

# Magdalena Makowska

---

## Mikrotexte aud (de)motivierenden Sehflächen

---

Acta Neophilologica 15/2, 63-74

---

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

**Magdalena Makowska**

Katedra Filologii Germańskiej

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

## MIKROTEXTE AUF (DE)MOTIVIERENDEN SEHFLÄCHEN

**Key words:** microtext, verbal-iconic text, visual planes

Die Frage danach, was unter *Text* verstanden wird und wann Texte anfangen, hat sich die moderne Textlinguistik schon mehrmals gestellt. Trotzdem gibt es immer noch keine befriedigende Antwort, die von allen, die sich mit der Text-Frage beschäftigen, akzeptiert werden könnte. Das, was einige für Text halten, gilt für andere Linguisten, die sich nach eigenen Textualitätskriterien richten, als Nicht-Text. Gerade diese terminologische Lücke war für Ingo Warnke der Grund dafür, die Textlinguistik als „Linguistik ohne präzisen Gegenstand“ [Warnke 2002: 126] zu bezeichnen. Einige Autoren vertreten aber die Meinung, dass „man nicht dogmatisch nach der ‘Weltformel’ für einen universellen Textbegriff streben, sondern jeweils problembezogen einen der Theorie, der Fragestellung und der Zielgruppe angemessenen, prototypisch konzipierten Textbegriff definieren [sollte], der auch die Unterscheidung von Nicht-Texten zulässt“ [Klemm 2002: 159]. Uli Püschel zufolge hängt das, was ein Text ist, vor allem davon ab, „ob wir eine sprachliche Erscheinung als Text betrachten oder nicht. Etwas ist also nicht per se ein Text, sondern immer nur nach dem Verständnis von jemandem“ [Püschel 1997: 28]. Eine ähnliche Meinung vertritt auch Kirsten Adamzik, indem sie überzeugt, dass „ein einzelnes wahrnehmbares Etwas nicht ‘an sich’ Zeichen ist oder nicht, sondern immer nur im Rahmen eines Prozesses für jemanden zu einem Zeichen werden kann, wenn es nämlich als Zeichen gesetzt, gemeint oder verstanden wird“ [Adamzik 2004: 258]. Das bedeutet einen Perspektivenwechsel bei der Bestimmung dessen, ob etwas texthaft ist oder nicht: Die Text-Perspektive wird durch die Rezipienten-Perspektive ersetzt. Wenn jemand etwas als Text wahrnimmt und interpretiert, dann wird dieses Etwas für diese konkrete Person zum Text. Auch Ulla Fix plädiert dafür, dass „Texte immer von jemandem für jemanden mit einer bestimmten Intention gemacht werden und dass das ‘Leben’ der Texte

davon abhängt, ob jemand sie als eine intentional auf eine bestimmte Wirkung hin verfasste Mitteilung rezipiert und ihnen Sinn gibt“ [Fix 2008: 25]. Die Autorin weist auch darauf hin, dass „der Textbegriff vom rein sprachlich bestimmten auf einen *multikodalen* erweitert werden muss. Texte existieren nie nur sprachlich, immer sind andere Zeichen an ihnen beteiligt, seien es Gestik, Mimik, Stimmführung oder [...] Bilder, Typographie, Papiersorte, usw.“ [Fix 2008: 31]. So werden im Rahmen der Textbetrachtung auch semiotische Aspekte thematisiert, denn „alle Kultur ist zeichenhaft, ist also, da sie etwas mitteilt, Kommunikation“ [Fix 2002: 294]. Texte gelten als das, was ganz fest in die Kultur und kulturelle Kontexte der jeweiligen Gesellschaft eingebettet ist, auch in diesem Sinne, dass sie als Träger kultureller Traditionen dienen. Evelyn Dölling verweist darauf, dass „man Text [schreibt, produziert], um eigene Gedanken zu klären, sich auszutauschen, etwas mitzuteilen, jemanden zu überzeugen. Man liest, schaut und hört zu, rezipiert Text, um sich zu zerstreuen, mit Gefühlen aufzuladen, zu informieren, zu lernen, zu verändern“ [Dölling 2001: 42]. Diese Herausforderung, Texte mehrdimensional, als Komplexe von Zeichen verschiedener Art zu beschreiben, nimmt die sich gerade etablierende Bildlinguistik an [vgl. Diekmannshenke, Klemm, Stöckl 2011]. Gerade im Rahmen der Bildlinguistik, die als eine Schnittstelle zwischen den sprachwissenschaftlichen Teildisziplinen der Text-, Medien-, Kognitions- und Diskurslinguistik fungiert, werden Bemühungen unternommen, Beziehungen, zu denen es in einer Fläche zwischen sprachlichen und bildlichen Ressourcen kommt, linguistisch zu betrachten.

