



# Typographische Variation und (Inter-)Medialität

## Zur kommunikativen Relevanz skripturaler Sichtbarkeit

### 1. Übersicht

1. The Crystal Goblet
2. Typographie als Forschungsgegenstand
3. Variation und Wissen
4. Intermedialität
5. Fazit

### 2. Zitate

- (1) «Talking, broadcasting, writing, and printing are all quite literally forms of *thought transference*, and it is the ability and eagerness to transfer and receive the contents of the mind that is almost alone responsible for human civilization. If you agree with this, you will agree with my one main idea, i. e. that the most important thing about printing is that it conveys thought, ideas, images, from one mind to other minds. This statement is what you might call the front door of the science of typography.» (Warde [1932] 1991: 110)
- (2) «A public speaker is more ›audible‹ in that sense when he bellows. But a good speaking voice is one which is inaudible *as* a voice. It is the transparent goblet again! I need not warn you that if you begin listening to the inflections and speaking rhythms of a voice from a platform, you are falling asleep. a good speaking voice is one which is inaudible *as* a voice. It is the transparent goblet again! [...] Type well used is invisible *as* type, just as the perfect talking voice is the unnoticed vehicle for the transmission of words, ideas. [...] The book typographer has the job of erecting a window between the reader inside the room and that landscape which is the author's words.» (Warde [1932] 1991: 111/113)
- (3) «Typography is the efficient means to an essentially utilitarian and only accidentally aesthetic end, for enjoyment of patterns is rarely the reader's chief aim. Therefore, any disposition of printing material which, whatever the intention, has the effect of coming between author and reader is wrong. It follows that in the printing of books meant to be read there is little room for ›bright‹ typography. Even dullness and monotony in the typesetting are far less vicious to a reader than typographical eccentricity or pleasantries.» (Morison 1930: 61)
- (4) «Gute Typographie ist, wie ein idealer Diener gewesen sein mag: da und doch nicht bemerkbar; unauffällig, aber eine Voraussetzung des Wohlbefindens; lautlos, geschmeidig.» (Tschichold [1960] 2001: 16)
- (5) «Schon wiederholt wurde darauf hingewiesen, daß die erste und eigentliche Aufgabe darin besteht, einen vorgegebenen Text lesbar und faßlich wiederzugeben. Aber selbst wenn sich die Typographie auf diese Aufgabe beschränkt, wird das visuelle Bild einen bestimmten emotionellen Eindruck machen. Das Druckerzeugnis kann nüchtern, sachlich, harmonisch oder unsicher, unentschieden, disharmonisch wirken, auch wenn der Gestalter überhaupt nicht an eine solche Wirkung dachte. Jede Sinnesempfindung, jede sinnliche Wahrnehmung ruft Gefühle hervor, auch wenn diese nicht immer vordergründig wirksam werden. Es ist also gar nicht möglich, die Typographie lediglich auf ein Lesbarmachen des Textes zu reduzieren. Das Lesen hat immer einen zweifachen Aspekt, einen kognitiven und einen affektemotionalen.» (Kapr/Schiller 1977: 20)
- (6) «Selbst wenn man eine ›neutrale‹ Schrift wählt, hat man damit eine Wahl getroffen, die dem Leser sagt, dass diese Mitteilung ›neutral‹ ist. Oder sein will.  
Jede Gestaltung fügt eine Interpretation hinzu. [...] Allein die Wahl der Schrift kann den Inhalt eines Wortes manipulieren.» (Spiekermann [1993] 2004: 103)



