

Medientheorien und Multimodalität

Ein TV-Werbespot - Sieben methodische Beschreibungsansätze

Bearbeitet von
Jan G. Schneider, Hartmut Stöckl

1. Auflage 2011. Taschenbuch. 232 S. Paperback
ISBN 978 3 86962 015 2
Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm
Gewicht: 309 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Medientheorie, Medienanalyse](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Jan Georg Schneider / Hartmut Stöckl (Hrsg.)

Medientheorien und Multimodalität

Ein TV-Werbespot –
Sieben methodische Beschreibungsansätze

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jan Georg Schneider / Hartmut Stöckl (Hrsg.)

Medientheorien und Multimodalität.

Ein TV-Werbespot –

Sieben methodische Beschreibungsansätze

Köln: Halem, 2011

Dies Publikation wurde realisiert mit freundlicher Unterstützung von:



Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2011 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-015-2

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

JAN GEORG SCHNEIDER / HARTMUT STÖCKL Vorwort	7
JAN GEORG SCHNEIDER / HARTMUT STÖCKL Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung	10
TRANSKRIPTE	
Multimodales Transkript ›Hotel-Lobby‹	39
Multimodales Transkript ›U-Bahn‹	42
MICHAEL STAIGER Filmanalyse und Medienkulturkompetenz. Zum sprach- und mediendidaktischen Potenzial audiovisueller Texte	45
ULLA FIX Fraktale Narration. Eine semiotisch-textstilistische Analyse	70
CHRISTA DÜRSCHIED Medien in den Medien, Szenen im Bild	88
HANS-JÜRGEN BUCHER »Man sieht, was man hört« oder: Multimodales Verstehen als interaktionale Aneignung. Blickaufzeichnungsstudie zur Rezeption von zwei Werbespots	109
WERNER HOLLY / LUDWIG JÄGER Transkriptionstheoretische Medienanalyse. Vom Anders-lesbar-Machen durch inter- mediale Bezugnahmepraktiken	151

ELISABETH BIRK	169
Bezugnahme und Weltkonstruktion. Elemente einer symboltheoretischen Bildanalyse	
EVA MARTHA ECKKRAMMER	190
Diachrone Medienanalyse: Zur Analyse multimodaler Vertextungs- strategien in historischer Sicht	
Interview mit der Werbeagentur EURO RSCG Düsseldorf zur Entstehungsgeschichte der beiden Werbespots	216
Autorinnen und Autoren	224

Medientheorien und Multimodalität: Zur Einführung

1. Wissenschaftstheoretischer Hintergrund

Nachdem die Linguistik des vergangenen Jahrhunderts weitgehend bestrebt war, ihr Untersuchungsobjekt ›Sprache‹ in Isolation zu betrachten, lässt sich in den letzten Jahren ein zunehmendes Interesse am Zusammenspiel von Sprache und anderen Zeichensystemen und Medien ausmachen. Dieses Interesse zeigt sich mittlerweile in einer Vielfalt unterschiedlicher Theorieansätze: beispielsweise in Arbeiten zur multimodalen Textanalyse (KRESS/VAN LEEUWEN 2001; STÖCKL 2004a) und in damit verwandten semiotisch-stilistischen Ansätzen, die sich um einen »übersprachlichen Textbegriff« (FIX/WELLMANN 2000: XIII) bemühen. Diese und andere pragmatische Ansätze, d. h. Ansätze, die am kommunikativen Handeln orientiert sind, teilen die Auffassung, dass Sprache »von allem störenden Drumherum befreit« – also »Sprache pur« (HOLLY 2009: 389) – kaum vorkommt und sich im Gebrauch sehr häufig mit anderen Zeichensystemen und Medien verbindet – dass also, mit anderen Worten, Multimedialität bzw. Multimodalität nicht die Ausnahme, sondern den Normalfall darstellt. Dies gilt auch umgekehrt für andere Zeichensysteme, die in den Einzelwissenschaften zumeist in fahrlässiger, weil nicht dem tatsächlichen kommunikativen Gebrauch entsprechender Isolation studiert werden: Bild, Musik, Gestik, Mimik, Layout, Typografie etc. kommen zumeist in Kombination mit Sprache und untereinander verknüpft vor; sie bilden multisemiotische Gesamttex-te. Einen Beleg hierfür lieferte auch die IDS-Jahrestagung 2009, die unter dem Titel ›Sprache intermedial: Stimme,

Schrift, Bild und Ton< durchgeführt wurde, sowie der dazugehörige, gleichnamige Sammelband (DEPPERMANN/LINKE 2010).

Aus der Einsicht in die intermediale bzw. multimodale Verfasstheit von Sprache resultieren zahlreiche Forschungsfragen und -projekte zu Sprache *in* Medien, unter anderem in den sogenannten ›Neuen Medien‹ wie dem »Transmedium« Internet (SANDBOTHE 2001: 152), aber auch in älteren wie dem Fernsehen oder dem Hörfunk. Viel umstrittener ist dagegen die Frage nach Sprache *als* Medium, die sich ja genau dann stellt, wenn man sie zu (anderen) Medien in Beziehung setzt: Ist Sprache selbst auch als ein Medium zu betrachten, oder ist sie begrifflich anders zu fassen, etwa ausschließlich als Zeichensystem?¹ Bereits bei Peirce findet sich die Dualität von Medium und ›mode‹ (Zeichensystem) und die Ambivalenz in der Verwendung der Begriffe: »All my notions are too narrow. Instead of ›Sign‹, ought I not to say *Medium* [eigene Hervorhebung]?« (MS 339 [1906]) – eine Sichtweise, an die etwa Ludwig Jäger in seiner kulturwissenschaftlich orientierten Bestimmung des Medienbegriffs anknüpft. Jäger betrachtet Sprache als ein Medium und betont generell den Verfahrens- bzw. Prozessaspekt von Medien: Sie sind keine bloßen »Übermittlungstechniken«, sondern »Operatoren, die die Inhalte, die sie speichern, generalisieren und distribuieren, zugleich konstitutiv mit hervorbringen« (JÄGER 2004: 14; vgl. auch STETTER 2005: 74 und SCHNEIDER 2006, 2008: Kap. 2.3). Eine verwandte Position vertreten Bolter/Grusin, die Medien als »formal, social, and material network[s] of practices« definieren (2002: 273).

Bei einer rein systemlinguistischen Herangehensweise, wie sie nach wie vor z. B. in generativen Ansätzen vorherrscht, stellt sich die Frage ›Sprache als Medium?‹ sowie die Frage nach dem Verhältnis von Sprache und (anderen) Medien erst gar nicht. Sie taucht erst dann auf, wenn Sprache in ihrer medialen Verkörperung – als gesprochene, geschriebene oder gebärdete Sprache – und in ihren situativen und sozialen Kontexten analysiert wird.

2. Grundidee des Bandes

Die Autoren des vorliegenden Bandes verbindet ihr Interesse an ›verkörperter‹, d. h. materialisierter Sprache und konkreter, real existierender

1 Vgl. hierzu unten Abschnitt 5.2

Kommunikation. Sie untersuchen sprachliche Performanzen im Zusammenspiel mit anderen Zeichensystemen und Medien. Der Band ist aus einem internationalen Symposium hervorgegangen, das wir im September 2009 an der Universität Salzburg unter dem Titel »Von der Tauglichkeit der Theorie in der Praxis. Medientheorien in der multimodalen Textanalyse« durchgeführt haben. Bei der Planung und Durchführung hatten wir uns zwei Ziele gesetzt:

1. Uns ging es darum, herauszuarbeiten, welche neuen Ansätze sich in der mit Sprache und multimodalen Gesamttexen befassten pragmatischen Linguistik und Medienwissenschaft der letzten Jahre etabliert haben. Hier zeigt sich ein Bestreben, Wechselwirkungen zwischen Medium/Medien und den gestalterischen Eigenschaften der mediatisierten semiotischen Produkte aufzuzeigen. Ebenso rücken die semantischen Verquickungen verschiedener Zeichenarten und -systeme in den Fokus der Studien; eine Theorie des multimodalen Textes ist im Entstehen.²
2. Wir wollten – und dies ist auch die Kernaufgabe des vorliegenden Bandes – die entworfenen Modelle in der Praxis der Textanalyse erproben, und zwar an einem kulturell signifikanten kommunikativen Artefakt, das Sprache, Bild und Ton zu einem Gesamttext verbindet. So sollte die »Tauglichkeit der Theorie[n] in der Praxis« der multimodalen Textanalyse überprüft und kritisch reflektiert werden. Wir hegten dabei die Hoffnung, dass sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Herangehensweisen zeigen würden und Berührungspunkte wie Schnittstellen mit Gewinn erfahrbar werden.

Zu diesen Zwecken wurden Vertreter unterschiedlicher Medienkonzeptionen eingeladen, ein und dasselbe semiotisch komplexe Kommunikat, einen raffiniert gemachten TV-Werbespot (siehe unten, Abschnitt 4), zu analysieren und die Interpretationsergebnisse auf dem Hintergrund der jeweiligen Theorie zu präsentieren.

So sollte sichtbar gemacht werden, wie praxistauglich die einzelnen Modelle sind und in welchem Verhältnis (synergetisch/einander befruchtend vs. konfliktiv) sie zueinander stehen. Am Ende sollte sich daraus ein

2 Dazu trägt mit Blick auf das Zusammenspiel von Sprache und Bild sowie die methodische Kraft der Linguistik in der Theoretisierung des Bildes jüngst u. a. der Band *Bildlinguistik* (DIEKMANN-SHENKE/KLEMM/STÖCKL 2011) bei.

Kompodium medientheoretischer Ansichten und textanalytischer Praktiken ergeben, das als Ressource für die konkrete interpretative Arbeit an Medientexten dienen und so zur Förderung von Medienkompetenz (STAIGER 2007) beitragen kann.

