

Ewa Żebrowska

Text – Bild – Hypertext

Warschauer Studien zur Germanistik
und zur Angewandten Linguistik

Herausgegeben von Sambor Grucza
und Lech Kolago



PETER LANG
EDITION

Einleitung

Einstieg in die Problematik

Die linguistische Konzeptualisierung von Sprache, tief in der Tradition dieser Disziplin verwurzelt, lässt monomediale und -modale Kommunikation als ‚Normalfall‘ zu. Die gesellschaftliche Kommunikationspraxis zeigt jedoch, dass sprachliche Ausdrücke auf ihrer wahrnehmbaren Ebene prinzipiell als multimediale und -modale Kommunikation zu verstehen sind. Ich möchte das vorliegende Buch mit zwei Feststellungen eröffnen, die auch für die Herausgeber des Jahrbuchs 2009 des Instituts für Deutsche Sprache (Deppermann/ Linke 2010: VII) den Ausgangspunkt der Überlegungen bildeten. Sprachliche Äußerungen kommen in medial und materiell gebundenen Erscheinungsformen vor sowie im Verhältnis mit anderen Modalitäten der Kommunikation (Mimik, Gestik, Bild, Geräusch, Ton u.a.). An die Stelle der amedialen Auffassung von Sprache tritt die Konzeption der Intermedialität von sprachlichen Äußerungen, also der intermedialen Relationierung sprachlicher Phänomene. Die Relevanz der Materialität, also der Oberfläche sprachlicher Phänomene, rückt somit ins Zentrum des Interesses (vgl. Krämer/ König 2002; Linke/ Feilke 2009). Zu einem wichtigen Anliegen der Forschung wird die Erkenntnis, dass sprachliche Ausdrücke kraft ihrer materiellen und medialen Einbettung auch ästhetische und affektive Qualitäten aufweisen. Ausschließlich geschriebene Texte kommen immer seltener in ihrer reinen Form vor, wenn aber, dann beschränkt sich dies auf bestimmte Textsorten oder Kommunikationsformen. Visuelle Elemente, Design, Gestaltung, Bilder spielen eine immer größere Rolle. Immer häufiger haben wir es auch mit Text-Bild-Verbindungen (-Komplexen, -Konglomeraten, -Gefügen) zu tun, die in der vorliegenden Arbeit als Ganzheit, als multimodale Kommunikate verstanden werden. Ulrich Schmitz (2005: 199) zufolge ist Sprachliches in die nonverbale, akustische und visuelle Kommunikation eingebettet, was durch moderne Medien noch verstärkt wird. Mediale Kommunikation ist prinzipiell durch Text-Bild-Konglomerate geprägt. Text-Bild-Verhältnisse, wie sie sich heute insbesondere auf Websites geltend machen und in denen das sog. Sehflächen-Design zur zentralen Kategorie wird, bilden ein oft diskutiertes Forschungsfeld, für das U. Schmitz den Terminus „tertiäre Schriftlichkeit“ geprägt hat.

Im Schwange sind gegenwärtig auch die Begriffe *Multimodalität* und *multimodale Texte*. Sie gehen auf Gunther Kress und Theo van Leeuwen zurück, die 1996 auch den Terminus *Bilderlesen* eingeführt haben. Zwei Jahre später waren sie bereits davon überzeugt, dass Kommunikation sich nie auf nur ein Zeichensystem beschränkt, und stellten die These auf: „all texts are multimodal“ (Kress 1998: 186). Kommunikation ist vielschichtig, und der Sinn ergibt sich aus dem Zusammenwirken der semiotischen Modi: „meaning is made in many different ways, always, in the many different modes and media which are co-present in a communicational ensemble“ (Kress/ van Leeuwen 2001: 111).

Das Interesse an multimodalen Kommunikationsangeboten ist in der Linguistik seit einigen Jahren stark präsent. Es werden verschiedene gesellschaftliche Rahmenbedingungen reflektiert, einen erheblichen Teil davon bilden die technischen Bedingungen der digitalen Textproduktion und -rezeption, die dazu beigetragen haben, dass sich (schriftliche) Texte, vor allem in ihrem Aussehen, stark gewandelt haben. Sowohl auf Rezipienten- als auch auf Produzentenseite wird heutzutage design- und bildbezogene Kompetenz erwartet. Mit Multimodalität meint man eben in erster Linie die Verbindung unterschiedlicher visueller Modalitäten, d.h. alphabetschriftlicher und bildlicher Elemente, die zusammen die Sehfläche füllen. Hinzu treten weitere Modalitäten, vor allem die auditive Modalität, so dass verschiedene Kombinationen möglich sind: in der Face-to-face-Kommunikation (vgl. Bonacchi 2011) etwa das Zusammenspiel von lautlichen, mimischen, gestischen Anteilen, in der elektronischen Umgebung von klanglichen, lautlichen, schriftlichen, diagrammatischen und bildlichen Anteilen (vgl. Steinseifer 2011: 165). M. Steinseifer spricht dabei von seitenbasierten Texten oder Dokumenten, die sich als visuell zu rezipierende Kommunikationsangebote darstellen.