- (7) «Schrift nimmt *Bezug zum Inhalt*, jede Schriftwahl ist Interpretation, «neutrale» Schriften kann es nicht geben.» (Willberg/Forssman [1997] 2005: 72; Herv. i. Orig. fett)
- (8) «Invisible typefaces do not exist.» (Unger [1992] 2003: 110)
- (9) «Im Aufschreibesystem um 1800 [...] ist Sprache überhaupt bloßer Kanal» (Kittler [1985] 2003: 140).
- (10) «[...] poetische Gerechtigkeit zahlt es den Beamten heim, daß ihre Schriftsätze die Leute heimsuchen. Das Ideal des Dichters dagegen erreicht dieselben Leute und über denselben Kanal, ohne sie mit Schrifttypen [...] zu behelligen. Mit dem reinen stimmlichen Signifikat, vor dem alle Signifikanten zu Übersetzungen herabsinken, spricht der Dichter ihre Seelen an, ganz wie ihn selbst die imaginäre Geliebte angesprochen hat.» (Kittler [1985] 2003: 125)
- (11) «[...] für zaghafte Bürgermädchen [i. e., die Leserinnen; Erg. J. S.] kam alles darauf an, vor der Materialität von Druckbuchstaben buchstäblich zu «erblinden»» (Kittler 1986: 110)
- (12) «The foundations of variationist sociolinguistics come from the rudimentary observation that the variants that occur in everyday speech are linguistically insignificant but socially significant.» (Chambers 2003: 3)
- (13) «In general, we can say that every difference in language can be turned into difference in social value – difference and inequality are two sides of a coin, a point often overlooked or minimised in analysis.» (Blommaert 2005: 68–69)
- (14) «Das Schild «Air Snack» ist in Fraktur geschrieben. Trotzdem sind keine Nazis zu sehen.» (Berliner Zeitung, 4.5.2004: 23)
- (15) «Ich erhielt einen Brief von einem Verantwortlichen des Designer-Verbandes mit der Aufforderung zur Mitarbeit in einem Ausschuß.  
Der Brief war in der 10 Punkt Avant Garde gesetzt, Blocksatz, sehr lange Zeilen, sehr große Löcher zwischen den Wörtern, ohne Durchschuß. Da habe ich lieber gleich abgesagt.» (Willberg/Forssman [1999] 2001: 78)
- (16) «Nichtsprachliche Zeichen, das sind im Schriftlichen z. B. Bilder, typographische Elemente, Farben, Papiersorten, Flächen, Linien usw. [...], im Mündlichen z. B. Stimmführung, Mimik, Gestik, Situierung der Sprechenden im Raum [...], konstituieren gemeinsam mit sprachlichen Zeichen das Sinnangebot eines Textes. [...]  
Linguistische Textbegriffe sind vor diesem Hintergrund nicht mehr ausreichend. Texte müssen als Komplexe von Zeichen verschiedener Zeichenvorräte betrachtet werden. Stil als Teil der Textbedeutung entsteht aus dem Zusammenwirken dieser verschiedenen Systemen angehörenden Zeichen.» (Fix 2001: 114/118)
- (17) «Wer sich in die Materialität der Zeichen verstrickt, kann sie nicht verstehen, so wenig der stumpfe Blick des übermüdeten oder unkundigen Lesers es vermag, den Vorhang der Buchstaben aufzuziehen. [...] Der flüssige und behende Duktus wird gehemmt, ja u. U. ganz zum Stillstand gebracht, wenn die Buchstaben eine resistente Materialität annehmen.  
[...] Der Text wird selbst zum Bild, das den Betrachter in den Bann schlägt und ihm nicht gestattet, kurzerhand zur Sache zu kommen. [...]  
*Lesen* ist ein transitorisches Verfahren. Es erfordert die schnelle Bewegung des Intellekts vom Buchstaben zum Geist, vom Besonderen zum Allgemeinen, von der Oberfläche zur Tiefe.» (Assmann [1988] 1995: 238/241)



- (18) «Das Prinzip der abstraktiven Relevanz gibt an nicht nur daß, sondern auch wieweit eine mehrseitige kommunikative Dienstleistung des Schallphänomens ohne Sonderbedingungen möglich ist. Überall dort und soweit nämlich, als z. B. der Ausdruck an Momenten des Lautes manifest wird, die für die Darstellung irrelevant sind und umgekehrt. [...]

