundeskanzlerin, ihre Vorliebe für Anzüge aller Art sowie ihre Aufmerksamkeit erregende Handhaltung. Der zweite Demotivator (Abb. 5) scheint in seiner kommentierenden Funktion präziser und dazu humorvoller zu wirken. Im Rahmen der *Sprache*-Fläche wird die Antwort auf die Frage gesucht, warum Bundeskanzlerin ihre Hände fast immer identisch hält. Die Ursache dieser Handhaltung heißt Sekundenkleber!

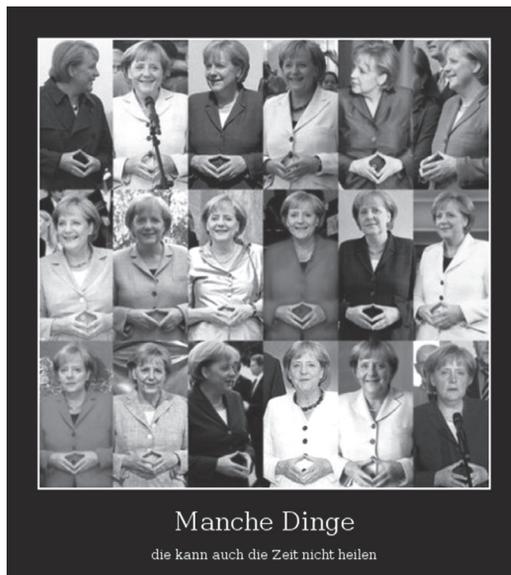


Abb. 4. Demotivator mit mehrteiliger *Bild*-Subfläche (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)



Abb. 5. Demotivator mit mehrteiliger *Bild*-Subfläche (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

Die Demotivatoren gelten als Kommunikate, in denen es zu multimodalen Verflechtungen kommt. Hartmut Stöckl weist darauf hin, dass gerade aus der Kombination verschiedener semiotischer Ressourcen die kommunikative Kraft der multimodalen Botschaften entspringt.<sup>11</sup> Auch wenn ihre bildlichen Ressourcen dem schriftsprachlichen Teiltext keine zusätzlichen Informationen zufügen, bleibt unbestritten, dass sie im Text präsentierte Propositionen visualisieren und dadurch dem Rezipienten die Raumorganisation der ganzen Botschaft wesentlich erleichtern. Mit der Multimodalität ist eng ihre Nonlinearität verbunden, die verursacht, dass die Rezipienten selbst entscheiden können, welche Informationen und in welcher Reihenfolge sie aufnehmen wollen. Thomas Schröder zufolge „[heißt] Modularisierung, dass Textstruktur visualisiert wird und dass selektive Rezeption erleichtert wird“ (Schröder 2010:174). Im Falle von nonlinearen Kommunikaten wird der Rezipient zu einem Navigator, der entscheidet, in welcher Reihenfolge er die Informationen aufnehmen will. Es hängt vom Rezipienten ab, welche Leseabfolge der Module gewählt wird, obwohl betont werden muss, dass diese Leseabfolge durch verschiedene Lesepfade des Autors vorgegeben werden kann. Das ist der Grund dafür, die Gestaltung von nonlinearen Kommunikaten für rezipientennah und aktivierend zu halten.

Die kommunikative Funktion der Demotivatoren, die aus dieser multimodalen Verflechtung resultiert, lässt sich auf folgende Art und Weise beschreiben:

- a. *Demotivator als ironischer Kommentar* zu aktuellen Ereignissen;
- b. *Demotivator als Auslöser gegensätzlicher Assoziationen*. In solchen Demotivatoren wird bewusst mit Sprache und Symbolen gespielt, die oft gegen-

<sup>11</sup> Vgl. Stöckl 2012:179.