Vor diesem Hintergrund hat die kommunikationsorientierte Linguistik in den letzten Jahren ihre Interessen und ihren Analysegegenstand wesentlich erweitert. So gilt die Computervermittelte Kommunikation (engl. *Computer-Mediated Communication CMC*) als ein etabliertes Forschungsgebiet. Computervermittelte Texte tendieren zunehmend zum visuellen Erlebnis und werden auch als visuelle oder visualisierte Texte bezeichnet. Für die Linguistik ergeben sich daraus neue Forschungsperspektiven.

Es sei an dieser Stelle noch einmal U. Schmitz (2010: 412) angeführt, dem zufolge in der computervermittelten Kommunikation „überschaubar stabile Informationswelten gegen unendlich variable Komplexität“ getauscht werden. Veränderliche Bildschirme ersetzen fest bedrucktes Papier, einzeln programmierbare Pixel ersetzen bewegliche Lettern, eine flächige und zeitlich bewegliche Ordnung ersetzt die materiell räumliche. Es herrschen insgesamt ganz neue Verhältnisse, auf die im Folgenden eingegangen wird.

Im WWW sind gewisse Neuerungen und Veränderungen festzustellen, und der Wandel der technischen Voraussetzungen lässt neue Textsorten entstehen. Zu den wichtigsten deutschsprachigen Arbeiten zum WWW zählen diejenigen von: G. Rehm (2005), J. Bittner (2003), O. Huber (2002) oder D. Schütte (2004). A. Storrer (2000) spricht von neuen Textarten im Internet und plädiert zugleich für die textlinguistische Erforschung digitaler Medien. Schon im Jahre 1998 sah S. Krämer voraus, dass die Begriffe *Text* und *Bild* sowie die ihnen entsprechenden Begriffe *Lesen* und *Betrachten* sich unter dem Einfluss neuer Technologien verändern würden – eine Entwicklung, die wir gegenwärtig an Hypertexten und virtueller Realität beobachten können. G. Antos et al. (2011: 648) vermuten, dass die Online-Textrezeption und -Produktion die traditionelle, papierbasierte überholen wird. Von Interesse sind hier u.a. auch E-Books und mobile Lesegeräte. Nach Angaben des Onlinebuchhändlers Amazon vom 26. Dezember 2009 überschritt zu Weihnachten 2009 die Anzahl der gekauften Kindle-Bücher erstmals die der Papirausgaben. Die medialen Rahmenbedingungen müssen somit in der wissenschaftlichen Forschung berücksichtigt werden.

Seit Jakob Nielsens Forschungen zu den durch das Web veränderten Rezeptionsbedingungen *How Users Read on the Web. They don't* (1997), seit einem guten Jahrzehnt also, entwickelt sich eine gewisse, vor allem praktisch ausgerichtete Reflexion zum Thema sowie eine Ratgeberliteratur zur Gestaltung guter, mediengerechter Texte, die sich nicht mehr an den klassischen Regeln des Schreibens und des Lesens orientieren. Darüber hinaus erhalten Texte im Internet neue Funktionen, etwa im Kontext von Public Relations, wo Marketing und Werbung eine entscheidende Rolle spielen.

Ziele der Arbeit

Auf der Grundlage der bisherigen Ausführungen wird im Folgenden das Ziel der Arbeit verdeutlicht: Sie soll die Veränderungen der medialen Bedingungen für die Textualität aufzeigen und die Präsenz bildlicher Elemente in der textuellen Umgebung untersuchen. Die vorliegende Arbeit fokussiert den Teil der Kommunikation, der mit dem Internet und dem Dienst des *World Wide Web* verknüpft ist. Sie versteht sich als ein genuin textlinguistischer Beitrag zur Beschreibung von Hypertexten und Hypertext-Oberflächen. Der Titel der vorliegenden Arbeit *Text – Bild – Hypertext* verweist darauf, dass eben das Bild ein verbindendes Element auf dem Weg vom Text zum Hypertext, vom Sprachlichen zum Digitalen darstellt. Die sprachtheoretische Reflexion soll einer textlinguistischen Analyse der Hypertextualität den Weg ebnen, wobei das Bedürfnis

nach einer neuen linguistischen Subdisziplin, der *Bildlinguistik* plausibilisiert werden soll. Bei der Untersuchung des Phänomens wird von einem breiten theoretischen Hintergrund ausgegangen. Folgende Fragen stehen im Mittelpunkt:

- Wie ist der ontische Status von Sprache(n)?
- Inwieweit sind Sprachen im kulturellen Gefüge zu sehen?
- Wodurch kennzeichnet sich die heutige (hyper)mediale Kultur?
- Wie ist der Weg von der traditionellen Schriftlichkeit und Textualität bis hin zur Hypertextualität?
- Welche technologischen Voraussetzungen für die Hypertextualität gibt es?
- Wie sind Hypertexte zu konzeptualisieren?
- Wie ist der textlinguistische Zugang zu ihnen?
- Anhand welcher Kriterien lassen sie sich beschreiben?
- Wie ist die Rolle der Bildlichkeit in der Hypertextualität?
- Welche weiteren Forschungsperspektiven eröffnen sich?

Die zu beschreibenden Phänomene werden an repräsentativen Beispielen exemplifiziert. Aus diesem Grunde – d.h. vor allem aufgrund der exemplarischen Erprobung – erhebt die vorliegende Arbeit nicht den Anspruch auf empirisches Vorgehen. Vielmehr geht es darum, die Möglichkeit der Übertragung des textlinguistischen Konzepts auf die den Hypertext betreffenden Fragen aufzuzeigen. Die Textlinguistik stellt gut fundierte Methoden zur Analyse der kommunikativen Praxis bereit. Die Analyse der interaktiven und multimedialen, durch Fixierung verlorengelassenen Elemente sowie die Vielschichtigkeit der Daten, die sich schwer in die linguistische Analyse transponieren lassen, stellt eine besondere Herausforderung dar.

Aufbau der Arbeit

Das vorliegende Buch besteht aus fünf Kapiteln und stellt zunächst unterschiedliche Auffassungen der Sprache dar, wobei der Schwerpunkt auf die kulturelle Einbettung sprachlicher Phänomene gelegt wird. Sprache und Kultur kommen in einem Menschen zusammen als seine sprachlichen und kulturellen Eigenschaften. Wenn sprachliche Eigenschaften eine reale Gestalt, eine konkrete Form annehmen, materialisieren sie sich. In der historischen Entwicklung beobachten wir dieses Phänomen unter anderem als eine sich verändernde Schriftlichkeit, was in Kapitel 2 *Materialität sprachlicher Äußerungen* thematisiert wird. Hier findet der Leser die Antwort auf die Frage, ob dem Mündlichen oder dem Geschriebenen das Primat zukommt. Ein wichtiger Schritt in der Geschichte der Sprachlichkeit war die Vertextung sprachlicher Äußerungen, deshalb nähert sich Kapitel 2 aus verschiedenen Perspektiven dem Text-Begriff und spannt den Bo-

gen von den linguistischen über die literaturästhetischen bis hin zu den semiotischen Text-Begriffen.

Im darauffolgenden Kapitel 3 wird auf die mediale Wende in den Geisteswissenschaften eingegangen, wobei Medien, Modalitäten, der Computer als Medium sowie weitere technologische Grundlagen der computergestützten Texte thematisiert werden. Hypertexte selbst erweisen sich als ein breitgefächertes und umfangreiches Untersuchungsobjekt.

In Kapitel 4 wird auf die computergestützte Hypertextualität eingegangen. Im Vordergrund steht hier die Klärung des Begriffs *Hypertext*, wobei Definitionen verschiedenster Provenienz vorgeschlagen werden. Wichtig ist zu zeigen, dass der textlinguistische Zugang möglich ist. Das Kapitel 4 schließt die kategoriale Differenzierung in Hypertextsorten ab.

Mögliche Beschreibungsdimensionen des Phänomens (vgl. die jeweiligen Unterkapitel) werden in Kapitel 5 angeboten: die Rezeption, die mediale Realisierung von Hypertexten, Textdesign und Layout, Typographie, Verknüpfung von Text und Bild. Die theoretischen Ausführungen werden anhand mehrerer Hypertextbelege exemplifiziert. In Anlehnung an J. Androutsopoulos (2010: 425-7), der zwischen Multimedialität als Koexistenz und Kombination verschiedener Medien und Multimodalität als Koexistenz und Kombination verschiedener semiotischer Modalitäten, Zeichensysteme in einem Text unterscheidet, sehe ich die einzelne Webseite als analytische Grundeinheit an.

Bei der Analyse der Kommunikation in ihrer Vielfalt spricht einerseits ein methodisches Prinzip für die Berücksichtigung empirischer Daten, andererseits muss der Empirie die Begriffs- und Theoriebildung vorausgehen. Ich bin fest davon überzeugt, dass die eigentliche Kraft der Linguistik in ihren explikativen Modellen liegt.