Der vorliegende Sammelband bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft, Linguistik und Semiotik. Gerade dadurch, dass alle Referenten, die aus unterschiedlichen Disziplinen und Diskursen kommen, sich mit ein und demselben Werbespot befassen, wird der Fokus auf die Methodik und die Theorie gerichtet. Die verschiedenen Ansätze werden dadurch vergleichbar, ihre Tragfähigkeit, ihre Vor- und Nachteile sichtbar gemacht. Somit bieten die Beiträge eine Grundlage dafür, das Funktionieren von Multimodalität bzw. Multimedialität besser zu verstehen: Wie hängen Sprache und (andere) Medien zusammen? In welchem Verhältnis stehen Sprach- und Medienkompetenz? Wenn sie doch auf das Engste miteinander verwoben sind, dann ist die Förderung der Medienkompetenz immer auch eine Förderung der Sprachkompetenz. Oder anders: Sprachliche Förderung und Weiterbildung können nur dann gelingen, wenn die Lehrenden und Lernenden gleichermaßen über eine kritisch-reflexive »Medienkulturkompetenz« verfügen und wenn die zur Sprachförderung eingesetzten Medien didaktisch so gestaltet sind, dass sie in der konkreten Situation optimal im Sinne der Sprachaneignung funktionieren können.

Bei der Tagung und in dem vorliegenden Buch kam es uns darauf an, jeweils konsistente Analysen zu präsentieren, die fest auf einem kurz umrissenen theoretischen Fundament stehen und sich den von uns idealtypisch abgesteckten Ansätzen (siehe unten Abschnitt 3) mehr oder weniger klar zuordnen lassen. Wir möchten so einen konstruktiven Diskurs zwischen den unterschiedlichen Positionen fördern und versuchen daher, nicht zu polarisieren, sondern eher bestehende Gemeinsamkeiten hervorzuheben und feine Nuancen herauszuarbeiten. Die folgenden medien- und zeichentheoretischen Fragestellungen stehen dabei im Vordergrund:

1. Welche Aspekte des zu analysierenden Werbespots lassen sich mit welchem Ansatz wie gut beschreiben? Wo lässt der jeweilige Ansatz Lücken in der Analyse und warum?
2. Welche Konzepte und Begrifflichkeiten (aus Linguistik, Medienwissenschaft oder anderen Disziplinen) werden in den verschiedenen Analyserahmen verwendet, um der Verknüpfung, des Zusammenspiels der »modes« habhaft zu werden und sie adäquat beschreiben zu können?

3. Wie steht das Medium zum ›Mediatisierten‹ und zu den verwendeten Zeichenressourcen?
4. Werden Sprache und eventuell andere Zeichensysteme auch als Medien betrachtet oder ausschließlich als Zeichensysteme? Welche Konsequenzen hat dies für die Beschreibungskraft des Ansatzes?
5. Wie wird das Verhältnis verschiedener Medien untereinander gefasst und wie das Verhältnis zwischen unterschiedlichen Kodes?
6. Wird Medium auf Materialität, technische Apparate, soziale/institutionelle Strukturen etc. reduziert oder kommt ein mehrdimensionaler, dynamischer Medienbegriff zur Anwendung?
7. Welche potenziellen Nutzen ergeben sich aus den Analysen mit Blick auf medienpädagogische und -didaktische Anwendungen? Wie stehen in den einzelnen Ansätzen die Theorien/Modelle zu den praktischen Analysen?

3. Medienkonzepte und Forschungsansätze

Auch wenn die Grenzen zwischen verschiedenen, im Umfeld der Linguistik und Mediensemiotik entstandenen Forschungsansätzen nicht immer sauber zu ziehen sind, lassen sich *idealtypisch* die folgenden Modelle unterscheiden, die sich in den letzten Jahren etabliert haben.

1. Der *semiotisch-textstilistische Ansatz* geht davon aus, dass Stil als soziale Gestalt immer etwas zu erkennen gibt. Der Textbegriff wird hier auf alle perzipierbaren Aspekte eines Textes bzw. kommunikativen Artefakts ausgedehnt (von Sprache über Bilder, Typografie bis hin zu Musik, Geräusch und Nonverbalem). Medien begreift man als materielle Ressourcen und Techniken zur Zeichen- und Textproduktion, deren Spezifika auf die stilistischen Ausdrucksmöglichkeiten rückwirken. Als Vertreterin dieses Ansatzes konnten wir ULLA FIX gewinnen, die sich in zahlreichen Arbeiten intensiv mit dem Stilbegriff beschäftigt hat (FIX 2007). In ihrem Beitrag wird exemplarisch herausgearbeitet, in welchem hohem Maße Stil an der Bedeutungskonstitution von Texten beteiligt ist.
2. Der *am multimodalen Text orientierte Ansatz* konzentriert sich auf die Tatsache, dass Kommunikation, wenn überhaupt, dann selten nur durch *ein* Zeichensystem realisiert wird, sondern zumeist eine integrative Verkoppelung mehrerer Kodes erfordert. Für diese Zeichen-

- kombinationen ergeben sich interessante formale wie semantisch-pragmatische Beziehungen, die im weitesten Sinne auch medial geprägt sind. Diese Beziehungen zu analysieren ist Aufgabe einer Theorie des multimodalen Textes – sie geht aber auch der grundlegenden Frage nach, in welcher Weise Zeichenressourcen und Medien interagieren. Als Vertreter dieses Ansatzes haben wir für die Salzburger Tagung GUNTHER KRESS gewinnen können. Leider jedoch konnte er krankheitsbedingt für das vorliegende Buch keinen Beitrag schreiben. Allerdings geben unsere Kommentare zur Diskussion der Vorträge (s. unten, Abschnitt 5) einige seiner Standpunkte wieder. Zudem nimmt der Abschnitt 6 dieser Einführung (s. u.) wichtige Elemente der von Gunther Kress maßgeblich geprägten Multimodalitätstheorie und Sozialesemiotik auf und zitiert aus seinen Schriften.
3. Der *instrumentalistisch-textpragmatische Ansatz* geht von der begrifflichen Differenzierung zwischen ›Medium‹ und ›Kommunikationsform‹ aus und favorisiert einen eher engen Begriff von ›Medien‹ als technischen Hilfsmitteln und Übertragungsinstrumenten. Hier geht das Medium weitestgehend im Text oder semiotischen Produkt auf und trägt selbst nicht zur Sinnkonstitution bei. Die Medialität eines Textes bestimmt aber zu einem gewissen Teil seinen Produktions- und Rezeptionskontext sowie die kommunikative Situation, in die er gestellt wird. In dieser Sicht sind mediale Eigenschaften von Texten Indikatoren für deren Zugehörigkeit zu Kommunikationsformen, Textsorten oder Genres. Als Vertreterin dieses Ansatzes konnten wir CHRISTA DÜRSCHIED gewinnen, die die begriffliche Unterscheidung zwischen Medien, Kommunikationsformen und kommunikativen Gattungen in einigen neueren Aufsätzen entfaltet hat (DÜRSCHIED 2003, 2005) und diese nun im vorliegenden Band erstmals detailliert auf ein multimodales Kommunikat anwendet.
 4. Der *handlungstheoretische, an der Rezeption orientierte Ansatz* betrachtet Medien vor allem als technische, aber auch als soziale und institutionelle Rahmenbedingungen, in denen Textproduzenten und -rezipienten als Akteure auf vielfältige Weise kommunikativ, semiotisch und kognitiv handeln. Eben diese in oder durch Medien entstehenden Handlungsspielräume versucht man empirisch, auch experimentell, nachzuzeichnen. Dabei geraten vor allem auch die Unterschiede zwischen verschiedenen Medien in den Blick wie auch unsere mentale Disposition zum Medienhandeln. Als Vertreter die-

- ses Ansatzes konnten wir HANS-JÜRGEN BUCHER gewinnen, einen erfahrenen Rezeptionsempiriker. In seinem Beitrag präsentiert und erläutert er die umfangreiche Untersuchung der beiden TV-Werbespots mithilfe eines Methodenmixes der empirischen Rezeptionsforschung (»eye-tracking«, Protokolle des lauten Denkens, Reproduktionsaufgaben). Sein Aufsatz zeigt, wie Wahrnehmung und kognitive Verarbeitung der Filme sowohl von multimodalen Strukturen als auch von erworbenem Wissen und Erwartungen gesteuert werden.
5. Der *transkriptionstheoretische Ansatz* fußt auf einem weiten Medienkonzept, bei dem Zeichen und Medium sich begrifflich überlappen: Hier gibt es prinzipiell keine nicht mediale, d. h. unvermittelte, nicht mediatisierte Kommunikation. Sprache und andere Zeichensysteme werden demnach auch als Medien gefasst. Individuelle und kulturell geteilte Bewusstseinsinhalte müssen immer erst entäußert, d. h. mediatisiert und enkodiert werden, um rezipiert werden zu können. Kommunikation scheint daher ganz wesentlich ein Akt des Umkodierens bzw. Transkribierens von einem Medium (einer Zeichenressource) in ein anderes. Kulturelle Semantik wird nur durch mediale wie modale Transkriptionen ermöglicht. Multimodalität ist somit ein Urzustand des Kommunizierens. Als Vertreter konnten wir mit LUDWIG JÄGER den Begründer dieses Ansatzes gewinnen, sowie WERNER HOLLY, der Jägers Theorie in verschiedenen Arbeiten u. a. auf TV-Spots und Nachrichtensendungen angewandt und weiterentwickelt hat (HOLLY 2007, 2010). In ihrem Beitrag machen Holly und Jäger den Begriff des »medialen Dispositivs« stark. Aus transkriptionstheoretischer Perspektive beschreiben sie – sowohl auf der Mikro- als auch auf der Makroebene – inter- und intramediale mediale Bezugnahmepraktiken, mit deren Hilfe der Werbespot jeweils »anders lesbar« gemacht wird.
 6. Der *symboltheoretische Ansatz* steht in der Tradition von Goodman (1976), dessen Theorien in jüngster Zeit stärker rezipiert werden. Weil der Symbolbegriff hier sehr weit gefasst wird, eignet sich das Konzept gut dazu, multimodale, übersprachliche Textbegriffe zu fundieren und Medium und Zeichenressource zu integrieren. Im Vordergrund stehen bei diesem Modell unterschiedliche Praktiken der Bezugnahme auf die »Welt«, insbesondere Praktiken des Exemplifizierens – sie finden sich allesamt in modernen Medientexten. Als Vertreterin dieses Ansatzes konnten wir ELISABETH BIRK gewinnen, die intensiv über Goodmans Symboltheorie gearbeitet und diese in

verschiedenen Texten auf konkrete Kommunikate angewandt hat (BIRK i. D.). In ihrem Beitrag wird Goodmans Symboltheorie in ihren Grundzügen dargestellt, wobei das häufig unterschätzte Verfahren der Exemplifikation ins Zentrum gerückt und für die Analyse des Spots handhabbar gemacht wird.