C'est le ton qui fait la musique; dies gilt in den indogermanischen Sprachen weitgehend (aber nicht restlos) in dem Sinne, daß der *Ton* dem Ausdruck und Appell frei steht und irrelevant ist für die Darstellung. Ist ferner die *Wortstellung* im Satze so frei wie im Lateinischen, dann wird sie Cicero kunstvoll rhetorisch verwerten usw.» (Bühler [1934] 1999: 45–46)

## Auswahlbibliographie

- Almind, Richard/Bergenholtz, Henning (2000): Die ästhetische Dimension der Lexikographie. In: Fix/Wellmann (2000), S. 259–288.
- Androutsopoulos, Jannis (2000): Zur Beschreibung verbal konstituierter und visuell strukturierter Textsorten: das Beispiel Flyer. In: Fix/Wellmann (2000), S. 343–366.
- (2003): HipHop im Web: Zur Stilanalyse jugendkultureller Websites. In: Stephan Habscheid/Ulla Fix (Hgg.): *Gruppenstile. Zur sprachlichen Inszenierung sozialer Zugehörigkeit*. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang Verlag (Forum Angewandte Linguistik 42), S. 271–292.
- (2004): Typography as a resource of media style: cases from music youth culture. In: Klimis Mastoridis (Hg.): *Proceedings of the 1<sup>st</sup> International Conference on Typography and Visual Communication*. Thessaloniki: University of Macedonia Press, S. 381–392.
- (2007): Neue Medien – neue Schriftlichkeit? In: *Mitteilungen des deutschen Germanistenverbandes* 54/1, S. 72–97.
- Antos, Gerd (2001): Sprachdesign als Stil? Lifting oder: Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen. In: Jakobs/Rothkegel (2001), S. 55–76.
- Antos, Gerd/Spitzmüller, Jürgen (2007): Was ‹bedeutet› Textdesign? Überlegungen zu einer Theorie typographischen Wissens. In: Roth/Spitzmüller (2007), S. 35–48.
- Assmann, Aleida (1995): Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Hans Ulrich Gumbrecht/K. Ludwig Pfeiffer (Hgg.): *Materialität der Kommunikation*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp (stw 750), S. 237–251 [zuerst: Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1988].
- Ballstaedt, Steffen-Peter u. a. (1981): *Texte verstehen, Texte gestalten*. München/Wien/Baltimore: Urban und Schwarzenberg (U-&-S-Psychologie).
- Blommaert, Jan (2005): *Discourse. A critical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press (Key topics in sociolinguistics).
- Brekle, Herbert E. (1994): Typographie. In: Hartmut Günther/Otto Ludwig (Hgg.): *Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*. Bd. 1. Berlin/New York: de Gruyter (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 10.1), S. 204–227.
- Bucher, Hans-Jürgen (2006): Gedrucktes im Internet. Online-Zeitungen und Online-Magazine auf dem Weg zu einer eigenständigen Mediengattung. In: Peter Schlobinski (Hg.): *Von \*hdl\* bis \*cul8r\**. Sprache und Kommunikation in den neuen Medien. Mannheim: Duden-Verlag, S. 210–232.
- (2007): Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen. In: Roth/Spitzmüller (2007), S. 49–76.
- Bühler, Karl (1999): *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart: Lucius & Lucius (UTB 1159) [zuerst: Jena: Fischer 1934].
- Chambers, J. K. (2003): Studying Language Variation: An Informal Epistemology. In: Chambers/Trudgill/Schilling-Estes (2003), S. 3–14.
- Chambers, J. K./Trudgill, Peter/Schilling-Estes, Natalie (Hgg.) (2003): *The Handbook of Language Variation and Change*. Oxford/Cambridge: Blackwell (Blackwell Handbooks in Linguistics).
- Coupland, Nikolas (2007): *Style. Language variation and identity*. Cambridge: Cambridge University Press (key topics in sociolinguistics).



