

Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları

**EGE  
ALMAN DİLİ VE EDEBİYATI  
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**

Ege Forschungen zur deutschen  
Sprach- und Literaturwissenschaft

V

İZMİR – 2003

BU BİR HAKEMLİ DERGİDİR

EGE ALMAN DİLİ VE EDEBİYATI  
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ege Forschungen zur deutschen  
Sprach- und Literaturwissenschaft

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Kasım Eđit (Yazı işleri sorumlusu)  
Doç. Dr. Yadigar Eđit  
Doç. Dr. Can Bulut  
Doç. Dr. Nergis Pamukođlu – Daş  
Doç. Dr. Nevzat Kaya

ISSN 1300-5731

İÇİNDEKİLER / INHALTSVERZEICHNIS

<i>Can Bulut</i> Joseph Roth: Resignation in der modernen Umwelt.....	5
<i>Seyyare Duman</i> Spaßverständnis von türkischen Ärztinnen.....	21
<i>Mustafa Kınıs</i> Çevirinin Öğretilebilirliği Üzerine Bir Deneme .....	31
<i>Nurten Alku</i> Heimito von Doderer. "Menschwerdung" und das Divertimento No. VII "Die Posaunen von Jericho" .....	39
<i>Kuthan Kahramantürk</i> Kontrastive Betrachtung der deutschen und türkischen Euphemismen für ‚Tod‘ und ‚Sterben‘ .....	53
<i>Faruk Yücel</i> Modern Roman ve Rilke.....	63
<i>Çiğdem Ünal</i> „Mein Jahr in der Niemandsbucht“: Ein Roman über nichts .....	75
<i>Sueda Özbent</i> Eine Möglichkeit zur Repräsentation vom sprachlichen Wissen im Bereich der künstlichen Intelligenz.....	87
<i>Yadigar Eđit</i> Werbung und ihre Sprache in Medien unter pragmatischem und semiotischem Aspekt.....	103

Can Bulut  
*Ege Üniversitesi*

### Joseph Roth: Resignation in der modernen Umwelt

Edebiyat Wirtschaftskrisen, Arbeitslosigkeit und die Not nach dem Ersten Weltkrieg verschärften in Deutschland die sozialen Probleme und förderten radikale Lösungsvorschläge. Als sich diese Haltung mit den immer mehr in den Vordergrund tretenden antidemokratischen Ideen verband, wurde sie auch politisch sehr wichtig. In diesem Sinne wird die Technik, weil man auf sie als Machtinstrument weder verzichten wollte noch konnte, ausdrücklich von allen Verfallserscheinungen der Zeit ausgenommen. "Wer heute über die Technik zetet", schreibt Rosenberg, "und auf sie Verwünschungen über Verwünschungen häuft, der vergißt, daß ihr Hervortreten auf einen ewigen germanischen Antrieb zurückgeht, der dann auch mit ihrem Untergang ebenfalls verschwinden müßte."<sup>1</sup>

Dennoch gab es im Bereich der irrationalen Reaktion Vertreter einer antizivilisatorischen, gegen die Technik gerichteten Haltung. Die sozialen Erschütterungen seit der sogenannten industriellen Revolution haben immer wieder auch die Argumentation gefördert, man müsse nur die Maschinen zertrümmern, dann sei auch das Problem der Masse gelöst. Da man die Maschinen generell nicht abschaffen konnte, wurde das traditionelle Handwerk immer mehr in den Vordergrund gestellt. Diesen Erscheinungen gegenüber wurde die Technik zum notwendig geduldeten Schlechten, eigentlich Verderbenden erklärt. Die deutsche Literatur verdankt dieser Problematik von Immermanns "Epigonen" über Hauptmanns "Weber" bis Alfred Döblins "Berlin Alexanderplatz" eine Fülle unterschiedlichster Werke.

Joseph Roth gehört zu den wichtigsten Autoren, der sich mit dieser Problematik beschäftigt hat. Der Kulturpessimismus dieses Dichters ist sehr früh erkannt worden, ebenfalls die kritische Funktion dieser Haltung. Aber das Verhältnis der Kritik zu dem Kritisierten ist – bis auf sehr gelegentliche Hinweise – nicht untersucht worden. Man nahm die Feststellung des Autors für das Resultat, ohne seine Aussagen inhaltlich zu untersuchen.

Schon 1936 sah sich Roths Freund Ludwig Marcuse offenbar genötigt, Roth zu warnen und auf das reale Leben aufmerksam zu machen. Er solle seine Feinde (die Technik ist gemeint) nicht "in einen metaphysischen Rang"<sup>2</sup> erheben, schreibt Marcuse an Roth. Roth "liebäugele schon lange"<sup>3</sup> mit der Ewigkeit, aber er solle doch "vor allem darauf achten, wie oft die Ewigkeit nur eine Zeitlichkeit ist, die das Licht des Tages

---

<sup>1</sup>Rosenberg, Alfred: Der Mythos des 20. Jahrhunderts, München 1941, S. 142f.

<sup>2</sup>Marcuse, Ludwig: Lieber Joseph Roth. In: Das Neue Tage-Buch, 4.Jg., H.44, Paris-Amsterdam 1936, S. 1048.

<sup>3</sup>Ebd., S. 1049.

scheut."<sup>4</sup> Er drehe die "Weisheiten" der Zeit, auf die er sehr böse sei, um, "nur um sie (die Zeit) zu ärgern."<sup>5</sup>

"Weil Du böse bist auf das Jahrhundert des Fortschritts, das auch Dich betrogen hat, lobst Du, was davor war. Das ist nur ein Kunstgriff, gewiß. Aber in welche Gesellschaft gerätst Du mit diesem Kunstgriff? Und wie schnell wird aus einem Trick mit Augenzwinkern ein Glaube! Du willst (...) den (...) Fortschrittlingen eins versetzen, vielleicht auch Deine eigene Vergangenheit nicht schonen – und gewinnst Dir Freunde, welche die Brüder Deiner erbittertsten Feinde sind. So weißt Du nicht mehr ein noch aus – und rettetest Dich ins Ewige."<sup>6</sup>

Wie recht Marcuse hat, entnehmen wir aus den folgenden Worten des Dichters:

"Entscheidend nun ist, daß der machtvoll sich entfaltenden technischen Zivilisation der Wirklichkeitscharakter abgesprochen wird. Sofern die pessimistischen Kritiker dennoch ihre Deutung versuchen, ihr Leben und Geist zusprechen, vermögen sie fast nur den bösen Geist zu erblicken und die Kraft der modernen Entwicklung aus mythologischen Abgründen herzuleiten."<sup>7</sup>

Diese Beschreibung des Rothschen Verhältnisses zur technischen Zivilisation, mit der Fritz Hackert den Rückgriff Roths auf einfache Formen wie Märchen und Legende und "verklärte Bezirke"<sup>8</sup> wie "die Kinderwelt und die ländliche Idylle, die wichtigsten Zufluchtgebiete einer säkularisierten Religiosität"<sup>9</sup> zu erklären versucht, betrifft viele Werke Joseph Roths, aus denen hier die wichtigsten untersucht werden sollen.

Roth war keineswegs von Anfang an ein Kulturpessimist und Zivilisationsgegner. Hackert selbst weist unter der "mehrschichtige(n) Kausalität des Wandels in der Anschauung"<sup>10</sup> auf Bereiche der Technik hin, die durch ihr Alter gleichsam veredelt von dem Verdikt gegen die Technik ausgenommen werden, nämlich die Eisenbahn und ihren ganzen technischen Apparat. Sie werde fast als Symbol des 19. Jahrhunderts den modernen Verkehrsmitteln Auto und Flugzeug gegenübergestellt.

<sup>4</sup>Ebd.

<sup>5</sup>Ebd.

<sup>6</sup>Ebd.

<sup>7</sup>Hackert, Fritz: Kulturpessimismus und Erzählform. Studien zu Joseph Roths Leben und Werk, Diss., Bern 1967, S. 15f.

<sup>8</sup>Ebd., S. 26.

<sup>9</sup>Ebd.

<sup>10</sup>Schmidt-Dengler, Wendelin: Auf der Wanderschaft: Das Frühwerk Joseph Roths in den Literaturgeschichten. In: Helen Chambers (Hg.): Joseph Roth in retrospect, Papers of the 1989 Joseph Roth Symposium at Leeds University to commemorate the 50th anniversary of his death, Riverside 1991, S. 27.

Somit gewinne als geschichtliches Relikt ein Phänomen der Technik den Wert organischer Erscheinungen, das Zeitsymbol gleiche sich dem Natursymbol an.<sup>11</sup>

Roths Meinung über die technische Zivilisation entwickelt sich analog zu dem von ihm mit zunehmender Schärfe kritisierten Entwicklung der gesellschaftlichen Wirklichkeit in Deutschland, die für ihn gewissermaßen eine Reise "von der Humanität durch Nationalität zur Bestialität"<sup>12</sup> darstellt. In den frühen Romanen und Feuilletons sind Roths Anschauungen durchaus an den Gedanken gebunden, daß der Besitz von Produktionsmitteln Macht bedeutet.

Wenn im "Spinnennetz"<sup>13</sup> Benjamin Lenz' Bruder an einem gasförmigen Sprengstoff für Europa arbeitet, das heißt, wenn "die in der Stereometrie des Körpers gefangene Wunschproduktion zu Vernichtungsphantasien pervertiert,"<sup>14</sup> ist das nur die Anwendung dieses Gedankens im Sinne von Lenz. Im "Hotel Savoy"<sup>15</sup> bedeutet die Industrie die härteste Strafe für die Arbeiter. Aber der eigentliche "Fluch" der Technik richtet sich gegen den Fabrikanten Neuner.

Zwar beschreibt Roth den Gegensatz von unnatürlicher Technik und heilender Kraft der Natur, aber dieser Gegensatz wird noch nicht als bedrohlich und für den Untergang verantwortlich empfunden, sondern ohne Bedenken vorgezeigt. In "Der blinde Spiegel"<sup>16</sup> muß Fini zB. einen rätselhaften Telefonapparat bedienen, der ihr unheimlich ist. Von dieser Aufregung erholt sie sich durch einen Blick in einen Klostergarten, dessen wunderbare Stille ihre Nerven beruhigt. Später lernt sie mit dem Telefon umzugehen. Damit verliert es - und somit die Technik- jeden bedrohlichen Aspekt.

Es gibt deshalb gar keinen Grund, Roths Empfinden auf die gewaltige Realität der Technik nicht ernst zu nehmen, für deren Darstellung er "die neue Kunst" fordert, "die den Ausdruck nicht finden kann", (...) weil "diese Realität (...) noch zu groß (ist) für eine ihr gemäße Wiedergabe."<sup>17</sup> Zwar fühlt Roth Trauer um die alten Formen, die vergehen, wenn die Erde eine neue Umformung erlebt, aber es ist eine Trauer gegen die er machtlos ist. Roth ist davon überzeugt, daß "alles Menschliche in diesem technischen

<sup>11</sup>Vgl. Hackert, a.a.O. [Anm. 7], S. 75.

<sup>12</sup>Joseph Roth. Zitiert nach Bronsen, David: Das literarische Bild der Auflösung im Radezkymarsch. In: Kraske, Bernd M. (Hg.): Joseph Roth, Werk und Wirkung, Bonn 1988, S. 10.

<sup>13</sup>Roth, Joseph: Das Spinnennetz, Frankfurt 1978.

<sup>14</sup>Sonnleitner, Johann: Macht, Identität und Verwandlung. Joseph Roths frühe Romane. In: Helen Chambers (Hg.): Joseph Roth in retrospect, Papers of the 1989 Joseph Roth Symposium at Leeds University to commemorate the 50th anniversary of his death, Riverside 1991 S. 176.

<sup>15</sup>Roth, Joseph: Werke, Hrsg. v. Hermann Kesten, Bd.1, Köln und Berlin 1956.

<sup>16</sup>Roth, Joseph: Der blinde Spiegel, Berlin 1966.

<sup>17</sup>Plank, Ilse: Joseph Roth als Feuilletonist, Diss., Erlangen 1967, S. 165f.

Bereich klein, schwach und verloren ist"<sup>18</sup> und daß der Mensch selber dazu dient, die "neu konstruierten Mechanismen reibungslos funktionieren zu lassen."<sup>19</sup>

Wenn Roth im Zusammenhang mit technischen Zivilisationserscheinungen Kritik übt, dann zielt er eigentlich nicht auf die Technik, sondern auf den unangemessenen Gebrauch, den die Menschen von ihr machen, sei es, daß sie sich selbst betrügen – wenn man in Amerika traurig ist, spielt man Grammophon; sei es, daß sie andere Menschen wie Maschinen benutzen – "als wäre[n] (sie) ein Grammophon;"<sup>20</sup> oder sei es, daß sie andere Menschen zum eigenen Profit an Maschinen ketten.

Erst nach Roths Reisen nach Frankreich und Rußland, nach seiner Abwendung vom Sozialismus und Rückwendung zu traditionellen Wertvorstellungen<sup>21</sup>, kommt es konsequenterweise zu Roths Kritik an denen, die ihre Macht über die technische Zivilisation mißbrauchen, zusätzlich eine Kritik an der technischen Zivilisation selbst, dh. aus gesellschaftlicher Kritik entsteht ein antizivilisatorisches Verhalten. Aber seine Kritik an der Technik ist immer noch kontrolliert von der Überzeugung, daß sie nicht mehr abzuschaffen ist.

In den "Briefen aus Deutschland"<sup>22</sup>, die Eindrücke von einer Reise durch das Saargebiet enthalten, untersucht Roth die Bedingungen industrieller Produktion und ihre Auswirkungen auf das Selbstverständnis und die Lebensumstände der Arbeiter. Er kritisiert die "Romantik" jener Literatur, die gehirnlose Maschinenmenschen voraussetzt und das Menschliche im Mechanischen nicht erkennt; die nicht weiß, daß es ein Stadium gibt, in dem nicht der Mensch sich der Maschine, sondern umgekehrt: sie sich dem Menschen anpaßt.

Seit dem "Stummen Prophet"<sup>23</sup> jedoch tritt in Roths Bewertung der Technik neben eine zunehmende Verschärfung eine immer unbedingtere Bindung der Technik an den Bereich des Unechten, Uneigentlichen, Unnatürlichen und schließlich – im "Antichrist"<sup>24</sup> – des Bösen schlechthin.

Bestimmte, bei Roth immer wiederkehrende Symbole für die technische Zivilisation wie das Grammophon, die Photographie und der Film, das Telefon, die Setz- und Druckmaschinen, die sowohl positiv als auch negativ bewertet wurden, werden jetzt eindeutig Zeichen einer unsicheren und wertlosen Gegenwart, zu der auch

<sup>18</sup>Myung-Hae Ha: Kriegserfahrung und Sehnsucht in den Reisefeuilletons von Joseph Roth, Diss., Konstanz 1993, S. 107

<sup>19</sup>Ebd.

<sup>20</sup>Roth, Joseph, Der Souffleur. In: Ingeborg Stüldenmeyer: Studien zum Frühwerk Joseph Roths, Frankfurt am Main 1976, S. 391.

<sup>21</sup>Vgl. Hüppauf, Bernd: Joseph Roth: Hiob. Der Mythos des Skeptikers. In: Kraske, Bernd M. (Hg.): Joseph Roth, Werk und Wirkung, Bonn 1988, S. 10.

<sup>22</sup>Vgl. Roth, Joseph: Briefe aus Deutschland, Hg. v. Ralph Schock, Gollenstein 1997.

<sup>23</sup>Roth, Joseph: Der Stumme Prophet, Köln 1966.

<sup>24</sup>Roth, Joseph: Der Antichrist, Amsterdam 1934.

der früher mit großen Hoffnungen betrachtete Bereich des Sozialismus gehört. Auch die Revolution hat sich der Zeit angepaßt. Herrn von Derschattas Büro unterscheidet sich von einem russischen nur durch die größere technische Vollkommenheit. Es ist eine einzige Ansammlung von Täuschungen und Fälschungen. Nichts ist, was es vorgibt zu sein. Sogar Herr von Derschatta repräsentiert nur, was er zu sein glaubt:

"Von unten her, zauberhaft, aus dem Boden kamen alle elektrischen Gewalten, man sah keine Schnüre, weder an der Lampe, noch am Telephon, keine Glocken am Tisch, keine Schlösser an den Schubladen, das Tintenfaß ruhte in einer Versenkung des Tisches, und ohne daß der Bevollmächtigte auch nur die geringste Bewegung gemacht hätte, rief er den Sekretär durch einen einfachen blitzschnellen Wunsch herbei."<sup>25</sup>

Im "Hiob" bemüht sich Roth noch einmal um ein gerechtes Urteil über die Technik. Zwar ist das Leben Hiobs in New York beinahe genauso wie in Zuchnow im alten Rußland: "Die Karotten verringerten sich, die Eier wurden hohl, die Kartoffeln gefroren, die Suppen wässrig, die Karpfen schmal und die Hechte kurz, die Enten mager, die Gänse hart und die Hühner ein Nichts"<sup>26</sup> wird vom New Yorker Leben gesagt. Er benützt fast die gleichen Worte für das Leben in Zuchnow; zwar bleibt Amerika - symbolisiert durch seine Lichtreklamen - schon rein äußerlich außerhalb des mendelschen Lebenskreises, weil Mendel es nur durchs Fenster sieht<sup>27</sup>. Aber die ängstlich beobachtete technische Zivilisation tut auch "Gutes". Sie tötet und sie kündet Leben an.

"(Mendel) glaubte seinen Kindern aufs Wort, daß Amerika das Land Gottes war, New York die Stadt der Wunder. Die Amerikaner waren gesund, die Amerikanerinnen schön, der Sport wichtig, die Zeit kostbar, die Armut ein Laster, der Reichtum ein Verdienst, die Tugend der halbe Erfolg, der Glaube an sich selbst ein ganzer, der Tanz hygienisch, Rollschuhlaufen eine Pflicht, Wohltätigkeit eine Kapitalanlage, Anarchismus ein Verbrechen, Streikende die Feinde der Menschheit, Aufwiegler Verbündete des Teufels, moderne Maschinen Segen des Himmels, Edison das größte Genie. Bald werden die Menschen fliegen wie Vögel, schwimmen wie Fische, die Zukunft sehn wie Propheten, im ewigen Frieden leben und in vollkommener Eintracht bis zu den Sternen Wolkenkratzer bauen."<sup>28</sup>

Dies ist eine nahezu vollständige Aufzählung dessen, was Roth am technischen Fortschritt, an der geistlosen Zivilisation, an einer unnatürmäßigen Entwicklung immer wieder kritisiert.

<sup>25</sup>Der Stumme Prophet, a.a.O. [Anm. 23], S.245.

<sup>26</sup>Roth, Joseph: Hiob, Hamburg 1976, S. 90.

<sup>27</sup>Ebd., S. 99.

<sup>28</sup>Ebd., S. 98.

Mendel empfindet denn auch trotz aller – beinahe erzwungenen – Bewunderung "Heimweh nach Rußland, und es beruhigt ihn, zu wissen, daß er noch vor den Triumphen der Lebendigen ein Toter sein würde."<sup>29</sup>

Amerika, schon längst "kein geographischer Begriff mehr, sondern ein symbolischer"<sup>30</sup> (für die Technik), nimmt vorläufig die Stelle des Satans im biblischen Buch Hiob ein. Mendel sieht von der "lebendigen amerikanischen Nacht" nur den "rötlichen Widerschein" und den "regelmäßigen silbernen Schatten eines Scheinwerfers, der verzweifelt am nächtlichen Himmel Gott zu suchen"<sup>31</sup> scheint. Nacheinander nimmt ihm Amerika seinen Sohn Sam, seine Frau Deborah durch den Tod und seine Tochter Mirjam durch den Wahnsinn. Mendel, der sich in Amerika seines Gottes sicher war, schleudert, ehe er Gott leugnet, eine furchtbare Anklage gegen dieses Land:

"Amerika hat uns getötet. Amerika ist ein Vaterland, aber ein tödliches Vaterland. Was bei uns Tag war, ist hier Nacht. Was bei uns Leben war, ist hier Tod."<sup>32</sup>

Aber Amerika läßt ihn auch Wunder erleben. Gott nicht nur leugnend, sondern ihn verachtend, lebt Mendel ein kümmerlich trotziges Leben. Eines Tages beginnt sich das Wunder anzukündigen, sehr amerikanisch, sehr technisch.<sup>33</sup> Mendel geht heimlich und zum ersten Mal an des Grammophon seines Wirtes und hört, ohne zunächst den Titel zu kennen, Menuchims Lied.

In einem amerikanischen Eiscreme-Salon setzt sich die Rückführung Mendels in seine ehemalige wahrhaft menschliche Existenz fort. Mendel hört von einem Mann aus Zuchnow, der ein Verwandter zu sein behauptet. Schließlich kommt dieser Verwandte. Es ist Mendels in Rußland verkrüppelt zurückgelassener Sohn. Nun ist er geheilt. Er nimmt seinen Vater mit. Mendel fährt im Auto mit ihm ins Hotel. Und plötzlich ist das satanische, technisch zivilisierte Land voller Leben, Güte und Hoffnung. Mendel findet wieder zu Gott und, während Amerika bis hier den biblischen Satan vertrat, übernimmt es jetzt die erlösende und beschenkende Funktion Gottes:

"(...) Mendel Singer (...) betrachtete das elektrische Licht, den blonden Portier, die weiße Büste eines unbekanntes Gottes. (...) Er stieg in den Lift, (...) er schwebte in den Himmel, es nahm kein Ende. (...) Da sah er zum ersten Mal die Nacht von Amerika aus der Nähe, den geröteten Himmel, die flammenden, sprühenden, tropfenden, glühenden, roten, blauen, grünen, silbernen, goldenen Buchstaben, Bilder und Zeichen.

<sup>29</sup>Ebd., S. 98.

<sup>30</sup>Hackert, a.a.O. [Anm. 7], S. 76.

<sup>31</sup>Hiob, a.a.O. [Anm. 26], S. 99.

<sup>32</sup>Ebd., S. 109.

<sup>33</sup>Roth sagt in dieser Beziehung: "Wo man Gott leugnet, kann es immer noch vorkommen, daß man ihn eines Tages erkennt". (Leser, Norbert: Der zeitgeschichtliche Hintergrund des Werkes von Joseph Roth. In: Stillmark, Alexander (Hg.): Joseph Roth. Der Sieg über die Zeit, Londoner Symposium, Stuttgart 1996, S. 9.