Der vorliegende Beitrag setzt sich zum Ziel, sprachlich-bildliche Kommunikate, die die Form von sog. Demotivatoren haben, aus linguistischer Sicht zu beschreiben. Im Zentrum des Forschungsinteresses steht dabei ihre schriftsprachliche Subfläche, die meistens die Form einer kurzen Äußerung hat. Am Beispiel von Demotivatoren wird das analysiert, welche kommunikativen Leistungen von sprachlichen und bildlichen Ressourcen erbracht werden können und wie sich die beiden Subflächen wechselseitig kontextualisieren. Unter allen Demotivatoren, die online erstellt und veröffentlicht sind, werden vor allem diese in den Fokus genommen, die politische Fragen thematisieren, um zu prüfen, wie Politik visualisiert und verbalisiert werden kann.

## **1. Arten von sprachlich-bildlichen Gefügen aus linguistischer Sicht**

Beziehungen, zu denen es zwischen sprachlichen und bildlichen Ressourcen kommt, werden in den letzten Jahren in zahlreichen, linguistischen Beiträgen thematisiert. Das lässt sich damit erklären, dass man auch im Rahmen der linguistischen Forschung nicht mehr „blind für Bilder“ [Schmitz 2005] sein darf, weil „reine Texte ohne visuelle Gestaltung und ohne Bilder selten [werden] oder aus traditionellen bzw. technischen Gründen auf bestimmte Textsorten (z.B. Romane)

und Kommunikationsformen (z.B. E-Mails) beschränkt [bleiben]“ [Schmitz 2005: 195]. Es lässt sich feststellen, dass der Bildanteil in den meisten Kommunikaten, die im Fokus der linguistischen Forschung stehen und für die Linguistik eine theoretische und analytische Herausforderung darstellen, gravierend angestiegen ist. Angesichts dessen kann die bisherige „Bildvergessenheit der Linguistik“ [Diekmannshenke 2011: 161] überraschen. Hans-Jürgen Bucher weist darauf hin, dass sprachliche und bildliche Ressourcen nur „die prominentesten Vertreter einer Vielfalt von Kommunikationsmodi wie Design, Typografie, Farben, Grafiken“ [Bucher 2010: 42] sind. Das ist für den Autor der Grund dafür, für „eine multimodale Wende“ [Bucher 2010: 42] zu plädieren. Multimodale Kommunikate, deren Elemente sich wechselseitig kontextualisieren, hält der Autor für komplexe, semiotische Arrangements [vgl. Bucher 2010: 53].

Auch in den Beiträgen von Hartmut Stöckl oder Ulrich Schmitz werden die semiotischen Ressourcen einzelner Modi funktional, formal und semantisch aufgefasst. In der Auffassung von Stöckl verfügen sowohl sprachliche als auch bildliche Elemente eines multimodalen Kommunikats über den Textstatus, was der Grund dafür ist, über Sprache-Bild-Texte zu sprechen. Somit gelten die sprachlichen und bildlichen Elemente von solchen Kommunikaten Stöckl folgend als gleichrangige Bestandteile eines Gesamttextes, der aus sprachlich und bildlich kodierten Teiltextrn besteht. Stöckl verweist aber auch auf die Rolle der Typografie, die er – im Gegensatz zur Sprache, die als zentrale Zeichenmodalität betrachtet wird – für die periphere Zeichenmodalität hält [vgl. Stöckl 2004: 16]. Im Kontext von multimodalen Texten weist Stöckl darauf hin, dass sie als ganze produziert und rezipiert werden, wobei „die Produktion und das rezeptive Verstehen [...] auch die Integration der verschiedenen Zeichenressourcen zu einem syntaktischen, semantischen und funktionalen Ganzen [erfordern]“ [Stöckl 2011: 45]. Um mit solchen Texten umgehen zu können, braucht man sog. „multimodale Kompetenz“ [Stöckl 2011: 45], die u.a. kulturell bedingt ist.