7. Der *diachron orientierte Ansatz* macht uns vor allem die Tatsache bewusst, dass Medien eine rasante historische Entwicklung genommen haben, die sich selbstverständlich auf Textgestaltungspraktiken und Kommunikationsgewohnheiten, ja selbst auf Denkgewohnheiten und Sozialisierungsmuster ausgewirkt hat. Dieser Ansatz untersucht die Wechselwirkungen zwischen Medium und Textprodukten in historischer Perspektive und fokussiert dabei vor allem auf Textsorten- bzw. Genrekonventionen, die sich unter dem Einfluss neuer Medien gewandelt haben. Für diesen Ansatz konnten wir mit EVA MARTHA ECKKRAMMER eine wichtige Vertreterin der diachronischen Medienlinguistik gewinnen. In ihrem Beitrag wird exemplarisch untersucht, welche textuellen Ebenen und Merkmale von TV-Werbspots diachronisch untersucht werden können. Dies geschieht durch einen Vergleich des vorgegebenen LG-Spots mit einem Motorola-Spot aus dem Jahre 1983.

Nicht als eigenen semiotisch-linguistischen Ansatz zu den Konzepten Medium/Medien und Multimodalität hatten wir bei der Organisation der Salzburger Tagung die *filmwissenschaftliche und mediendidaktische Position* berücksichtigt, weil sie ›quer‹ zu den oben konzipierten liegt. Sie wird aber nun im vorliegenden Buch von MICHAEL STAIGER vertreten, der in den letzten Jahren intensiv und umfangreich zur Filmtheorie und -analyse wie auch zu Fragen der Filmdidaktik publiziert (STAIGER 2010) und die Tagung als reger Diskutant begleitet hat. In seinem Beitrag zeichnet er ein facettenreiches Bild gegenwärtiger Ansätze der Filmanalyse und -interpretation. Er zeigt zudem auf, in welcher Weise die filmische Analyse von Werbespots mediendidaktisches Potenzial entfalten kann. Dabei konzentriert er sich auf Beobachtungen zur Gestaltung des filmischen Raums, der Bildkomposition und der wechselseitigen Integration von Bild und Sprache. Wir haben seinen Beitrag an den Anfang gestellt, weil der Text das methodische Spektrum der Filmanalyse allgemein behandelt und Filminterpretation in der Mediendidaktik kontextualisiert.

Der Untertitel unseres Buches *Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze* passt somit sowohl auf das Konzept der Tagung als auch

auf den Inhalt des vorliegenden Bandes, auch wenn ein ursprünglicher Beitrag fehlt und ein neuer hinzugekommen ist.

4. Analysegegenstand

Als Objekt für die praktische Analyse und deren Fundierung in einem entsprechenden medientheoretischen Ansatz haben wir einen Werbespot der Firma LG (»Hotel-Lobby«) ausgewählt. Bei der Wahl waren folgende Aspekte und Faktoren leitend:

1. Filme sind zumeist ideale Exemplare multimodaler Kommunikate, d. h., sie kombinieren bewegte Bilder (evtl. auch statische) mit Sprache (geschrieben/gesprochen) und Ton (Musik/Geräusch).
2. Der ausgewählte Film ist reich an subtilen semiotischen Bezugnahmen. Er zeigt in ausreichendem Maße Struktur, Verzahnung der Zeichenmodalitäten und Dramaturgie – alles Kennzeichen einer gewissen filmischen Qualität.
3. Das Genre »Werbespot« liefert publikumswirksame Texte, die in Produktion wie Rezeption einen gewissen gestalterischen »Mainstream« verkörpern.
4. Der Medienwechsel zwischen Face-to-Face-Kommunikation, Telefonkommunikation, Handy-TV-Rezeption usw. wird auf witzige und raffinierte Weise vorgeführt.
5. Der Wechsel der »Welten«, auf die Bezug genommen wird, ist hier als eine Leistung der Medien selbst inszeniert worden.
6. Die diachrone Sicht auf das Genre und den Diskursbereich ist vergleichsweise einfach möglich, da frühere Werbefilme zu verwandten Themen und Produkten zahlreich vorhanden, leicht verfügbar und zugänglich sind.
7. Mit 25 Sekunden Spieldauer hat der ausgewählte Film eine für Analyse und Theoretisierung gut handhabbare Länge.

Zum Werbespot »Hotel-Lobby« existiert eine Variation, die im gleichen Zeitraum entstanden und gesendet worden ist. Dieser Spot (»U-Bahn«) bietet sich als eine Art Paralleltext zur kontrastiven Analyse geradezu an, denn er bewirbt das gleiche Produkt, ein tv-Handy, in ähnlicher, aber dennoch subtil anderer Weise. Eine Anwendung des jeweiligen medientheoretischen Rahmens und der daraus resultierenden Methodik auf beide tv-Spots war bei den Beiträgen ausdrücklich willkommen. Im Mittelpunkt sollte

jedoch der Spot ›Hotel-Lobby‹ stehen. Abschließend nun noch die relevanten Daten zu den beiden Spots – sie lassen sich im Internet³ anschauen.

Werbende Firma:	LG Electronics Deutschland
Beworbenes Produkt:	TV-Handy HB 620 T
Zeitraum:	im Vorfeld und während der Fußball-EURO 2008
Medien:	TV und DVD am POS
Spotname:	1 ›Hotel-Lobby‹, 2 ›U-Bahn‹
Werbeagentur:	Euro RSCG Düsseldorf GmbH
Art Director:	Oliver Hilbring
Copy Writer:	Ralph Aichem
Produktionsfirma/ Produzent:	Markenfilm GmbH/ Dominik Meisel
Regie:	Otto Alexander Jahrreis

5. Fragestellungen – Kontroversen – Annäherungen

Am zweiten Tag des Symposiums fand eine Diskussion mit den Referenten sowie mit anderen geladenen Diskutanten⁴ statt. Die Diskussion diente der Selbstvergewisserung, insbesondere der Klärung von methodologischen und begrifflichen Fragen. Die wichtigsten Ergebnisse werden im Folgenden kurz zusammengefasst. Dabei verweisen die Namen in den Klammern auf die Diskutanten, deren Standpunkte und Auffassungen wir hier referieren und kritisch reflektieren.

5.1 *Methodologisches*

Häufig wird bei der Kategorisierung von Analysemethoden zwischen empirischen Ansätzen auf der einen und hermeneutischen bzw. textinterpretatorischen auf der anderen Seite unterschieden und die Frage gestellt, ob

3 http://dx.medra.org/10.1453/9783869620152_werbespot

4 Die eingeladenen Diskutanten waren: Christine Domke (Chemnitz), Jan Gerwinski (Siegen), Michael Klemm (Koblenz), Dorothee Meer (Münster), Stefan Meier (Chemnitz), Michael Stäger (Freiburg/Breisgau), Tina Welke (Wien), Markus Wienen (Kiel).

es sich hierbei um Gegensätze oder um komplementäre Zugänge handelt. Diese Sichtweise ist – so der Tenor unserer Diskussion – von vornherein problematisch, da schon die unterstellte Dichotomie ›empirisch *versus* hermeneutisch‹ zurückzuweisen sei: Zum Beispiel gibt es heute eine hermeneutisch und handlungstheoretisch fundierte Rezeptionsforschung, wie sie u. a. von Hans-Jürgen Bucher vertreten wird, deren methodisches Prinzip darin besteht, Reaktionen auf ein Kommunikat, beispielsweise einen Werbespot, zu untersuchen, um dieses Kommunikat besser verstehen zu können. Dies kann durch eine Methodenmischung aus Blickaufzeichnungen, Recall-Tests, Nacherzählungen, Selbstkommentierungen usw. erreicht werden (s. hierzu Bucher in diesem Band und BUCHER 2000, 2007).

Da in einem allgemeineren Sinne auch hermeneutisch orientierte Ansätze empirisch verfahren, sofern sie sich nämlich mit empirisch vorfindlichen Texten und anderen Kommunikaten befassen und nicht mit leeren Begriffen operieren, ist es schon eher geboten, zwischen hermeneutischen und *experimentellen* Ansätzen zu differenzieren als zwischen hermeneutischen und empirischen. Aber auch dann ist zu beachten, dass es sich hierbei nicht um Gegensätze handelt, da – wie gesagt – auch experimentelle Ansätze hermeneutisch fundiert sein können. Noch angemessener ist es daher, zwischen (vornehmlich) *produkt- bzw. produktionsorientierten* und (vornehmlich) *rezeptionsorientierten Analysemethoden* zu unterscheiden (Holly).