Er hörte den lärmenden Gesang Amerikas. (...) Dem Fenster gegenüber, an dem Mendel lehnte, erschien jede fünfte Sekunde das breite lachende Gesicht eines Mädchens, (...) das blendende Gebiß (...) aus einem Stück geschmolzenen Silbers. (...) Mendel bewunderte sie als die vollkommendste Darstellung des nächtlichen Glücks und der goldenen Gesundheit."<sup>34</sup>

Sogar Mirjam wird vielleicht wieder gesund und Jonas, den anderen zurückgelassenen Sohn, der Soldat in Rußland und Bauer werden wollte, wird man wiederfinden.

Ausgerechnet einer Photographie entnimmt Mendel diese Hoffnung. Sie zeigt Menuchims Frau und Kinder:

"Neben ihnen tauchten aus dem braunen Hintergrund des Porträts Jonas und Mirjam auf."<sup>35</sup>

Im "Hiob" ist das "böse Gesicht" der Wirklichkeit allerdings vor allem von der Anlehnung an die Hiob-Fabel bestimmt. Folgerichtig hat man das schöne Gesicht der Wirklichkeit am Schluß als Wunder ernst zu nehmen. Der These Wiegensteins, Roth verlege "das ganz und gar phantastische happy end (...) nach Amerika, gleichsam als sei dort möglich, was im alten Europa den Anspruch auf Glaubwürdigkeit verlor"<sup>36</sup>, kann man aber entgegenhalten, daß das Wunder in Europa – im Osteuropa der Wunderrabbis, deren einer zu Beginn des Buches Menuchims Heilung prophezeit – geschah, und daß auch Mirjams Heilung in Europa geschehen soll. Zwar kommt das Wunder zu Mendel nach Amerika, aber damit werden die vitalen Kräfte des alten Kontinents nur um so mehr heraufbeschwört.

Die Aufwertung der amerikanischen, technisch zivilisierten Scheinwelt ist Roths erster Versuch einer Fiktion, in die heilenden Kräfte der wahren Werte. Allerdings ist Roth kritisch genug, den Abstand zur Realität zu spüren. Darum kleidet er seine Botschaft in die Form der Legende. So wird es ihm nicht nur – wie Hackert in seiner Dissertation erarbeitete – möglich, "das abgenutzte Wort glaubwürdig zu gebrauchen – gerade weil es ganz dem Glauben überantwortet wird – und es doch im Hinblick auf das moderne Bewußtsein ironisch zu relativieren"<sup>37</sup>, es wird ihm auch möglich, die verloren gegangenen Werte einer heilen Welt, ihre Sittlichkeit, ihre Vorstellungen von Echtheit, Schönheit, Lebendigkeit und Wahrheit glaubwürdig zu gebrauchen.

Im "Hiob" stellen die legendenhaften Einzelzüge zum ersten Mal mehr als nur literarische Ansprüche dar. Roth setzt hier der Wirklichkeit erstmals einen Mythos entgegen, dem es am Schluß sogar gelingt, die grausame amerikanische Wirklichkeit zu verändern.

<sup>34</sup>Hiob, a.a.O. [Anm. 26], S. 149.

<sup>35</sup>Ebd., S. 154.

<sup>36</sup>Wiegenstein, Roland H.: Die gerettete Welt des Joseph Roth. In: Frankfurter Hefte, 12. Jg., Frankfurt am Main 1957, S. 583.

<sup>37</sup>Hackert, a.a.O. [Anm. 7], S. 146.

Seit dem "Radetzkmarsch" wird die Funktion des Mythos, als Gegenbild zur gegenwärtigen Wirklichkeit zu dienen, immer deutlicher. Der immer grausiger werdenden Welt wird ein Mythos eines zwar untergehenden, aber wohlgeordneten Reiches entgegengesetzt, in der Hoffnung, "daß von Österreich und einer restaurierten Monarchie das Heil der bedrohten europäischen Zivilisation ausgehen"<sup>38</sup> werde. In dieser Welt vertritt nach Roth die technische Zivilisation die Mächte des Untergangs. In dieser Sichtweise wird Roth nach Kurer besonders von der damaligen Filmkunst beeinflusst. Denn die "Aufnahme und Reproduktionstechnik waren in der Filmkunst der Zwanzigerjahre noch nicht sehr entwickelt, die Bewegungen der Akteure dementsprechend unnatürlich mechanisch"<sup>39</sup>. Die untreue Frau Demant zum Beispiel wird wie in einem Film als "lebloses Wesen, Modell aus Wachs und seidener Wäsche" dargestellt, das mechanisch bewegt wird und nicht mehr "aus einer tragenden und lebendigen Welt- und Wertvorstellung heraus lebt"<sup>40</sup>. Die Augen seien "falsche, nachgemachte Blitze aus Eis", die Hände "wie weiße Vögel" und ihre "tiefe Stimme, (...) die ebenfalls ein Mechanismus in ihrer Brust hervorzubringen schien"<sup>41</sup>, fügen sich zu einer gefühllosen Frau, die "aus Stücken zusammengesetzt"<sup>42</sup> scheint.<sup>43</sup>

Trottas und Demants letztes Zusammensein vor Demants Tod im Duell wird von der grellen, zerhackten Musik eines Automaten begleitet, die auch Teile des leitmotivischen Radetzkmarsches enthält.

Demants neureicher Schwiegervater, der mit seinem Geiz an Demants Duell mitschuldig ist, sagt über den unzeitgemäßen "Ehrenkodex"<sup>44</sup> im technischen Zeitalter folgendes:

"Wir sind immerhin im zwanzigsten Jahrhundert, (...)! Wir haben das Grammophon, man teleponiert über hundert Meilen, und Blériot und andere fliegen sogar schon in der Luft!"<sup>45</sup>

Carl Josph von Trotta wird nach dem Duell Demants in eine andere Garnison versetzt. Diese Garnison liegt geradezu im Schnittpunkt der alten und neuen Zeit an einem Platz, der die Entscheidung in der Auseinandersetzung zwischen überkommenden und neuen Wertvorstellungen durch seine Lage bereits vorausahnen läßt. Sie liegt im Schnittpunkt zweier großer Straßen. Die eine führt vom Bahnhof zum Friedhof, die andere von der Schloßruine zur Dampfmühle.

<sup>38</sup>Schwarz, Egon: Joseph Roth und die österreichische Literatur. In: David Bronsen (Hg.): Joseph Roth und die Tradition. Aufsatz- und Materialiensammlung, Darmstadt 1975, S. 149.

<sup>39</sup>Kurer, Alfred: Joseph Roths Radetzkmarsch. Interpretation, Zürich 1968, S. 62.

<sup>40</sup>Roth, Joseph: Radetzkmarsch, Amsterdam & Köln 1978, S. 100.

<sup>41</sup>Ebd.

<sup>42</sup>Ebd., S. 101.

<sup>43</sup>Vgl. Geissler, Rolf: Dekadenz und Heroismus. Zeitroman und völkisch-nationalsozialistische Literaturkritik, Stuttgart 1964, S. 61f.

<sup>44</sup>Radetzkmarsch, a.a.O. [Anm. 40], S. 125.

<sup>45</sup>Ebd., S. 140.

Und der Graf Chojnicki, als Kontrastfigur der modernen Welt<sup>46</sup>, spricht die Bedrohung aus:

"Dies ist die Zeit der Elektrizität, nicht der Alchimie. Der Chemie auch (...)! Wissen Sie, wie das Ding heißt? Nitroglyzerin! (...). Im Schloß Franz Josephs brennt man oft noch Kerzen! (...) Durch Nitroglyzerin und Elektrizität werden wir zugrunde gehen!"<sup>47</sup>

Dieser Gegensatz zwischen einer Welt, in der Kerzen brennen, und einer anderen, die Elektrizität benutzt<sup>48</sup>, wird von Roth bis ins kleinste Detail durchgeführt. Sein Vater schreibt Briefe in streng vorschrittmäßiger Form, die alternde Frau von Taußig dagegen telegraphiert. Nur in höchster Not schickt auch der Vater seinem Sohn ein Telegramm. Aber ehe er seine Bedenken gegen das Telefon überwindet, nimmt er lieber das Risiko auf sich, den gefürchteten Herrn von Winternig unangemeldet zu überraschen.

Im Jahre 1934 erschienen zwei für Roths Auffassungen überaus charakteristische Prosastücke: Der "Antichrist"<sup>49</sup> und "Die Büste des Kaisers."<sup>50</sup> Sie lassen nicht nur Roths tiefe Verzweiflung ahnen, sie zeigen vor allem die Ohnmacht seines Zorns im Rahmen eines typischen, irrationalen und gegen die Nazis gerichteten Gegenmythos Österreich. Roth stellt hier Parallelitäten zwischen Österreich und dem Nazi-Deutschland auf. Er stellt fest, daß Österreich seinen Absolutismus aus der Ohnmacht und der Blindheit seiner Schriftsteller gewinnt, die nicht sehen wollen, wie sehr ihre Denkrichtungen und Reaktionen denen der Nazis gleichen, die sich ebenfalls auf Mythen ganz ähnlichen Inhalts berufen.<sup>51</sup> Überspitzt könnte man sagen, daß Roth sich in seiner Leidenschaft von seinen Gefühlen in die Position eines Gegen-Faschisten treiben läßt. Das folgende Zitat verdeutlicht seine Kritik an den Kollegen:

"Seit Goethe halten sie es für ihre Pflicht, die obligate wirkliche und metaphorische 'Reise nach Italien' zu unternehmen, die eine Flucht vor Deutschland ist, – aber niemals eine zugestandene. ... Ach! wie leicht erhielt man das innere Gleichgewicht! Es wurde wenigstens niemals hörbar erschüttert. Nicht, als Eisner und Landauer, Luxemburg und Liebknecht und tausende Arbeiter ermordet wurden, nicht als Fechenbach ins Zuchthaus wanderte, nicht, als Kahr den Thron 'platzhaltend' bestieg und in München die Republik begraben wurde. ... In einigen Jahren, wenn die Republik eine Legende geworden, wird sie ihnen das gegebene 'distanzierte' Thema geworden

<sup>46</sup>Vgl. Bönning, Hansjürgen: Joseph Roths "Radetzkmarsch". Thematik, Struktur, Sprache, München 1968, S. 86.

<sup>47</sup>Radetzkmarsch, a.a.O. [Anm. 40], S. 189.

<sup>48</sup>Vgl. Branscombe, Peter: Symbolik in Radetzkmarsch. In: Stillmark, a.a.O. [Anm. 33], S. 97.

<sup>49</sup>Der Antichrist, a.a.O. [Anm. 24].

<sup>50</sup>Roth, Joseph: Die Büste des Kaisers. In: Romane, Erzählungen, Aufsätze, Sonderausgabe, 2. Aufl., Köln-Berlin 1964.

<sup>51</sup>Vgl. Zimmermann, Werner: Deutsche Prosadichtungen unseres Jahrhunderts, Bd 1, Düsseldorf 1989, S. 369f.

sein. Denn ihr Blick ist so auf die Nachwelt gerichtet, daß sie an dem Untergang der Mitwelt schuldig werden."<sup>52</sup>

Der "Antichrist" ist vor allem eine harte Anklage der modernen Technik und Zivilisation als Kern allen Unheils. Telefon, Film, Fernrohr, Grammophon, Bomben, Geschütze, Traktoren, Elektrizität, Wolkenkratzer, Kohle aus Bergwerken, Ammoniak und Nitroglyzerin, Flugzeug und alle Menschen sind ausnahmslos Mittel und Masken des absoluten Bösen geworden. Mit großer Leidenschaftlichkeit versucht Roth, die Umwertung aller Werte rückgängig zu machen. Aber die ungeheure Anstrengung endet in Ratlosigkeit.

"Wo Gutes getan wird, dort ist meine Heimat"<sup>53</sup>; lautet das Fazit, das Roth zieht, nachdem er erkannt hat, daß nirgendwo Gutes getan wird und alles Gute, das getan wird, Maske des "Antichristen" ist.

Die technische Erfindung sei ein "Segen des Geistes" und zum "Element des Antichrist[en]"<sup>54</sup> geworden, weil man sie als "Sieg zu bezeichnen und zu feiern" wagte und frevlerisch glaubte, die Welt entgöttlicht, den Himmel herunterbeschworen<sup>55</sup> zu haben. So sei es gekommen, "daß die Wirklichkeit selbst eine Fata Morgana wurde."<sup>56</sup> Das, was wir Wirklichkeit nennen, ist in der modernen Zeit allmählich ein Wirklichkeit gewordener Trug geworden. Sie ist also eine "Fiktion, d.h. eine(r) uneigentliche(n), schattenhafte(n), unwahre(n) Annahme, mit der der Einzelne lebt."<sup>57</sup> In seinem Versuch, die "falsche" Wirklichkeit rückgängig zu machen, mißt Roth diese Wirklichkeit an einer zweiten, "höheren" Überwirklichkeit, statt sie vom festen Boden der Realität aus als Trug zu entlarven. Er setzt Glauben gegen Glauben.

Diese zweite, höhere Wirklichkeit gewinnt er aus dem Mythos Österreich und seinem katholischen Glauben. Roth flüchtet in ein Land und eine Zeit, die ihrerseits positiver Trug sind. Die Werte, die der Antichrist geschändet hat, werden hier wieder aufgegriffen. Ihr gegenwärtiger Realitätsgehalt wird nicht untersucht, nur gesetzt. "Die Büste des Kaisers" ist ein Gegenstück zu der im "Antichrist" dargestellten Wirklichkeitsleugnung.

Graf Morstin ist in seinem Dorf eine Art kleiner Kaiser. Er führt ein autoritäres Regime, allerdings – als wirklich adeliger Mensch – ein gutes. Das Volk liebt ihn. Er und sein Volk leben ganz in Harmonie. Konflikte gibt es nicht in dieser echten Gemeinschaft, jedenfalls nicht bis zum Ende des ersten Weltkrieges.

<sup>52</sup>Joseph Roth, zitiert nach Zelewitz, Klaus: Joseph Roth: Zweimal politische Illusion. In: Kraske, a.a.o. [Anm. 12], S. 106.

<sup>53</sup>Roth, Joseph: Werke, Hrsg. v. Hermann Kesten, Bd.3, Köln und Berlin 1956, S. 794.

<sup>54</sup>Ebd., S. 704.

<sup>55</sup>Ebd., S. 698.

<sup>56</sup>Ebd., S. 699.

<sup>57</sup>Trommler, Frank: Österreich im Roman. Eine Untersuchung zur dargestellten Wirklichkeit bei Joseph Roth, Robert Musil und Heimito von Doderer, Diss., Frankfurt 1964, S. 9

Jetzt wird der Begriff Heimat plötzlich aktuell. Bisher war Morstin Österreicher, nun soll er Pole sein. Er versteht das nicht, fühlt sich als Heimatloser. Um diesen Zustand zu vergessen, geht er auf Reisen. Aber auch das übrige Europa ist trotz seiner Erwartungen in totale Unordnung geraten.

In Zürich, in einer amerikanischen Bar treiben ein paar reiche Leute mit der Krone der Habsburger Späße. Graf Morstin empfindet einen, ihm bisher ganz fremden Zorn. Er erschlägt beinahe einen dieser Leute. Am nächsten Tag kehrt er nach Hause zurück. Und nun beginnt er ein Leben, als sei die Zeit irgendwo zwischen 1900 und 1914 stehengeblieben. Vor seinem Hause steht wieder die Büste des Kaisers Franz Joseph. Doch die polnische Verwaltung duldet dieses Leben nicht. Schließlich wird die Büste des Kaisers stellvertretend für die ganze wundervoll heile alte Ordnung unter Mitwirken des ganzen Dorfes begraben. Daraufhin verläßt Morstin das Land:

"Er lebt jetzt an der Riviera, ein alter, verbrauchter Mann (...). Ein paar Stunden am Tage schreibt er an seinen Erinnerungen."<sup>58</sup>

Darin stehen die schönen Sätze:

"Ich habe erlebt (...), daß die Klugen dumm werden können, die Weisen töricht, die echten Propheten Lügner, die Wahrheitsliebenden falsch. Keine menschliche Tugend hat in dieser Welt Bestand, außer einer einzigen: der echten Frömmigkeit. (...) Der wahre Gläubige enttäuscht uns nicht, weil er auf Erden keinen Vorteil sucht. Auf das Leben der Völker angewandt, heißt das: sie suchen vergeblich nach sogenannten nationalen Tugenden, die noch fraglicher sind als die individuellen. Deshalb hasse ich Nationen und Nationalstaaten. Meine alte Heimat, die Monarchie allein war ein großes Haus mit vielen Türen und vielen Zimmern, für viele Arten von Menschen. Man hat das Haus verteilt, gespalten, zertrümmert. (...) Ich bin gewohnt, in einem Haus zu leben, nicht in Kabinen."<sup>59</sup>

Doch kann die Schönheit dieser Zeilen nicht über die Fragwürdigkeit der Haltung Roths hinwegtäuschen. Wenn die humane Weltoffenheit den vergeblich gesuchten nationalen Tugenden, der Verengung in Kabinen entgegengehalten wird; wenn die Verantwortlichen dafür hinter einem allgemeinen "man" verschwinden; wenn alle irdischen Werte mit Ausnahme der echten Frömmigkeit als umgewertet erkannt werden sollen, dann ist eine bloße Anklage, so legitim sie auch erscheint, überfordert, falls sie scharfe Kritik am Gegenwärtigen enthalten soll. Der wehmütige Schleier an den Worten Roths verdeckt nicht nur die Realität der damaligen Welt, er setzt auch alle humanen Werte als nur damals mögliche absolut. Die kritisierten Werte allein und die Berufung auf eine idealisierte, streng geordnete Vergangenheit reichen als Kritik an einer ebenfalls autoritären, aber inhumanen und barbarischen Gegenwart nicht aus. Besonders, wenn diese sich ebenfalls – zur Überwindung der häßlichen Zeit – auf eine bessere Vergangenheit beruft und damit derartige Anschuldigungen aus dem Wege

<sup>58</sup>Die Büste des Kaisers, a.a.O. [Anm. 52], S. 361.

<sup>59</sup>Ebd.

geht. Deshalb müßte Roth ihr eigentlich präzise nachweisen, warum sie inhuman und inwiefern sie barbarisch ist.

In "Die Kapuzinergruft"<sup>60</sup> werden die alten Formen einer überlebten, aber wertvollen Tradition durch die Moderne, das Preußische und Technische bis zur Überfremdung gesteigert. Der gefährlich einseitige Bannfluch (wie im "Antichrist") und die resigniert einseitige Anklage (wie in "Die Büste des Kaisers") steigern sich hier gegenseitig zu höchst merkwürdiger Realitätsferne. Dieser "Roman" besteht aus unverbundenen oder kaum verbundenen aneinandergereihten Auseinandersetzungen mit Gedanken und Erscheinungen der Zeit. Roth schaut die Welt ebenso mosaikhaft an, ebenso zusammengesetzt wie die Barbaren, die schließlich in ihm und in der Welt die Macht ergriffen.

Franz Ferdinand Trotta beobachtet mit sich steigendem Entsetzten und wachsender Verständnislosigkeit, wie sich die moderne Zivilisation ausbreitet, und reagiert mit demselben entschlossenen Zurückbleiben hinter der Zeit, das bis in völlige Verfremdung und Heimatlosigkeit mitten in der Heimat führt.

Alle Bemühungen Roths, die ihn von der Bindung an die Realität weg in die Fiktion und dort zur Verteidigung "wahrer" und "echter" Werte führen sollten, bis schließlich die durch das alte Österreich verkörperten Werte in unversöhnlichen Gegensatz zur Gegenwart geraten, unterlagen der Realität. Statt sich von ihr zu befreien, zog er sich in grollender Resignation zurück. Das verblüffte Staunen, mit dem der letzte Trotta die Barbaren, die doch täglich um ihn waren, plötzlich aus der Unterwelt aufsteigen sah, zeigt die Unterlegenheit der Position, von der aus Roth die Gegenwart bekämpfen wollte. Der Rückzug des letzten Trotta zu seinen toten Kaisern in die Kapuzinergruft und die Frage "wohin soll ich jetzt, ein Trotta?"<sup>61</sup>, die den Roman beschließt, lassen nicht nur den letzten Trotta ratlos zurück. Sie zeigen auch die Ohnmacht angesichts alter Mythen vor der von Roth bekämpften irrationalen, aber wirklichen Barbarei. Wieder bleibt nur der Ausweg in das Märchen, der "Geschichte (von) der 1002. Nacht"<sup>62</sup>, ein Rückzug, der noch tiefer in die Vergangenheit zurückführt. Und wieder wie im "Leviathan"<sup>63</sup> wird in einer idyllischen Welt, die Powell als "ironic primitivism"<sup>64</sup> bezeichnet, die Verderben bringende Technik (in Gestalt des Grammophons) als Werk des Teufels (in Gestalt des hinkenden Lakatos) dargestellt.

<sup>60</sup>Roth, Joseph: die Kapuzinergruft, München 1976.

<sup>61</sup>Ebd., S. 138.

<sup>62</sup>Roth, Joseph: Die Geschichte der 1002. Nacht, München 1977.

<sup>63</sup>Roth, Joseph: Der Leviathan, München 1977.

<sup>64</sup>Zitiert nach Shaked, Gershon: Kulturangst und die Sehnsucht nach dem Tode. Joseph Roths "Der Leviathan" – die intertextuelle Mythisierung der Kleinstadtgeschichte. In: Kessler, Michael/Hackert, Fritz (Hg.): Joseph Roth. Interpretation–Kritik– Rezeption. Akten des internationalen, interdisziplinären Symposions 1989, Akademie der Diözese Rottenburg–Stuttgart, Tübingen 1990, S. 284.

Joseph Roth wurde je später desto mehr ein Maschinengegner. Diese Haltung hängt damit zusammen, daß zu dem von ihm sehr früh erkannten Verfall durch die Technik, der im Nationalsozialismus mündende politische Verfall hinzu kommt. Dafür macht er – das ist der Anlaß seiner Ablehnung – den technisch zivilisatorischen Fortschritt verantwortlich, mit der Begründung, daß die Reaktion ihn mißbrauchte, um Macht zu gewinnen und auszuüben. Roths rationalistische Denkweise über den Mißbrauch der Technik durch den Menschen – das zeigt sich ganz deutlich im "Antichrist" – dauert nicht sehr lange und erklärt schließlich die Technik selbst zum absoluten Bösen. Roths Verhalten vor der Realität folgt immer wieder demselben Muster. Wenn die schmerzliche, abgelehnte Realität allzu bedrängend heranrückt, bricht Roth "aus der idealistischen Erkenntnistheorie aus, ohne doch deren Fundament, die realitätsprägende Kraft des Subjekts, zu verlassen"<sup>65</sup>, d.h. er resigniert, ohne seinen Anspruch auf Kritik aufzugeben. Einen Bezugspunkt bzw. Maßstäbe für diese Kritik an der aktuellen Realität findet er in der fiktiven Realität vergangener Zeiten und untergegangener Ordnungen. Deren Wertmaßstäbe werden ganz unhistorisch als wesentlich und diskussionslos gültig anerkannt und den trügerischen Wertbegriffen der aktuellen Gegenwart kritisch entgegengehalten. Somit erhofft Joseph Roth den rettenden Ausweg in eine heile Welt zu finden.