Die Überzeugung davon, dass in der modernen Kommunikation bildliche und sprachliche Ressourcen synergetisch miteinander verflechten, teilt auch Schmitz, der in diesem Kontext für sog. Sehflächenforschung plädiert [vgl. Schmitz 2011a]. Im Gegensatz zu Stöckl vertritt Schmitz die Meinung, dass in solchen sprachlich-bildlichen Gefügen nur sprachliche Ressourcen über den Textstatus verfügen. Der Autor spricht deshalb konsequent von Text-Bild-Gefügen bzw. Sehflächen. Schmitz sieht in den Sehflächen „Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden“ [Schmitz 2011a: 3]. Im Kontext von solchen Sehflächen weist der Autor auch darauf hin, dass das Design des Zusammenspiels von schriftsprachlichen und bildlichen Elementen dabei behilflich ist, ergonomische mit ästhetischen Zielen zu verknüpfen. In diesem Sinne gelten Sehflächen als „Blickfang und Mitteilung“ [Schmitz 2011b], wobei Bilder und Grafiken, die man dabei gebraucht, immer bewusster und vielfältiger eingesetzt werden. Diese rezipientennahe Gestaltung von Sehflächen hat zur Folge, dass der Textanteil geringer wird und sprachliche Äußerungen kürzer werden. Schmitz

erklärt das damit, dass in solchen Fällen schriftsprachliche Grammatik oft durch Design ersetzt wird [Schmitz 2011b: 81].

Unabhängig davon, ob man das Zusammenspiel von sprachlichen und bildlichen Ressourcen im Sinne Stöckls als Sprache-Bild-Text oder Schmitz folgend als Sehfläche versteht, bleibt unbestritten, dass die kommunikative Leistung von solchen Gefügen nur im qualitativen Zusammenspiel aller Elemente zu erfassen ist. Im vorliegenden Beitrag wird der Auffassung von Sehflächen gefolgt, wobei in Anlehnung an Schmitz angenommen wird, dass „jede Sehfläche ein Diagramm [ist]“ [Schmitz 2011b: 102]. Die Analyse des Korpus sollte zeigen, ob sich auch im Falle von Demotivatoren, die als Sehflächen betrachtet werden, solche Elemente ihrer Struktur feststellen lassen, die als Beweis ihrer diagrammatischen Struktur betrachtet werden könnten.

## 2. Formale Ebene von Demotivatoren

Demotivatoren, die politische Fragen thematisieren, sind durch solche Struktur gekennzeichnet, die für alle Demotivatoren charakteristisch ist und in diesem Sinne als prototypisch betrachtet werden kann. Sie unterliegen einer Modularisierung und lassen sich in drei Module zerlegen: Auf einem schwarzen Hintergrund (Modul 1) erscheint ein Bild (Modul 2), das statisch oder dynamisch ist, und unter diesem Bild kommt ein schriftsprachlicher Text vor (Modul 3). Thomas Schröder zufolge „[ist] allen Formen von Modularisierung gemeinsam, dass solchermaßen zerlegte Texte in ihrer Gesamtheit keine feste Abfolge für die Lektüre mehr vorgeben“ [Schröder 2010: 182]. Die Demotivatoren sind zwar dadurch gekennzeichnet, dass sie in drei Module zerlegt sind, aber die innere Struktur aller Demotivatoren bleibt unverändert. Somit werden die Demotivatoren als Sehflächen nach demselben Design-Prinzip konstruiert. Aufgrund der festen Platzierung von den einzelnen Subflächen erkennt der Rezipient, dass er mit einem Demotivator zu tun hat (Abb. 1).



Abb. 1. *Ich hab gewonnen? Hätte ich nicht gedacht*

Der Einstieg in den Demotivator erfolgt durch die Bild-Subfläche, die das Zentrum jedes Demotivators bildet. Der Raum für die unten platzierte Text-Subfläche ist geringer als der Raum, der für die Bild-Subfläche verwendet wird. Der schwarze Hintergrund wird zu einem solchen Element, das die beiden Subflächen verbindet, den Demotivator zu einer semantisch-funktionalen Einheit macht und nicht nur die Aussage der Bild-Subfläche, sondern auch die der Text-Subfläche visuell verstärkt.