Dass neben der Rezeptionsanalyse auch eine Produkt- und Produktionsanalyse methodisch vonnöten ist, wenn man zu einer adäquaten Beschreibung von Verstehensprozessen gelangen möchte, lässt sich leicht plausibel machen: Eine mehrfache Rezeption ist häufig schon im Kommunikat selber angelegt, sie wird schon bei der Entwicklung und Produktion ›einkalkuliert‹. Gerade raffinierte Werbespots wie unser Untersuchungsobjekt machen dies deutlich: Beim wiederholten Anschauen entdeckt man immer wieder neue Feinheiten und Analyseebenen. Kommunikate haben – dies ist eine hermeneutische Binsenweisheit – keine feste bzw. festgelegte Bedeutung; das Verstehen hängt vom Rezeptionskontext und auch von der Häufigkeit des Sehens ab. Daher ist es notwendig, *Muster der Gestaltung* von Werbespots herauszuarbeiten, denn die individuelle Rezeption ist naturgemäß sehr individuell und subjektiv (Klemm). Das ›richtige‹ Verständnis eines solchen Kommunikats kann es nicht geben; nichtsdestoweniger ist es sinnvoll, zwischen ›naiver‹ und ›elaborierter‹ Rezeption zu unterscheiden: Schließlich gibt es beispielsweise in

der normalen Rezeptionssituation, also beim zufälligen Sehen ohne anschließende Wiederholung, keine Gelegenheit zur sofortigen »Relektüre« (Fix).

Strittig ist auch die epistemologische Erklärungskraft von Blickaufzeichnungen: Was können wir daraus ableiten? Welcher Art ist der Zusammenhang mit den Verstehensleistungen? Welche Rückschlüsse sind hier legitim? Ist Sehen gleich Verstehen? Handlungstheoretisch orientierte Rezeptionsforscher betrachten Blickdaten in der Tat als »Fenster zu kognitiven Prozessen«; der Blickverlauf gilt ihnen »als verlässlicher Indikator für den Aufmerksamkeitsverlauf« (Bucher). Durch eine Mischung mit anderen Methoden (z. B. Recall-Tests) sollen Verstehensleistungen experimentell und gleichzeitig hermeneutisch rekonstruiert werden.

Als Ergebnis unserer Methodendiskussion lässt sich festhalten: Es ist wichtig, zwischen produkt- bzw. produktionsorientierten Analysemethoden auf der einen Seite und rezeptionsorientierten auf der anderen zu unterscheiden; hierbei handelt es sich jedoch nicht um Gegensätze, sondern um komplementäre Verstehenszugänge, die sich konsistent miteinander verbinden lassen. Das Verstehen geschieht zwar nicht »auf einen Schlag«, es ist aber auch nicht beliebig, sondern wird auf verschiedenen Ebenen durch das Produkt beeinflusst und z. T. auch gesteuert.

Strittig zwischen primär produkt(ions)orientierten Forschern (z. B. Holly, Klemm) und primär rezeptionsorientierten (z. B. Bucher) bleibt unter anderem die Frage, ob man bei der Beziehung zwischen Produkt und Rezipienten von »Interaktion« sprechen sollte, denn zur *Interaktion* im herkömmlichen Sinne gehört ja, dass *beide* Seiten aufeinander reagieren können; andererseits verweist der Interaktionsbegriff darauf, dass das Verstehen eben nicht starr ist, sondern sich als ein dynamischer Handlungsprozess begreifen lässt. Überlegungen und Kontroversen wie diese leiteten zum zweiten größeren Block der Tagungsreflexion über, in dem wir uns primär mit begrifflichen und terminologischen Fragen auseinandersetzten.

5.2 *Begriffliches und Terminologisches*

Die Begriffs- und Terminologie-Diskussion betraf insbesondere zwei Themenbereiche: zum einen den Medienbegriff und damit zusammenhängend das Verhältnis von »Medium«, »Kommunikationsform« und »Medialität«;

zum anderen das Verhältnis von (Multi-)Medialität und (Multi-)Modalität sowie die »latenten Zeichentheorien« (Jäger) bzw. Auffassungen von »modes«, die solchen medientheoretischen Begrifflichkeiten jeweils zugrundeliegen.

5.2.1 *Medium / Kommunikationsform / Medialität*

In der rezenten deutschsprachigen Linguistik hat sich die begriffliche Unterscheidung zwischen »Medium« und »Kommunikationsform« weitgehend durchgesetzt: Man operiert mit einem engen Medienbegriff und versteht unter »Medien« *technische* Medien, d. h. »konkrete materielle Hilfsmittel, mit denen Zeichen verstärkt, hergestellt, gespeichert und/oder übertragen werden können« (HOLLY 1997: 69). Folgt man dieser Definition, dann ist z. B. ein Fernsehapparat ein Medium, ebenso ein Buch, eine Zeitschrift, ein Computer und ein Handy. Sprache dagegen ist – ebenso wie Musik und Bild – nach dieser Auffassung kein Medium, sondern ausschließlich ein Zeichensystem. Die moderne medientheoretische Grundeinsicht, dass Medien keine bloßen Transportmittel sind, sondern am jeweils mediatisierten ihre medialen »Spuren« hinterlassen (KRÄMER 1998), wird in einem solchen engen Medienmodell durch den komplementären Begriff der Kommunikationsform berücksichtigt. Die technischen Apparate (= Medien) bilden die materielle Grundlage für die Herausbildung spezifischer Kommunikationsformen, die jeweils spezifische strukturelle Bedingungen der Kommunikation aufweisen (HABSCHIED 2005): So ermöglicht beispielsweise das Medium Fernseher die Kommunikationsformen Fernsehsendung und Videotext, das Medium vernetzter Computer die Kommunikationsformen E-Mail und Chat, das Medium Handy die Kommunikationsformen Telefonat, sms und mms.

Attraktiv ist dieser Ansatz vor allem aufgrund seiner Klarheit und Einfachheit. Man operiert mit einem eng begrenzten Medienbegriff, vermeidet dadurch – so zumindest scheint es – intensionale und extensionale Überschneidungen mit anderen Konzepten, insbesondere mit dem Begriff des Zeichensystems und dem der Kommunikationsform. Außerdem lässt sich der Umstand erfassen, dass manche technischen Medien, wie oben beschrieben, *mehrere* Kommunikationsformen zulassen. Einen Nachteil dieses Ansatzes kann man allerdings darin sehen, dass dabei die materielle Seite (Medium) von der dynamischen, der Prozessierungsseite (Kommuni-

nikationsform und Zeichensystem) begrifflich abgetrennt wird.⁵ Medien haben aber stets auch eine dynamische Seite, Kommunikationsformen und Zeichensysteme stets auch eine materielle. Ein nicht sendender Fernsehapparat ist kein Medium; Sprache ist nicht immateriell: als gesprochene wird sie lautlich prozessiert, als geschriebene visuell. Diesem Faktum trägt Dürscheid als Vertreterin der Medium-Kommunikationsform-Unterscheidung mit dem Terminus ›Medialitäten‹ Rechnung (s. DÜRSCHIED 2003 und in diesem Band): Die gesprochene, die geschriebene und die gebärdete Sprache sind Medialitäten, d. h. ›Repräsentationsformen‹, ›mediale Varianten‹ von Sprache. Sprache ist demnach kein Medium, aber sie hat mediale Varianten. Damit bedeutet der Ausdruck ›medial‹ nicht mehr notwendigerweise ›auf ein Medium bezogen‹, sondern ›auf eine Medialität (= Repräsentationsform) bezogen‹. Oder, anders formuliert: Sprache ist zwar kein Medium, aber »ein Zeichensystem, das medial operiert« (Holly), das mediale Eigenschaften aufweist. Mit einer solchen Terminologie ist es auch möglich, konsistent zwischen medialer und konzeptioneller Mündlichkeit und Schriftlichkeit zu unterscheiden, ohne die gesprochene und die geschriebene Sprache als Medien zu klassifizieren. Die Sozialesemiotik plädiert dafür, Rede und Schrift als zwei ›modes‹ zu fassen. So meint Kress (2009: 56): »[...] the differences between speech and writing may be as or more significant than the similarities. This makes it surprising that speech and writing are subsumed under the label ›language«.

Allerdings wirkt die Negierung der assoziativen Nähe von ›medial‹ und ›Medialität‹ auf der einen und ›Medium‹ auf der anderen Seite möglicherweise etwas gezwungen und kontraintuitiv. In der kulturwissenschaftlich orientierten Medien- und Medialitätsforschung versteht man unter ›Medialität‹ eher die Eigenschaften, die ein Medium als solches kennzeichnen: Zur Medialität der gesprochenen Sprache gehören etwa deren Lautlichkeit, Flüchtigkeit, Linearität und Irreversibilität, zur Medialität der geschriebenen deren Visualität, Räumlichkeit, Starrheit und Reversibilität.

Eine Alternative zum in der Linguistik dominierenden Modell bestünde also darin, Sprache als Medium mit einer jeweils spezifischen Medialität zu kennzeichnen. Das gesprochene Deutsch z. B. ist ein Zeichensystem und zugleich ein Medium. Betrachte ich es als Zeichensystem, stehen seine Lexik, Semantik und Grammatik im Vordergrund; betrachte ich es als Medium,

5 Vgl. hierzu Schneider (2006).

so geht es um seine Materialität und um Eigenschaften seiner Prozessierung: Der Begriff ›Medium‹ betrifft *die Art und Weise, wie Zeichen prozessiert werden*; Medien sind Verfahren der Zeichenprozessierung. Der Vorteil dieses Ansatzes besteht darin, dass er die dynamische und die materielle Seite von Medien gleichermaßen berücksichtigt und Ähnlichkeiten zwischen Sprache, Bild und anderen, z. B. technischen, Medien hervortreten lässt.

Vor diesem Argumentationshintergrund besteht die Alternative darin, begrifflich entweder zwischen ›Medien‹ (= technische Medien) und ›Kommunikationsformen‹ zu unterscheiden oder einen etwas weiteren Medienbegriff zugrunde zu legen, indem man zwischen ›technischen Medien‹ und ›Zeichenmedien‹ binnendifferenziert. Bei Letzterem besteht zwar potenziell die Gefahr, dass die Grenze zwischen Medium und Zeichen(system) allzu sehr verwischt wird, aber auch bei Ersterem ist die Zuordnung keineswegs immer klar: Was gehört noch zum technischen Apparat, was schon zu den strukturellen Bedingungen der Kommunikation?⁶

So haben beide Auffassungen ihre Vor- und Nachteile. Ein ausufernder Medienbegriff à la McLuhan (1995, 2001) wurde in unserer Debatte jedenfalls einhellig zurückgewiesen. Als kleinster gemeinsamer Nenner kristallisierte sich heraus, Medien als *kommunikative Dispositive* zu begreifen, die bestimmte Spielräume für den Zeichengebrauch bereitstellen: Eine solche Auffassung macht den Prozessierungsgedanken deutlich und lässt sich sowohl mit einem extensional engen als auch mit einem Medienbegriff mittlerer Reichweite, der Zeichenmedien einschließt, in Einklang bringen. Posners (1985) sechs plural nebeneinander stehende Auffassungen von Medium (s. dazu STÖCKL 2010: 2ff.) schwingen ohnehin in allen Reflexionen dieses Bandes mit.

