

ELiS_e

[e'li:zə]

<Essener Linguistische Skripte_elektronisch>

Ulrich Schmitz

Miniatur zur Zeitung

*Faszination
Sprache*

elise@uni-essen.de

<http://www.elise.uni-essen.de>

Miniatur zur Zeitung

Ulrich Schmitz (Duisburg-Essen)

1. Blicken und Lesen



Abb. 1: Titelseite der Rheinischen Post vom 30.06.2004

Die Titelseite der „Rheinischen Post“ vom 30. Juni 2004, ganz oben. Auf der Sehfäche erblicken wir diverse Zeichen, Textstücke und Bilder in einem offensichtlich wohlgedachten farbigen Design. Viele Zeitungen treten heute so auf: als planvoll arrangierte Sammlungen mehr oder minder kleinteiliger Gruppen typographisch gestalteter Texte, Bilder, Piktogramme und anderer visueller Elemente. Schrift wandert in Text-Bild-Kompositionen ein.

Wir lesen solche Zeitungen nicht wie klassische Ganztexte: also nicht linear von links oben nach rechts unten und nicht, indem wir Wort für Wort – bottom up – einen vorkonstruierten

zusammenhängenden Sinn erschließen, der sich bei der Lektüre nach und nach als ganzer entfaltet. Vielmehr benutzen wir im ersten Zugriff Rezeptionsweisen, die wir von Bildern gewohnt sind: Zuerst wird das Ganze holistisch als mehr oder weniger diffuse Gestalt erfasst. Dann lassen wir uns – top down – von Orientierungspunkten leiten, die besonders ins Auge fallen. Das sind hier die größten Flächen, die durch die größten einheitlich gestalteten Elemente gebildet und gefüllt werden: die Zeilen mit den größten Buchstaben, die in der Fläche verteilten Fotos. Erst dann kommen wir – weiter top down – zu den kleineren Gestalten: Textflächen, die – als wären sie Bestandteile von Bildern – durch graphisches Arrangement (nämlich Positionierung, waagerechte und senkrechte Balken und Linien, Leerflächen, Typographie und Blocksatz) voneinander abgesetzt und aufeinander bezogen sind. Erst in der dritten Phase (vielleicht eine halbe Sekunde nach dem ersten Anblick) werden wir aus Sehern zu Lesern: Der durch Flächendesign geleitete Blick logozentriert und intellektualisiert sich. Wir bleiben immer noch an optisch hervorgehobenen, aber doch sprachlichen Elementen hängen und verstehen Blick für Blick den Sinn dieser einzelnen Stücke. Wir emanzipieren uns von gestalterisch vorstrukturierten Schwegen und beginnen, selbst zu entscheiden: Das eine interessiert uns mehr, das andere weniger.

Zuerst haben wir die Zeitungssseite wie ein Plakat wahrgenommen (als Gesamtbild mit angebotenen Botschaften), dann wie eine Pinnwand (auf der es das für uns Interessante zu suchen gilt). Jetzt beginnt die anstrengendere Phase: Um entscheiden zu können, müssen wir lesen. Die Fläche entpuppt sich als auszugswaises Register: ein fragmentarisches, visuell angelegtes, doch textuell formuliertes Inhaltsverzeichnis, wenn nicht eine irgendwie (nach Wichtigkeit? nach Routine?) geordnete Kollektion von Wegweisern mit Appetizern. Das haben Titelseiten von Zeitungen mit Titelseiten von Web-Angeboten (Homepages) gemein. Wir erhalten keinen Überblick über den gesamten Inhalt der Zeitung, sondern über einige in der Hierarchie redaktioneller Wichtigkeit hoch angesetzte Teile. Kein einziger ist vollständig ausgeführt, alle geben nur einen ersten Einblick und laden zur Fortsetzung an anderer Stelle ein.