Den Kern von Demotivatoren bilden Farb- oder Schwarz-Weiß-Bilder, die zentriert auf dem schwarzen Hintergrund erscheinen. Unter den politischen Demobildern lassen sich u.a. die folgenden Kategorien beschreiben:

- a) offizielle, Politik kodierende Bilder, die sich auf aktuelle, politische Ereignisse beziehen und Politiker bei der Arbeit präsentieren (Standardfotos, Abb. 2);
- b) Politik kodierende Bilder, die Politiker in realistischen, aber auch humorvollen Situationen darstellen (Abb. 3);
- c) Politik kodierende Bilder, die von Karikaturen oder Fotomontagen Gebrauch machen (Abb. 4).



Abb. 2. *Beta Mann und Alpha Frau. Sie kann Russisch, er kann Deutsch*

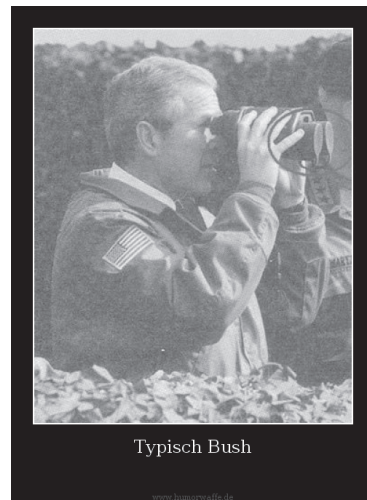


Abb. 3. *Typisch Bush*



Abb. 4. *Jarosław Kaczyński. Wersja soft*

Das Wesen von Demotivatoren liegt darin, dass das Bild, das ihren Kern macht, einen sprachlichen Text unbedingt braucht, um als echter Demotivator und nicht nur als eine beliebige Sehfläche gelten zu können. Im Kontext von sprachlich-bildlichen Gefügen weist 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 überzeugt ist, dass in manchen Situationen sprachliche und bildliche Elemente asynchron zueinander sind: Sie lassen sich nicht dem gleichen Zeitpunkt zuschreiben. Bild wird als erstes wahrgenommen, erst dann wird der sprachliche Text rezipiert [vgl. Burger 2005: 401]. Auch Nina Janich überzeugt, dass Bilder notwendig sind, „wenn Aufmerksamkeit erregt, emotionale Inhalte vermittelt und Produkte präsentiert werden sollen“ [Janich 2005: 60]. Werner Kroeber-Riel erklärt das damit, dass „Bilder schnelle Schüsse ins Gehirn [sind]“ [Kroeber-Riel 1993: ix]. Da die bildlichen Informationen – im Vergleich zu den textuellen – früher und schneller wahrgenommen werden, erfolgt der Einstieg in Demotivatoren eben durch ihre Bild-Subfläche, die den Blick des Rezipienten fängt.

Das, was für viele Sehflächen charakteristisch ist, und zwar eine fließende Grenze zwischen dem, was bildlich ist, und dem, was der Text-Subfläche zugrunde liegt, ist in Demotivatoren nicht der Fall. Die Hierarchie, in der die Bild-Subfläche und die Text-Subfläche zueinander stehen, scheint fest bestimmt zu sein: Schon aufgrund der Platzierung in der Fläche gilt die Text-Subfläche, die unter der Bild-Subfläche erscheint, als Kommentar zum Bild. In der Auffassung von Schmitz sind Sehflächen dadurch gekennzeichnet, dass sich ihre sprachlichen und bildlichen Ressourcen wechselseitig kontextualisieren. Das lässt sich auch im Falle von Demotivatoren feststellen, obwohl die Analyse bewiesen hat, dass in vielen Fällen die Bild-Subfläche die Text-Subfläche unbedingt braucht, um richtig verstanden werden zu können. In diesem Sinne gilt die Text-Subfläche als Mittel zum Verstehen der Bild-Subfläche.