sätzlich wirken und semantisch zwar nicht zusammengehören, aber trotzdem eine gemeinsame Sehfläche des Demotivators bilden, die von ihren Teilflächen profitiert;

c. *Demotivator als Auslöser neuer, paralleler Kontexte.* In Abbildung 6 wird das Symbol F1 in zwei verschiedenen Kontexten präsentiert. Während auf der *Bild*-Fläche die kaputte Taste F1 präsentiert wird, werden im Rahmen der *Sprache*-Fläche Assoziationen mit einem Formel 1-Unfall gebildet;



Abb. 6. Demotivator als Auslöser neuer Kontexte (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

d. *Demotivator mit metasprachlicher Funktion.* Nicht nur die *Sprache*-Fläche, sondern auch die *Bild*-Fläche macht von der Sprache Gebrauch, indem sie sprachliche Aktivität von Menschen kommentiert;

e. *Demotivator als Warnung.* In Abbildung 7 wird die warnende Funktion des Demotivators dadurch verstärkt, dass im *Demo*-Titel die rote Schriftfarbe gebraucht wird, die als metaphorisches Lexem für *Gefahr* steht. Sie wirkt warnend und zieht viel stärker Aufmerksamkeit auf sich als die weiße Farbe. Dabei ist auch das im Rahmen der *Sprache*-Fläche gebrauchte Personalpronomen 'du' von Bedeutung. Dieses Pronomen bietet den potenziellen Adressaten des Demotivators die Möglichkeit, sich zu identifizieren und als Autor der Äußerung zu projizieren. Die *Bild*-Fläche wirkt dadurch so interaktiv, weil diese anonyme Person eben mit dem frontalen Aufnahmewinkel präsentiert wird. Gunther Kress und Theo van Leeuwen zufolge haben Gesichter in der frontalen Perspektive einen direkt auffordernden Charakter (vgl. Kress/van Leeuwen 1996:121ff.). Diese frontale und

leichte Untersichtperspektive kann als Zeichen dessen interpretiert werden, dass die Drogen Macht über Süchtige haben. Diese suggestive Kraft der *Bild*-Fläche strahlt hier auf die Wahrnehmung der *Sprache*-Fläche aus.



Abb. 7. Demotivator als Warnung (Quelle: [www.demovator.de](http://www.demovator.de), Zugriff am: 12.11.2012)

Die oben präsentierte Analyse hat ergeben, dass sich die untersuchten Demotivatoren sehr oft der Metapher bedienen. Das betrifft vor allem die *Sprache*-Fläche, die von verschiedenen metaphorischen Ausdrücken Gebrauch macht und dadurch sprachliche Bilder evoziert. Metaphorisch wirken aber auch die ganzen Demotivatoren, deren semiotische Ressourcen reziprok miteinander verbunden sind. Die beiden Zeichensysteme sind zwar strukturell, semantisch und pragmatisch verschieden, aber sie werden in Gesamttexten so kombiniert, dass sie sich in ihrer Darstellungs- und Ausdruckskraft ergänzen können. Infolgedessen lässt sich die *Sprache*-Fläche als Gebrauchskontext der *Bild*-Fläche beschreiben und die *Bild*-Fläche fungiert als Gebrauchskontext der *Sprache*-Fläche. Hartmut Stöckl zufolge „[entsteht dabei] an der Schnittstelle der beiden Codes [...] ein semantischer Spielraum, der vielfältige Möglichkeiten der Bedeutungskonstruktion eröffnet“ (Stöckl 2005:71). Wenn in Anlehnung an Werner Kroeber-Riel angenommen wird, dass „Bilder [...] schnelle Schüsse ins Gehirn [sind]“ (Kroeber-Riel 1993:53), kann vermutet werden, dass die materiellen Bilder der *Bild*-Fläche den im Rahmen der *Sprache*-Fläche gebrauchten Formulierungen zu Geltung verhelfen. Diese werden nicht nur aktiviert, sondern auch zu den materiellen *Demo*-Bildern in Bezug gesetzt (vgl. Stöckl 2005:71). Die Demotivatoren sind dadurch gekennzeichnet, dass die materiellen Bilder der *Bild*-Fläche und die *Demo*-Titel, die im Rahmen der *Sprache*-Fläche vorkommen, im Wesentlichen die metaphorischen Verstehen-

