

THEMATISCHER SCHWERPUNKT 2013: Text und Bild

Nicht erst im Zeitalter von Internet, Printmedien und Werbung werden Text und Bild ‚multimedial‘ miteinander kombiniert. Aber für den heutigen multimedialen Alltag sind solche Kombinationsformen sehr typisch geworden. Das bedeutet aber nicht, dass wir als Kommunikationsteilnehmer mit dem Produzieren und Verstehen der Sprache-Bild-Partnerschaft unproblematisch umgehen: Von der Produktionsseite her begegnen wir im Beruf verwirrenden PowerPoint-Präsentationen, die eine zweifelhafte Ästhetik darbieten. Das Wahrnehmen und Verstehen von Text-Bild-Bezügen kennzeichnet zudem eine strukturelle und semantische Offenheit, ja ‚Oberflächlichkeit‘, was einerseits Vorteile für eine schnelle Informationsverarbeitung hat, aber andererseits auch Raum für eine ungenaue und manipulative Rezeption(s-Steuerung) eröffnet.

Nicht nur für die sich etablierende linguistische Teildisziplin Bildlinguistik¹ stellen sich Fragen zu Methoden, Termini und Theorien der Sprach-Bild-Kommunikation, sondern für viele andere Teildisziplinen der Sprach-, Kultur- und Literaturwissenschaft:

1. In welchen Kommunikationsbereichen, Medien und Textsorten haben wir es mit Sprache/Text-Bild-Verbindungen überhaupt zu tun?
2. Welche Rolle haben Text-Bild-Kombinationen (einschließlich von Formen bildlicher Sprache und sprachlicher Bilder) in der kulturellen Tradition und da: besonders in der schönen Literatur, der Religion usw. (Bildgedichte, moderne Poesie)?
3. Welche kommunikativen-funktionalen Leistungen erbringen Text-Bild-Partnerschaften in bestimmten Kommunikationsdomänen (z. B. Werbung, Printmedien, Internet, Comics)?
4. Welches (Vor-)Wissen und welche kommunikativen Fähigkeiten aktivieren wir in der Rezeption von Produktverpackungen, Bedienungsanleitungen, Straßentexten, Hypertexten, Werbeplakaten, bebilderten Pressetexten, Titelseiten in der Presse etc.?
5. Lässt sich eine Typologie von Sprache/Text-Bild-Bezügen erstellen? Und: Welcher Art können die Beschreibungsebenen und -kriterien von Sprache/Text-Bild-Gefügen sein?
6. Welche Synergien, Mehrwerte oder Verluste ergeben sich aus sprachlich-ikonischen Erscheinungen, wie z. B. Typographie, Farbgestaltung,

¹ Vgl. DIEKMANN SHENKE, HANS-JOACHIM / KLEMM, MICHAEL / STÖCKL, HARTMUT (eds.) (2011): *Bildlinguistik: Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin.

Thematischer Schwerpunkt 2013

anschauungsorientierte Ausdrücke, Text- und Bilddesign, Transposition der Sprache ins Bild?

7. Gibt es kulturspezifische Unterschiede? Was kennzeichnet den Gebrauch von Sprache, Texten und Bildern in polnischen, deutschen und anderskulturellen Gesamttexten?

Alle, die an der Veröffentlichung eines Beitrags zu diesem sehr breiten Themenspektrum interessiert sind, werden gebeten, Themenvorschläge bis zum 30.6.2012, Beiträge bis zum 30.11.2012 einzureichen. Die Hinweise zur Einrichtung des druckfertigen Manuskripts können unter www.convivium.pl eingesehen werden.

GA / BM