#### Literaturverzeichnis

##### Primärliteratur:

- Roth, Joseph: Werke, Hrsg. v. Hermann Kesten, Bd.1, Köln und Berlin 1956.  
 Roth, Joseph: Romane, Erzählungen, Aufsätze, Sonderausgabe, 2. Aufl., Köln–Berlin 1964.  
 Roth, Joseph: Briefe aus Deutschland, Hg. v. Ralph Schock, Gollenstein 1997.  
 Roth, Joseph: Das Spinnennetz, Frankfurt 1978.  
 Roth, Joseph: Hiob, Hamburg 1976.  
 Roth, Joseph: Radetzky marsch, Amsterdam–Köln 1978.  
 Roth, Joseph: Die Kapuzinergruft, München 1976.  
 Roth, Joseph: Die Geschichte der 1002. Nacht, München 1977.  
 Roth, Joseph: Der Leviathan, München 1977.  
 Roth, Joseph: Der blinde Spiegel, Berlin 1966.  
 Roth, Joseph: Der Stumme Prophet, Köln 1966.  
 Roth, Joseph: Der Antichrist, Amsterdam 1934.

<sup>65</sup>Dittberner, Hugo: Über Joseph Roth. In: Heinz Ludwig Arnold (Hg.): Joseph Roth, München 1974, S. 24.

**Sekundärliteratur:**

- Branscombe, Peter: Symbolik in Radetzkymarsch. In: Stillmark, Alexander (Hg.): Joseph Roth. Der Sieg über die Zeit, Londoner Symposium, Stuttgart 1996.
- Bronsen, David: Das literarische Bild der Auflösung im Radetzkymarsch. In: Kraske, Bernd M. (Hg.): Joseph Roth, Werk und Wirkung, Bonn 1988.
- Bönning, Hansjürgen: Joseph Roths "Radetzkymarsch". Thematik, Struktur, Sprache, München 1968.
- Dittberner, Hugo: Über Joseph Roth. In: Heinz Ludwig Arnold (Hg.): Joseph Roth, München 1974.
- Geissler, Rolf: Dekadenz und Heroismus. Zeitroman und völkisch-nationalsozialistische Literaturkritik, Stuttgart 1964.
- Hackert, Fritz: Kulturpessimismus und Erzählform. Studien zu Joseph Roths Leben und Werk, Diss., Bern 1967.
- Hüppauf, Bernd: Joseph Roth: Hiob. Der Mythos des Skeptikers. In: Kraske, Bernd M. (Hg.): Joseph Roth, Werk und Wirkung, Bonn 1988.
- Ingeborg Sültenmeyer: Studien zum Frühwerk Joseph Roths, Diss., Frankfurt am Main 1976.
- Kurer, Alfred: Joseph Roths Radetzkymarsch. Interpretation, Zürich 1968.
- Leser, Norbert: Der zeitgeschichtliche Hintergrund des Werkes von Joseph Roth. In: Stillmark, Alexander (Hg.): Joseph Roth. Der Sieg über die Zeit, Londoner Symposium, Stuttgart 1996.
- Marcuse, Ludwig: Lieber Joseph Roth. In: Das Neue Tage-Buch, 4.Jg., H.44, Paris-Amsterdam 1936.
- Myung-Hae Ha: Kriegserfahrung und Sehnsucht in den Reisefeuilletons von Joseph Roth, Diss., Konstanz 1993.
- Plank, Ilse: Joseph Roth als Feuilletonist, Diss., Erlangen 1967.
- Rosenberg, Alfred: Der Mythos des 20. Jahrhunderts, München 1941.
- Schmidt-Dengler, Wendelin: Auf der Wanderschaft: Das Frühwerk Joseph Roths in den Literaturgeschichten. In: Helen Chambers (Hg.): Joseph Roth in retrospect, Papers of the 1989 Joseph Roth Symposium at Leeds University to commemorate the 50th anniversary of his death, Riverside 1991.
- Schwarz, Egon: Joseph Roth und die österreichische Literatur. In: David Bronsen (Hg.): Joseph Roth und die Tradition. Aufsatz- und Materialiensammlung, Darmstadt 1975.

- Shaked, Gershon: Kulturangst und die Sehnsucht nach dem Tode. Joseph Roths "Der Leviathan" – die intertextuelle Mythisierung der Kleinstadtgeschichte. In: Kessler, Michael/Hackert, Fritz (Hg.): Joseph Roth. Interpretation-Kritik-Rezeption. Akten des internationalen, interdisziplinären Symposiums 1989, Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart, Tübingen 1990.
- Sonnleitner, Johann: Macht, Identität und Verwandlung. Joseph Roths frühe Romane. In: Helen Chambers (Hg.): Joseph Roth in retrospect, Papers of the 1989 Joseph Roth Symposium at Leeds University to commemorate the 50th anniversary of his death, Riverside 1991.
- Trommler, Frank: Österreich im Roman. Eine Untersuchung zur dargestellten Wirklichkeit bei Joseph Roth, Robert Musil und Heimito von Doderer, Diss., Frankfurt 1964.
- Wiegenstein, Roland H.: Die gerettete Welt des Joseph Roth. In: Frankfurter Hefte, 12. Jg., Frankfurt am Main 1957.
- Zelewitz, Klaus: Joseph Roth: Zweimal politische Illusion. In: Kraske, Bernd M. (Hg.): Joseph Roth, Werk und Wirkung, Bonn 1988.
- Zimmermann, Werner: Deutsche Prosadichtungen unseres Jahrhunderts, Bd. 1, Düsseldorf 1989.

Seyyare Duman  
Anadolu Üniversitesi

## Spaßverständnis von türkischen Ärztinnen

„Her şakanın altında bir gerçek yatar“  
„Hinter jedem Spaß liegt Wahrheit“

### Einleitung

Spaß wird nicht nur in der alltäglichen Sprache, sondern auch in der institutionellen Sprache verwendet. Institutionelle Sprache ist wegen ihrer Regelungen sehr streng. Aus diesem Grund versuchen die Ärztinnen diese strikte Situation durch Späße zu mildern. Spaß wird also oft von Ärztinnen gemacht. Was die Ärztinnen aber im Namen des Späßes gemacht haben, ist wiederum zu diskutieren.

### 1. Scherzhafte Rede

In der mündlichen Kommunikation hat die scherzhafte Rede einen großen Platz neben der ernsten Rede. Die scherzhafte Rede hat mit der Intention des Sprechers und mit der Akzeptanz des Hörers zu tun. Denn der Sprecher kann eine seriöse Situation retten oder eine spaßige Situation verschlechtern.

In der alltäglichen Sprache macht ein Sprecher Spaß:

- a) um sich und den Hörer zu vergnügen,
- b) um sich oder den Hörer oder aber über einen Nicht-Anwesenden lustig zu machen,
- c) um den Hörer zu necken,
- d) um sich und den Hörer in guter Stimmung zu halten,
- e) um den Hörer oder den Nicht-Anwesenden zu imitieren,
- f) um etwas komisches darzustellen.

Alle diese Gründe zeigen, dass der Sprecher etwas scherzhaft angreift oder sich amüsiert, oder aber etwas lockert. In diesem Angriff nützt er die Anspielungshaftigkeit der scherzhaften Rede aus.

Wie ich oben auch erwähnt habe, Spaß wird von dem Sprecher gemacht, aber wenn der Hörer den Spaß nicht versteht, ist der Wechsel von ernsten zum spaßigen nicht möglich. Kurz gesagt, kann das spaßige Handeln nur gelingen, wenn der Hörer Kooperation mit dem Sprecher steht. Diese Kooperation in der alltäglichen Kommunikation kann man nicht immer in der institutionellen Kommunikation finden. Die Kooperation in der institutionellen Kommunikation hat eine andere Funktion, denn Spaß wird von Agenten der Institution gemacht und der Klient kooperiert mit ihm.

Deswegen kann man sagen, dass Spaß von den Agenten geleitet wird. Außerdem kann man sagen, dass der Spaß nicht einen so großen Platz hat wie in der alltäglichen Kommunikation. D.h. das Lachen wird ausgeschlossen (vgl. Kotthoff (1998) s.11) oder aber es kommt selten vor. Die institutionelle Kommunikation, die zwischen Ärztinnen und Patienten abläuft, zeigt keine anderen Dimensionen. Denn die Institution Krankenhaus gibt den Ärztinnen keine Möglichkeit, anders zu handeln.

Wenn man vom Spaßverständnis der Ärztinnen redet, muss man kurz zusammenfassen, worüber sie lachen. Die Ärztinnen lachen über bestimmte Vorfälle oder bringen bestimmte Ausdrücke, die man in der Ärztin - Patientin - Kommunikation findet:

- a) die Ärztinnen erzählen komische Vorfälle,
- b) die Ärztinnen machen sich lustig über die Patientinnen,
- c) die Ärztinnen lachen über die anderen, von denen die Patientinnen gesprochen haben,
- d) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen nicht verstanden haben, was sie detailliert erklärt haben,
- e) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen insistieren,
- f) die Ärztinnen lachen, wenn sie über tabuisierte Themen mit Patientinnen reden,
- g) die Ärztinnen lachen über die Ungeschicklichkeit der Nicht-Anwesenden, von denen die Patientinnen den Ärztinnen erzählen,
- h) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen ihre Krankheit übertreiben etc.

Diese Arten von Lachen und Sich - Amüsieren konnte ich in meinem Material feststellen. Die Modalitäten des Lachens haben verschiedene Variationen, die vom Spaß zum Sarkasmus gehen. D.h. jedes Lachen hat nicht mit dem Spaß zu tun. Diese Arten von Lachen werden von den Patientinnen nicht akzeptiert. In diesem Fall kann man von der Steuerung des Hörerhandelns reden (vgl. dazu Müller (1983)). So betrachtet, geht es also nicht um Konvergenz, sondern um Divergenz.

Was ich oben erklärt habe, zeigt nur eine Seite der face - to - face - Kommunikation. Man muss hier auch kurz erklären, warum die Patientinnen lachen. Dann kann man sehen, ob es Unterschiede gibt:

- a) die Patientinnen lachen, wenn sie etwas nicht wissen, und wenn sie ihr Nicht-Wissen zum Ausdruck bringen,
- b) die Patientinnen lachen, wenn sie von ihren Ängsten reden,
- c) die Patientinnen lachen, wenn sie nicht medizinische, sondern volksmedizinische Methode verwendet haben, und etwas schief gegangen ist,

- d) die Patientinnen lachen, wenn sie wissen, dass sie über tabuisierte Themen mit Ärztinnen reden, oder wenn sie gegen Tabus handeln.

Nach diesen kurzen Erklärungen über das Spaßverständnis von Ärztinnen und Patientinnen muss hier erklärt werden, dass es in dieser Arbeit nicht nur um das Lachen, sondern auch um die Propositionen des Gesagten von Ärztinnen und Patientinnen geht. Aus diesem Grund wird unten mit Beispielen gezeigt, welche Modalität des Lachens und Sich - Amüsierens in dem Gesagten zu finden sind.

## 2. Grenzen zwischen Ernst und Spaß

Es gibt Übergänge zwischen Ernstern und Spaßigem in einer mündlichen Kommunikation. Die Grenzen dieser Übergänge bestimmt der Hörer. Denn der Hörer entschließt sich nach seinem Wissen, ob eine Äußerung ernst oder komisch ist. Wenn der Hörer mit dem Sprecher lacht, schafft der Hörer die Möglichkeit für die Entfaltung des Komischen. Besser ausgedrückt, es ist nicht genügend, wenn der Sprecher etwas Komisches produziert, er - der Sprecher braucht die Mitproduktion des Hörers. Wenn der Hörer aber nicht mitproduziert, heißt das eine Abweisung. Diese Abweisungen sind Mittel zur Veränderung des Komischen zum Ernstern. Das bringt auch Themenwechsel mit sich. Themenwechsel hilft zum Weiterreden. In dem Punkt fühlt sich der Sprecher verantwortlich dafür. Denn was der Sprecher zum Ausdruck gebracht hat, ist eigentlich kein Spaß, sondern es könnte aggressive Ironie, Sarkasmus oder Stickelei sein, die vom Hörer nicht akzeptiert werden, weil die vom Hörer nicht spaßig gefunden sind. Der Grund dafür ist: Sich - Amüsieren bedeutet nicht die Integritätszone des Hörers zu betreten und unhöflich werden und auch gar nicht lachen über „deficiencies“ (Feinberg (1978) s.89).

Wenn man vom Spaß redet, muß man hier auch erklären, ob Spaß Spielmodalitäten zeigt. Das erklärt Kotthoff ((2000). S. 174) wie folgt:

„Beim Kartenspiel, beim therapeutischen Trollen - oder kindlichen Spiel ist nämlich der Spielrahmen deutlich vom Realitätsrahmen abgegrenzt. Dies ist er in der Komik nicht... Beim kindlichen, sportlichen, künstlerischen oder therapeutischen Spiel ist allen Beteiligten klar, dass sie Rollen übernehmen, deren Geltung auf den Bereich des Spiels beschränkt bleibt. In der konversationellen Komik gibt es keine solche Rollenbegrenzung. Komikmodalität und Spielmodalitäten haben zwar einen großen Überlappungsbereich, sind aber nicht deckungsgleich.“

Also wenn man annimmt, dass Komikmodalitäten und Spielmodalitäten einen großen Überlappungsbereich haben, heißt es bei der Rollenübernahme Fiktionen, Übertreibungen, Wiederholungen, zitierende Handlungen vorzufinden.

Hier muss besonders betont werden, dass zitierende Handlungen andere Funktionen haben. Denn es geht um Zitate, die man um das Amüsement willen verwendet. Der Sprecher hat hier die Rolle des Animateurs. Um dieses Amüsement zu

verstehen, teilen sich sowohl der Sprecher als auch der Hörer bestimmte Wissensbestände miteinander. Beim Zitieren kann man auch bestimmte Veränderungen der Handlungsmuster zu sehen (vgl. dazu Grieshaber (1987) s.27).

Zitierende Handlungen des Sprechers im Amusement haben folgende Funktionen:

- a) der Sprecher imitiert, indem er zitiert,
- b) zitierende Handlung wird szenisch dargestellt,
- c) zitierende Handlung involviert entsprechenden Jargon,
- d) zitierende Handlung hat nicht immer die gleiche Modalität mit authentischen,
- e) zitierende Handlung könnte Über-oder-Untertreibung sein,
- f) zitierende Handlung könnte als spielende Handlung verwendet werden,
- g) zitierende Handlung könnte –aber müsste nicht wortwörtlich gegeben werden.

Wenn man alle diese Punkte näher betrachtet, kann man sagen, dass zitierende Handlung andere Funktionen hat. D.h. Zitierende Handlungen müssen nicht den authentischen Handlungen treu bleiben. Denn durch diese Zitate macht man sich über den Hörer oder den Nicht-Anwesenden lustig. Aber hinter diesem Amusement könnte auch „something serious“ oder „criticism“ oder aber „to bring the laughers over to our side“ liegen (Freud (1905/1976) s.147-151-152).

Nach all diesen kurzen Erklärungen und theoretischen Ansätzen kommen wir nun zur Exemplifikation des Materials, dass in der Gynäkologie von der türkischen Ärztinnen in der Familienplanung aufgenommen wurde.

Diese Beispiele werden uns zeigen, was die Ärztinnen vom Spaß verstehen, und wie sie es realisieren, und wie die Patientinnen darauf reagieren.

Zuerst möchte ich ein Beispiel geben, dass uns zeigt, wie eine Ärztin und eine Patientin sich über Nicht-Anwesende amüsieren.

(B1)

- (142) (D2) *Sekiz gebelik, yaşında genç daha.  
Acht Schwangerschaften, und dein Alter ist noch so jung.*
- (143) (P8) *Hehe, çocuklardan saçlarım beyazladı.  
Hmm, durch die Kinder sind meine Haare ergraut.*
- (144) (d2) *Çok çocuk olunca, öyle olur tabii yani.  
Wenn man so viele Kinder bekommen hat, muss das natürlich so kommen.*
- (145) *Öyle keşke daha önceden şeyini / tedbirini alsaydınız bu işin.*

*Ja, hätten Sie bloß schon früher die Dings / die Maßnahmen in dieser Angelegenheit ergriffen.*

- (146) (P8) *Adam kendi korundu ama güzel korunamadı hehehehehe.  
Der Mann hat ja sich verhütet, aber es wohl nicht gut verhüten können hehehehehe.*
- (147) (D2) *Hehehe korunduğuna bak, beş çocuk olursa!  
Hahaha guck dir die Verhütung an, wenn dabei fünf Kinder rauskommen!*

In diesem Beispiel (B1) kann man sehen, dass die Ärztin (D2) und die Patientin (P8) zusammen lachen (146-147). In dem Fall kann man von-sich-Amüsieren reden. Sie lachen über den Nicht-Anwesenden (das ist der Mann von P8). Hinter diesem Amusement steht „Kritik“. Eigentlich ist diese Kritik verbunden mit „dem Defizit“ eines anderen (hier mit der Ungeschicklichkeit des Mannes).

Dieses Zusammenlachen und Sich-Amüsieren kommt selten vor. Denn man redet im Krankenhaus fast immer über seriöse Themen.

Jetzt kommen wir zum Lachen der Ärztinnen, das eigentlich öfter Platz nimmt, wenn es um Ärztin-Patientin-Gespräche geht. Diese Art des Lachens der Ärztinnen wird nicht von den Patientinnen akzeptiert. Diese Nicht-Kooperation zeigt uns die Hörerinstellung. Denn die Hörerin schätzt das Gesagte der Ärztin oder das Lachen der Ärztin negativ. Aus diesem Grund beteiligt sich die Patientin nicht an dem Gesagte der Ärztin oder an ihrem Lachen.

Hier muss gesagt werden, dass es diese Art der Nicht-Kooperation sich auch bei Ärztinnen gibt. D.h. die Ärztinnen beteiligen sich nicht immer an dem Gesagten der Patientinnen und lachen sie auch nicht mit den Patientinnen zusammen.

Zuerst ein Beispiel für die Nicht-Kooperation der Ärztinnen:

- (D2)
- (107) (D2) *Burada spiral türlerimiz var.  
Hier haben wir Spiralsorten.*
- (108) *Zaten spiral istemediğize göre bunlarla ilgilenmiyeceksiniz hahahahahahaha.  
Aber da Sie sowieso die Spirale nicht wollen, werden Sie sich nicht für sie interessieren hahahahahahaha.*
- (109) (P7) *Evet.  
Ja.*
- (110) (D2) *Eee... yaşınız genç, çocuğunuz küçük olduğu için başka bir metoda geçelim.*

Ääh... Sie sind Jung und weil ihr Kind noch klein ist, kommen wir zu einer anderen Methode.

Die Ärztin (D2) lacht (108), weil die Patientin (P7) gegen die Spirale ist. Sie will eine andere Methode verwenden. In dem Fall ist die Patientin (P7) gegen die Beratung. In dem Fall lacht die Ärztin (D2) über die Insistenz der Patientin (P7) (107-108). Die Patientin (P7) lacht aber nicht (109). Die Patientin insistiert immer noch (109). Die Ärztin versteht, dass die Patientin nicht mit der Methode, die sie berät, einverstanden ist. Aus diesem Grund kommt sie zu einer anderen Methode (110). In dem Fall kann man nicht vom Spaß reden. Das könnte Sich-Vergnügen-über-die Insistenz eines anderen bzw. der Patientin sein.

Nach diesen zwei Beispielen vom Spaßverständnis der Ärztinnen kommen wir zum Spaßverständnis der Patientinnen.

(B3)

(60) (P5) *Hem de rahimde yara vardı.**Und sogar in der Gebärmutter ist eine Wunde.*(61) *„Bu rahimdeki yarayı nasıl görmedi?“, dedi hatta doktor hakkında.**„Wie konnte er/sie die Wunde in der Gebärmutter nicht sehen?“, sagte er/sie über den Arzt.*(62) *Yani yara baya ilerlemiş yani.**Also die Wunde ist sogar ziemlich weit fortgeschritten.*(63) *Onu tedavi ettirdim.**Die habe ich behandeln lassen.*(64) (D1) *Tamam**In Ordnung.*(65) (P5) *„Daha sonra spiral takalım“, dedi, korktuğum için gitmedim hahahahahaha.**„Später setzen wir die Spirale ein“, sagte er/sie. Weil ich Angst hatte, bin ich nicht hingegangen. Hahahahahaha.*

In diesem Beispiel (B3) lacht die Patientin (P5) über sich selbst. Das ist Selbstschutz. D.h. die Patientin (P5) erlaubt der Ärztin (D1) nicht über sie zu lachen. Die Patientin (P5) lacht über sich selbst, weil sie ihre Ängste zum Ausdruck gebracht hat. M.E. könnte dieses Lachen für die Patientin (P5) Erleichterung verschaffen.

Eine andere Art des Selbstschutzes findet man unter Patientinnen, wenn sie z.B. Ihr Nicht-Wissen zum Ausdruck bringen. Denn die Patientinnen wissen, dass sie vor den Expertinnen stehen, die mehr Kenntnisse besitzen.

(B4)

(20) (D2) *Diğer yöntemlerden haberiniz var mı?**Haben Sie schon von anderen Methoden gehört?*(21) (P6) *Yooo var ( ) yöntemleri filan var.**Neeee, hab ich ( ) Methoden und so gibt es.*(22) (D2) *Hmm.**Hmm.*(23) *Onları düşünüyor musunuz?**Können Sie sich vorstellen?*(24) *Yani başka bir yöntem düşünmez misiniz ( )?**Also können Sie sich eine andere Methode vorstellen ( )?*(25) (P6) *Yani vücudum açısından esas onu sormak istiyorum ben de hahahaha.**Also, im Hinblick auf meinen Körper wollte ich das eigentlich auch fragen hahahaha.*(26) (D2) *Evet.**Ja.*

In diesem Beispiel (B4) weiß die Patientin (P6) nicht, welche Methode für sie passend ist. Dieses Nicht-Wissen der passenden Methode bringt sie zum Ausdruck (25). Dann lacht sie. In dem Fall lacht sie über sich selbst. Ihr Nichtwissen verursacht Selbstschutz.