- Doerfert, Frank (1980): *Zur Wirksamkeit typografischer und grafischer Elemente in gedruckten Fernstudienmaterialien*. Hagen: Fernuniversität Hagen (Bericht zum Ziff-Forschungsprojekt 1.2) [zugl.: Phil. Diss. Hagen 1980].
- Eckert, Penelope/Rickford, John R. (2005): *Style and Sociolinguistic Variation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ehlers, Klaas-Hinrich (2004): Raumverhalten auf dem Papier. Der Untergang eines komplexen Zeichensystems dargestellt an Briefstellern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 32, S. 1–31.
- Fix, Ulla (2001): Zugänge zu Stil als semiotisch komplexer Einheit. Thesen, Erläuterungen und Beispiele. In: Jakobs/Rothkegel (2001), S. 113–126.
- Fix, Ulla/Wellmann, Hans (Hgg.) (2000): *Bild im Text – Text im Bild*. Heidelberg: Winter (Sprache – Literatur und Geschichte 20).
- Gallmann, Peter (1985): *Graphische Elemente der geschriebenen Sprache. Grundlagen für eine Reform der Orthographie*. Tübingen: Niemeyer (Reihe Germanistische Linguistik 60).
- Gouws, Rufus u. a. (Hgg.) (1989): *Wörterbücher. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie*. Bd. 1. Berlin/New York: de Gruyter (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 5.1).
- Günther, Hartmut (1988): *Schriftliche Sprache. Strukturen geschriebener Wörter und ihre Verarbeitung beim Lesen*. Tübingen: Niemeyer (Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 40).
- Hagemann, Jörg (2007): Typographie und logisches Design. In: Roth/Spitzmüller (2007), S. 77–91.
- Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Anneli (Hgg.) (2001): *Perspektiven auf Stil*. Tübingen: Niemeyer (Reihe Germanistische Linguistik 226).
- Kapr, Albert/Schiller, Walter (1977): *Gestalt und Funktion der Typografie*. Leipzig: VEB Fachbuchverlag.
- Kittler, Friedrich A. (1986): *Grammophon Film Typewriter*. Berlin: Brinkmann & Bose.
- (2003): *Aufschreibesysteme 1800 · 1900*. 4., vollständig überarb. Neuaufl. München: Fink [zuerst: München: Fink 1985].
- König, Anne Rose (2004): *Lesbarkeit als Leitprinzip der Buchtypographie. Eine historische Untersuchung zum Forschungsstand und zur Entwicklung des Konzeptes <Lesbarkeit>*. Erlangen: Universität Erlangen-Nürnberg (Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft VII). Online unter: <http://www.buchwiss.uni-erlangen.de/AllesBuch/Koenig/Koenig.pdf> <25.07.2006>.
- Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo: *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2. Aufl. London: Routledge [zuerst: London: Routledge 1996].
- van Leeuwen, Theo (2006): Towards a Semiotics of Typography. In: *Information Design Journal* 14/2, S. 139–155.
- Morison, Stanley (1930): First Principles of Typography. In: *The Fleuron. A Journal of Typography* 7, S. 61–72 [dt.: Grundregeln der Buchtypographie. Übers. v. Max Caflisch u. Kurt Gschwend. In: , S. 75–104].
- Neef, Sonja (2008): *Abdruck und Spur. Handschrift im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit*. Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- von Polenz, Peter (1996): Die Ideologisierung der Schriftarten in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert. In: Karin Böke/Matthias Jung/Martin Wengeler (Hgg.): *Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische, theoretische und historische Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 271–282.
- Rajewsky, Irina O. (2002): *Intermedialität*. Tübingen/Basel: Francke (UTB 2261).
- Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hgg.) (2007): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz: UVK.
- Sandig, Barbara (2006): *Textstilistik des Deutschen*. 2., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter (de Gruyter Studienbuch).
- Sauer, Christoph (1997): Visualisierung inbegriffen: Textüberarbeitung und Umgestaltung. In: Eva-Maria Jakobs/Dagmar Knorr (Hgg.): *Schreiben in den Wissenschaften*. Frankfurt a. M. u. a.: Peter Lang Verlag (Textproduktion und Medium 1), S. 91–106.
- Schröder, Hartmut (1993): Semiotische Aspekte multimedialer Texte. In: Hartmut Schröder (Hg.): *Fachtextpragmatik*. Tübingen: Narr (Forum für Fachsprachenforschung 19), S. 189–213.



- Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003): *Discourses in Place. Language in the Material World*. London/New York: Routledge.
- Sebba, Mark (2007): *Spelling and Society. The Culture and Politics of Orthography Around the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- von Sichowsky, Richard/Tiemann, Hermann (Hgg.) (1971): *Typographie und Bibliophilie. Aufsätze und Vorträge über die Kunst des Buchdrucks aus zwei Jahrhunderten*. Hamburg: Maximilian-Gesellschaft (Jahresgabe der Maximilian-Gesellschaft 1969).
- Spiekermann, Erik (2004): *ÜberSchrift*. Mainz: Hermann Schmidt Verlag [zuerst engl.: *Stop Stealing Sheep & find out how type works*. Mountain View, CA: Adobe Press 1993].
- Spillner, Bernd (1982): Stilanalyse semiotisch komplexer Texte. In: *Kodikas/Code. Ars Semeiotica* 4-5/1, S. 91-106.
- Spitzmüller, Jürgen (2006): Typographie. In: Christa Dürscheid: *Einführung in die Schriftlinguistik*. 3., überarb. u. erg. Aufl. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (Studienbücher zur Linguistik 8), S. 207-238.
- (2007): Graphisches Crossing. Eine soziolinguistische Analyse graphostilistischer Variation. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 35/3. Themenheft «Schrift – Text – Bild», hg. v. Christa Dürscheid, S. 397-418.
- (im Druck a): Floating Ideologies: Metamorphoses of Graphic «Germanness». In: Alexandra Jaffe u. a. (Hgg.): *Orthography as Social Action: Scripts, Spelling, Identity and Power*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter (Language and Power as Social Process).
- (im Druck b): Typographisches Wissen: die Oberfläche als semiotische Ressource. In: Helmuth Feilke/ Angelika Linke (Hgg.): *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamische Gestalt*. Tübingen: Niemeyer.
- Stöckl, Hartmut (2004): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41, S. 5-48.
- (2008): Werbetypographie – Formen und Funktionen. In: Gudrun Held/Sylvia Bendel (Hgg.): *Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich*. Frankfurt a.,Madddot: Lang (Sprache im Kontext 31), S. 13-36.
- Tschichold, Jan (2001): *Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie. Eine Fibel für jedermann*. Augsburg: MaroVerlag [zuerst: Ravensburg: Maier 1960; Faksimile-Nachdruck].
- Unger, Gerard (2003): Legible? In: *Emigre* 65, S. 100-111 [zuerst in: *Emigre* 23 (1992)].
- Walker, Sue (2001): *Typography and Language in Everyday Life: Prescriptions and Practices*. London: Longman (Language in Social Life Series).
- Warde, Beatrice (1991): Printing should be invisible. In: Paul A. Bennett (Hg.): *Books and printing. A treasury for typophiles*. Savannah, Georgia: Frederic C. Beil, S. 109-114 [zuerst: New York: Marchbanks Press 1932].
- Wehde, Susanne (2000): *Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung*. Tübingen: Niemeyer (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 69).
- Wienen, Markus (2007): Multisensorische Textrezeption. Zum texttheoretischen Potential einer Semiolinguistik des Textes. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, S. 69-95.
- Willberg, Hans Peter/Forssman, Friedrich (2001): *Erste Hilfe in Typographie. Ratgeber für Gestaltung mit Schrift*. 3. Aufl. Mainz: Hermann Schmidt Verlag [zuerst: Mainz: Hermann Schmidt Verlag 1999].
- (2005): *Lesetypographie*. 4., komplett überarb. u. erw. Aufl. Mainz: Hermann Schmidt Verlag [zuerst: Mainz: Hermann Schmidt Verlag 1997].