Der Unterschied gegenüber Webseiten besteht vorwiegend in der technischen Grundlage. Auf Papier können wir nicht klicken, sondern wir müssen blättern. Doch die Links sind ähnlich gestaltet: mit Stichwörtern, Ellipsen oder Pfeilen, manchmal auch Bildchen versehen. (Eine über den Blickfang hinausgehende, etwa informative, Funktion, haben diese Bilder nicht.) Erst wer zu den angegebenen Seiten weiterspringt, mutiert zunehmend zum klassischen Leser: Je mehr Zeit sie oder er investiert, desto mehr wird er auf kürzere oder längere herkömmliche Ganztexte stoßen. Auch diese sind jedoch (selbst auf der untersten Ebene) immer noch graphisch organisiert, typographisch gestaltet, mit Bildern versehen oder in sie eingebettet. Man wird lange suchen müssen, um bild- und designfreie längere Ganztexte auf der Bildfläche zu finden.

Diese Tendenz zu stärkerer Visualisierung auch schriftlicher Botschaften nimmt mit wachsender Informationsfülle und reicherer Technik zu. Je älter eine Zeitung ist, desto bildärmer wird sie sein – je moderner, desto intensiver in graphovisuellem Design durchorganisiert.

Das rührt nicht nur von technischen Möglichkeiten, vermeintlicher Analphabetisierung und daraus vielleicht resultierenden Moden. Vielmehr dient das immer engere Zusammenspiel von Bild, Text und Design der Ökonomie der Wahrnehmung. Denn Komplexität der Gesellschaft und allgemein zur Verfügung stehende sowie jedem Individuum zugängliche Informationsfülle wachsen derart rasant, dass die herkömmlichen Kommunikations- und Präsentationsformen nicht mehr hinreichen. Für den ersten Zugriff taugen sie gar nicht. Der Betrachter der abgebildeten Zeitungssseite sieht sich unendlich vielen Alternativen zur Lektüre genau dieser Zeitung

gegenüber; und selbst wenn er sich für einen Blick auf und in diese Zeitung entschieden hat, wird er sie niemals vollständig lesen, in der Regel nicht einmal die gesamte erste Seite. Ihm bleibt gar nichts anderes übrig als auszuwählen, will er – bei letzten Endes doch gleich bleibendem Zeitkontingent – nicht in unübersehbaren Informationsmengen untergehen. So geschieht unser gesamter Medienkonsum über Zappen und Surfen im Großen und (selbstähnlich) im Kleinen. Auch in dieser Zeitung, auch auf dieser Seite wird nur vergleichsweise Weniges ganz gelesen, von Anfang bis zum Ende. Das meiste wird kurzzeitig erblickt und fällt dann einer diffusen Vergangenheit oder völliger Vergessenheit anheim.

Um den Weg zwischen Vorhalten, Auftauchen, Ignorieren, Aussuchen, Wahrnehmen, Behalten und Vergessen, also kleine Aufmerksamkeitsgeschichten, zu organisieren, eignen sich flächig-visuelle Strukturen (nämlich Bilder) ganz erheblich besser als zeitlich oder flächig lineare (also gesprochene Sprache oder geschriebene Buchstabenfolgen) – einfach deshalb, weil sie schneller, selektiver und leichter in variabler Körnigkeit (Gründlichkeit) ad libitum wahrgenommen werden können. Andererseits eignen sich sprachliche Texte besser für bestimmte Arten von Botschaften (z. B. für randscharfe (diskrete) Informationen sowie für Argumentationen und Dialoge). Da Kommunikanten stets die effizientesten (also ökonomischsten und erfolgreichsten) Mittel der Verständigung suchen, erproben und finden, bietet es sich heute an, beide Kommunikationsformen dort zu verknüpfen, wo es technisch möglich ist: Vor allem in den Massenmedien experimentiert die Kommunikationsgemeinschaft deshalb mit sämtlichen Arten von Text-Bild-Koalitionen und -Synergien.