### **3. Mikrotexte in Demotivatoren**

Das, inwieweit die Text-Subfläche den Gesamtsinn des Demotivators mitbestimmt, beweist die Analyse von folgenden Demotivatoren, die zuerst ohne ihre Text-Subflächen betrachtet werden (Abb. 5, 6).





Abb. 5



Abb. 6

Die beiden Bild-Subflächen lassen sich als Elemente von solchen Demotivatoren klassifizieren, die von offiziellen, Politik kodierenden Bildern Gebrauch machen. Diese sind dadurch gekennzeichnet, dass sie sich auf aktuelle, politische Ereignisse beziehen und Politiker bei der Arbeit präsentieren. In den beiden Fällen ist die Gestik von Spitzenpolitikern von Bedeutung. Barack Obama wendet sich an seinen Gesprächspartner, als ob er sagen möchte: *Bitte, jetzt haben Sie das Wort*. Das Bild von Angela Merkel zeigt die Kanzlerin bei der Arbeit (die erhobenen Hände verweisen auf eine Art der Abstimmung). Die beiden Bild-Subflächen können als politische Standardfotos gelten. Werden sie aber mit den Text-Subflächen versehen, ändert sich das, wie sie verstanden werden (Abb. 7, 8).

Abb. 7. *Her mit dem Öl!*Abb. 8. *Wer hat keine Ahnung von der Politik?*

Aus typischen Standardfotos, auf denen Politiker bei der Arbeit präsentiert sind, werden sie zu ironisch kommentierten Bildern, obwohl sie selbst keine Elemente enthalten, die allgemein als humorvoll betrachtet werden könnten. Erst unter dem Einfluss der Text-Subfläche werden diese Bilder mit Ironie ausgestattet. Die Text-Subfläche sichert der Bild-Subfläche den Kontext, ohne den die beiden



Bilder ganz anders interpretiert werden. Das beweist eindeutig, dass die Kommentare zu Bildern ausschlaggebend für den Gesamtsinn des Demotivators sind und wahre Intentionen von Autoren sichtbar machen. Im Falle des Obama-Demotivators wird im Rahmen der Text-Subfläche eine (mögliche) Aussage des Präsidenten formuliert: Mit der Hand als starkem „Vektor“ [Kress, Leeuwen 1996] verweist Obama auf seinen arabischen Gesprächspartner und sagt: *Her mit dem Öl!* Auch im Falle des zweiten Demotivators (Abb. 8) kontextualisiert die Text-Subfläche das, was in der Bild-Subfläche zu sehen ist. Die mit Ironie ausgestattete Abstimmungsfrage lautet: *Wer hat keine Ahnung von Politik?* Obwohl viele erhobene Hände zu sehen sind, gilt die Bundeskanzlerin, die grün angezogen und zentriert platziert ist, als (mikro)typografisch hervorgehoben. Wegen des ironischen Kommentars erhält das Standardfoto von Angela Merkel einen ganz neuen Charakter: Die Bundeskanzlerin und ihre politische Umgebung werden ausgelacht.

Als Beispiel dessen, wie die Text-Subfläche den Sinn der ganzen Sehfläche mitbestimmt, gilt auch der folgende Demotivator (Abb. 9).



Abb. 9. *Po pierwsze, nie „rudy”, tylko ciemny blond*

In diesem Fall kommt es zu einem semantischen Hin und Her zwischen den beiden Subflächen. Auch wenn die Bild-Subfläche als Einstieg gilt und als erste wahrgenommen wird, braucht man die Text-Subfläche, um den Demotivator richtig verstehen zu können. Der erhobene Daumen, der im Rahmen der Bild-Subfläche zu sehen ist, wird dank der Text-Subfläche ‚verbalisiert‘ (*po pierwsze* ‚erstens‘) und kontextualisiert (dank der Text-Subfläche ist schon klar, in welchem situativen Kontext Donald Tusk den erhobenen Daumen zeigt). Interessant ist auch die Farbe, die in der Text-Subfläche gebraucht wird. Die ist fuchsrötlich, genauso wie eines der Wörter, die diese Subfläche bilden. Die beiden Subflächen wirken kohärent. Auf die Kohärenz weist das hin, dass „Formulierungen des Texts gezielt auf das Bild Bezug [nehmen]. Der Text baut bewusst semantische Brücken

zum Bild“ [Stöckl 1997: 143]. Schmitz weist darauf hin, dass „überall, wo Bilder und Texte am selben Ort stehen, der Betrachter einen sinnvollen Zusammenhang des Ensembles suchen und (re)konstruieren [wird]“ [Schmitz 2003: 256]. Im Falle von Demotivatoren gilt die Bild-Subfläche als Anlass für das Entstehen der Text-Subfläche.