5.2.2 *Multimedialität und Multimodalität*

Eng verbunden mit der jeweiligen Mediendefinition ist die Frage, wie bei den einzelnen Ansätzen das Verhältnis von *Medialität* und *Modalität* konzeptualisiert wird. Auch hier existiert keineswegs eine einheitliche Ter-

6 In Habscheid (2005) z.B. wird das Fernsehen – keineswegs zufällig – mal als Kommunikationsform, mal als Medium bezeichnet: vgl. 64 (Anmerkung 3) und 49 (Tab. 3-1). Zur Schwierigkeit der Unterscheidung vgl. auch Schneider (2006).

minologie. Dies kann an sich kaum verwundern, ist doch ›multimodality‹ »[...] not a theory even though it is often used as if it were. The term maps a domain of inquiry« (KRESS 2009: 54). Häufig werden beispielsweise die gesprochene, die geschriebene und die gebärdete Sprache als ›Modalitäten‹ von Sprache bezeichnet; Dürscheid dagegen spricht hier wie gesagt von ›Medialitäten‹ bzw. – ebenso wie Stöckl – von ›medialen Varianten‹. Insgesamt wird mit dem Terminus ›Modalität‹ stärker auf die »Wahrnehmungskanäle« (Holly), auf die beteiligten »Sinnesorgane« (Jäger) Bezug genommen: Auge, Ohr, Mund, Hände, Arme usw.

Wenn Medialität – wie oben erläutert – die Art der Zeichenprozessierung betrifft, dann schließt dies den Gebrauch der Wahrnehmungskanäle und Sinnesorgane mit ein, geht aber darüber hinaus: Die zeitliche Prozessierung der gesprochenen Sprache, die zu spezifischen syntaktischen Strukturen führt (z. B. Apokoinukonstruktionen und sogenannte ›Herausstellungsstrukturen‹),⁷ gehört dann beispielsweise zur Medialität der gesprochenen Sprache. Nach dieser Auffassung wäre Modalität eine Erfüllungsklasse von Medialität (Jäger). Eine andere Möglichkeit besteht darin, den Begriff der Modalität etwas weiter zu fassen, indem man auch die Regelmäßigkeit der Zeichenressourcen, z. B. grundlegende syntaktische Verknüpfungsmöglichkeiten, die durch das Medium eröffnet werden,⁸ zum jeweiligen ›mode‹ rechnet (Stöckl). In diesem Falle wäre der Begriff des Modes annähernd synonym mit dem des Zeichenmediums (Jäger; Schneider); schwierig wäre dann allerdings die Abgrenzung zwischen ›Mode‹ und ›Code‹ – ganz analog zu den Abgrenzungsproblemen zwischen ›Zeichenmedium‹ und ›Zeichensystem‹ (s. o.). Nach Kress lässt sich beispielsweise auch der Soundtrack als ein Mode begreifen, den unterschiedliche Filmemacher auf viele verschiedene Weisen und mit vielen verschiedenen Kodes verwenden können.

Weil der Begriff ›mode‹ – obwohl aufgrund seiner Mehrdeutigkeit unglücklich gewählt – zu einem zentralen Konzept der sozial-semiotischen Multimodalitätsforschung avanciert ist, sei kurz angeführt, wie deren füh-

7 Peter Auer (2000) hat hierfür den treffenden Ausdruck ›Online-Syntax‹ geprägt.

8 Zum Beispiel eröffnet das Medium ›Alphabetschrift‹ bestimmte Möglichkeiten, Buchstabenfolgen, Buchstabenlücken und Satzzeichen auf einer Fläche von links nach rechts und dann in Zeilen von oben nach unten anzuordnen. Eine so verfahrenende Alphabetschrift wäre dann ein Zeichenmedium (Mode), die verschiedenen einzelsprachlichen Ausprägungen (niederländische Alphabetschrift, französische Alphabetschrift etc.) wären dann jeweils eigene Zeichensysteme (Kodes).

rende Vertreter über die hier diskutierten Fragen denken. Zunächst wird ›mode‹ als »socially shared and culturally given resource for making meaning« (KRESS 2009: 54) gefasst. Dies rückt den Begriff eindeutig in große Nähe zum Kode- bzw. Zeichen(system)begriff. Welche Zeichenressourcen nun ›modes‹ sind, wie diese abgegrenzt werden und wie viele es gibt, sind ungeklärte Fragen. Dazu heißt es: »Socially, a mode is what a community takes to be a mode and demonstrates that in its practices; it is a matter for a community and its representational needs« (KRESS 2009: 58f.). Dabei darf es die Forschung sicherlich nicht belassen. Hier kommt vor allem die Idee zum Tragen, dass die Zeichenbenutzer die Ressourcen herstellen und nach ihren kommunikativen Ausdrucksbedürfnissen formen. Dies ist der Punkt, an dem die untrennbare Verbindung zwischen ›mode‹ und Medium hergestellt wird. Es sind »the material stuff of a mode and the work of culture over often long periods with that material, social action and affordances of material« (KRESS 2009: 55), die die Zeichenvorräte und die Praktiken ihres Gebrauchs hervorbringen und bedingen. Daraus ist klar abzuleiten, dass Zeichensystem und Medium zusammen gedacht werden müssen. Beide sind in zentraler Weise an das soziale und semiotische Handeln der Zeichenmacher und Bedeutungsgenerierenden geknüpft; dies ist ›semiotic work‹ als kulturelle Praxis. Der ›Mode‹-Begriff wird bewusst in enger Verknüpfung mit einem materialen Medienbegriff (physikalisch und technologisch im Sinne Posners [1985]) konzeptualisiert. Dies hat zwei Motive: Erstens soll die formbare und sinnrelevante Materialität der Zeichen in den Vordergrund gerückt werden; etwas, das die traditionelle Semiotik vernachlässigt hat. Zweitens erhält das Sinnliche der Zeichenressourcen Priorität: die Materialität der Zeichen bedingt die Art ihrer sensorischen Wahrnehmung; so knüpft man Formen der symbolischen Repräsentation an die körperlichen Bedingungen ihrer Wahrnehmbarkeit. Letztlich also ist ›mode‹ eine Synthese aus Zeichensystem (Kode, Konvention), Medium (Materialität/Technologie) und Zeichentyp (Wahrnehmungskanal). In Anlehnung an Halliday misst die Sozialesemiotik den Mode-Status einer Zeichenressource vor allem an ihren kommunikativen Funktionen. So müsste jeder ›mode‹ drei Funktionen erfüllen können: Weltausschnitte repräsentieren (›ideational/representational‹), Interaktion zwischen Textproduzent und -rezipient konstruieren (›interpersonal/interactive‹) und Zusammenhänge zwischen Einzelzeichen und Zeichenkomplexen herstellen (›textual/compositional‹). Dabei geht man davon aus, dass sich die verschiedenen ›modes‹ in ihrer semantischen Reichweite (›reach of

mode«, KRESS 2009: 57) sowie in ihren kommunikativen Potenzialen und Defiziten (»affordances«, KRESS 2010: 84) unterscheiden. Um ›reach‹ und ›affordances‹ verschiedener Modes zu studieren bedarf es der multimodalen Textanalyse (s. u. Abschnitt 6).

Interessant ist des Weiteren die Frage, wie sich Multimodalität/Multimedialität und Non-Linearität zueinander verhalten. Beide sind zwar eng miteinander verbunden, aber nicht identisch; vielmehr lässt sich »Non-Linearität als eine *Dimension* von Multimodalität« (Bucher) begreifen. Aufschlussreich ist hier – wie Jäger betonte – die Gebärdensprache, da sie multimodal, aber weitgehend linear operiere. Darüber hinaus sei in diesem Zusammenhang an die aktuelle Gestenforschung in Deutschland (FRICKE 2007, 2009; MÜLLER 1998) zu denken, die darum bemüht ist, eine multimodale Grammatik des Deutschen zu rekonstruieren: Bestimmte gestische Komponenten von gesprochener Sprache sind eingebaut in grammatische Strukturen, in die zeitliche Linearität der mündlichen Zeichenprozessierung. Wenn dies sich als zutreffend erweisen sollte, dann wäre es begrifflich nicht länger angemessen, von ›paralingualen‹ oder ›nonverbalen Mitteln‹ zu sprechen. Diese Termini sind den traditionellen, schulbildenden Versuchen der Sprachwissenschaft geschuldet, ein reines Untersuchungsobjekt ›langue‹ zu isolieren und alle anderen Aspekte von Sprache als etwas Zusätzliches, Abgeleitetes zu begreifen; oder wie Wittgenstein sagen würde: »als etwas, was sich finden wird« (PW §1).