Eine andere Art des Selbstschutzes findet man, wenn die Patientinnen die Tabus brechen. Es kommt beim Untersuchen vor. Die Patientinnen müssen sich ausziehen. Sich-Ausziehen-vor einem Anderen ist Tabu. Aus diesem Grund ziehen die Patientinnen die Frauenärztinnen. Vor aber trotzdem handeln die Patientinnen nicht frei. Also beim Ausziehen vor Ärztinnen kommt auch dieser Selbstschutz vor. In diesem Zusammenhang möchte ich ein Beispiel geben.

(B5)

(134) (P5) *Peki şimdi benim ailemde/annemde kanser vardı.**Gut, nun hatte meine Familie/meine Mutter Krebs.*(135) (D1) *Ne Kanseri?**Welche Art von Krebs?*(136) (P5) *Meme kanseriydi.**Sie hatte Brustkrebs.*(137) (D1) *Şimdi kanserin/gögüs bi muayensini yaparız.*

- Jetzt werden wir den Krebs/die Brust behandeln*
- (138) *Peki, şimdiye kadar göğüsünde bir rahatsızlığın oldu mu?*  
*Gut, hattest du bislang Schmerzen in der Brust?*
- (139) (P5) *Hayır.*  
*Nein.*
- (140) *Sadece bu aralar hafif sancı hissediyorum yani.*  
*Also, nur in letzter Zeit verspüre ich leichte Schmerzen.*
- (141) (D1) *Sancı hissediyorsun?*  
*Du spürst Schmerzen?*
- (142) (P5) *Çok hafif.*  
*Ganz leicht.*
- (143) (D1) *Peki şişlik var mı?*  
*Gut, sind sie angeschwollen?*
- (144) (P5) *Hayır o kadar değil.*  
*Nein, nicht so sehr.*
- (145) (D1) *Bi bakalım?*  
*Wollen wir nachgucken*
- (146) (P5) *Hahahahahaha.*  
*Hahahahahaha.*
- (147) (D1) *Doktor hanım burdayken.*  
*Während Frau Doktor dabei ist.*

Das Beispiel (B5) zeigt, wie eine Patientin (P5) reagiert, wenn die Ärztin (D1) sie untersuchen will (145). Die Aufforderung verursacht das Lachen der Patientin (P5) (146). Denn die Untersuchung bedeutet für sie Sich-Ausziehen-vor einem Unbekannten. Wegen der Scham lacht sie. M.E. könnte hinter diesem Lachen das Unterdrücken ihrer Schamgefühle stehen.

### Schluß

Diese Arbeit zeigt, welche Dimensionen Spaß hat, wenn es um Ärztin – Patientin - Gespräche geht. Bestimmt gibt es auch andere Variationen von Spaß, die in dieser Arbeit nicht bearbeitet wurden. Aus diesem Grund sind auch andere ergänzende Arbeiten nötig, um dieses Thema detailliert zu erklären.

### Literatur

- Feinberg, L. (1978): The Secrets of Humor. In: R. Amon. (Hrsg.) Maledicta, Vol 11, 87-110
- Freud, S. (1905/1976) Jokes and their Relation to the Unconscious. London: Penguin
- Grießhaber, W. (1987) Rollenspiele im Unterricht B. II. Tübingen: Narr
- Kotthoff, H. (1997) Erzählstile von mündlichen Witzen. In: M.Selting/B.Sanding (Hrsg.) Sprech- und Gesprächstile. Berlin: de Gruyter. 123-169
- Kotthoff, H. (1998) Spaß Verstehen. Tübingen: Niemeyer.
- Kotthoff, H. (2000) Konversationelle Parodien In: A.Schwarz (Hrsg.) Germanistische Linguistik, 2000/153, 159-186

Seyyare Duman  
Anadolu Üniversitesi

## Spaßverständnis von türkischen Ärztinnen

„Her şakanın altında bir gerçek yatar“  
„Hinter jedem Spaß liegt Wahrheit“

### Einleitung

Spaß wird nicht nur in der alltäglichen Sprache, sondern auch in der institutionellen Sprache verwendet. Institutionelle Sprache ist wegen ihrer Regelungen sehr streng. Aus diesem Grund versuchen die Ärztinnen diese strikte Situation durch Späße zu mildern. Spaß wird also oft von Ärztinnen gemacht. Was die Ärztinnen aber im Namen des Späßes gemacht haben, ist wiederum zu diskutieren.

### 1. Scherzhafte Rede

In der mündlichen Kommunikation hat die scherzhafte Rede einen großen Platz neben der ernsten Rede. Die scherzhafte Rede hat mit der Intention des Sprechers und mit der Akzeptanz des Hörers zu tun. Denn der Sprecher kann eine seriöse Situation retten oder eine spaßige Situation verschlechtern.

In der alltäglichen Sprache macht ein Sprecher Spaß:

- a) um sich und den Hörer zu vergnügen,
- b) um sich oder den Hörer oder aber über einen Nicht-Anwesenden lustig zu machen,
- c) um den Hörer zu necken,
- d) um sich und den Hörer in guter Stimmung zu halten,
- e) um den Hörer oder den Nicht-Anwesenden zu imitieren,
- f) um etwas komisches darzustellen.

Alle diese Gründe zeigen, dass der Sprecher etwas scherzhaft angreift oder sich amüsiert, oder aber etwas lockert. In diesem Angriff nützt er die Anspielungshaftigkeit der scherzhaften Rede aus.

Wie ich oben auch erwähnt habe, Spaß wird von dem Sprecher gemacht, aber wenn der Hörer den Spaß nicht versteht, ist der Wechsel von ernsten zum spaßigen nicht möglich. Kurz gesagt, kann das spaßige Handeln nur gelingen, wenn der Hörer Kooperation mit dem Sprecher steht. Diese Kooperation in der alltäglichen Kommunikation kann man nicht immer in der institutionellen Kommunikation finden. Die Kooperation in der institutionellen Kommunikation hat eine andere Funktion, denn Spaß wird von Agenten der Institution gemacht und der Klient kooperiert mit ihm.

Deswegen kann man sagen, dass Spaß von den Agenten geleitet wird. Außerdem kann man sagen, dass der Spaß nicht einen so großen Platz hat wie in der alltäglichen Kommunikation. D.h. das Lachen wird ausgeschlossen (vgl. Kotthoff (1998) s.11) oder aber es kommt selten vor. Die institutionelle Kommunikation, die zwischen Ärztinnen und Patienten abläuft, zeigt keine anderen Dimensionen. Denn die Institution Krankenhaus gibt den Ärztinnen keine Möglichkeit, anders zu handeln.

Wenn man vom Spaßverständnis der Ärztinnen redet, muss man kurz zusammenfassen, worüber sie lachen. Die Ärztinnen lachen über bestimmte Vorfälle oder bringen bestimmte Ausdrücke, die man in der Ärztin - Patientin - Kommunikation findet:

- a) die Ärztinnen erzählen komische Vorfälle,
- b) die Ärztinnen machen sich lustig über die Patientinnen,
- c) die Ärztinnen lachen über die anderen, von denen die Patientinnen gesprochen haben,
- d) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen nicht verstanden haben, was sie detailliert erklärt haben,
- e) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen insistieren,
- f) die Ärztinnen lachen, wenn sie über tabuisierte Themen mit Patientinnen reden,
- g) die Ärztinnen lachen über die Ungeschicklichkeit der Nicht-Anwesenden, von denen die Patientinnen den Ärztinnen erzählen,
- h) die Ärztinnen lachen, wenn die Patientinnen ihre Krankheit übertreiben etc.

Diese Arten von Lachen und Sich – Amüsieren konnte ich in meinem Material feststellen. Die Modalitäten des Lachens haben verschiedene Variationen, die vom Spaß zum Sarkasmus gehen. D.h. jedes Lachen hat nicht mit dem Spaß zu tun. Diese Arten von Lachen werden von den Patientinnen nicht akzeptiert. In diesem Fall kann man von der Steuerung des Hörerhandelns reden (vgl. dazu Müller (1983)). So betrachtet, geht es also nicht um Konvergenz, sondern um Divergenz.

Was ich oben erklärt habe, zeigt nur eine Seite der face – to – face – Kommunikation. Man muss hier auch kurz erklären, warum die Patientinnen lachen. Dann kann man sehen, ob es Unterschiede gibt:

- a) die Patientinnen lachen, wenn sie etwas nicht wissen, und wenn sie ihr Nicht-Wissen zum Ausdruck bringen,
- b) die Patientinnen lachen, wenn sie von ihren Ängsten reden,
- c) die Patientinnen lachen, wenn sie nicht medizinische, sondern volksmedizinische Methode verwendet haben, und etwas schief gegangen ist,

- d) die Patientinnen lachen, wenn sie wissen, dass sie über tabuisierte Themen mit Ärztinnen reden, oder wenn sie gegen Tabus handeln.

Nach diesen kurzen Erklärungen über das Spaßverständnis von Ärztinnen und Patientinnen muss hier erklärt werden, dass es in dieser Arbeit nicht nur um das Lachen, sondern auch um die Propositionen des Gesagten von Ärztinnen und Patientinnen geht. Aus diesem Grund wird unten mit Beispielen gezeigt, welche Modalität des Lachens und Sich - Amüsierens in dem Gesagten zu finden sind.

## 2. Grenzen zwischen Ernst und Spaß

Es gibt Übergänge zwischen Ernstern und Spaßigem in einer mündlichen Kommunikation. Die Grenzen dieser Übergänge bestimmt der Hörer. Denn der Hörer entschließt sich nach seinem Wissen, ob eine Äußerung ernst oder komisch ist. Wenn der Hörer mit dem Sprecher lacht, schafft der Hörer die Möglichkeit für die Entfaltung des Komischen. Besser ausgedrückt, es ist nicht genügend, wenn der Sprecher etwas Komisches produziert, er – der Sprecher braucht die Mitproduktion des Hörers. Wenn der Hörer aber nicht mitproduziert, heißt das eine Abweisung. Diese Abweisungen sind Mittel zur Veränderung des Komischen zum Ernstern. Das bringt auch Themenwechsel mit sich. Themenwechsel hilft zum Weiterreden. In dem Punkt fühlt sich der Sprecher verantwortlich dafür. Denn was der Sprecher zum Ausdruck gebracht hat, ist eigentlich kein Spaß, sondern es könnte aggressive Ironie, Sarkasmus oder Stickelei sein, die vom Hörer nicht akzeptiert werden, weil die vom Hörer nicht spaßig gefunden sind. Der Grund dafür ist: Sich - Amüsieren bedeutet nicht die Integritätszone des Hörers zu betreten und unhöflich werden und auch gar nicht lachen über „deficiencies“ (Feinberg (1978) s.89).

Wenn man vom Spaß redet, muß man hier auch erklären, ob Spaß Spielmodalitäten zeigt. Das erklärt Kotthoff ((2000). S. 174) wie folgt:

„Beim Kartenspiel, beim therapeutischen Trollen – oder kindlichen Spiel ist nämlich der Spielrahmen deutlich vom Realitätsrahmen abgegrenzt. Dies ist er in der Komik nicht... Beim kindlichen, sportlichen, künstlerischen oder therapeutischen Spiel ist allen Beteiligten klar, dass sie Rollen übernehmen, deren Geltung auf den Bereich des Spiels beschränkt bleibt. In der konversationellen Komik gibt es keine solche Rollenbegrenzung. Komikmodalität und Spielmodalitäten haben zwar einen großen Überlappungsbereich, sind aber nicht deckungsgleich.“

Also wenn man annimmt, dass Komikmodalitäten und Spielmodalitäten einen großen Überlappungsbereich haben, heißt es bei der Rollenübernahme Fiktionen, Übertreibungen, Wiederholungen, zitierende Handlungen vorzufinden.

Hier muss besonders betont werden, dass zitierende Handlungen andere Funktionen haben. Denn es geht um Zitate, die man um das Amüsement willen verwendet. Der Sprecher hat hier die Rolle des Animateurs. Um dieses Amüsement zu

verstehen, teilen sich sowohl der Sprecher als auch der Hörer bestimmte Wissensbestände miteinander. Beim Zitieren kann man auch bestimmte Veränderungen der Handlungsmuster zu sehen (vgl. dazu Griebhaber (1987) s.27).

Zitierende Handlungen des Sprechers im Amusement haben folgende Funktionen:

- a) der Sprecher imitiert, indem er zitiert,
- b) zitierende Handlung wird szenisch dargestellt,
- c) zitierende Handlung involviert entsprechenden Jargon,
- d) zitierende Handlung hat nicht immer die gleiche Modalität mit authentischen,
- e) zitierende Handlung könnte Über-oder-Untertreibung sein,
- f) zitierende Handlung könnte als spielende Handlung verwendet werden,
- g) zitierende Handlung könnte –aber müsste nicht wortwörtlich gegeben werden.

Wenn man alle diese Punkte näher betrachtet, kann man sagen, dass zitierende Handlung andere Funktionen hat. D.h. Zitierende Handlungen müssen nicht den authentischen Handlungen treu bleiben. Denn durch diese Zitate macht man sich über den Hörer oder den Nicht-Anwesenden lustig. Aber hinter diesem Amusement könnte auch „something serious“ oder „criticism“ oder aber „to bring the laughers over to our side“ liegen (Freud (1905/1976) s.147-151-152).

Nach all diesen kurzen Erklärungen und theoretischen Ansätzen kommen wir nun zur Exemplifikation des Materials, dass in der Gynäkologie von der türkischen Ärztinnen in der Familienplanung aufgenommen wurde.

Diese Beispiele werden uns zeigen, was die Ärztinnen vom Spaß verstehen, und wie sie es realisieren, und wie die Patientinnen darauf reagieren.

Zuerst möchte ich ein Beispiel geben, dass uns zeigt, wie eine Ärztin und eine Patientin sich über Nicht-Anwesende amüsieren.

(B1)

- (142) (D2) *Sekiz gebelik, yaşında genç daha.  
Acht Schwangerschaften, und dein Alter ist noch so jung.*
- (143) (P8) *Hehe, çocuklardan saçlarım beyazladı.  
Hmm, durch die Kinder sind meine Haare ergraut.*
- (144) (d2) *Çok çocuk olunca, öyle olur tabii yani.  
Wenn man so viele Kinder bekommen hat, muss das natürlich so kommen.*
- (145) *Öyle keşke daha önceden şeyini / tedbirini alsaydınız bu işin.*

*Ja, hätten Sie bloß schon früher die Dings / die Maßnahmen in dieser Angelegenheit ergriffen.*

- (146) (P8) *Adam kendi korundu ama güzel korunamadı hehehehehe.  
Der Mann hat ja sich verhütet, aber es wohl nicht gut verhüten können hehehehehe.*
- (147) (D2) *Hehehe korunduğuna bak, beş çocuk olursa!  
Hahaha guck dir die Verhütung an, wenn dabei fünf Kinder rauskommen!*

In diesem Beispiel (B1) kann man sehen, dass die Ärztin (D2) und die Patientin (P8) zusammen lachen (146-147). In dem Fall kann man von-sich-Amüsieren reden. Sie lachen über den Nicht-Anwesenden (das ist der Mann von P8). Hinter diesem Amusement steht „Kritik“. Eigentlich ist diese Kritik verbunden mit „dem Defizit“ eines anderen (hier mit der Ungeschicklichkeit des Mannes).

Dieses Zusammenlachen und Sich-Amüsieren kommt selten vor. Denn man redet im Krankenhaus fast immer über seriöse Themen.

Jetzt kommen wir zum Lachen der Ärztinnen, das eigentlich öfter Platz nimmt, wenn es um Ärztin-Patientin-Gespräche geht. Diese Art des Lachens der Ärztinnen wird nicht von den Patientinnen akzeptiert. Diese Nicht-Kooperation zeigt uns die Hörerinstellung. Denn die Hörerin schätzt das Gesagte der Ärztin oder das Lachen der Ärztin negativ. Aus diesem Grund beteiligt sich die Patientin nicht an dem Gesagte der Ärztin oder an ihrem Lachen.

Hier muss gesagt werden, dass es diese Art der Nicht-Kooperation sich auch bei Ärztinnen gibt. D.h. die Ärztinnen beteiligen sich nicht immer an dem Gesagten der Patientinnen und lachen sie auch nicht mit den Patientinnen zusammen.

Zuerst ein Beispiel für die Nicht-Kooperation der Ärztinnen:

- (D2)
- (107) (D2) *Burada spiral türlerimiz var.  
Hier haben wir Spiralsorten.*
- (108) *Zaten spiral istemediğize göre bunlarla ilgilenmiyeceksiniz hahahahahahaha.  
Aber da Sie sowieso die Spirale nicht wollen, werden Sie sich nicht für sie interessieren hahahahahahaha.*
- (109) (P7) *Evet.  
Ja.*
- (110) (D2) *Eee... yaşınız genç, çocuğunuz küçük olduğu için başka bir metoda geçelim.*

Ääh... Sie sind Jung und weil ihr Kind noch klein ist, kommen wir zu einer anderen Methode.

Die Ärztin (D2) lacht (108), weil die Patientin (P7) gegen die Spirale ist. Sie will eine andere Methode verwenden. In dem Fall ist die Patientin (P7) gegen die Beratung. In dem Fall lacht die Ärztin (D2) über die Insistenz der Patientin (P7) (107-108). Die Patientin (P7) lacht aber nicht (109). Die Patientin insistiert immer noch (109). Die Ärztin versteht, dass die Patientin nicht mit der Methode, die sie berät, einverstanden ist. Aus diesem Grund kommt sie zu einer anderen Methode (110). In dem Fall kann man nicht vom Spaß reden. Das könnte Sich-Vergnügen-über-die Insistenz eines anderen bzw. der Patientin sein.

Nach diesen zwei Beispielen vom Spaßverständnis der Ärztinnen kommen wir zum Spaßverständnis der Patientinnen.

(B3)

(60) (P5) *Hem de rahimde yara vardı.*

*Und sogar in der Gebärmutter ist eine Wunde.*

(61) *„Bu rahimdeki yarayı nasıl görmedi?“, dedi hatta doktor hakkında.*

*„Wie konnte er/sie die Wunde in der Gebärmutter nicht sehen?“, sagte er/sie über den Arzt.*

(62) *Yani yara baya ilerlemiş yani.*

*Also die Wunde ist sogar ziemlich weit fortgeschritten.*

(63) *Onu tedavi ettirdim.*

*Die habe ich behandeln lassen.*

(64) (D1) *Tamam*

*In Ordnung.*

(65) (P5) *„Daha sonra spiral takalım“, dedi, korktuğum için gitmedim hahahahahaha.*

*„Später setzen wir die Spirale ein“, sagte er/sie. Weil ich Angst hatte, bin ich nicht hingegangen. Hahahahahaha.*

In diesem Beispiel (B3) lacht die Patientin (P5) über sich selbst. Das ist Selbstschutz. D.h. die Patientin (P5) erlaubt der Ärztin (D1) nicht über sie zu lachen. Die Patientin (P5) lacht über sich selbst, weil sie ihre Ängste zum Ausdruck gebracht hat. M.E. könnte dieses Lachen für die Patientin (P5) Erleichterung verschaffen.

Eine andere Art des Selbstschutzes findet man unter Patientinnen, wenn sie z.B. Ihr Nicht-Wissen zum Ausdruck bringen. Denn die Patientinnen wissen, dass sie vor den Expertinnen stehen, die mehr Kenntnisse besitzen.

(B4)

(20) (D2) *Diğer yöntemlerden haberiniz var mı?*

*Haben Sie schon von anderen Methoden gehört?*

(21) (P6) *Yooo var ( ) yöntemleri filan var.*

*Neeee, hab ich ( ) Methoden und so gibt es.*

(22) (D2) *Hmm.*

*Hmm.*

(23) *Onları düşünüyor musunuz?*

*Können Sie sich vorstellen?*

(24) *Yani başka bir yöntem düşünmez misiniz ( )?*

*Also können Sie sich eine andere Methode vorstellen ( )?*

(25) (P6) *Yani vücudum açısından esas onu sormak istiyorum ben de hahahaha.*

*Also, im Hinblick auf meinen Körper wollte ich das eigentlich auch fragen hahahaha.*

(26) (D2) *Evet.*

*Ja.*

In diesem Beispiel (B4) weiß die Patientin (P6) nicht, welche Methode für sie passend ist. Dieses Nicht-Wissen der passenden Methode bringt sie zum Ausdruck (25). Dann lacht sie. In dem Fall lacht sie über sich selbst. Ihr Nichtwissen verursacht Selbstschutz.

Eine andere Art des Selbstschutzes findet man, wenn die Patientinnen die Tabus brechen. Es kommt beim Untersuchen vor. Die Patientinnen müssen sich ausziehen. Sich-Ausziehen-vor einem Anderen ist Tabu. Aus diesem Grund ziehen die Patientinnen die Frauenärztinnen. Vor aber trotzdem handeln die Patientinnen nicht frei. Also beim Ausziehen vor Ärztinnen kommt auch dieser Selbstschutz vor. In diesem Zusammenhang möchte ich ein Beispiel geben.

(B5)

(134) (P5) *Peki şimdi benim ailemde/annemde kanser vardı.*

*Gut, nun hatte meine Familie/meine Mutter Krebs.*

(135) (D1) *Ne Kanseri?*

*Welche Art von Krebs?*

(136) (P5) *Meme kanseriydi.*

*Sie hatte Brustkrebs.*

(137) (D1) *Şimdi kanserin/göğüs bi muayensini yaparız.*

- Jetzt werden wir den Krebs/die Brust behandeln*
- (138) *Peki, şimdiye kadar göğüsünde bir rahatsızlığın oldu mu?*  
*Gut, hattest du bislang Schmerzen in der Brust?*
- (139) (P5) *Hayır.*  
*Nein.*
- (140) *Sadece bu aralar hafif sancı hissediyorum yani.*  
*Also, nur in letzter Zeit verspüre ich leichte Schmerzen.*
- (141) (D1) *Sancı hissediyorsun?*  
*Du spürst Schmerzen?*
- (142) (P5) *Çok hafif.*  
*Ganz leicht.*
- (143) (D1) *Peki şişlik var mı?*  
*Gut, sind sie angeschwollen?*
- (144) (P5) *Hayır o kadar değil.*  
*Nein, nicht so sehr.*
- (145) (D1) *Bi bakalım?*  
*Wollen wir nachgucken*
- (146) (P5) *Hahahahahaha.*  
*Hahahahahaha.*
- (147) (D1) *Doktor hanım burdayken.*  
*Während Frau Doktor dabei ist.*

Das Beispiel (B5) zeigt, wie eine Patientin (P5) reagiert, wenn die Ärztin (D1) sie untersuchen will (145). Die Aufforderung verursacht das Lachen der Patientin (P5) (146). Denn die Untersuchung bedeutet für sie Sich-Ausziehen-vor einem Unbekannten. Wegen der Scham lacht sie. M.E. könnte hinter diesem Lachen das Unterdrücken ihrer Schamgefühle stehen.