2. Spra & che

In derart visualisierter Umgebung ändert sich auch die sprachliche Form. Betrachten wir – unter extremer Verlangsamung der alltäglichen Rezeptionsgewohnheiten – die oberen beiden Zeilen des besprochenen Zeitungsausschnittes. Sie stehen über dem, was in klassischen Texten als Anfangsmarkierung und Einstieg diente (Titel und Hauptschlagzeile). Wer semantische Einheit in der gesamten Seite suchte, könnte hier eine einladende Geste fürs Ganze vermuten (wie ein Foyer in Gebäuden, ein Waschtisch bei Büchern oder ein Vorspann bei zeitlinear ablaufenden Spielfilmen). Doch hier geht es nicht ums Ganze, sondern um wenige – und autonome – Teile, nicht um inhaltlichen Zusammenhang, sondern um Orientierung im Dickicht.

Der Platz am oberen Rand unterscheidet sich nicht thematisch-hierarchisch, sondern allein graphisch-positionell vom Rest der Seite – hier könnte auch Werbung stehen. Wir finden Registerelemente (ein vollständiges Inhaltsverzeichnis gibt es nirgends), die bestimmte Artikel auf späteren Seiten hervorheben, so gesehen also auch dafür werben.

THEMEN HEUTE → **Hauptsache lecker** – warum das Rheinland ein Pfund ist **Seite A 8** | → **Schöner wohnen** – warum es Senioren in Wohngemeinschaften zieht **Seite A 3** | → **Klekih-Petra** – warum Tschechiens Trainer ein Häuptling ist **Seite D2**

Abb. 2: oberer Rand der Titelseite der Rheinischen Post vom 30.06.2004

Der blanke Wortlaut, linear gelesen und unter Missachtung visueller Gestaltungselemente, ergibt keinerlei zusammenhängenden Sinn. Selbst die einzelnen Textstücke (nicht durch schreibkonventionelle Interpunktion, sondern durch visualisierende Linkpfeile und senkrechte Striche voneinander getrennt) haben keinen geschlossenen Sinn, sondern stellen Rätsel, die gelöst werden wollen. „Hauptsache lecker – warum das Rheinland ein Pfund ist“ – da gibt es Hinweise, Anspie-

lungen und Attraktoren (Aufmerksamkeitsheischer), doch keinen klaren Sinn. Niemand würde so sprechen, niemand – außer eben an solcher Stelle und in diesem Rahmen – so schreiben. Das Fragmentarische der Stückchenbotschaft wird nur innerhalb des Designs dieser Seite als Eröffnung eines mutmaßlichen Sinnes verstanden, der erst nach Umblättern begriffen werden kann. In den anderen beiden Textstücken („Schöner wohnen – warum es Senioren in Wohngemeinschaften zieht“ und „Klekih-Petra – warum Tschechiens Trainer ein Häuptling ist“) verhält es sich ebenso: Winzige, für sich selbst unbefriedigende Auszüge locken an und versprechen Befriedigung durch Konsum eines mutmaßlich dahinter steckenden Ganzen – ähnlich wie Trailer für Filme oder wie Fassaden von Kirmesbuden (die wegen der offen erklärten Lustbarkeit allerdings erheblich barocker daher kommen). Wir haben es mit indirekten Sprechakten zu tun: scheinbar assertiv (informierend), tatsächlich direktiv (auffordernd).

Alle drei Teile sind gleich gebaut. Sie hängen nicht semantisch zusammen, sondern allein durch funktionale (pragmatische) und formale (syntaktische) Analogie. Mangelnde Kohärenz wird durch überprägnante Kohäsion kompensiert. Das über zwei Zeilen horizontal und vertikal gestaltete Textdesign sowie die Pfeile erlauben sowohl lineare als auch selektive Lektüre. Die vorangestellten ersten beiden roten Worte („Themen heute“) halten alles wie eine Überschrift katalogartig zusammen. Alle drei Katalogeinträge sind nach folgender Formel zusammengesetzt: Pfeil + zwei fett gedruckte Worte (als Kopf des Registereintrags) + Gedankenstrich + „warum“ + Subjekt (ein bis zwei Wörter) + alternativ Objekt oder Objekt plus Präpositionalobjekt oder Prädikativum (zwei bis drei Wörter) + Hauptverb (ein Wort) + „Seite“ + Buchstabe + Zahl. Die Summe der Wörter (ohne die stets gleich gebaute Seitenangabe) beträgt immer 8. Darunter sticht vor allem das apodiktische „warum“ hervor (das eine klare Antwort auf der genannten späteren Seite verspricht). Zusammenhang wird nicht inhaltlich, sondern formal, nicht durch Kohärenz, sondern durch Kohäsion gestiftet.