Nimmt man dagegen das Faktum ernst, dass Sprache in der realen Kommunikation nur selten isoliert vorkommt, sondern sich mit anderen Zeichenarten und Medien verbindet, dann stellt sich auch die Frage nach der Intension und der Extension des *Text*begriffs: Will man an der traditionellen Sichtweise festhalten und Texte ausschließlich als *sprachliche* Texte definieren, oder will man z. B. Stöckls und Kress' Auffassung folgen und u. a. auch Werbespots als (multimodale) Texte⁹ begreifen? Ein solcher, sehr weit gefasster Textbegriff wurde nicht von allen Diskutanten geteilt, was auch dazu führte, dass der Untertitel der Salzburger Tagung ›Medientheorien in der multimodalen Textanalyse‹ bei der Buchpublikation nicht verwendet wird. Wichtig und sicher konsensuell ist, dass multimodale Kommunikate aus Zeichen verschiedener Art bestehen, die sich zu größeren Kom-

9 Alternative allgemeine Termini sind ›multimodales Kommunikat‹ und ›multimodales Artefakt‹.

plexen von Zeichen fügen. Reserviert man den Begriff ›Kommunikat‹ für den multimodalen Gesamttext (Dürscheid), so sollten einzelne Textteile dann nicht wiederum ›Kommunikate‹, sondern ›Kommunikatteile‹ oder ›Teiltexte‹ genannt werden. Sozialesemiotisch macht es in gewisser Weise auch Sinn, einem Gesamttext – wie unserem tv-Werbespot – Zeichenstatus zuzuschreiben, weil er z. B. ein Index für Ideologien, Gesellschaftsbilder und Markenwelten sein kann. Prinzipiell aber stimmen die meisten Autoren darin überein, dass für den Text- bzw. Kommunikatbegriff eine Integration von Zeichen über Zeichenkomplex, Teiltext/Kommunikatteil hin zum Gesamttext/Kommunikat sowie eine gewisse strukturelle Komplexität konstitutiv sind.

Trotz all dieser methodologischen, begrifflichen und theoretischen Unterschiede herrschte in entscheidenden Punkten Konsens: beispielsweise in dem, dass Medialität eine grundlegende erkenntnistheoretische Dimension hat. Nimmt man Ferdinand de Saussure beim Wort und begreift *signifiant* und *signifié* als eine untrennbare Einheit, dann sind sprachliche Zeichen, also Morpheme, Wörter und Phrasen, keine Abbilder prämedialer Bedeutungen, sondern sie sind selbst erkenntnistheoretisch konstitutiv – und dies gilt natürlich auch für ihre multimodale/multimediale Verbindung mit anderen Zeichenressourcen. Für die praktische Analyse des Spots erscheinen die terminologischen und begrifflichen Differenzen zwischen den diskutierten Medienkonzeptionen letztlich als nicht sehr gravierend: ›Medialität‹ bildet die Klammer zwischen ihnen.

6. Multimodale Transkription und Analyse

Will man multimodale Texte – wie in unserem Fall einen tv-Werbespot – unter verschiedenen Gesichtspunkten untersuchen, so muss man sie zunächst transkribieren. Die dabei entstehenden Transkripte (s. die multimodalen Transkripte zu den beiden in diesem Buch behandelten tv-Werbespots, S. 39ff.) etablieren neue Texte, die in einer für den Analytisten interessanten Beziehung zum Original stehen. Zwar macht das Transkript den multimodalen Text auch neu lesbar (eine Art ›Relektüre‹ im Jäger'schen Sinn), in erster Linie aber versucht es, alle Zeichenvorkommen des zu transkribierenden semiotischen Produkts in ihrer linearen oder räumlichen Struktur abzubilden. Als Abbild bleibt es eine schlechte Kopie, die immer auf den Rückbezug zum Original angewiesen ist. Ein Hin und Her zwischen den

medialen Ursprungsdaten und dem dokumentierenden Transkript empfiehlt sich daher als oberste und fast banale Anweisung an jeden Textanalytiker, ganz gleich für welche Teilaspekte der Texte er sich interessiert. Die Hauptfunktion multimodaler Transkripte besteht darin, den zeitlichen Verlauf oder die räumliche Anordnung von Zeichen verschiedener ›modes‹ wiederzugeben und für das wiederholte und studierende Lesen der multimodalen Texte bzw. Daten überhaupt fassbar und zugänglich zu machen.

Dabei ergeben sich eine Reihe von Fragen und Entscheidungen. Zunächst kommt – dieses Mal aus rein transkriptionspraktischer Sicht – die Problematik der Art und Anzahl der zu unterscheidenden Zeichenmodalitäten wieder auf. Kann man sich diesem Problem theoretisch durch allgemeine Erklärungen (s. o.) sowie unter Verweis auf zahlreiche Überlappungen und Transmutationen zwischen den ›modes‹ (wie z. B. Typografie zu Bild, s. dazu STÖCKL 2008: 15ff., 26f.; Musik zu Geräusch, s. dazu STÖCKL 2007: 191ff. etc.) entziehen, so erfordert die Transkription eine klare Entscheidung. Hier folgt man dann zumeist den landläufigen prototypischen Vorstellungen von Zeichensystemen, die alltagspraktische Relevanz haben. Für unseren TV-Werbespot zerfällt die multimodale Textur in die Zeichenmodalitäten Bild (bewegt/statisch), Sprache (gesprochen/geschrieben) und Ton (Musik, Geräusch; s. dazu auch STÖCKL 2003). Hinzukommen könnten noch Beobachtungen über Gestik und Mimik (Nonverbales) oder zu Farbe, die aber der Einfachheit halber zumeist zusammen mit dem Bild transkribiert werden. Generell gilt, dass Modalitäten ineinander integriert und einige eher zentral, andere eher peripher sein können (s. dazu auch STÖCKL 2004b: 11ff.). Wichtig für eine adäquate multimodale Analyse ist es aber, alle ›modes‹ gleichberechtigt zu erfassen und nicht das eine Zeichensystem als ›bloßen‹ Kontext für das andere zu behandeln, sondern als gleichwertigen Textteil.

Neben der Aufgliederung der Daten in Zeichenmodalitäten ist auch das Format der Transkription mit einigen Überlegungen verbunden. Hier gilt generell, dass die gewählte Transkriptionsart den Zielen der Untersuchung sowie der Natur der Texte entsprechen sollte. Für multimodale Daten scheint sich die Tabellarisierung des Formats allgemein durchzusetzen, wenngleich man auch aus der Diskursanalyse stammende Partiturnotationen vorfindet (z. B. GOODWIN 2007: 63; SCHMITT 2007), die um Informationen über Blickrichtungen und Art der Interaktion etc. ergänzt sind. Manche, vor allem aus der ›mediated/situated discourse analysis‹ stammende Ansätze, die primär am praktischen Handeln in Raum und

sozialer Situation interessiert sind (SCHMITT 2007 prägt für multimodale Interaktion den Begriff ›Koordination‹), verwenden Folgen statischer Bilder (›video stills‹), in die Sprechblasen integriert werden (z. B. NORRIS 2004). Hier steht die Untersuchung des Zusammenspiels von Proxemik, Gestik, Blickverhalten, Körperhaltung und Sprache im Vordergrund. Verallgemeinern lässt sich, dass natürliche diskursive Interaktion (Gespräche) in der Regel eine andere Art der Transkription erfordert als inszenierte massenmediale Artefakte, insbesondere was die Detailfülle und Analysetiefe angeht (Makro- vs. Mikrotranskription). Auch die Ziele unterscheiden sich hier: Geht es im Falle massenmedialer Kommunikation eher um die Etablierung von Genremerkmalen bestimmter multimodaler Textsorten (BALDRY/THIBAUT 2006: 30), so steht in der Analyse sozialer Interaktion und des empirischen kommunikativen Handelns eher im Vordergrund, wie die Beteiligten kooperativ und kollektiv Sinn herstellen und ihre Ziele erreichen. Diese beiden Ausrichtungen lassen sich aber durchaus sinnvoll kombinieren.

Das oberste Motiv jedweder multimodaler Transkription liegt sicherlich in dem Bestreben, die Gleichzeitigkeit von in unterschiedlichen ›modes‹ ablaufenden Zeichenprozessen darzustellen und für die Analyse zugänglich zu machen. Unser Transkript stellt den zeitlichen Verlauf des Films in der vertikalen Achse der Tabelle dar und zeigt in der horizontalen Achse das, was in Bild, Sprachtext und Ton semiotisch ›passiert‹. Thibault (2000: 318) argumentiert, dass aufgrund unserer traditionellen westlichen Leserichtung eine Linkspositionierung von ›modes‹ (als Spalten einer Tabelle) dazu führt, dass diese Zeichensysteme »doubly privileged with both temporal and logical priority« sind. In unserem Transkript wird das bewegte Bild so zum »anchor mode« (FLEWITT/HAMPEL/HAUCK/LANCASTER 2009: 48) – dies entspricht seiner zentralen Rolle im intermodalen Zusammenspiel. Letztlich aber muss die Analyse der Transkripte vor allem dieses wechselseitige Zusammenspiel der ›modes‹ im Auge haben, um nachzeichnen zu können, wie Bedeutung ›multiplicative‹ als »combined effects of all the resources used to create and interpret them« zustandekommt (BALDRY/THIBAUT 2006: 18). Dabei sucht man natürlich vor allem nach verallgemeinerbaren Regularitäten der multimodalen Bedeutungskonstruktion, die für eine kommunikative Handlung oder ein Genre typisch sind.

Egal für welches Transkriptionsformat man sich entscheidet, die Präsentation der multimodalen Daten bleibt mit Problemen behaftet. So muss man überlegen, wie man das Transkript in sinnvolle Teile oder Ein-

heiten gliedert. In unseren Transkripten haben wir als »units of analysis« (FLEWITT/HAMPEL/HAUCK/LANCASTER 2009: 45f.) »stills« aus dem »Bilderstrom« herausgelöst, die für die Logik der multimodalen Narration zentral erschienen, auch weil sie dazu geeignet sind, die Struktur des Gesamttexts nachzuzeichnen. Bei der Auswahl der zeitlichen Segmente spielen natürlich auch die semiotischen Ereignisse in den anderen Zeichenmodalitäten eine Rolle, so z. B. »speech turns«, Handlungsschritte, Geräusch- wie auch Musikeinsätze und -veränderungen im zeitlichen Verlauf des Texts. Im Vergleich zu Sekunde-für-Sekunde-Transkriptionen (BALDRY/THIBAUT 2006) ist dies sicherlich eher eine Makrotranskription, die dem zu analysierenden Text eben auch bereits im Akt der grafischen Fixierung des audiovisuellen Produkts eine klare Struktur »aufzwingt«. Dieses Verfahren scheint uns zum Zwecke der Nachvollziehbarkeit besser geeignet; es entsteht so ein lesbarer und überschaubarer Text, der im Zusammenhang mit dem »Original« eine bereits auf die Analyse fokussierte Vorstellung von seiner Architektur und inneren Logik vermittelt.