### Schluß

Diese Arbeit zeigt, welche Dimensionen Spaß hat, wenn es um Ärztin – Patientin - Gespräche geht. Bestimmt gibt es auch andere Variationen von Spaß, die in dieser Arbeit nicht bearbeitet wurden. Aus diesem Grund sind auch andere ergänzende Arbeiten nötig, um dieses Thema detailliert zu erklären.

### Literatur

- Feinberg, L. (1978): The Secrets of Humor. In: R. Amon. (Hrsg.) Maledicta, Vol 11, 87-110
- Freud, S. (1905/1976) Jokes and their Relation to the Unconscious. London: Penguin
- Grießhaber, W. (1987) Rollenspiele im Unterricht B. II. Tübingen: Narr
- Kotthoff, H. (1997) Erzählstile von mündlichen Witzen. In: M.Selting/B.Sanding (Hrsg.) Sprech- und Gesprächstile. Berlin: de Gruyter. 123-169
- Kotthoff, H. (1998) Spaß Verstehen. Tübingen: Niemeyer.
- Kotthoff, H. (2000) Konversationelle Parodien In: A.Schwarz (Hrsg.) Germanistische Linguistik, 2000/153, 159-186

## Çevirinin Öğretilebilirliği Üzerine Bir Deneme

### Giriş

Çevirinin öğretilebilirliği veya bunun karşıt düşünce tarzı çeviri bilim ile uğraşanları oldum olası meşgul etmektedir. Öğretilebilirlik sorunu, eğitici ile çeviriyi öğrenecek kişi arasında ki bilgi aktarımıdır. Öğretilemez savı ise, eğiticinin çeviri öğretim ve öğrenim sürecinde yer almaması anlamına gelmektedir. Öğretilebilir ve öğretilemez sözcükleri her ne kadar karşılık içerse de, özde her iki kavram da öğretilebilir anlamsal özelliğini vurgulamaktadır. Öğretilemez ise, çeviri işlemi yapan, bu eylemi nasıl ve kimden öğreniyor? Öğrenciler, yönlendirilmiş ders izlencesinde çeviri yetilerini geliştiremiyor ise, bu öğreti nasıl gerçekleşiyor? Bu ve benzer sorulara yanıt arama çabası ister çevre, ister kitap olsun, bu süreçte mutlak bir şekilde bir eğiticinin olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, çevirinin öğretilebilirlik niteliği, temel ilke olmalıdır.

### 1. Çeviride Öğretilmesi Gereken Özel Durumlar

Çeviri eylemi, öğrenciye yabancı dil öğrenimini desteklemek ve çeviri yetisini kazandırmaya yönelik iki amaçlı bir izlencedir. Bu bağlamda, yabancı dil öğrenimi ve çeviri yetisinin geliştirilmesi birbirini tamamlayan bir bütünün parçalarıdır. Ancak, iyi yabancı dil bilen kişi iyi çeviri yeteneğine sahiptir şeklinde ki düşünce gerçek yaşamda bugüne kadar kabul gören bir yaklaşım değildir. Fakat, iyi çeviri yapan bir kişinin ise, iyi bir yabancı dil ve ana dile hakim olduğu düşünülebilir.

Bu durumda çeviride hangi hususlar öğretilebilir ve öğretilmelidir? Gerek yabancı dil öğretirken, gerekse salt çeviri yeteneğinin kazandırılmasına yönelik çalışma sürecinde şu konuların irdelenmesi büyük önem taşımaktadır.

#### 1.1 Sözcük – sözcük (Interlinearversion) çeviriden kaçınmak gerekir:

Bütüncül bir çevirinin nasıl yapılabileceğinin öğretilmesi gerekir. Öğretilmemesi durumunda telafisi mümkün olmayan sorunlar ile karşılaşılabilir. Buna örnek olarak şu çeviriyi gösterebiliriz:

“1990’lı yıllar Türkiye toplumunda değil, tüm dünya coğrafyasında da ilginç oluşumların ve onlara bağlı gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir. Bu dönemde Bakanlığının politikasının özünü, demokratikleşme çabalarının toplumumuzda yaygınlaştırılması oluşturmaktadır. Çoğulcu, katılımcı, çağı yakalamış insanların ürünleri ile bütünleşmiş bir kültür politikası temellendirilmesi amaçlanmıştır.

İnsanlığın geçirdiği büyük dönüşümlerin ve değerlerin arkasındaki kavramlar "Kitap" ve "Okumak" tır. Ne görseğliğin gücü, ne de iletişimin durmak bilmeyen teknolojik gelişmeleri, bu iki kavramın insanlara özgü haz duygusu nedeniyle hiçbir zaman önemini yitirmeyecek, özelliği ve önemi dünya durdukça sürüp gidecektir."

*"Die neunziger Jahren sind nicht nur für die Türkische Gesellschaft, sondern auch für die globe Geographie eine Phase, in der aussergewöhnliche Entstehungen und auf ihnen beruhende Fortschritte erlebt werden. In dieser Phase, bildet die Verbreitung der Bestrebungen zur Demokratisierung unserer Gesellschaft, den Zentralpunkt unseres Ministeriums.*

*Als Ziel wird es festgestellt, eine Kulturpolitik grundzulegen, die sich mit den Produkten der Puluralistischen, mitwirkenden und die gegenwertige Zeitalter erreichten Menschen integriert hat.*

*Die Begriffe, die den grossen Umgestaltungen und Werten zugrundeliegen sind "BUCH" und "LESEN". Weder die Kraft der visuellen Mitteln, noch die unanhaltbaren technologischen Fortschritte im Bereich Kommunikation, können die Wichtigkeit dieser Begriffe verlorengelassen lassen, weil sie den Menschen einen Genuss vermitteln, und, ihre Eigenschaften und Bedeutungen werden weiterleben, solange die Welt sich um uns dreht." (Cumali,1993,1)*

Almanca çeviri metni incelendiğinde, Türkçe özgün metinde ki sözcüklerin Almanca karşılıklarının aynen aktarıldığı görülmektedir. Sözlükten seçimi yapılan sözcükler, Almanca'nın söz dizim kurallarına uygun tümceler haline getirilmiştir. Türkçe düşünülerek, Almanca ifade edilen tümcelerde, Türk Dili'nin dilbilgisi yapısı olduğu gibi korunmuştur. Sonuç olarak, bu durum çeviride eşdeğerlik ilkesine aykırı düşmektedir.

### 1.1 İşlevsel çeviri esası uygulanmalıdır

Her metnin içeriğinde, göndergesel anlamlarla birlikte, iletilmesi istenilen amaç bilgi de vardır. Metin içi analiz ile metnin işlevsel boyutu saptanarak, bu olgunun çevirisi üzerinde özenle durulmalıdır. Tüm metnin eşdeğer çevirisi yerine, erek metnin biçimsel bütünlüğü içerisinde, gereksiz ayrıntıların yansıtılması gerekemeyebilir. Zaten böyle bir beklentinin de bilimsel olarak gerçekleşmesi mümkün değildir. Çünkü, çeviri yapan kişi, kendi çeviri istemleri ve yetileri doğrultusunda çeviri işlemini gerçekleştirecektir. (Bkz. Gard, 4(1989)S.9)

Çevirinin öğretilebilirlik sorununun irdelenmesi, kaynak ve erek metindeki özne-nesne ile bunlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde yatmaktadır. Metinler içerisindeki etken ve edilgenlik durumlarının saptanması çevirinin işlevsel yönünü belirleyecektir. Kaynak metindeki işlevsel olgu, metnin hangi amaç için yazıldığının betimlenmesini gerektirir. Zira, işlevsel (Funktionalismus) diye adlandırılan metinler, mutlak bir şekilde bir alıcı kitlesine hitap etmektedir. Bunun içindir ki, erek metinde işlevsel olgunun gerçekleşmesi gerekir düşüncesi, bir çok çevirmenin katıldığı ortak bir noktadır. (Bkz. Nord, 2(1991),S.78).

Yukarıda verilen kaynak metnin Almanca çevirisinin, Alman Dili ve dil mantığı açısından erek dile aktarılmasının aşağıdaki şekilde daha uygun olacağı kanısındayız:

*Die Neunziger Jahre sind nicht nur für die türkische Gesellschaft sondern für die Menschen auf der ganzen Welt eine Zeit, in der aussergewöhnliche Entwicklungen und auf ihnen beruhende Fortschritte erlebt werden können. In dieser Situation bildet die Verbreitung der Bestrebungen zur Demokratisierung unserer Gesellschaft einen Arbeitsschwerpunkt unseres Ministeriums.*

*Ziel ist es ,eine Kulturpolitik zu verwirklichen ,welche die vielfältigen Arbeitsergebnisse integriert und sie den gegenwärtig daran mitwirkenden Menschen näher bringt.*

Die Gegebenheiten, , die den großen Umgestaltungen und den aus ihnen hervorgegangenen Werten zu Grunde liegen, sind "das Buch" und "das Lesen". Weder die Wirkungskraft der visuellen Medien noch die unaufhaltbaren technologischen Fortschritte im Bereich der Kommunikation , können die Bedeutung der genannten Gegebenheiten aus der Welt schaffen. Nicht zuletzt deshalb, weil diese Gegebenheiten den Menschen Genuß bereiten und daher werden "das Buch" und "das Lesen" ihre Wirkung und Bedeutung beibehalten so lange die Welt sich dreht.

Kitapta yer alan önsöz Kültür Bakanlığı tarafından Almanca'ya çevrilmiştir. Yapılan bu çeviride, Türkçe'den Almanca' ya düşünce düzeyinde olumsuz aktarımlar yapıldığı tespit edilmiştir. İlk olarak tekil-çoğul ayrımı göze çarpmaktadır. Türkçe'deki 90'lı yıllar aynen "Neunziger Jahren" şeklinde aktarılmıştır. Halbuki Almanca'da bu kavramın karşılığının "Neunziger Jahre" şeklinde olması gerekir. Birinci cümledeki düşünce yapısına bağlı olarak isim ve özne grupları değerlendirildiğinde, çevirinin anlamsal bütünlüğünü bozan olgular karşımıza çıkmaktadır. Çeviride *"...für die globale Geographie eine phase"* şeklindeki bir ifade tarzı Almanca dil mantığına ters düşmektedir. Bu nedenle çeviride isim grupları arasındaki anlamsal bağıntı uyumunun sağlanması gerekir. Gene birinci cümlede *"Gesellschaft"* ve *"globale Geographie"* farklı iki veya daha fazla toplumun bireylerini tanımlamak için kullanılmıştır; yani her iki sözcük de *"insan, birey"* anlamındadır. Yine aynı tümcede *"Phase"* sözcüğünün bir zaman dilimi olarak çevirisi yapılmıştır. Halbuki bu sözcüğün Almanca'daki ifade tarzı *"gelişme"* ve bir dönem arasındaki belirli bir süreci nitelendiren *"eine Zeit (Epoche ) , in der"* şeklinde belirtilmesi Almanca dilbilgisi kuralına daha uygun olurdu. Bunun yanı sıra *Epoche, Zeit, Phase* sözcüklerinin anlamsal boyutları da farklılık göstermektedir. *"aussergewöhnliche Entstehungen"* ifadesindeki gibi Türkçe'den aktarılan *"ilginç oluşumların"*, Almanca'ya çevirisinde, işlevsel çeviri esası düşünülmezsizin aktarım yapılmıştır. Oysa *"aussergewöhnliche Entwicklungen"* şeklinde düşünülmesi Almanca'daki dilin kültür mantığına daha uygun düşmektedir. İzleyen cümlelerde de Almanca dil mantığına uygun çeviri yapılması gerekirken, yine Türkçe'deki dil mantığının Almanca'ya aynen aktarıldığını saptamaktayız . *"in dieser Phase"* ile *"in dieser Situation"* arasında, *"den Zentralpunkt unseres Ministeriums"* ile *"einen Arbeitsschwerpunkt unseres Ministeriums"* anlamsal tezatlıklar oluşturmaktadır. Yine kesinlik bildiren *"amaçlanmıştır"* fiili yorumlama hatası sonucu

“als Ziel” olarak ele alınmıştır. Oysa Almanca’da “sein”(Ziel ist es) fiili ile ifade edilebilirdi.

“Kültür politikası temellendirilmesi” ifadesinde, iletilmesi istenen amacın ne olduğu konusunun, daha ziyade alıcının algılamasına bırakıldığı söylenebilir. Göreceli kavramların ifade edilmesinde, “dilin işlevsel ifade anlamı benim için şöyledir” denmesi, çeviride güçlükleri ortaya koyan unsurlardır. (Anlam Bilimine İlişkin bkz. Hörman 1988, s.196)

Dili işlevsel boyutta değerlendirdiğimizde erek dile aktarımın “Kulturpolitik verwirklichen” şeklinde yapılması gerekir.

Çevirinin tümü ve özellikle de son paragrafı değerlendirildiğinde, söylenen ve kastedilen arasındaki ilintinin anlamsal boyutlarında belirsizlik hakimdir. Buna bağlı olarak istenmeyen hatalar yapılmış, Türkçe’nin dil mantığı, Almanca’nın kültür yapısına uygun düşmeyecek biçimde çevrilmiştir. Böylece çeviri, eşdeğer çeviri olmaktan çok işlevsel özelliğini kaybeden, anlaşılması güç, anlamsız ve mantıksız bir çeviri metni olarak ortaya çıkmıştır.

Bu tür anlam kopukluklarını daha belirgin olarak aşağıdaki örneklerde görebiliriz:

EŞDEĞER OLMAYAN ÇEVİRİ	EŞDEĞER OLAN ÇEVİRİ
die Gegebenheiten	die Begriffe
Kraft der visuellen Mitteln	Wirkungskraft
Verloren gehen lassen	Aus der Welt schaffen
Solange die Welt sich um uns dreht	Solange die Welt sich dreht

## 1.2 Kültürel İletişim ve Çeviri

Sözlü ve yazılı iletişimin özellikleri incelendiğinde veya sözcüklerin anlamsal boyutları değerlendirildiğinde görülecektir ki, çeviride iletişim ve aktarım, kültürel yapı içerisinde olmaktadır. Daha doğrusu çeviri eylemi ve çevirinin kendisi kültürü oluşturur. Bir toplumun kültüründen, o toplum içerisinde bilinmesi gereken inanç ve bilgi birikimini anlarız. ‘Kültür nesnelere, insanlardan, davranış ve hislerden oluşan bir olgu olmayıp, bunların zihinde organizasyonudur.’ Kişideki mevcut olan bu yetilerle iletişim, algılama, yorumlama gibi unsurlar da gerçekleştirilebilir. (Bkz. Hinnenkamp, 1990, S.48)

Kültürel özellik taşıyan metinlerin çevirisi ve analizini yaparsak, kültürel öğelerin aktarım zorlukları konusuna açıklık getirebiliriz. Bu tür konulara açıklık getirmek amacıyla kaynak dilden erek dile çevrilen şu örnekten yararlanabiliriz:

İzmir Konak Meydanından geçerken şahit olduğum bir olayı size nakletmek istiyorum. Kaza yapan iki arabanın etrafında halk birikmiş, kaza üzerine fikir yürütüyorlardı.

“Neyse ki Allah’tan ölü ve yaralı yoktu.” Ancak kaza yapanlardan birisi şoka girmişti. Geçmiş olsun diyerek, onların yanına yaklaştım. Kısa bir konuşmadan sonra, kazayı yaşayanlardan birisi, kendisinin eve bırakılmasını rica etti. Arabama bindirip evine götürmek üzere yola koyuldum ve onu Mithat Paşa, Faik Bey otobüs durağına bıraktım.

Als ich durch den Platz Konak in İzmir ging, mochte ich ein miterlebtes Ereignis mitteilen. Viele Leute sammelten sich um zwei Autos, die an den Unfall beteiligt waren (die den Unfall verursacht hatten). Zum Glück gab es (Gott sei Dank, es gab....) keine Tode und Verletzte. Aber einer von Ihnen war schockiert. Ich kam Ihnen naeher und sprach über den Unfall. Nach einem kurzen Gespraech bat einer von Ihnen sich nach Hause gefahren zu werden. Ich setzte ihn in meinem Auto, und fuhr ihn nach Mithat Paşa, und setzte ihn an der Haltestelle Faik Bey ab.

I would like to narrate an event I eye witnessed as I was passing through Izmir Konak Square. People were gathered around two cars which had an accident and they were speculating about the accident.

“Luckily there was no one injured or killed.” But one of those who had the accident was in shock. I approached them saying “I hope you feel better.” After a short talk, one of those who experienced the accident requested to be taken home. I got in my car and set off to drive him home and then I left him at Mithat Paşa, Faik Bey bus stop.

I want to tell you about the incident which I witnessed as I was passing through Konak Square in İzmir. The people came together around the two cars which marked by the accident and they were putting forward ideas about the accident.

Thank God there was no injured and no death. But of the one who had the accident was shocked. By saying “get well soon” I came closer to them. After a short speech, of the one who had the accident wanted himself to be left home. I got him into my car and set off to take him to his home and dropped him at “Faik Bey” bus stop in Mithat Paşa.

I would like to tell you about an incident I witnessed when I was passing through Konak Square in İzmir. People had gathered around two cars crashed, and were speculating on the accident.

Fortunately –for God’s sake- noone was killed or injured. But one of the people who had the accident was in a shock. I drew near saying get well soon. After a short speech, one of the people who experienced the accident required to be given a lift to home. I let him into my car and set off to take him home and dropped him at Faik Bey bus stop in Mithat Paşa.

Kaynak metin, anlatanın başından geçen bir olayın anlatımıdır. Bildirişim anlatıcı ile dinleyici arasında gerçekleşir. Konuşma dili, yani informal dil kullanımını

gerektirir. Türkçe'den Almanca ve İngilizce'ye çevirisi yapılan metin, çeviri sorunundan çok, yüklendiği anlamların aktarımındaki güçlükleri ortaya koymaktadır. Kültürümüzde kaza bağlamında kullanılan bir ifadedir "geçmiş olsun". Oysa bir Alman veya İngiliz kaza yapan araç sürücüsüne bu sözcüklerle yaklaşmaz. Bu nedenle, bu kavramın erek dile aktarılması olanaksız olmasa da, çevirisinde güçlük çekilebilir. Örnek İngilizce çeviri metinlerinde görüldüğü gibi, hatalı çeviri yapma olasılığı vardır. İkinci kültürel farklılık, kaza yapan arabanın etrafında toplanan insanların kaza üzerinde fikir yürütmeleridir. Erek kültürde böyle bir duruma rastlamak da olası değildir. Kazayı gören kişi ya da kişiler, ya yetkililere haber verip onların gelmelerini sağlarlar, ya da aralarında ilk yardım konusunda yetkili biri varsa, onun müdahale etmesi beklenir. Diğer taraftan 'eve bırakılmasını rica etmek' de bize özgü bir kültürel özelliktir.

Ayrıca sözcük seçimi, dil bilimi yönünden yazılı ve sözlü dilin kullanım farklılıklarından dolayı, konuşma dili özellikleri göz önünde bulundurularak yapılmalıdır. Metin, pragmatik bakış açısından incelendiğinde 'dolaylı anlatım' türüne örnek oluşturur ve 'geçmiş zaman' kullanımını gerektirir. İngilizce çeviri metinlerinde, konuşma dilinin özelliğini taşıyan; "I'd like to", "driving through", "people were passing judgement on the accident", "Luckily, no one was killed or injured", "one of the victims was in a shock", "I got closer", "soon afterwards", "wanted me to give him a lift" ve "got in and set off to drop him at Mithat Paşa bus stop" gibi kullanımlar daha uygun olabilir.

Bu nedenlerle söz konusu erek metinleri işlevsel yönden "eşdeğer" çeviri olarak değerlendirebiliriz.

Bu ve buna benzer ifade biçimlerini çoğaltmamız mümkündür. Burada vurgulanmak istenen, çeviride işlevsel eşdeğerlik boyutudur. Bu da ancak, işlevsel anlamda dilin mantığını kavramak ile olasıdır.

### Sonuç ve Değerlendirme

Konu, derin yapı içerisinde irdelendiğinde her metin, "çeviride öğretilebilirlik" esasını içerisinde değerlendirilmelidir. Çeviri, bir metnin anlamına dayalı başka bir dil ve kültür içerisinde, Erek metne anlam kazandırma işlemidir. Bu bağlam içerisinde belirlediğimiz kültür, sözcük seçimi ve dil bilgisi çeviri stratejilerinin öğretilebilirliği hususunda temel unsurları oluşturmaktadır. Öğretilebilirlik bu problemleri çözme yönteminin kazanılmasıyla mümkündür. Ele aldığımız örnekler çeviriyi gösterge bilim içerisinde değerlendirmemiz gerektiğini ve bilişsel bir öğrenmenin gerekliliği hakkında önemli ipuçları vermektedir.

Hönig/Kussmaul'unda belirttiği gibi "kelimelerin bir anlamı yoktur"(Hönig 1988, s.164). Onlara anlam kazandıran, çeviri ile uğraşı verenlerdir. Çeviride öğrenilecek ve öğretilecek konu ise, kelimelere nasıl bir anlam yüklenmektedir sorusuna yanıt bulmak olacaktır. Çünkü kelimenin cümle içerisinde yüklendiği anlam sözlük anlamından farklıdır.

Sonuç olarak, çevirinin öğretilebilirliği, çeviri stratejilerinin belirlenerek, kaynak metne göre çevirinin nesnelleşmesidir.