Ähnliches, wenngleich in unterschiedlicher Größenordnung und mit jeweils unterschiedlichen Mitteln, lässt sich an allen sprachlichen Stücken dieser Seite beobachten, und zwar selbstähnlich auf allen Ebenen. Was für das gesamte Text-Bild-Design gilt, steckt auch die Sprache an: Zusammenhang im Kleineren und Ganzheit im Größeren wird weniger mit semantischen und viel mehr mit ästhetischen Mitteln gestaltet. Jedes einzelne Textfeld und Textstück kann in dieser Weise beschrieben werden. Innere Kleinteiligkeit bei visueller Organisation, elliptische Mittel, geclusterte Fragmente, kaum narrativer oder argumentativer, sondern eklektischer Aufbau, magazinartige Zusammenstellung zu gestylten Kollektionen mit vielfältigen Ein-, Um- und Ausstiegsmöglichkeiten zeichnen die Sprache dieser Zeitungseite aus.

Kohäsion schlägt Kohärenz. Denn innere Kohärenz verlangt konzentrierte Lektüre; ästhetisierende Kohäsion erlaubt schnellen Zugriff. Ersteres begünstigt synthetisch aufbauende Denkweisen und Formen, letzteres analytisch zergliedernde. Das reicht bis in den Kern sprachlicher Grammatik. Analytischer Sprachbau, der unveränderliche Zeichen aneinanderreihet, wird unterstützt; flektierende Formen, die kontextabhängig gebildet werden und größere Einheiten zu erfassen verlangen, sind hinderlich. In unserem Beispiel werden Substantive fast nur nach Plural gebeugt, dann aber gern artikellos und somit selbst elliptisierend („Preisvorteile“, „Paare“, „Experten“). Kasus spielt kaum eine Rolle (außer gelegentlich beim Genitiv-s: „Tschechiens Trainer“, „Zuschauer-Schwunds“). Die meisten der wenigen verbleibenden Flexionsformen beim Verb („ist“, „hat“, „sollen“, „dürfen“) werden kaum noch als solche erkannt, sondern wie lexikalisierte unveränderliche Wörter oder Infinitive benutzt.

3. Kulturverfall durch kommunikative Effizienz?

Nun wird man von Fall zu Fall neu entscheiden müssen, zu welchen Zwecken und in welcher Weise die spezifischen Vorteile von flächig-visueller und textlinearer Ausdrucksform verbunden werden sollen. In unserem Beispiel geht die orientierende Funktion visuellen Layouts in eine aufmerksamkeitsheischende, ein wenig marktschreierische über. Sie unterstützt eher Zerstreuung als Konzentration, eher Kleinteiligkeit als Kohärenz. Diese Tendenz setzt sich, wie gezeigt, bis in die Form der Sprache hin fort.

Das verdankt sich dem Bemühen dieser Zeitung, sich im Markt gegen noch boulevardeskere Konkurrenten zu behaupten. Text-Bild-Kompositionen können auch anders gestaltet sein, so dass sie eher Navigation als Reklame unterstützen, eher durch Informationsfüllen steuern als Aufmerksamkeit lenken. Wie auch immer Text-Bild-Gefüge konstruiert werden: Für die Betrachter und Leser kommt es darauf an, sie souverän und mit eigener Urteilskraft lesen zu können. Darauf ist unser schriftorientiertes Bildungssystem noch nicht vorbereitet.

Effektivierung und Ästhetisierung der Kommunikation bedürfen bewusster Reflexion der Subjekte. Modularisierung der Botschaft fordert mehr Fähigkeit des Rezipienten zur Synthesis. Miniaturisierung im Detail verlangt Größe im Geist.