Nicht weniger heikel ist die Frage, was man wie transkribiert. Freilich spielt die Sprache als Instrument der Transkription hier eine tragende Rolle. Nur im Falle der Bilder kann man auf nicht sprachliche Zeichen zurückgreifen; die herausgelösten »stills« müssen allerdings zusätzlich verbal kommentiert werden, um die Dynamik der Handlung und die Art ihrer kameratechnischen Darstellung zu erfassen. Für Musik und Geräusch ist man ohnehin auf Sprache angewiesen. In jedem Falle ist – aus Gründen der Vergleichbarkeit und der Platzökonomie – eine gewisse Konventionalisierung der sprachlichen Kommentare notwendig. Hierfür empfiehlt sich neben einem scharfen Blick für das Wesentliche und einem Sinn für Ordnung (Trennung von Beobachtungen auf verschiedenen Ebenen) die Terminologie aus den »Grammatiken« der jeweiligen »Modes« (z. B. Begrifflichkeiten für Kamerafahrten, Aufnahmewinkel, Bildausschnitte etc.). Weil diese »Grammatiken« zum Teil (wie z. B. für Musik und Geräusch) erst noch geschrieben werden müssen, lässt die Systematik der Transkription in diesem Bereich noch viel zu wünschen übrig und folgt der Beschreibungslogik des gesunden Menschenverstandes.

Zusammenfassend kann gelten, dass die Herstellung eines lesbaren Transkripts oberste Priorität haben sollte. Gute Lesbarkeit bedeutet hier unseres Erachtens eine adäquate Wiedergabe der Gesamtarchitektur des Textes (auch ohne Konsultation des »Originals«), eine nachvollziehbare Darstellung der zeitlichen Verhältnisse verschiedener semiotischer Ereignisse

zueinander sowie eine akkurate und zweckmäßige Dokumentation aller für die Untersuchung relevanten Beobachtungen zu allen vorhandenen ›modes‹. Auf die Frage »How ›micro‹ is useful?« warnen Flewitt/Hampel/Hauck/Lancaster (2009: 47) vor dem Paradox, das darin besteht, dass »perceptual difficulties for the audience of ›reading‹ genuinely multimodal transcription might outweigh the advantages of its descriptive ›purity« (ebd.).

Hat man die multisemiotischen Ereignisse oder Produkte konsequent transkribiert, kann man an deren Untersuchung gehen. Die Transkripte erlauben dabei nun Einzelbeobachtungen zu den verschiedenen ›modes‹ und zu den Bezügen zwischen ihnen. Multimodale Textanalyse – so könnte man allgemein formulieren – bemüht sich um die intra- und intermodalen Beziehungen der beteiligten Zeichenmodalitäten mit Blick auf Semantik, Form und Funktion (s. dazu auch STÖCKL 2006). Kann der Analysierende ohne Transkript bestenfalls kursorische Bemerkungen zu besonders auffälligen Struktur- und Stilmerkmalen des Texts machen, so ermöglicht das grafisch fixe Transkript nun prinzipiell eine Fülle von Ansatzpunkten. Jedoch besteht die Gefahr, dass man sich in den diversen Analyseebenen verliert – Kallmeyer (1995: 10f.) hat dies treffend mit einer Wolke verglichen, deren Konturen man gut wahrnimmt, wenn man sie aus der Ferne betrachtet. Je näher man ihr kommt, desto mehr verliert sich dieser Eindruck; ist man mittendrin, sieht man gar nichts mehr. Es wird also in der multimodalen Textanalyse darauf ankommen, zunächst diverse Einzelbeobachtungen zusammenzutragen und dann unter einem die Analyse leitenden Ziel zu einem schlüssigen Gesamtbild zusammenzufügen. Zuerst vereinzelt, Ebenen und Kriterien folgende Analyse – dann Prinzipien, Muster und Mechanismen erkennende Synthese.

Für den ersten Schritt bedarf es einer Vorstellung davon, wie die einzelnen Zeichenmodalitäten als System beschaffen sind und welche Beschreibungsebenen es gibt. Hier ist die Erkenntnis zentral, dass Sprache, Bild und Ton etc. nicht atomistische Gesamtheiten sind, sondern ihrerseits aus kleineren Bausteinen bestehen, die in verschiedenen Dimensionen strukturiert und organisiert sind. Bewegte filmische Bilder z. B. haben Bildinhalte (handelnde Personen in räumlich-situativen Settings, Sachverhaltskonstellationen etc.), Aufnahmewinkel, Farbe, Schärfe, Ausschnitt/Einstellung, Kamerafahrten (s. KANZOG 2007) etc. Sprachtexte verfügen über eine thematische wie logisch-semantische Organisation, eine Handlungsstruktur, Lexik, Syntax und Prosodie etc. Ähnliche Schichtungen der ›Modes‹ kennen Musik und Geräusch: so kann man auf den Rhythmus,

das Tempo, die Harmonik, die Melodie, die Instrumentierung oder die Dynamik eines Musikstücks hören. Geräusche lassen sich differenzierend beschreiben, wenn man auf ihre Quelle, das verwendete Material und die involvierte Bewegung zur Erzeugung, auf Ort, Struktur, Thematik und Symbolik achtet. Es ist dieses isolierende und klassifizierende Beobachten, das die Grundlage für die Analyse bildet.

Der zweite Schritt, die integrierende Synthese der jeweils relevant gesetzten Beobachtungen, orientiert sich an Modellen der multimodalen Sinn-generierung. Diese ist mit diversen metaphorischen Konzeptualisierungen gefasst worden: Der »Reißverschluss« (HOLLY 2009) betont das komplementäre Ineinandergreifen (vgl. »intersemiotic complementarity«, ROYCE 1998, 2007) der Zeichenmodalitäten. »Kontaktstelle« (STÖCKL 1992) oder »edit point« (VAN LEEUWEN 2005) heben darauf ab, dass es in der multimodalen Textur prominente Strukturen gibt, an denen zwei oder mehrere »modes« in intendierter und offensichtlicher Weise zusammenführend montiert werden, um sich funktional-semantisch zu ergänzen. »Überschreibung« (HOLLY 2010), »Relektüre« oder »Transkription« (HOLLY/JÄGER in diesem Band) bringen die aktive Sinnstiftung des interpretierenden Rezipienten zur Geltung, der die eine Zeichenmodalität nur »lesen« kann, indem er die andere Zeichenmodalität zu Hilfe nimmt. Ganz gleich, welche Begrifflichkeiten man hier wählt, fest steht, dass multimodale Textanalyse genau darin besteht, die wechselseitige Bedingtheit der »modes« und Muster/Techniken ihrer Verknüpfung herauszuarbeiten. Dabei geht es letztlich auch immer darum, die inhärenten Potenziale und Defizite der einzelnen Zeichensysteme zu beschreiben und zu zeigen, wie Schwächen des einen durch Stärken eines anderen in den Strukturen des Gesamttexts kompensiert werden.

Der vorliegende Band zeigt, dass man – unabhängig von der jeweils spezifischen Methode und der übergreifenden Sichtweise – auf der Grundlage einer soliden Transkription und multimodalen Lektüre zu recht ähnlichen Ergebnissen kommt. Es unterscheiden sich in erster Linie die Schwerpunktsetzungen und die Detailtiefe der Analysen, nicht aber ihre generelle Methodik des In-Beziehung-Setzens der Zeichenmodalitäten. Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse stehen erst am Anfang; unser Buch möchte zu ihrer Entwicklung beitragen. Wir hegen die Hoffnung, dass der Leser in den präsentierten Ansätzen und Untersuchungen hermeneutische Vielfalt en detail und grundlegende multimodale Prinzipientreue zugleich wird entdecken können.

Literatur

- AUER, P.: Online-Syntax – Oder: Was es bedeuten könnte, die Zeitlichkeit der mündlichen Sprache ernst zu nehmen. In: *Sprache und Literatur*, 85, 2000, S. 43–56
- BALDRY, A.; P. THIBAUT: *Multimodal Transcription and Text Analysis*. London [Equinox] 2006
- BIRK, E.: Nelson Goodmans Begriff der Exemplifikation und seine Anwendung in den Bildwissenschaften. In: ADAM, M.; G. FEHRMANN; L. JÄGER (Hrsg.): *Medienbewegungen. Praktiken der Bezugnahme*. München [Fink] im Druck
- BOLTER, J. D.; R. GRUSIN: *Remediation. Understanding New Media* [5. Aufl.]. Cambridge (Mass.) [The MIT Press] 2002
- BUCHER, H.-J.: Journalismus als kommunikatives Handeln. Grundlagen einer handlungstheoretischen Journalismustheorie. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden [vs Verlag für Sozialwissenschaften] 2000, S. 245–273
- BUCHER, H.-J.: Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen. In: ROTH, K. S.; J. SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz [UVK] 2007, S. 49–76
- DEPPERMANN, A.; A. LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. IDS Jahrbuch 2009*. Berlin, New York [De Gruyter] 2010
- DIEKMANNSHENKE, H.; M. KLEMM; H. STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011
- DÜRSCHIED, CH.: Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 38, 2003, S. 37–56
- DÜRSCHIED, CH.: Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: *Linguistik online*, 22/1, 2005, http://www.linguistik-online.de/22_05/duerscheid.html [15.02 2009]
- ECKKRAMMER, E. M.: Diachronische und verstehentheoretische Aspekte informierender Bildlichkeit der Medizin. In: ECKKRAMMER, E. M.; G. HELD (Hrsg.): *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten*. Frankfurt/M. [Lang] 2006, S. 56–75
- FIX, U.: *Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen. Beiträge zur Stilistik* [herausgegeben von I. Barz, H. Poethe, G. Yos]. Berlin [Frank & Timme] 2007