### LİTERATUR

- Cumali, Necati ( 1993 ) : Holzpantinen, Übersetzt von Cornelius Bischoff, Ministerium für Kultur, Ankara
- Gard, Andreas. 4(1989): Möglichkeiten und Grenzen einer pragmatischen Übersetzungstheorie.In: textcontex s.1-57
- Hinenkamp, Volker. (1990) : Wieviel und was ist "kulturell" in der interkulturellen Kommunikation? –Fragen und Überlick, in: Bernd Spillner (Hg.): Interkulturelle Kommunikation. Kongressbeiträge zur 20. Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik GAL e.v., Frankfurt a. Main
- Hönig, Hans G. 17(1988): Übersetzen lernt man nicht durch Übersetzen. Ein Pleadoyer für eine Propeadeutik des Übersetzens. In: FluL , s. 154 –166
- Hörman, Hans.(1988) : Meinen und Verstehen .Gründzüge einer psychologischen semantik Frankfurt a. Main
- Nord, Christiane.2(1991) Übersetzen- wozu und für wen? Pragmatische und kulturelle Aspekte des Übersetzens. In: Nouveaux Cahiers d'Allemand. S.77-92

Nurten Alku  
Ege Üniversitesi

**Heimito von Doderer. "Menschwerdung" und das Divertimento No.VII  
"Die Posaunen von Jericho"**

*"Jeder bekommt seine Kindheit über den Kopf gestülpt wie einen Eimer. Später erst zeigt sich, was darin war. Aber ein ganzes Leben lang rinnt das an uns herunter, da mag einer die Kleider oder auch Kostüme wechseln wie er will."*<sup>1</sup>

*"Wenn ich mich frage, was ich denn eigentlich und wirklich wünsche: so wäre es – viel Geld, um in einer Folge schwerster sexueller Excesse, sinnloser Saufereien und dementsprechender Gewalthändel endgültig unterzugehen. Stattdessen hab' ich das weitaus gewagtere Abenteuer der Tugend gewählt."*<sup>2</sup>

*"Mein Leben: Eine Schachtel, in die ich verpackt war, aus der ich mich herausgenommen habe."*<sup>3</sup>

Diese autobiographisch geprägten Sätze symbolisieren Heimito von Doderer, ein schwieriges aber interessantes Leben, ein Leben voller Unebenheiten und Enttäuschungen.

Heimito von Doderer nimmt im dichterischen Schaffen Österreichs eine besondere Stellung ein. Er ist ein vielseitiger, aber auch – und gerade vielleicht deshalb – ein viel umstrittener Autor. Dietrich Weber versucht durch eine Palette von Bezeichnungen den Dichter zu charakterisieren bzw. seine Stellung in der Literatur zu bestimmen, um ihn schließlich in das Bild des reinen Erzählers zu setzen, *"und alles andere in proportionierter Abstufung dazu zu sehen"*<sup>4</sup>: *"Man hat ihn gesehen als den Fall eines realistischen Romanciers und Chronisten seiner Stadt Wien par excellence wie als den Fall eines Fabulierers und G'schichterl- Erzählers, als den Fall eines Dichters und Philosophen der Menschwerdung, der Apperception und der zweiten Wirklichkeit wie als den Fall eines Roman- Architekten und Compositeurs, als den Fall eines Anti- Ideologen wie als den eines Anti- Revolutionärs, als den ausgesprochen politischen Fall eines vom Nationalsozialismus infizierten und dann zum Konservatismus bekehrten – oder auch gerade nicht bekehrten, vielmehr durchgängig aufs Reaktionäre festzulegenden Autors wie als den Fall eines Schriftstellers, der die*

<sup>1</sup> Mit diesem Satz beginnt der Roman "Ein Mord den jeder begeht". Doderer, Heimito von: Ein Mord den jeder begeht. München 1989

<sup>2</sup> Aufzeichnung aus Doderers Tagebuch "Commentarii", datiert 18. Oktober 1951. Commentarii 1951 bis 1956. Tagebücher aus dem Nachlaß. Hg. Von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1976

<sup>3</sup> Aufzeichnung kurz vor seinem Tod aus dem Jahre 1966; zitiert nach: Horowitz, Michael (Hg.): Begegnung mit Heimito von Doderer. Wien/München: Amalthea 1983; S.146

<sup>4</sup> Weber, Dietrich: Die vielen Fälle Doderer und der Fall Doderer. Ein Plädoyer. In: Wirkendes Wort 4 /1985; S.203

*Ereignispsychologie oder – mit seinem eigenen Ausdruck – die Fatologie in die Literatur eingebracht habe, als den Fall eines Glücksdenkens und Glückszählers wie als den Fall eines Autors im Zeichen politischer wie erotischer Befangenheiten (...).<sup>5</sup>* Ebenso widerruft Weber in seinem Plädoyer auch seine eigene 1960/61 verfaßte Untersuchung<sup>6</sup>, in der er dem Denker Doderer mehr Aufmerksamkeit geschenkt hat, als dem Erzähler Doderer.

Aus einer anderen Perspektive wird der Dichter Heimito von Doderer u.a. in den Studien von Anton Reiniger<sup>7</sup> und Hans Joachim Schröder<sup>8</sup> untersucht: der politische Fall Doderer.

Im Gegensatz zu Reiniger und Schröder, die die Ideologie Doderers vor Augen halten, untersucht Martin Loew-Cadonna Doderers Erzähltechnik. In seinem Beitrag "Suspense in Doderers Erzählen" befaßt er sich unter anderem mit der Frage, ob bzw. inwieweit in Doderers "Detailformen textueller Unterhaltung und Überraschung selbst, oberhalb des puren Effekt-Niveaus, sich bestimmte Sinnentwürfe oder zumindest autortypische Sinn Tendenzen ausmachen lassen."<sup>9</sup> Loew-Cadonna unterscheidet hier zwei Grundmöglichkeiten literarischer Effekterzeugung: a) das Wirkungspotential von textuell Gesagtem und b) das Wirkungspotential von textuell Ungesagtem. Er kommt zu dem Ergebnis, daß der "exzellente Literaturarchitekt Doderer" immer versucht, überraschungs- und spannungsreich zu schreiben, dabei jedoch fast eher ein Novellist als ein Romancier ist. Doderer bemühe sich, so Loew-Cadonna, "die novellenhaften Maschen gut ins weite Gewebe des Romans einzustricken, die Poetik des unalltäglichen Alltags mit der Mimesis des Alltäglichen in Einklang zu bringen."<sup>10</sup>

Als ein weiteres Beispiel für die Vielzahl der unterschiedlichen Doderer-Auffassungen kann der Beitrag von Karl Hopf "Die Romane von Heimito von Doderer" gezeigt werden. Hopf stellt in seiner Untersuchung fest, daß Werk und Autor religiös bestimmt sind und stützt seine These dabei auf Doderers persönliche Erklärung und seine Aufzeichnungen in Tagebüchern: "Wir sind Nachschaffende! Denn schaffend ist nur Einer!"<sup>11</sup>. Die Begriffe „Menschwerdung“ und „perfekte Apperzeptivität“<sup>12</sup> werden demnach in Verbindung mit Religion gesehen und den Begriffen „Hohes

<sup>5</sup> Weber, Dietrich: a.a.O.S.202f

<sup>6</sup> Weber Dietrich: Heimito von Doderer. Studien zu seinem Romanwerk. Hamburg. München 1963. (Diss.)

<sup>7</sup> Reiniger, Anton: Die Erlösung des Bürgers. Eine ideologiekritische Studie zum Werk Heimito von Doderer. Bonn 1975

<sup>8</sup> Schröder, Hans Joachim: Apperzeption und Vorurteil. Untersuchungen zur Reflexion Heimito von Doderers. Heidelberg 1976.

<sup>9</sup> Loew-Cadonna, Martin: Suspense in Doderers Erzählen. In: Sprachkunst. Beiträge zur Literaturwissenschaft. Jahrgang XXI/ 1990. 2.Halbband; S.232

<sup>10</sup> Loew-Cadonna, Martin: a.a.O.S.239

<sup>11</sup> Hopf, Karl: Die Romane von Heimito von Doderer. In: Österreich in Geschichte und Literatur. Hg. vom Institut für Österreichkunde. 11.Jahrgang, H.4, Graz 1967; S.206

<sup>12</sup> Diese Begriffe werden im weiteren ausführlicher behandelt.

Wachsein“, „Geöffnet-Sein“ und „höchste Zugänglichkeit“<sup>13</sup> gleichgesetzt. Hopf deutet auf den Zusammenhang zwischen den Begriffen der „Menschwerdung“ und dem „Schicksal“ hin.<sup>14</sup> Denn was Doderer unter Schicksal versteht, sieht Hopf als die "Entfaltung des im Menschen von Anfang an Vorhandene."<sup>15</sup> Diese Entfaltung sei eben der Weg zu sich selbst, d.h. die Menschwerdung. "Schicksal" – dieser Begriff, so Wendelin Schmidt-Dengler, sei schon für den jungen Doderer ein Leitbegriff gewesen, dem alles andere zugeordnet werden muß. Auch gilt es Schmidt-Dengler in seiner Untersuchung zu zeigen, daß zahlreiche Begriffe wie eben "Schicksal", aber auch „Physiognomie, (...), Abenteuer, Landschaft und Geschichte im Jugendwerk zueinander und zwar mitunter recht unreflektiert – in Beziehung gesetzt werden."<sup>16</sup> Daraus ergäbe sich ein Bezugssystem, das in der Folgezeit seine inhaltliche und gehaltliche Aufführung und definitiorische Festigung, ja mitunter apodiktische Verfestigung erfahre. Von großer Bedeutung ist diese Untersuchung von Schmidt-Dengler auch, da er sich gegen diejenigen äußert, die in Doderer gerne nur einen Heimatdichter sehen. Natürlich sei der positive Effekt, mit dem Doderer von seiner Heimatstadt (Wien) spricht, nicht wegzuleugnen: "er unterliegt jedoch einerseits einer subtilen Kontrolle und andererseits der Absicht, aus dem Raum heraus auf jene Ordnungen zu schließen, die das Schicksal des Menschen prägen (...)."<sup>17</sup> So erscheint auch hier das Schicksal als wichtiger Leitbegriff der Schriftstellers.

Diese hier besprochenen Arbeiten, die sich mit dem Phänomen Doderer auseinandersetzen, mögen gezeigt haben, wie schwer es ist, dem österreichischen Dichter in der Literaturgeschichte einen bestimmten festen Platz zuzuweisen und seine Werke einem bestimmten Thema zuzuordnen.<sup>18</sup>

Um diesen vielseitigen Autor besser zu verstehen und ein deutlicheres Bild zu seiner Person und seinem Werk zu bekommen, ist es an dieser angebracht, kurz auf die Biographie Heimito von Doderers einzugehen. Seine zahlreichen Tagebucheinträge<sup>19</sup> (veröffentlicht als Commentarii und Tangenten), die

<sup>13</sup> Hopf, Karl: ebd.

<sup>14</sup> vgl. dazu auch Schmidt-Dengler, Wendelin: Heimito von Doderers schriftstellerische Anfänge. Anmerkungen zu unbekanntem Publikationen des Autors. In: Österreich in Geschichte und Literatur 16 (1972), H.2; S.98-110

<sup>15</sup> Hopf, Karl: a.a.O. S.209

<sup>16</sup> Schmidt-Dengler, Wendelin: a.a.O. S.107

<sup>17</sup> ebd.

<sup>18</sup> vgl. dazu auch: Schmidt-Dengler, Wendelin: Heimito von Doderer. Rückzug auf die Sprache. In: Amann, Klaus und Albert Berger (Hrsg.): Österreichische Literatur der dreißiger Jahre. Ideologische Verhältnisse. Institutionelle Voraussetzungen. Fallstudien.

Sonderdruck. Wien.Köln.Graz: Hermann Böhlau 1985; S.301

<sup>19</sup> Tangenten.Tagebuch eines Schriftstellers.1940-1950. München 1964

Commentarii 1951 bis 1956. Tagebücher aus dem Nachlaß. Hg. von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1976

Commentarii 1957 bis 1966. Tagebücher aus dem Nachlaß. 2.Bd. Hg. von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1986

Begegnungen mit Freunden, Verwandten und Bekannten, die ihrerseits schriftlich festgehalten worden sind<sup>20</sup>, und Biographien<sup>21</sup> dienen uns dazu, dieser Persönlichkeit näher zu kommen. Während die Biographie von Lutz-W. Wolff an das Leben des Dichters objektiv herangeht, ja sogar versucht, das so frauenfeindliche Bild des Autors psychologisch zu deuten: *“Dabei war die Jagd nach weiblicher Fülle nie bloß frivoles, frauenverachtendes Spiel, sondern Muttersuche, kindliches Bedürfnis nach Geborgenheit, Wärme und Zuflucht”*<sup>22</sup>, ist Wolfgang Fleischers Doderer-Biographie subjektiv geprägt. In der Biographie von Wolfgang Fleischer<sup>23</sup>, dem ehemaligen Sekretär Doderers, tritt uns der Schriftsteller nicht nur als ein Mann *“mit seinem Widerspruch, sondern auch ein Genie in seiner Widerlichkeit entgegen.”*<sup>24</sup>

Heimito von Doderer ist am 5. September 1896 als jüngstes von sechs Kindern in Hadersdorf bei Wien geboren. 1915 zieht er in den Ersten Weltkrieg, wird jedoch im folgenden Jahr in der Schlacht bei Olesza (Ostgalizien) gefangen genommen. Nach vier Jahren in russischer Gefangenschaft kehrt er in seine Heimatstadt zurück. 1920 nimmt er das Studium der Geschichte und Psychologie an der Universität in Wien auf, das er 1925 mit einer Dissertation *“Zur bürgerlichen Geschichtsschreibung in Wien während des 15. Jahrhunderts”* abschließt. Nach Abgabe seiner Promotion bis etwa zum Jahre 1932 verdient sich Doderer seinen Unterhalt durch journalistische Arbeiten (in den Tageszeitungen *“Der Tag”* und *“Der Abend”*). Zu dieser Tätigkeit ist er durch seine Frau Gusti Hasterlik, die jüdischer Abstammung war, gekommen. Nach der Trennung von ihr verliert er auch diese Verbindungen. Am 1. April 1933 tritt Heimito von Doderer der NSDAP ein; seine Mitgliedsnummer ist 1526987. Anhand von Tagebucheintragungen, Briefen und anderen persönlichen Schreiben zeigt Wendelin Schmidt-Dengler<sup>25</sup>, daß der Autor in den dreißiger Jahren eher in Zurückhaltung gelebt hat, und wenig Anspielung auf politische Ereignisse gemacht hat. 1936 siedelt er über

<sup>20</sup> siehe Anm.3

<sup>21</sup> Wolff, Lutz-W.: Heimito von Doderer. Hamburg: Rowohlt 1996

Fleischer, Wolfgang: Das verleugnete Leben. Die Biographie des Heimito von Doderer. Wien: Kremayr & Scherian 1996

<sup>22</sup> Wolff, Lutz-W.: a.a.O.S.44

<sup>23</sup> Der Literaturkritiker Peter Lämmle beurteilt in einem Artikel in der Süddeutschen Zeitung vom 31.8./1.9.96 die Doderer-Biographie Wolfgang Fleischers sehr abwertend aber auch etwas zu subjektiv: *“So ist sein Buch (Fleischers Doderer-Biographie) eher ein peinlicher Zerrspiegel als Spiegel der Person und des Autors Doderer. Wenn er das Idol seiner frühen Jahre vom Sockel holen wollte, dann ist ihm das nicht gelungen. (...) Ich (Peter Lämmle) kann das alles nicht so furchtbar sündig finden wie Doderer-Biograph Wolfgang Fleischer; sondern eher ein bißchen komisch, ein bißchen altmodisch stilisiert.”* Dagegen spricht Karl-Markus Gauss, wenn es in seinem Artikel *“Dicke Damen und Dämonen”* in der Wochenpost vom 5.9.1996 heißt: *“Was die blendend geschriebene Biographie Wolfgang Fleischers und die nach jahrelanger Arbeit edierten Tagebücher angeht, so ist es spannend zu sehen, wie sich Leben und Kunst bei Doderer eben nicht harmonisch in eins fügen oder schlüssig aufeinander beziehen, sondern hier einer mit rigoroser Kraft daran arbeitet, sein Leben zu tilgen, insofern es nicht der Kunst dient.”*

<sup>24</sup> Gauss, Karl-Markus: Dicke Damen und Dämonen. In: Wochenpost 5.9.1996

<sup>25</sup> Schmidt-Dengler, Wendelin: a.a.O.[Anm.18] S.291-302

ins Reich, nach München, dann nach Dachau. Das Schweigen, Sich – Nicht – Äußern wurde ihm natürlich später des öfteren vorgeworfen: *“Wer in den 1000 Seiten seiner Tagebücher auch nur einen einzigen Hinweis darauf suchte, daß in Dachau zur selben Zeit ein Konzentrationslager stand, in das 1938 übrigens ein großer ‘Österreichertransport’ ging, mit einigen Leuten, die Doderer kannte, der sieht sich getäuscht.”*<sup>26</sup> Es existieren unterschiedliche Angaben über die Datierung von Doderers Parteiaustritt.<sup>27</sup> Die Mitgliedschaft in der nationalsozialistischen Partei war schließlich auch der Grund, warum der Dichter den Nobelpreis für Literatur nicht bekommen hat. Anfang der vierziger Jahre bekennt sich Doderer zum Katholizismus, nimmt am Zweiten Weltkrieg als Hauptmann der Luftwaffe teil. 1946 kehrt er nach kurzer Gefangenschaft nach Wien zurück. Erst ab den 50er Jahren wird er als Schriftsteller erfolgreich; die Romane *“Die Strudlhofstiege”* (1951) und *“Die Dämonen”* (1965) bringen ihm die gewünschte und ersehnte Anerkennung: 1957 bekommt er den österreichischen Staatspreis, 1962 den Preis der Stadt Wien für Dichtkunst und 1966 den Ehrenring der Stadt Wien. Am 23. Dezember 1966 stirbt der Dichter im Rudolfinerhaus, einem Krankenhaus in Döbling, nach einer zweiten erfolglosen Operation an Darmkrebs. Durch das Werk *“Begegnung mit Heimito von Doderer.”*<sup>28</sup> gelangt man an biographische Information, die sehr persönlich geprägt sind: seine Schwester Astri von Stummer-Doderer berichtet über Doderers Selbstmordgedanken nach dem Krieg; seine Geliebte Dorothea Zeemann charakterisiert ihn als einen Mann, der *“nie eine Figur sein (wollte), er war ein ganzes Dutzend von Figuren und alle (...) man kann sie aus den Aufsätzen und Büchern über ihn sammeln- erschöpfen nicht die Mischung von betörender Brutalität und parfümierter Sanftheit, die er bot.”*<sup>29</sup> Auch der Freund Sebestyén György<sup>30</sup> berichtet über persönliche Eindrücke und Erlebnisse mit Doderer, so z.B. über das sog. *“Satyrspiel”* des Dichters, dem satirischen Spiel des Dichters, das ihm als Experiment, als Studie der menschlichen Natur diene.

Ganz in nahem Bezug zum oben geschilderten Leben des Autors steht der Begriff der *“Menschwerdung”*, der hier im weiteren am Beispiel des Divertimento No.VII. *„Die Posaunen von Jericho“* dargestellt werden soll. Durch diese Arbeit soll gezeigt werden, daß auch das Divertimento No.VII *„Die Posaunen von Jericho“* in die Reihe der Dodererschen Werke gereiht werden darf, die die Verarbeitung vom Thema *„Menschwerdung“* zum Inhalt haben. In diesem Zusammenhang soll auch der These von Dietrich Weber widersprochen werden, wenn es bei ihm heißt: *„es wäre schon falsch zu sagen, das Divertimento sei eine Variation zum Thema Menschwerdung.”*<sup>31</sup>

<sup>26</sup> siehe Anm.24

<sup>27</sup> siehe dazu: Meyer, Helga: Heimito von Doderer als Journalist. Anmerkungen zu einer biographischen Episode. In: Medien & Zeit. Forum für historische Kommunikationsforschung. Hg. vom Verein *“Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK) 2/91 Jg.6 Wien*

<sup>28</sup> siehe Anm.3

<sup>29</sup> Horowitz, Michael: a.a.O.S.123

<sup>30</sup> György, Sebestyén: Zwischen zwei Ewigkeiten. Notiz nach dem Tod von Heimito von Doderer. In: Studie zur Literatur. Eisensadt: Edition Rötzer 1980; S.172-182

<sup>31</sup> Weber, Dietrich: a.a.O.[Anm.6]; S.72

Es zeigt sich, daß es nicht möglich ist, das Werk dieses Dichters getrennt von seinem Leben zu betrachten. Nach Karl Hopf stehe im Zentrum von Doderers Denken der Begriff der „Apperzeption“. Ihr entgegengesetzt wird die „Apperzeptionsverweigerung“, welche wiederum gleichgesetzt werden kann mit der „zweiten Wirklichkeit, die sich verhängnisvoll auf das Denken und Handeln der Menschen auswirkt.“<sup>32</sup> Apperzeptionsverweigerung, so Hopf weiter, sei die moderne Form der Dummheit. Apperzeption dagegen schaffe Welteinsicht. Mit anderen Worten ist also „Menschwerdung“ das Abstreifen dieser Apperzeptionsverweigerung, das Sich-Lösen von der „zweiten Wirklichkeit“. Diese „zweite Wirklichkeit“ zu zerstören, sich von ihr zu befreien, zur Unmittelbarkeit des Lebens in der ersten Wirklichkeit zurückzukehren sei, nach Karl-Markus Gauss<sup>33</sup>, Aufgabe, vor die der moderne Mensch gestellt ist. Demgegenüber stellt Dietrich Weber den Begriff der „Menschwerdung“ in direkten Bezug zum Begriff „Glück“, denn, die „Menschwerdung“ sei, so Weber, „das höchste Glück, das es in Doderers erzählter Welt gibt.“<sup>34</sup> Höchstes Glück bedeute in diesem Zusammenhang „vollendete Selbsterkenntnis“, „erhöhtes Lebensgefühl“ und schließlich „Präsenz des ganzen eigenen Lebens“. Doderer beginnt mit der Arbeit an dem Thema der „Menschwerdung“, das die Befreiung des Individuums aus den durch den Charakter bedingten Schwächen sein soll, schon als Mitglied der NSDAP. Das Thema erscheint literarisch verarbeitet zum ersten Mal auch im Titel eines Romanes „Die erleuchteten Fenster oder die Menschwerdung des Amtsrates Julius Zihal“. Das Fenster ist hier ein Symbol, das Doderer besonders gerne verwendet. Es hat für ihn folgende Bedeutung: erst wenn man mit geöffneten Augen (durch das Fenster) in die Welt schaut und das Gesehene richtig einordnet und versteht, wird man zum Menschen. Auch die ersten beiden Romane „Ein Mord, den jeder begehrt“ (1938) und „Ein Umweg“ (1940) weisen das Motiv des Findens der eigenen Identität auf. Am Ende des Prozesses der „Menschwerdung“, zu dem man durch Umwege gelangt, steht die eigentliche Freiheit des Individuums. Dies bedeutet, so Hans Weigel, ein „Umweg über eine immer breiter werdende Apperzeption gesellschaftlicher Realität zur Identität mit sich selbst und dem geschichtlichen Augenblick, der durch die Fülle erzählter Geschichten repräsentiert ist und das fertige Individuum gleichsam grundiert.“<sup>35</sup> Der größte Teil von Doderers Leben selbst wird als ein Umweg bezeichnet, wenn es bei Hopf heißt: „Er lebte von 1896 bis 1966. Das bedeutete ein Leben in Kriegs- und Nachkriegszeiten. Was dann noch übrigblieb, war ein schmaler Rest, erfüllt vom späten Ruhm. Was zurück lag, war ein großer Umweg.“<sup>36</sup> An dieser Stelle kann also behauptet werden, daß fast alles, was für seine Figuren gilt, eigentlich im Grunde genommen, für

<sup>32</sup> Hopf, Karl: a.a.O.S.205

<sup>33</sup> siehe Anm.24

<sup>34</sup> ebd.S.28

<sup>35</sup> Zeman, Herbert (Hg.): Literaturgeschichte Österreichs: von den Anfängen im Mittelalter bis zur Gegenwart Graz: Akadem. Druck- und Verlagsanstalt 1996; S.545

<sup>36</sup> Hopf, Karl: Heimito von Doderer. Person und Werk. In: Die Barke. Hg.vom österreichischen Buchklub der Jugend. Lehrer-Jahrbuch 1971. Buchdruckerei Ferdinand Berger & Söhne.OHG NÖ; S.157

den Autor selbst von Gültigkeit ist. Das Schreiben dient ihm sozusagen zur Bewältigung der eigenen Probleme, zum Finden des eigenen Ichs, vielleicht sogar zum Überleben. So wie seine Figuren den Prozeß der „Menschwerdung“ durchzustehen haben, bis sie heranreifen, so muß auch der Dichter den Läuterungsprozeß durchmachen bis er schließlich seine innere Ruhe und Ausgeglichenheit, interessanterweise auch den höchsten Punkt in seiner Dichterlaufbahn erreicht hat. Die Zugehörigkeit zur nationalsozialistischen Partei z.B. kann als ein Aufenthalt in der „zweiten Wirklichkeit“ betrachtet werden, von der sich der Dichter jedoch noch rechtzeitig losreißen konnte. Frank Trommler steht richtig mit der Behauptung den Weg, den die Figuren Doderers durchlaufen müssen, mit den abenteuerlichen Fahrten der Ritter im Mittelalter, die auf der Suche nach dem Gral sind, zu vergleichen: „Die Einholung des Grals, das ist für den einzelnen die Einholung seiner selbst. Wenn er zur echten Konfrontation mit der Wirklichkeit gelangt, zu einer Begegnung ohne die Scheuklappen der Ideologien, vollzieht sich seine ‚Menschwerdung‘“.<sup>37</sup> Sein Schicksal komme, so Trommler weiter, indem er die äußere Welt in keine Sollensvorstellung mehr preßt, sozusagen zum Bewußtsein seiner selbst. Damit habe er die höchste Stufe erreicht: die Wahrnehmung des objektiv Gegebenen.