Wie die Analyse bewiesen hat, haben die räumlichen Einschränkungen von Demotivatoren zur Folge, dass die Text-Subfläche durch syntaktische Einfachheit gekennzeichnet ist und meistens die Form von Ein-Satz- oder sogar Ein-Wort-Äußerungen hat. In gewissem Sinne des Wortes folgt sie den Regeln der Sprachökonomie. Unabhängig von ihrer morphologisch-syntaktischen Struktur werden Elemente dieser Subfläche texthaft, soweit sie von ihren Rezipienten als solche akzeptiert werden und ihre Funktionen erfüllen. Im Kontext von diesen „kleinen Texten“ bezieht sich das Wort *klein* auf ihre Größe (sie sind kleinräumig-überschaubar), Komplexität (das sind meistens Ein-Wort- oder Ein-Satz-Erscheinungen), Funktionalität (sie sind auf einen handgreiflichen Zweck bezogen), Gestaltung (sie sind schablonenhaft und stereotyp) oder auf ihren Anspruch: Kleine Texte sind meistens nicht sehr ambitioniert [vgl. Hausendorf 2009: 6]. Heiko Hausendorf zufolge „[werden] Texte [...] dadurch zu kleinen Texten, dass ihre Textualität vor allem aus dem Ausschöpfen der Lektüresituation (kraft sinnlicher Wahrnehmung) und des Lektürekontextes (kraft erworbenen Wissens) zustande kommt, so dass die sprachlichen – und im engeren Sinne lesbaren – Textualitätshinweise vergleichsweise schwach ausgeprägt sein können“ [Hausendorf 2009: 16]. Auf diese schwache Ausprägung von sprachlichen Ressourcen weist auch Fix hin, indem sie die Frage der grammatikarmen Texte thematisiert. Die Autorin vertritt die Meinung, dass auch Texte, in denen man mit unvollständiger Kohäsion zu tun hat, allein schon dadurch ein gewisses Maß an Kohäsion aufweisen können, dass sie aus unverbunden nebeneinander stehenden Wörtern bestehen [vgl. Fix 1998: 166]. Das scheint im Falle von analysierten Text-Subflächen von besonderer Bedeutung zu sein. Die Autorin stellt fest, dass auch „im Wort [und Text-Subflächen haben auch die Form von kleinen, elliptischen, grammatikarmen Äußerungen – M.M.] bereits aktivierende Grammatik steckt“ [Fix 1998: 167].

Auch wenn alle von Hausendorf vorgeschlagenen Beschreibungsdimensionen von „kleinen Texten“ auf analysierte Text-Subflächen zutreffen, muss festgestellt werden, dass der Ausdruck „kleine Texte“ in der Textlinguistik nicht eingeführt ist. Deshalb wird in der vorliegenden Analyse von Politik kodierenden Sehflächen der Versuch unternommen, unter Berücksichtigung aller oben genannten Dimensionen Kommentare in Text-Subflächen – in Anlehnung an Hardarik Blühdorn [2006] – als Mikrotexte und nicht der Terminologie von Hausendorf [2009] folgend als „kleine Texte“ zu beschreiben. Unter Mikrotexten werden solche Sprechhandlungsergebnisse verstanden, die im Hinblick auf ihre mögliche Multimodalität von ihren Rezipienten in einem Kognitionsakt holistisch wahrgenommen und funktional interpretiert werden können.

Ähnlich wie prototypische Mikrotex te in der Auffassung von Blühdorn [2006] sind Kommentare, die den Text-Subflächen von Demotivatoren zugrunde liegen, monophon, weil sie von einem Autor kommen. So wie prototypische Mikrotex te sind sie auch monomodal, weil sie ausschließlich aus Wörtern bzw. Sätzen bestehen. Sie gelten auch als monointentional, weil sie ein Ziel haben. Ihr Wesen liegt darin, ein Bild ironisch und/oder sehr emotional zu kommentieren, zu betiteln. Dadurch wird ein „leeres“ Bild mit Emotionen ausgestattet. Die den Text-Subflächen zugrunde liegenden Kommentare sind auch monogenerisch, weil sie eine Textsorte repräsentieren. Sie gelten aber auch als monothematisch, weil sie auf ihre Bild-Subflächen Bezug nehmen und mit diesen Themen teilen.