- FIX, U.; H. WELLMANN: Sprachtexte – Bildtexte. Bemerkungen zum Symposium »Bild im Text – Text und Bild« vom 6. – 8. April 2000 in Leipzig. In: DIES. (Hrsg.): *Bild im Text – Text und Bild*. Heidelberg [Winter] 2000, S. XI–XVII
- FLEWITT, R.; R. HAMPEL; M. HAUCK; L. LANCASTER: What are Multimodal Data and Transcription? In: JEWITT, C. (Hrsg.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London, New York [Routledge] 2009, S. 40–53
- FRICKE, E.: *Origo, Geste und Raum. Lokaldeixis im Deutschen*. Berlin, New York [De Gruyter] 2007
- FRICKE, E.: Deixis, Geste und Raum. Das Bühlersche Zeigfeld als Bühne. In: BUSS, M.; ST. HABSCHIED; S. JAUTZ; F. LIEDTKE; J. G. SCHNEIDER (Hrsg.): *Theatralität des sprachlichen Handelns. Eine Metaphorik zwischen Linguistik und Kulturwissenschaften*. München [Fink] 2009, S. 165–186
- GOODMAN, N.: *Languages of Art. An Approach to a Theory of Symbols*. Indianapolis, Cambridge [Hackett Publishing] 1976
- GOODWIN, C.: Participation, Stance and Affect in the Organisation of Activities. In: *Discourse and Society*, 18/1, 2007, S. 53–73
- HABSCHIED, ST.: »Medium« in der Pragmatik. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: *Deutsche Sprache*, 28/1, 2000, S. 126–143
- HABSCHIED, ST.: Das Internet – ein Massenmedium? In: SIEVER, T.; P. SCHLOBINSKI; J. RUNKEHL (Hrsg.): *Websprache.net – Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin, New York [De Gruyter] 2005, S. 46–66
- HOLLY, W.: Zur Rolle von Sprache in Medien. In: *Muttersprache*, 1, 1997, S. 64–75
- HOLLY, W.: Audiovisuelle Hermeneutik. Am Beispiel des TV-Spots der Kampagne »Du bist Deutschland«. In: HERMANN, F.; W. HOLLY (Hrsg.): *Linguistische Hermeneutik*. Tübingen [Niemeyer] 2007, S. 389–428
- HOLLY, W.: Der Wort-Bild-Reißverschluss. Über die performative Dynamik der audiovisuellen Transkriptivität. In: LINKE, A.; H. FEILKE (Hrsg.): *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt*. Tübingen [Niemeyer] 2009, S. 389–406
- HOLLY, W.: Bildüberschreibungen. Wie Sprechtexte Nachrichtenfilme lesbar machen (und umgekehrt). In: DIEKMANN, H.; M. KLEMM; H. STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2010, S. 231–254

- JÄGER, L.: Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik. In: JÄGER, L.; G. STANITZEK (Hrsg.): *Transkribieren. Medien/Lektüre*. München [Fink] 2002, S. 19–41
- JÄGER, L.: Wieviel Sprache braucht der Geist? Mediale Konstitutionsbedingungen des Mentalen. In: JÄGER, L.; E. LINZ (Hrsg.): *Medialität und Mentalität. Theoretische und empirische Studien zum Verhältnis von Sprache, Subjektivität und Kognition*. München [Fink] 2004, S. 15–42
- KALLMEYER, W.: Zur Darstellung von kommunikativem sozialem Stil in soziolinguistischen Gruppenportraits. In: KEIM, I. (Hrsg.): *Kommunikation in der Stadt. Teil 3*. Berlin [De Gruyter] 1995, S. 1–25
- KANZOG, W.: *Grundkurs Filmsemiotik*. München [diskurs film] 2007
- KRÄMER, S.: Das Medium als Spur und als Apparat. In: DIES. (Hrsg.): *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1998, S. 73–94
- KRESS, G.: What is Mode? In: JEWITT, C. (Hrsg.): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London; New York [Routledge] 2009, S. 54–67
- KRESS, G.: *Multimodality. A Social-Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London, New York [Routledge] 2010
- KRESS, G.; T. VAN LEEUWEN: *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London [Arnold] 2001
- LEEUWEN, T. VAN: *Introducing Social Semiotics*. London, New York [Routledge] 2005
- MCLUHAN, M.: *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*. Bonn; Paris [Addison Wesley] 1995
- MCLUHAN, M.: *Das Medium ist die Botschaft* [herausgegeben und übersetzt von M. Baltes]. Dresden [Philo Fine Arts] 2001
- MÜLLER, C.: *Redebegleitende Gesten. Kulturgeschichte – Theorie – Sprachvergleich*. Berlin [Berlin Verlag] 1998
- NORRIS, S.: *Analyzing Multimodal Interaction. A Methodological Framework*. London [Routledge] 2004
- PEIRCE, CH. S.: *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* [8 Bde; herausgegeben von Ch. Hartshorne, P. Weiss, A. W. Burks]. Cambridge (Mass.) [Harvard University Press] 1931–1958
- POSNER, R.: Nonverbale Zeichen in öffentlicher Kommunikation. Zu Geschichte und Gebrauch der Begriffe ›verbal‹ und ›nonverbal‹, ›Interaktion‹ und ›Kommunikation‹, ›Publikum‹ und ›Öffentlichkeit‹, ›Medium‹, ›Massenmedium‹ und ›multimedial‹. In: *Zeitschrift für Semiotik*, 7, 1985, S. 235–271

- ROBIN, R. S.: *Annotated Catalogue of the Papers of Charles S. Peirce*. Amherst [University of Massachusetts Press] 1967 – Zitiert als ms
- ROYCE, T.: Synergy on the Page. Exploring Intersemiotic Complementarity in Page-Based Multimodal Text. In: *JASFL Occasional Papers*, 1/1, 1998, S. 25–48
- ROYCE, T.: Intersemiotic Complementarity. A Framework for Multimodal Discourse Analysis. In: ROYCE, T.; W. L. BOWCHER (Hrsg.): *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. Mahwah (NJ), London [Erlbaum] 2007, S. 63–109
- SANDBOTHE, M.: *Pragmatische Medienphilosophie. Grundlegung einer neuen Disziplin im Zeitalter des Internet*. Weilerswist [Velbrück Wissenschaft] 2001
- SCHMITT, R. (Hrsg.): *Koordination. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen [Narr] 2007
- SCHNEIDER, J. G.: Gibt es nichtmediale Kommunikation? In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 44, 2006, S. 71–90
- SCHNEIDER, J. G.: *Spielräume der Medialität. Linguistische Gegenstandskonstitution aus medientheoretischer und pragmatischer Perspektive*. Berlin; New York [De Gruyter] 2008
- STAIGER, M.: *Medienbegriffe, Mediendiskurse, Medienkonzepte. Bausteine einer Deutschdidaktik als Medienkulturdidaktik*. Baltmannsweiler [Schneider Hohengehren] 2007
- STAIGER, M.: *Literaturverfilmungen im Deutschunterricht*. München [Oldenbourg] 2010
- STETTER, CH.: *System und Performanz. Symboltheoretische Grundlagen von Medientheorie und Sprachwissenschaft*. Weilerswist [Velbrück Wissenschaft] 2005
- STÖCKL, H.: Der ›Picture Relation Type‹ – Ein praktischer Analysemodus zur Beschreibung der vielfältigen Einbettungs- und Verknüpfungsbeziehungen von Bild und Text. In: *Papiere zur Linguistik*, 46/11, 1992, S. 49–61
- STÖCKL, H.: ›Imagine‹. Stilanalyse multimodal – am Beispiel des TV-Werbepots. In: BARZ, I.; G. LERCHNER; M. SCHRÖDER (Hrsg.): *Sprachstil – Zugänge und Anwendungen*. Heidelberg [Winter] 2003, S. 305–323
- STÖCKL, H.: *Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte – Theorien – Analysemethoden*. Berlin, New York [De Gruyter] 2004a

- STÖCKL, H.: In between Modes. Language and Image in Printed Media. In: VENTOLA, E.; C. CHARLES; M. KALTENBACHER (Hrsg.): *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam [Benjamins] 2004b, S. 1–30
- STÖCKL, H.: Zeichen, Text und Sinn – Theorie und Praxis der multimodalen Textanalyse. In: ECKKRAMMER, E. M.; G. HELD (Hrsg.): *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten*. Frankfurt/M. [Lang] 2006, S. 11–36
- STÖCKL, H.: Hörfunkwerbung – »Kino für das Ohr«. Medienspezifika, Kodeverknüpfungen und Textmuster einer vernachlässigten Werbeform. In: ROTH, K. S.; J. SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz [UVK] 2007, S. 177–202
- STÖCKL, H.: Werbetypographie – Formen und Funktionen. In: HELD, G.; S. BENDEL (Hrsg.): *Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich*. Frankfurt/M. [Lang] 2008, S. 13–36
- STÖCKL, H.: Transkodierung und Metamorphose – Neue/Alte Aufgaben für eine medien- und kulturwissenschaftlich ausgerichtete Linguistik und Literaturwissenschaft: Zur Einführung. In: STÖCKL, H. (Hrsg.): *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton*. Heidelberg [Winter] 2010, S. 1–17
- THIBAUT, P.: The Multimodal Transcription of a Television Advertisement. Theory and Practice. In: BALDRY, A. (Hrsg.): *Multimodality and Multimediality in the Distance Learning Age*. Campobasso [Palladino] 2000, S. 311–386
- WITTGENSTEIN, L.: Philosophische Untersuchungen [1936–1946]. In: DERS.: *Werkausgabe in 8 Bänden. Bd. 1: Tractatus logico-philosophicus, Tagebücher 1914–1916, Philosophische Untersuchungen* [herausgegeben von R. Rhees]. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1989, S. 225–580 – Zitiert als PU