Um so eine Figur, die plötzlich aus ihrem bisher gewohnten Lebensrhythmus herausgerissen wird, sich selbst aus einer bestimmten Entfernung sieht, um schließlich zu erkennen, was sie eigentlich ist, handelt es sich bei dem Protagonisten, dem „Ich“ in dem Divertimento No.VII „Die Posaunen von Jericho“. An dieser Stelle ist es jedoch angebracht, zunächst die von Doderer von der Musik auf die Literatur übertragene literarische Gattung der Divertimenti zu definieren. Ein Divertimento nennt Heimito von Doderer eine „strenge komponierte, zum Vortrag bestimmte Erzählung heiteren Charakters, die nach Möglichkeit die Lesedauer von vierzig Minuten nicht überschreiten soll.“<sup>38</sup> Ohne Hilfe eines Manuskripts konnte der Dichter einige seiner Divertimenti vortragen. Doderers Divertimenti sind Experimente, oder sogenanntes „Übungsmaterial“. Er sieht sie als Vorarbeit für seine Romane und erprobt in ihnen neue technische Erzählmittel. Die Mittel holt er vor allem aus dem Bereich der Musik. Auf die Sprache, bzw. Literatur, übertragen jedoch werden daraus epische Mittel mit musikalischen Bezeichnungen. In den 20er Jahren schreibt der Dichter sechs Divertimenti. Im weiteren folgen diesen jedoch Versuche zu einem siebenten Divertimento: Es wurden daraus nämlich der Roman „Das Geheimnis des Reichs. Roman aus dem russischen Bürgerkrieg“ (1928/29) und die Erzählung „Das letzte Abenteuer“ (dritte und letzte Fassung 1936). In den „Posaunen von Jericho“ schließlich, 1951 verfaßt, ist es Doderer gelungen, das Angestrebte zu verwirklichen. Es geht ihm bei diesem Divertimento zunächst hauptsächlich um die Form. Die Entstehungsgeschichte dieses Werkes gibt er selbst folgendermaßen an: für das Konzept

<sup>37</sup> Trommler, Frank: Roman und Wirklichkeit. Eine Ortsbestimmung am Beispiel von Musil, Broch, Roth, Doderer und Gütersloh. Stuttgart.Berlin.Köln.Mainz: W.Kohlhammer 1966; S.137

<sup>38</sup> zitiert nach Dietrich Weber, der als Quelle einen an ihn persönlich gerichteten Brief von Doderer (datiert 28.August 1960) angibt. In: Weber, Dietrich: a.a.O.[Anm.6]; S.63

besäße er *„nur ein sehr klares und in's einzelne gehendes dynamisches Gesamtbild ..., gerade genug, um eine Konstruktion-Zeichnung davon auf ein Reißbrett zu bringen. Dieses verhält sich dann praktisch dem Leben gegenüber wie ein leeres Gefäß, das man unter die Wasseroberfläche drückt: unverzüglich schießen die Inhalte ein und erfüllen integral die Form.“*<sup>39</sup> Ausführlich macht Dietrich Weber in seinen „Studien“ die Verbindung vor allem dieses Divertimentos zur Musik deutlich und untersucht dabei jedes einzelne Kapitel unter musikalischem Aspekt. Dabei kommt er zur Schlußfolgerung, daß Doderer die Musik vor allem wegen der Strenge in der Form zum Vorbild wählt. Seiner Auffassung nach habe das Werk mit der musikalischen Form des Divertimentos nur den heiteren Charakter, das Divertissement, und die strenge Form gemein. Die Divertimenti Heimito von Doderers seien keinesfalls Nachahmungen.<sup>40</sup>

Erkennbar wird der strenge Charakter des Divertimento No.VII sofort durch seine äußere Form. Es ist aufgeteilt in vier Teile, die wiederum streng untereinander gegliedert sind. So ist der erste Teil in voneinander getrennt durchnummerierte neun Abschnitte, der zweite Teil in sechs, der dritte Teil in dreizehn und der vierte Teil schließlich in dreiundzwanzig Abschnitte gegliedert.

Der Ich-Erzähler wird gleich zu Beginn vom geübten Doderer-Leser als eine Identifikationsfigur des Autors selbst erkannt, in dem Augenblick nämlich wenn er sich als „Herr Doktor“ anreden läßt. Diese Anrede taucht in zahlreichen Werken Doderers auf, so z.B. in den Romanen „Die Strudlhostie“, „Die Dämonen“, „Ein Mord den jeder begehrt“ u.a.. Die Hauptfigur, das Ich, gibt sich zunächst seinen Mitmenschen gegenüber moralisch erhaben. Zufällig „ertappt“ er in einem halbdunklen Hausflur einen Mann mit einer auffälligen Nase (dieser Mann wird im Text vorläufig nur als Nase bezeichnet), als dieser ein acht- oder neunjähriges Mädchen belästigt. Ohne eine Bemerkung über die Situation verläßt der Erzähler den Ort. Die beiden stoßen jedoch in einem Café erneut aufeinander. „Nase“ ist sich bewußt, daß er erkannt worden ist. Der Ich-Erzähler (und hier spürt man deutlich Doderers Neigung zum Sadismus) erfreut sich an seiner Überlegenheit, übt psychologischen Druck auf sein Gegenüber aus und empfindet Befriedigung beim Anblick des Unwohlseins von „Nase“. Er bringt ihn - selbst schweigend - zum Sprechen: *„Er brach zusammen, das heißt es brach ihm alles heraus, auf die Tischplatte von Stein, er hätte sie eigentlich besudeln müssen. Die Art seines Redens jetzt war das äußerste Gegenteil meines Schweigens von eben vorhin. Ich hatte ihn provoziert, stimmlos, ohne einen Laut auszustoßen. Er sagte alles.“*<sup>41</sup> Ein paar Monate später erzählt Nase dem Ich-Erzähler, daß er von den Eltern des von ihm belästigten Mädchens erpreßt wird. Den größten Teil der verlangten Summe (210 von 250 Schillingen) habe er bis zum vereinbarten Termin, den 20. Oktober um acht Uhr, schon selbst zusammentragen können. Ohne direkt nach dem Geld gebeten zu haben, bietet der Ich-Erzähler dem Herrn Rambausek (so wird „Nase“ ab dem achten Abschnitt

des ersten Teils genannt) das Restgeld an. Noch stärker als bei der oben genannten Stelle scheint hier der Hang des Dichters zum Sadismus durch: *„An seinen Schläfen, an der Stirn- soweit da von einer solchen gesprochen werden kann – und an den Backenknochen erschien Feuchtigkeit: Schweiß der Schwäche. Ich stelle mir mit Befriedigung vor, daß er jetzt wohl auch an den Füßen schwitzte. Nun galt es, ihn in der eigenen Feuchtigkeit zu dünsten.“*<sup>42</sup> Eine scheinbar sinnlose Handlung wird für die Aushändigung des Restgeldes verlangt: Rambausek muß vor dem bestimmten Hausflur drei Kniebeugen machen. Diesem bleibt nichts anderes übrig: Die Forderung wird in Erfüllung gebracht. Doch im Anschluß danach wird an mehreren Stellen im Text vorausdeutend darauf hingewiesen, daß der Ich-Erzähler seelisch unter diesem Ereignis zu leiden haben wird: *„Ich war zu weit gegangen. Ich verdüsterte mich tief in diesen Augenblicken. Wenige Tage später, auf der Straße, grüßte er (Herr Rambausek) mich mit großer Ehrerbietung. Und es war kaum zu verhehlen, daß er mir eben damit schon über den Kopf wuchs.“*<sup>43</sup> Ebenso heißt es an anderer Stelle: *„Ich empfand Schmerz, unmöglich zu sagen weshalb, unmöglich zu sagen worüber: die Wehmut fraß an mir wie ein Gift. (...) Sogleich nach der Sache mit Rambausek, ja von diesem Tage an, war ein Rutsch hinab nicht mehr aufzuhalten, da mochte ich mich dagegenstemmen, wie immer ich wollte: es ging tiefer und tiefer.“*<sup>44</sup> Von diesem Zeitpunkt an verschlechtert sich die Situation des Erzählers zusehends. Er beginnt zu trinken und hofft auf diese Weise, der peinlichen Angelegenheit zu entfliehen. Doch genau das Gegenteil trifft zu: er gerät in schlechte Gesellschaft. An manchen Abenden sind es zwanzig Leute, die sich bei ihm zu Hause treffen, Alkohol trinken, sich beschimpfen, prügeln und sich mit Waffen bekämpfen. Gleichzeitig wundert sich der Erzähler, daß Frau Ida, die 70 jährige Nachbarin, zu der er ein bisher gutes Verhältnis pflegte, sich zu diesem nächtlichen Lärm nicht äußert oder sich beschwert. Die Technik der Vorausdeutung bewirkt, daß der Leser durch Äußerungen des Erzählers das Gefühl bekommt, daß das folgetragende Ereignis zu einem baldigen Zeitpunkt einsetzen wird: *„(...) merkwürdigerweise ahnte mir schon nichts Gutes. (...) Ich hörte artig zu; mit Aufmerksamkeit; jedoch mit Mißhagen (...) Ich fühlte Angst (...) Ich fühlte mich, (...), vom Tode nur wie durch eine dünne und zufällige Wand getrennt.“*<sup>45</sup> Eine groteske Idee treibt die Lage an den Gipfel. Von der städtischen Musikvermittlung werden gegen Honorar drei Musiker, Posaunenspieler, geladen, die um Mitternacht den Triumphmarsch aus Verdis „Aida“ zu spielen haben. Um 1 Uhr 25 genau stürmen alle leicht angetrunken, in den Händen Spielzeugpistolen in Frau Idas Wohnung. Sie knallen mit den Pistolen in die Luft, blasen die Posaunen; doch Frau Idas Zimmer ist leer. Allen Anwesenden – außer dem Ich-Erzähler- war dies schon vorher bekannt. Das Überfallkommando der Polizei erscheint an Ort. Die Beteiligten werden wegen nächtlicher Ruhestörung und „grobe Unfugs“ bestraft. Nach diesem Posaunen-Ereignis sucht der Erzähler nach einem Neubeginn, denn er bereut seine Tat. Er macht sich Gedanken über seine Lebensweise,

<sup>39</sup> Doderer, Heimito von: Grundlagen und Funktion des Romans. Nürnberg: Glock und Lutz 1959; S.33

<sup>40</sup> siehe dazu: Weber, Dietrich: a.a.O.[Anm.6]; S.69ff

<sup>41</sup> Die Posaunen von Jericho; S.157

<sup>42</sup> Die Posaunen von Jericho; S.158

<sup>43</sup> Die Posaunen von Jericho; S.160

<sup>44</sup> Die Posaunen von Jericho; S.162f

<sup>45</sup> Die Posaunen von Jericho ; S.167

dem „*Verbrechen der Zeitvergeudung*“<sup>46</sup>; er erkennt, daß er jetzt „*völlig versoffen und verblöder*“ ist. Mit den Worten von Dietrich Weber zu sprechen, hat er also jetzt den „*Zustand der Selbsterkenntnis*“<sup>47</sup> erlangt, wenn es weiter heißt: „*Man kann wohl seinen Lastern einen Tritt geben und sie verabschieden, nicht aber den Zerstörungen, die sie angerichtet haben.*“<sup>48</sup> Doch wenn der Erzähler der Meinung ist, an allem Geschehen sei nur Rambausek Schuld, so wird der Begriff des Aberglaubens in die Handlung eingeführt. In dem Augenblick, in dem jedoch alles vom Aberglauben abhängig gemacht wird, fällt auch automatisch der Schicksals-Begriff. Es kann daraus gefolgert werden, daß das ganze Leben vom Schicksal gelenkt wird. Das Leben läßt sich nicht dirigieren. Da der Schicksals-Begriff bei dem Dichter Heimito von Doderer jedoch eine sehr bedeutende Rolle spielt, würde ein ausführlicheres Eingehen auf dieses Thema den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Oft geht der Erzähler am Flußufer spazieren, macht Halt an einem Schiffswrack und beobachtet lange und genau das Wrack selbst und die spielenden Kinder in der Umgebung. Wie der Zufall es so will – oder wie das Schicksal es manchmal mit einem spielt – grüßen ihn hier eines Tages fünf Personen, drei Frauen und zwei Männer. Einer der Männer ist Rambausek. Noch eigentümlicher und fremdartiger wird die Situation, als man durch den Erzähler erfährt, um wen es sich bei den anderen Personen handelt: das Ehepaar Rambausek, die Eltern des Mädchens, das von Rambausek belästigt wurde, und dessen Tante. Irritiert durch die ganze Situation, fühlt sich der Erzähler nicht wohl in seiner Haut: „*Man wird gekannt, ohne zu kennen, jder wird gekannt, niemand weiß, wie vielfach er gekannt wird (es ist unheimlich)*“<sup>49</sup> Die Kombination dieser Gesellschaft scheint dem Erzähler selbst auch unerklärlich, doch ergibt es sich bald darauf, daß er und die Mutter des Mädchens, Frau Jurak, sich von den anderen trennen und gemeinsam in ein Café gehen. Die Neigung Doderers besonders dicke Damen für seine sexuellen Phantasien zu wählen<sup>50</sup>, kommt an folgender Stelle des Textes deutlich zum Ausdruck: „*In irgendeiner Weise begannen wir sozusagen gleich vom ersten Augenblicke an zu exzedieren, und die Nähe ihrer breiten Schenkel und sonstigen aus- und einladenden Körperplastik provozierte bei mir alsbald die kräftigsten Quetschgriffe. Sie ließ meine unzweideutige und recht ordinäre Hantierung ohne jeden Widerstand oder Widerspruch geschehen, ja, sie schenkte dem nicht die allergeringste Beachtung und redete mit mir vom Wetter, während ich ihr die linke ihrer schweren Brüste in der Hand wog. Ihre Augen waren die der kleinen Tochter: zu weit offen, zu weit geschlitzt, zu feucht, gleichsam glitschig. (...) Sie saß auf ihrem breiten Fundament, ließ sich ohne weiteres küssen, wehrte keinerlei Hantierung ab und trank.*“<sup>51</sup> Später ekelt es ihn vor

<sup>46</sup> Die Posaunen von Jericho ; S.173

<sup>47</sup> siehe Anm.35

<sup>48</sup> Die Posaunen von Jericho ;S.173

<sup>49</sup> Die Posaunen von Jericho ;S.175

<sup>50</sup> Durch eine Zeitungsannonce läßt er dicke Frauen zu sich nach Hause kommen. Sie müssen sich entkleiden, um danach auf allen vieren krabbelnd vor den Dichter zu treten und ihm ein Gedicht in lateinischer Sprache aufzusagen.

<sup>51</sup> Die Posaunen von Jericho; S. 176

sich selbst, er erbricht. Wie schon an anderer Stelle erwähnt, sind in allen Werken des Dichters autobiographische Züge zu erkennen, wie es auch die oben zitierte Stelle deutlich gemacht hat. Doderer versucht hier durch das Schreiben mit sich selbst ins Reine zu kommen. Es wäre wohl nicht falsch zu behaupten, daß er selbst durch das Schreiben die „*Menschwerdung*“ erreicht. Es ist ihm am Ende gelungen, sich selbst aus der „*Schachtel*“, in die er verpackt war, herauszunehmen. Erst später sieht man alles, was die „*Schachtel*“ oder aber auch der „*Eimer*“ enthalten hat.<sup>52</sup> Frau Jurak und der Erzähler treffen sich erneut. Diesmal in einem Café, das der Treffpunkt des Vereins von Briefmarkensammlern ist. Zufall? Schicksal? : Rambausek betritt als Briefmarkensammler dieses Café. Unerkannt und ungesehen gelingt es den beiden das Café zu verlassen. Sie laufen zum Fluß. Plötzlich rennt Frau Jurak los, ihr folgt der Erzähler, denn von weitem ist eine Menschenmenge zu sehen. Rambausek hat Juraks Tochter, das Mädchen, das er einst im dunklen Hausflur belästigt hat, aus dem Wasser, genauer gesagt aus dem Schiffswrack, gerettet. Dabei ist er jedoch selbst in Lebensgefahr geraten und liegt nun bewußtlos am Boden. Gerade dieses Ereignis könnte man nun als das Ereignis sehen, das den Figuren die Augen öffnet, das ihnen hilft den Weg zu sich selbst zu finden, den Weg also zur „*Menschwerdung*“<sup>53</sup>. Nun ist es der Erzähler, der Rambausek das Leben rettet, indem er ihm in die Nase kneift und kraftvoll an ihr reißt. Mit einem Mal fühlt er sich erlöst: „*(...) – und hier, eben als die Doppelflöte der zurückkehrenden Ambulanz ertönte (die nun einen lebenden Rambausek mitzunehmen, keine Leiche liegen zu lassen hatte!), überflatterte mich Weiches, links und rechts und über dem Hute, ein Gefächel der Luft war um mich und ich sah jetzt, daß ein hinter mir aufgeschwechter Taubenschwarm im Begriffe war, sich über mich hinweg schräg empor in die Lüfte zu schwingen. (...) – und ich hatte das Heraufkommen des Tages wieder so erlebt, wie es dem geistigen Arbeiter zukömmlich ist: allen voran in der violetten Morgenfrühe. Nun fiel noch die Infiltration durch Rambausek hinweg, und ich genas am selben Abend und in wenigen Stunden. Jetzt wußte ich, daß ich endlich reisen würde, reisen konnte, reisen durfte: nach Westen.*“<sup>54</sup> Durch das Tauben-Symbol wird die Befreiung der Seele nochmals bildlich dem Leser nähergebracht. Hier findet eigentlich eine doppelte „*Menschwerdung*“ statt: denn auch Rambausek hat sich gewandelt, hat sich gebessert (indem er dem von ihm belästigten Mädchen das Leben rettet) und hat somit auch den Durchbruch geschafft. Diese doppelte seelische Erlösung findet auch körperlich ihren Ausdruck: der Erzähler besucht Rambausek im Krankenhaus. Hier legt dieser seine Hand auf die des Erzählers und der Friede ist geschlossen: „*Ich befand mich in einem Zustande der Abwesenheit, wie er sich oft mit der Anwesenheit unserer besten Augenblicke verbindet. Das Nachgefühl in der Hand war leicht und warm, etwa so, als hätte sich da ein kleiner Vogel mit aufgeplustertem Brüstchen niedergelassen.*“<sup>55</sup>

<sup>52</sup> siehe Anmerkung 1 und 3

<sup>53</sup> vgl. dazu Trommler, Frank: a.a.O. S.138f

<sup>54</sup> Die Posaunen von Jericho; S. 187

<sup>55</sup> Die Posaunen von Jericho; S.188

Das Ich ist geheilt und erlebt das „höchste Lebensgefühl“. Es ist zum Mensch geworden. Auf Umwegen hat es schließlich den Weg zu sich selbst gefunden; der Durchbruch ist ihm gelungen.

So ist es nicht von Zufall, daß der Tagebucheintrag vom 18. Oktober 1951<sup>56</sup> in das gleiche Jahr fällt wie das Erscheinungsjahr der „Posaunen von Jericho“. Inhaltliche Parallelitäten sind nicht zu übersehen. Auch dem Dichter Heimto von Doderer ist also der Durchbruch, d.h. die „Menschwerdung“ gelungen.