## Fazit

Die Analyse hat bewiesen, dass es legitim ist, die Politik kodierenden Demotivatoren als Sehflächen zu betrachten. Diese Sehflächen unterliegen der Modularisierung und lassen sich in Subflächen zerlegen. Die feste, dreimodulare Strukturierung wird zum konstitutiven Merkmal von Demotivatoren als Sehflächen. Obwohl der Einstieg in den Demotivator durch seine Bild-Subfläche erfolgt, ist die Text-Subfläche von besonderer Bedeutung, weil sie als Schlüssel zum Gesamt-sinn des Demotivators dient. Diese Subfläche, die ausschließlich aus sprachlichen Ressourcen besteht, verfügt über den Status eines Mikrotex tes. Im vorliegenden Beitrag werden unter Mikrotex ten solche Sprechhandlungsergebnisse verstanden, die im Hinblick auf ihre mögliche Multimodalität von ihren Rezipienten in einem Kognitionsakt holistisch wahrgenommen und funktional interpretiert werden können. Die Demotivatoren werden so strukturiert, dass sie von ihren Rezipienten in einem Kognitionsakt als strukturell-semantische Einheiten und dabei als komplexe Sehflächen identifiziert werden. Die Analyse hat ergeben, dass die Demotivatoren nicht nur bildlich, sondern auch sprachlich stilisiert sind und dass sich in ihren Text-Subflächen bestimmte syntaktische Gemeinsamkeiten feststellen lassen.

## Bibliographie

- Adamzik, K. (2004). *Sprache: Wege zum Verstehen*. 2. Aufl. Tübingen – Basel, Francke Verlag.
- Blühdorn, H. (2006). *Textverstehen und Intertextualität*. In: H. Blühdorn, E. Breindl, U.H. Wassner. *Text-verstehen: Grammatik und darüber hinaus*. Institut für Deutsche Sprache. Berlin – New York, Walter de Gruyter, S. 277–298.
- Bucher, H.-J. (1996). *Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium*. In: E.W.B. Hess-Lüttich, W. Holly, U. Püschel (Hrsg.). *Textstrukturen im Medienwandel*. Frankfurt a. Main, Peter Lang, S. 31–59.
- Bucher, H.-J. (2010). *Multimodalität – eine Universalie des Medienwandels: Problemstellungen und Theorien der Multimodalitätsforschung*. In: H.-J. Bucher, T. Gloning, K. Lehnen.