sprozesse organisieren. Auch deshalb bezeichnet Hartmut Stöckl das Verstehen von solchen Sprache-Bild-Texten als „integrative und interdependente Kopplung aus verbalen und visuellen Verstehensprozessen“ (Ebd.). Diese Art des multimodalen Textverstehens gilt als „wechselseitiges Aktivieren und Formen der Bedeutungspotenziale von Sprache und Bild mit dem Ziel, eine im Kontext relevante und schlüssige minimale Gesamtbotschaft zu rekonstruieren“ (Stöckl 2011:55). So werden die Demotivatoren zu einer minimalen Gesamtbotschaft, die in ihren reziprok verbundenen Zeichenressourcen mündet.

## Literatur

- Bucher Hans-Jurgen: *Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium*. In: Hess-Lüttich E. W. B./Holly W./Püschel U. (Hrsg.): *Textstrukturen im Medienwandel*. Frankfurt am Main 1996, S. 31–59.
- Burger Harald: *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin <sup>3</sup>2005.
- Doelker Christian: *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart 1997.
- Fix Ulla: *Textstil und KonTextstile. Stile in der Kommunikation als umfassende Semiose von Sprachlichem, Parasprachlichem und Außersprachlichem*. In: Fix U./Lerchner G. (Hrsg.): *Stil und Stilwandel. Festschrift für Bernhard Sowinski zum 65. Geburtstag*. Leipziger Arbeiten zur Sprach- und Kommunikationsgeschichte. Bd. 3, Frankfurt am Main–Berlin 1996, S. 111–132.
- Fix Ulla: *Zugänge zu Stil als semiotisch komplexer Einheit. Thesen, Erläuterungen und Beispiele*. In: Jakobs E.-M./Rothkegel A. (Hrsg.): *Perspektiven auf Stil*. Tübingen 2001, S. 113–126.
- Fix Ulla: *Aktuelle linguistische Textbegriffe und der literarische Text. Bezüge und Abgrenzungen*. In: Winko S./Jannidis F./Lauer G. (Hrsg.): *Grenzen der Literatur*. Berlin–New York 2009, S. 103–135.
- Holly Werner: *Der Wort-Bild-Reißverschluss. Über die performative Dynamik der audiovisuellen Transkriptivität*. In: Feilke H./Linke A. (Hrsg.): *Oberfläche und Performanz*. Tübingen 2009, S. 389–406.
- Klemm Michael / Stöckl Hartmut: *Bildlinguistik – Standortbestimmung, Überblick, Forschungsdesiderate*. In: Diekmannshenke H./Klemm M./Stöckl H. (Hrsg.): *Bildlinguistik*. Berlin 2011, S. 7–18.
- Kress Gunther / van Leeuwen Theo: *Reading images. The grammar of visual design*. London 1996.
- Kress Gunther / van Leeuwen Theo: *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London 2001.
- Kroeber-Riel Werner: *Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung*. München 1993.
- Schmitz Ulrich: *Lesebilder im Internet. Neue Koalitionen und Metamorphosen zwischen Text und Bild*. In: *Zeitschrift für Germanistik*. Neue Folgen XIII, H. 3/2003, S. 605–628.
- Schmitz Ulrich: *Blind für Bilder. Warum sogar Sprachwissenschaftler auch Bilder betrachten müssen*. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 69/2005, S. 187–227.
- Schmitz Ulrich: *Sehflächenforschung. Eine Einführung*. In: Diekmannshenke H./Klemm M./Stöckl H. (Hrsg.): *Bildlinguistik*. Berlin 2011a, S. 23–42.
- Schmitz Ulrich: *Blickfang und Mitteilung. Zur Arbeitsteilung von Design und Grammatik in der Werbekommunikation*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik (ZfAL)* (54/2011b), S. 79–109.
- Schneider Jan Georg / Stöckl Hartmut: *Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung*. In: Schneider J. G./Stöckl H. (Hrsg.): *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze*. Köln 2011. S. 10–38.
- Schröder Thomas: *Die Bilder-Zeitung: wie ein Textmedium zu einem Medium der visuellen Kommunikation wird*. In: Bucher H.-J./Glöning Th./Lehnen K. (Hrsg.): *Neue Medien – Neue Formate*.

- Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation*. Frankfurt am Main–New York 2010, S. 169–188.
- Spitzmüller Jürgen: *Typographisches Wissen: die Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamische Gestalt*. (=Reihe Germanistische Linguistik 283). Tübingen 2009, S. 459–486.
- Stöckl Hartmut: *Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte, Theorien, Analysemethoden*. New York–Berlin 2004a.
- Stöckl Hartmut: *Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41/2004b, S. 5–48.
- Stöckl Hartmut: *Anschauungsorientierung im Text – Zwischen Sprache und Bild*. In: Fix U. et al. (Hrsg.): *Zwischen Lexikon und Text – Lexikalische, stilistische und textlinguistische Aspekte*. Stuttgart–Leipzig 2005, S. 64–79.
- Stöckl Hartmut: *Zeichen, Text und Sinn – Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse*. In: Eckkrammer E. M./Held G. (Hrsg.): *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Medientexten*. Frankfurt am M. 2006, S. 11–26.
- Stöckl Hartmut: *Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz*. In: Diekmannshenke H./Klemm M./Stöckl H. (Hrsg.): *Bildlinguistik*. Berlin 2011, S. 43–70.
- Stöckl Hartmut: *Finanzen verbalisieren – Die Text-Bild-Sorte Infographik*. In: OBST Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie, Heft 81 ‘Sprache und Geld’. Duisburg 2012, S. 177–199.

## Internetquelle

[www.demovator.de](http://www.demovator.de) [Zugriff am: 12.11.2012.]

## Abstracts

Im vorliegenden Beitrag wird die linguistische Analyse von Sprache-Bild-Texten präsentiert, deren Bezugspunkt deutsche Demotivatoren bilden. Gerade die Demotivatoren gelten als Beispiel dessen, wie eng und vielfältig die Beziehung zwischen Sprache und Bild sein kann. Zum konstitutiven Merkmal der Demotivatoren wird die Koexistenz zweier souveräner, aber auch im gewissen Sinne symbiotischer Flächen, d.h. einer *Sprache*-Fläche und einer *Bild*-Fläche. Der Typ der Beziehung, zu der es zwischen den beiden Teilflächen kommt, nimmt Einfluss auf die Funktion des Demotivators. In dem Beitrag setzt man sich zu Ziel, unterschiedliche Typen der Demotivatoren zu präsentieren, die beiden Teilflächen linguistisch zu analysieren und die Funktionen dieser Sprache-Bild-Texte zu klassifizieren.

**Schlüsselwörter:** Sprache-Bild-Text, Materialität der Sprache, Textlinguistik, Bildlinguistik

## Pictures described — language illustrated. On the materiality and mediality of verbal-iconic texts on based the example of German demotivators

In the article the linguistic analysis of verbal-iconic texts was presented, carried out on the example of German demotivators. It is precisely demotivators that constitute an excellent example of how strong and multidimensional the relation between a word and a picture can be. The constitutive feature of demotivators is the coexistence of two sovereign, and yet to some extent, also symbiotic planes that the plane of language and the plane of picture pose. In turn, the type of relation in which

the above mentioned planes remain towards each other determines the functions of demotivators. In the article various types of demotivators were presented, the plane of language and the plane of picture were analyzed as well as the functions of those verbal-ionic texts classified.

**Keywords:** verbal-ionic text, materiality of language, text linguistics, picture linguistics

Magdalena Makowska  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski  
Katedra Filologii Germańskiej  
ul. Kurta Obitza 1  
10-725 Olsztyn  
Polen  
E-Mail: [magdalena.makowska@uwm.edu.pl](mailto:magdalena.makowska@uwm.edu.pl)