- Neue Medien – Neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation.* Frankfurt a. Main – New York, Campus Verlag, S. 41–79.
- Burger, H. (2005). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien.* 3. Aufl. Berlin, Walter de Gruyter.
- Diekmannshenke, H. (2011). *Schlagbilder'. Diskursanalyse politischer Schlüsselbilder.* In: H. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl (Hrsg.). *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele.* Berlin, Erich Schmidt, S. 161–183.
- Diekmannshenke, H., Klemm, M., Stöckl, H. (Hrsg.) (2011). *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele.* Berlin, Erich Schmidt.
- Dölling, E. (2001). *Multimediale Texte: Multimodalität und Multicodalität.* In: E.W.B. Hess-Lüttich (Hrsg.). *Medien, Texte und Maschinen.* Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 35–49.
- Fix, U. (1998). *Die Wörter auf dem Papier und die Grammatik in den Köpfen. Zur Textualität und zu Lesarten von „grammatikarmen“ Texten.* In: I. Barz, G. Öhlschläger (Hrsg.). *Zwischen Grammatik und Lexikon.* Tübingen, Niemeyer, S. 165–177.
- Fix, U. (2002). *Kulturspezifität – ein Kriterium für Textualität.* In: *Germanistentreffen. Deutschland – Arabische Länder, Iran. Dokumentation der Tagungsbeiträge.* Bonn, Hrsg. von DAAD, S. 293–302.
- Fix, U. (2008). *Text und Textlinguistik.* In: N. Janich (Hrsg.). *Textlinguistik.* 15 Einführungen. Tübingen, S. 15–34.
- Hausendorf, H. (2009). *Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität.* Germanistik in der Schweiz. Online-Zeitschrift der Schweizer Akademischen Gesellschaft für Germanistik. Unter URL: <[http://www.germanistik.unibe.ch/SAGG-Zeitschrift/6\\_09/](http://www.germanistik.unibe.ch/SAGG-Zeitschrift/6_09/)>. Zugriff: 12.11.2012.
- Janich, N. (2005). *Werbepsprache. Ein Arbeitsbuch.* 4. durchges. und korr. Aufl. Tübingen, Narr Studienbücher.
- Klemm, M. (2002). *Wie hältst Du's mit dem Textbegriff? Pragmatische Antworten auf eine Gretchenfrage der (Text-)Linguistik.* In: U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm. *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?* Frankfurt a. Main, Peter Lang Verlag, S. 143–161.
- Kress, G., Leeuwen van, T. (1996). *Reading Images. The Grammar of Visual Design.* London, Routledge.
- Kroeber-Riel, W. (1993). *Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung.* München, Franz Vahlen.
- Püschel, U. (1997). „Puzzle-Texte“ – Bemerkungen zum Textbegriff. In: G. Antos, H. Tietz. *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen. Transformationen. Trends.* Tübingen, Niemeyer, S. 27–40.
- Schmitz, U. (2003). *Text – Bild – Metamorphosen in Medien um 2000.* In: U. Schmitz, H. Wenzel (Hrsg.). *Wissen und neue Medien. Bilder und Zeichen von 800 bis 2000.* Berlin, Erich Schmidt Verlag, S. 241–263.
- Schmitz, U. (2005). *Blind für Bilder. Warum sogar Sprachwissenschaftler auch Bilder betrachten müssen.* Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 69, S. 187–227.
- Schmitz, U. (2011a). *Sehflächenforschung. Eine Einführung.* In: H. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl (Hrsg.). *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele.* Berlin, Erich Schmidt Verlag, S. 1–20.
- Schmitz, U. (2011b). *Blickfang und Mitteilung. Zur Arbeitsteilung von Design und Grammatik in der Werbekommunikation.* Zeitschrift für angewandte Linguistik, S. 79–109.
- Schröder, T. (2010). *Die Bilder-Zeitung: Wie ein Textmedium zu einem Medium der visuellen Kommunikation wird.* In: H.-J. Bucher, T. Gloning, K. Lehnen. *Neue Medien – Neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation.* Frankfurt a. Main – New York, Campus Verlag, S. 169–188.

- Stöckl, H. (1997). *Werbung in Wort und Bild. Textstil und Semiotik englischsprachiger Anzeigewerbung*. Frankfurt a. Main – Berlin, Peter Lang.
- Stöckl, H. (2004). *Typographie. Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. Zeitschrift für angewandte Linguistik 41, S. 5–48.
- Stöckl, H. (2011). *Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz*. In: H. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl (Hrsg.). *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin, Erich Schmidt Verlag, S. 45–70.
- Warnke, I. (2002). *Text adieu – Diskurs bienvenue? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs*. In: U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm (Hrsg.). *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage*. Frankfurt a. M. et al., Peter Lang, S. 125–141.

Alle im Beitrag genutzten Abbildungen wurden den Webseiten: <[www.demovator.de](http://www.demovator.de)>, <[www.demotywatory.pl](http://www.demotywatory.pl)>. Zugriff: 12.11.2012.

## Summary

### Microtexts on (De)Motivating Visual Planes

The article constitutes an attempt to answer the question whether demotivators being popular in multimedia communication can be treated as an example of verbal – iconic texts which have a right to an visual planes status. In the present article an answer is sought to the question in what semantic relation the elements of the verbal and iconic layer of a given demotivator remain with regard to each other as well as what function can be ascribed to them. In reference to the theory of microtexts according to Hardarik Blühdorn presented is also the author's own concept of microtext which integrates verbal and iconic elements. A formal, semantic and functional analysis of demotivators serves to demonstrate that they are entitled to the status of visual planes.