### Literaturverzeichnis

- Doderer, Heimto von: Commentarii 1951 bis 1956. Tagebücher aus dem Nachlaß. Hg. von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1976
- Doderer, Heimto von: Commentarii 1951 bis 1956. Tagebücher aus dem Nachlaß. Hg. von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1976
- Doderer, Heimto von: Ein Mord den jeder begeht. München 1989
- Doderer, Heimto von: Grundlagen und Funktion des Romans. Nürnberg: Glock und Lutz 1959
- Doderer, Heimto von: Tangenten. Tagebuch eines Schriftstellers. 1940-1950. München 1964
- Doderer, Heimto von: Commentarii 1957 bis 1966. Tagebücher aus dem Nachlaß. 2. Bd. Hg. von Wendelin Schmidt-Dengler. München 1986
- Fleischer, Wolfgang: Das verleugnete Leben. Die Biographie des Heimto von Doderer. Wien: Kremayr & Scherian 1996
- Gauss, Karl-Markus: Dicke Damen und Dämonen. In: Wochenpost 5.9.1996
- György, Sebestyén: Zwischen zwei Ewigkeiten. Notiz nach dem Tod von Heimto von Doderer. In: Studie zur Literatur. Eisensatdt: Edition Rötzer 1980; S.172-182
- Hopf, Karl: Die Romane von Heimto von Doderer. In: Österreich in Geschichte und Literatur. Hg. vom Institut für Österreichkunde. 11. Jahrgang, H.4, Graz 1967; S.204-218
- Hopf, Karl: Heimto von Doderer. Person und Werk. In: Die Barke. Hg. vom österreichischen Buchklub der Jugend. Lehrer-Jahrbuch 1971. Buchdruckerei Ferdinand Berger & Söhne. OHG NÖ
- Horowitz, Michael (Hg.): Begegnung mit Heimto von Doderer. Wien/München: Amalthea 1983

<sup>56</sup> siehe Anm.2

- Literaturgeschichte Österreichs: von den Anfängen im Mittelalter bis zur Gegenwart. Hrsg. von Herbert Zeman. Graz: Akadem. Druck- und Verlagsanstalt 1996
- Loew-Cadonna, Martin: Suspense in Doderers Erzählen. In: Sprachkunst. Beiträge zur Literaturwissenschaft. Jahrgang XXI/ 1990. 2. Halbband; S.231-249
- Meyer, Helga: Heimto von Doderer als Journalist. Anmerkungen zu einer biographischen Episode. In: Medien & Zeit. Forum für historische Kommunikationsforschung. Hg. vom Verein "Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK) 2/91 Jg.6 Wien; S.8-13
- Reiniger, Anton: Die Erlösung des Bürgers. Eine ideologiekritische Studie zum Werk Heimto von Doderer. Bonn 1975
- Schmidt-Dengler, Wendelin: Heimto von Doderer. Rückzug auf die Sprache. In: Amann, Klaus und Albert Berger (Hrsg.): Österreichische Literatur der dreißiger Jahre. Ideologische Verhältnisse. Institutionelle Voraussetzungen. Fallstudien. Sonderdruck. Wien/Köln/Graz: Hermann Böhlau 1985; S.291-302
- Schmidt-Dengler, Wendelin: Heimto von Doderers schriftstellerische Anfänge. Anmerkungen zu unbekanntem Publikationen des Autors. In: Österreich in Geschichte und Literatur 16 (1972), H.2; S.98-110
- Schröder, Hans Joachim: Apperzeption und Vorurteil. Untersuchungen zur Reflexion Heimto von Doderers. Heidelberg 1976
- Weber Dietrich : Heimto von Doderer. Studien zu seinem Romanwerk. Hamburg. München 1963. (Diss.)
- Weber, Dietrich: Die vielen Fälle Doderer und der Fall Doderer. Ein Plädoyer. In: Wirkendes Wort 4/ 1985; S.202-208
- Wolff, Lutz-W.: Heimto von Doderer. Hamburg: Rowohlt 1996

Kuthan Kahramantürk  
Dokuz Eylül Üniversitesi

### Kontrastive Betrachtung der deutschen und türkischen Euphemismen für ‚Tod‘ und ‚Sterben‘

Als türkischer Auslandsgermanist betrachte ich beim jedesmaligen Durchlesen der Todesanzeigen in einer deutschen Tageszeitung vor allem in FAZ die Vielfalt der deutschen Euphemismen für Tod und Sterben und die Ausdrucksstärke in diesem Bereich der deutschen Sprache mit großer Bewunderung. Die deutsche Sprache zeichnet sich in der Tat durch die Vielfalt der euphemistischen Ausdrücke um Tod und Sterben aus. Es gibt im Deutschen wohl kein anderes Gebiet, in dem der Euphemismus so stark vertreten ist wie gerade auf dem Wortfeld ‚Tod‘ und ‚Sterben‘. Dieses Wortfeld hebt sich von anderen Wortfeldern besonders ab und lässt sich allein durch Auszählen zwar kaum überprüfen. Entsprechend der Bedeutung dieses Phänomens reicht die Palette von der gehobenen Sprache bis zur banalen, von der schriftlichen bis zur mündlichen. Die Vielfalt der euphemistischen Erscheinungen für Tod und Sterben ist bisweilen in der kontrastiven Linguistik nicht berücksichtigt. Wohl erstmalig wird hier dieser Bereich kontrastiv untersucht. Dies ist zum einen verständlich, da dieses Themengebiet eine Absonderlichkeit darstellt, die mit Tabu, Verletzung und Peinlichkeit verbunden ist.

Euphemismen unterscheiden sich von anderen sprachlichen Ausdrücken dadurch, dass sie eine unangenehme, anstößige oder peinliche Gegebenheit, die man beim rechten Namen zu nennen scheut, durch die Wahl eines anderen Wortes (vgl. *Gott der Herr hat ihn zu sich genommen*), durch die semantische Umdeutung eines Wortes (vgl. *einschlafen, hinübergehen*) oder durch die Umschreibung (vgl. *„ein gutes Herz hat aufgehört zu schlagen“*) zu beschönigen, zu mildern und zu verhüllen trachten. Sie bilden eine besondere Gruppe unter den verhüllenden Ausdrücken in beiden Sprachen. Der Begriff Euphemismus, der im Deutschen auch Hüllwort oder Verhüllung genannt wird, ist im Türkischen nicht eindeutig definiert. In der türkischen Definition erscheint Euphemismus als „örtmece“ (Verhüllung), mit dem man sich als Sinnübersetzung nicht zufrieden geben kann.

In der folgenden Arbeit geht es vor allem um die Frage, wie Tod und Sterben in beiden Sprachen euphemistisch versprachlicht und ideografisch dargestellt wird und welche Euphemismen für Tod und Sterben in beiden Sprachkulturen bevorzugt gebraucht werden. Durch die kontrastive Analyse lassen sich dabei auch Gemeinsamkeiten, Ähnlichkeiten und Unterschiede in diesem Wortfeld beider Sprachen feststellen.

Für das Aufhören des Lebens werden in beiden Sprachen euphemistische Ausdrücke gesucht und bevorzugt. Die „gehobenen“ Euphemismen um Tod und Sterben lassen sich am besten in den Todesanzeigen beider Sprachen feststellen. Todesanzeigen bieten daher ein gutes Reservoir an Euphemismen um Tod und Sterben. In ihnen besteht im Allgemeinen die Neigung, das Wort ‚sterben‘ möglichst zu

vermeiden, das selbst im Mittelhochdeutschen wahrscheinlich ein Euphemismus war (mhd. sterben, ahd. sterban = starr/stEIF werden, starren) (vgl. Kluge: 1975: 746) und eine negative Abfärbung erlebte. Die euphemistischen Formulierungen in den deutschen Todesanzeigen, mittels derer der Mensch sich möglichst gewählt, vornehm und feierlich auszudrücken sucht, zeigen eine große Vielfalt. Der Tod wird dabei sprachlich verhüllt oder mit Zusätzen umgekleidet. Hier ist eine kleine Auswahl: „ist heute für immer von uns gegangen“, „ist aus unserer Mitte geschieden“, „durfte nach einem erfüllten Leben friedlich einschlafen“, „ein Lebenskreis hat sich geschlossen“, „ist aus dem Leben gerissen worden“, „er ist uns (in eine bessere Welt) vorangegangen“, „hat diese irdische Ebene verlassen“, „musste leider von dieser Erde gehen“, „hat nach kurzer, schwerer Krankheit uns verlassen“, „ist nach schwerer Krankheit ihrem geliebten Mann ein halbes Jahr nach seinem Tod gefolgt“, „in Liebe und Dankbarkeit nehmen wir von ihr Abschied“, „Gott der Herr nahm heute plötzlich und unerwartet unsere liebe Mutter“, „wurde nach treuen Diensten zur Großen Armee abberufen“. Solche bunte Euphemismen für Sterben kommen in türkischen Todesanzeigen nicht vor. In türkischen Todesanzeigen begegnen sich hauptsächlich drei euphemistische Ausdrücke wie „... Hakkın rahmetine kavuşmuştur“ („... ist in Erbarmung Gottes eingegangen“), „... kaybettik“ (verloren) und „... vefat etmiştir“ (vefat ‚Ableben, Hinscheiden‘ und etmek ‚tun‘).

Euphemismen um Tod und Sterben sind zeitgebundene Äußerungen und dem Wandel unterzogen. In den meisten Fällen beziehen sie sich auf die emotionale Sphäre der geistigen Tätigkeit des Menschen und zeigen dabei einen Stilwert als nationale Charakteristika. Sie sind sprachliche Widerspiegelungen der geistigen, religiösen und kulturellen Lebenswelt der Völker. Sie gehören zur Sprachkultur und geben Einblick in die Einstellungen der verschiedenen Völker über Tod und Sterben. Die Handhabung dieses linguistischen Bereiches verlangt selbstverständlich eine wesentliche Erweiterung des sprachwissenschaftlichen Horizonts. Die sorgfältigen Formulierungen bzw. Euphemismen geben Hinweise auf den Umgang mit dem Tod und Sterben in beiden Kulturen. Deutsche und türkische Euphemismen um Tod und Sterben unterscheiden sich nicht nur dadurch, dass sie für diesen Vorgang überwiegend verschiedene euphemistische Ausdrücke benutzen, sondern vor allem dadurch, dass sie dieses Segment der Wirklichkeit auch unterschiedlich umschreiben. Diese Tatsache ist seit Humboldt und seiner weiterführenden Interpretation bei Sapir und Whorf sowie Wittgenstein bekannt. Euphemismen um Tod und Sterben nehmen in dieser Hinsicht einen besonderen Platz in der Sprache, die als „Wirklichkeitsperspektive“, „Weltmodell“, „Weltansicht“ (Humboldt) und „Zwischenwelt und Weltbild“ (bei Weisgerber) bezeichnet werden kann. In ihnen kommt einerseits die Spezifik der Gliederung der Wirklichkeit durch die jeweilige Sprache andererseits die Spezifik der wertenden Einstellung zu dieser Realität zum Ausdruck. Euphemistische Ausdrücke stellen hier daher das Weltbild beider Sprachen dar.

Euphemismen um ‚Tod‘ und ‚Sterben‘ lassen sich nach ideografischem Aspekt in verschiedene Darstellungsarten einteilen. Hieraus wird ersichtlich, wie Tod und Sterben in beiden Sprachen euphemistisch dargestellt wird.

Wenn es um Tod und Sterben geht, teilen beide Völker die gleiche Wertvorstellung - Verlust. Eine Gemeinsamkeit besteht daher vor allen darin, dass der Tod in beiden Kulturen als Verlust empfunden wird. Dabei tritt das Verb *verlieren*, tr. *kaybetmek* in Euphemismen beider Sprachen besonders hervor: „wir haben unsere liebe Mutter verloren“, „sevgili annemizi kaybettik“. Daneben wird das Verb *scheiden* tr. *ayrılmak* in beiden Sprachen euphemistisch verwendet; vgl. „Er ist aus unserer Mitte geschieden“. Der türkische Euphemismus „Aramızdan ebediyen ayrıldı“ (wörtl. Er/sie hat sich aus unserer Mitte für immer geschieden) ist mit dem veralteten Ausdruck *sich von jmdm. scheiden* vergleichbar. Im türkischen Euphemismus ist jedoch die Komponente *ebediyen* (für immer) nicht wegzulassen. Während das Verb ‚verlassen‘ im Deutschen euphemistisch gebraucht wird wie „... hat nach kurzer, schwerer Krankheit uns verlassen“, findet sein türkisches Gegenstück ‚terketmek‘ in türkischen Euphemismen für Tod und Sterben keine Verwendung.

Neben den Ausdrücken wie *versterben*, tr. *vefat etmek*, die dem Tod einen gewissen Respekt verleihen, gibt es in beiden Sprachen Ausdrücke, die Tod und Sterben sachlich umschreiben (Sachliche Darstellung); vgl. *das Leben verlieren*, tr. *yaşamını yitirmek*, *hayatı son bulmak* (jemandes Leben findet Ende). Sachliche Umschreibung erscheint auch in deutschen Todesanzeigen; vgl. „ein Leben voll Güte und Selbstlosigkeit ist beendet“.

Eine gewisse Anzahl von Euphemismen, die in beiden Sprachen Tod und Sterben verhüllen bzw. beschönigen, entstammt jedoch der religiösen Sprache und zeugt daher von einem religiösen Glauben (Religiöse Darstellung). Da die Kirche bzw. Moschee dem Menschen den letzten Segen und Hoffnung zu erfüllen versucht, gehen gerade von ihr viele Euphemismen und bildhafte Ausdrücke über Sterben und Tod aus, wobei sprachliche Bilder den jeweiligen religiösen Anschauungen entsprechen. Deutsche und türkische Euphemismen sind bildanalog, verwenden aber unterschiedliche Verben und decken sich teilweise: „Der liebe Gott hat ihn zu sich genommen“, „Der Herr über Leben und Tod hat ihn zu sich gerufen“, „Der liebe Gott hat ihn vom Leiden erlöst“. In türkischen Euphemismen ist die religiöse Darstellung auch sehr häufig vertreten; vgl. *Hakkın rahmetine kavuşmak* (in Erbarmung Gottes eingehen; ‚Hak‘ ist einer von Namen Gottes), ( „... kısa bir hastalığı müteakip Hakkın rahmetine kavuşmuştur“), *rahmetli olmak* (rahmetli ‚wer in die Gnade Gottes eingegangen ist‘ + olmak ‚sein‘), *rahmete kavuşmak* (Auf die Erbarmung ‚Gottes‘ treffen), *Hakka yürümek* (zu Gott eingehen), *Rabbine kavuşmak* (zu Gott eingehen), *Rahmeti rahmana kavuşmak* (in die Erbarmung Gottes eingehen), *Allahuna kul olmak* (regional ‚Gottesdiener werden‘), *Allah sevdi yanına aldı* (regional geprägt; wörtl. Gott hat ihn geliebt und zu sich genommen).

Die Euphemismen, in denen das Trennen der Seele aus dem Körper in beiden Sprachen mit dem Tod in Verbindung gebracht wird, gehen auch auf die Religion zurück. Dazu werden Wörter Seele (tr. ruh) und Geist (tr. ruh, can) gebraucht: dt. *die Seele aushauchen*, tr. *ruhunu teslim etmek* (wörtl. seine/ihre Seele ausliefern), dt. *den/seinen Geist aushauchen*, *seinen Geist aufgeben*, tr. *canı çıkmak* (wörtl. Jemandes Seele geht hinaus; aber auch verächtlich ‚abkratzen‘). Tod und Sterben wird in

euphemistischen Ausdrücken beider Sprachen mit Ruhe assoziiert; vgl. *die ewige Ruhe finden, in die ewige/zur ewigen Ruhe eingehen*, tr. *ebedi huzura kavuşmak*. In beiden Sprachen wird das Wort ‚Ewigkeit‘ mit dem Tod verbunden; vgl. dt. *in die Ewigkeit eingehen*, tr. *ebediyete intikal etmek/karışmak, ebediyete çekilmek* (in die Ewigkeit abberufen werden).

Der Tod wird im Deutschen und im Türkischen euphemistisch als letzte Reise (tr. *son yolculuk*) dargestellt. Dabei wird auf den Gedanken der Jenseitsreise angespielt: dt. *seine letzte Reise antreten*, tr. *son/ebedi yolculuğuna çıkmak*. Weitere deutsche Wendungen, die der religiösen und mystischen Sprache entstammen wie *zum himmlischen Vater heimgehen, sich zu seinen Vätern<sup>1</sup> versammeln, über den Jordan gehen<sup>2</sup>, in Abrahams Schoß eingehen, das Zeitliche segnen<sup>3</sup>, in den Himmel eingehen, „seine Seele fliegt zum Himmel/zur Engelschar“, „jmd. ist abgeschieden“, „es spielt mit den Englein“* (beim Tode eines Kindes), *„der liebe Gott ist bei uns eingekehrt“* (Schwaben, 18. Jh.) (vgl. Röhrich 1994: 1765) zeigen starke kulturspezifische Züge und finden im Türkischen keine direkten Äquivalenten.

Der Tod wird im euphemistischen Ausdruck des Deutschen als Erlösung dargestellt; vgl. *Gott hat ihn von seinem Leiden erlöst*. Die Darstellung des Todes als Erlösung kommt in türkischen Euphemismen nicht vor. Ursprünglich geht die Symbolik dieses Wortes auf die Erlösung des Menschen von der Macht der Sünde und des Todes durch Kreuz und Auferstehung Jesu Christi zurück. Heute hat es aber seinen religiösen Bezug eingebüßt und meint lediglich die Beendigung der unerträglichen Schmerzen und Leiden eines Menschen durch den Tod.

Der Euphemismus *heimgehen*, der im Deutschen häufig gebraucht wird, zeigt gewisse Parallelität mit der islamisch-mystischen Wendung in arabischer Fügung, die jedoch heute in der türkischen Sprache keine große Verwendung findet; *dar-ı bekaya irtihal eylemek* (dar ‚Haus, Heim‘, beka ‚Fortbestehen, Weiterleben‘, irtihal ‚Ableben, Verscheiden‘, eylemek ‚tun‘). Beide Euphemismen gehen auf die Vorstellung zurück, die darauf basiert, dass die Seele des Menschen jener verlorene oder gefallene Geist ist, der durch die Verbindung mit dem Geiste Gottes erlöst oder vergeistigt werden muss. In den Euphemismen wird der Tod als ein Tor angesehen, durch das die Verstorbenen in die Sphäre gelangen, von der die Seele weiß, dass sie ihre Heimat ist.

<sup>1</sup> Bei Röhrich (ebd: 1667) heißt es „zu seinen Vätern versammelt werden“. „Die Umschreibung ist biblischer Herkunft und geht auf die Vorstellung zurück, dass sich die Verstorbenen wieder vereinen werden. Von dieser biblischer Redensart abgeleitet sind die Wendungen: Er wird zu seinen Vätern gehen, er ist zu den Vätern gegangen“.

<sup>2</sup> In der religiösen Literatur des Pietismus wurde der Übergang der Israeliten über den Fluss Jordan oft als Eintritt ins Himmelreich aufgefasst und damit zum Symbol des Sterbens; das den Israeliten versprochene Gelobte Land wird mit dem Himmelreich verglichen. (vgl. Röhrich: 1994: 786).

<sup>3</sup> Der Euphemismus geht von der alten Sitte aus, dass der Sterbende sich auf den Tod vorbereitete und von der irdischen Welt, der ‚Zeitlichkeit‘, Abschied nahm, indem er Gottes Segen auf sie herabwünschte. Der eigentliche Segnende ist also Gott, der dabei den für besonders wirksam gehaltenen letzten Wunsch des Sterbenden erfüllt. (vgl. Röhrich 1994: 1764).

Insgesamt lässt sich Folgendes bemerken: In den religiös-mystischen Euphemismen beider Sprachen wird der Tod oft als ein Übergang von dem Leben auf Erden zu einem noch größeren Leben dargestellt. Hier bildet die religiöse Welt die zentrale metaphorische Grundlage. Derartige Euphemismen kommen häufig in Todesanzeigen vor und sind in beiden Sprachen mit strengen Jenseitsgedanken erfüllt. Damit geben sie dem Tod einen tieferen Sinn. Der Glaube an das Jenseits und die Unsterblichkeit kommt hier zum Ausdruck. Nach dieser Vorstellung berührt der Tod die Seele nicht. Dem Tod verfällt nur die Hülle der Seele – der Körper –, nicht sie selbst. Der Mensch lebt selbst weiter, weil er nicht durch den Körper, sondern durch den Geist Mensch ist. Tod bedeutet demnach, den Körper zu verlassen und das Jenseits zu betreten – ein Übergang von der physischen in die andere Ebene. So kommt es, dass der Mensch im Zustand des Sterbens nur von einer Welt in die andere übergeht, weshalb der Tod in religiösen Euphemismen beider Sprachen Auferstehen und Fortleben bedeutet. Diese Menschen glauben an Auferstehung oder an etwas, das man die Seele nennt, ein spirituelles Wesen, das zeitlos ist. Euphemismen religiöser Art klingen in beiden Sprachen daher tröstlich und lassen sich auch als Trostesworte betrachten.

Darüber hinaus gibt es in beiden Sprachen Euphemismen um Tod und Sterben, die sehr stark von metaphorischen und bildhaften Ausdrücken durchdrungen sind. Da das Hauptvehikel der Euphemismen die Metapher ist, findet die Unterschiedlichkeit der deutschen und türkischen Euphemismen um Tod und Sterben vor allem in der Metaphorisierungsgrundlage ihren Niederschlag (Bildlich/metaphorische Darstellung). Bei solchen Euphemismen dominiert die übertragene Bedeutung. Sie stellt einen Teil des tertium comparationis für die Ermittlung der Äquivalenzbeziehungen dar. Beide Sprachen schöpfen ihre Metapher-Bilder meist aus denselben Quellen. Die bildliche Grundlage ist daher identisch. Der euphemistische Ausdruck *zu Erde werden*, der auf die Bibel<sup>4</sup> zurückgeht, findet sein Totaläquivalent im Türkischen *toprak olmak*. Die deutsche Wendung *„er liegt unter der Erde“* findet sein türkisches Gegenstück *„toprağın altında yatıyor“*. Der deutsche Ausdruck *„ihn deckt längst die kühle Erde“* entspricht im Türkischen dem euphemistischen Ausdruck *„üzerini kara toprak örtüyor“*, wobei *„kühle Erde“* im Türkischen durch *„schwarze Erde“* (tr. *kara toprak*) ersetzt wird. Das Türkische kennt darüber hinaus Wendungen wie *toprağa düşmek* (wörtl. zur Erde fallen) und *toprağa bakmak* (in die Erde schauen, im Sinne von *„sein Tod liegt nah“*). Das Wort ‚Staub‘, das in der deutschen Wendung *zu Staub werden* erscheint und Sterben bedeutet, kommt als bildhafte Komponente in türkischen Euphemismen um Tod und Sterben nicht vor.

Tod wird in beiden Sprachen mit dem Schlafzustand des Menschen verbunden. Dafür werden im Deutschen die Verben ‚einschlafen‘ und ‚entschlafen‘ euphemistisch gebraucht; dt. *„... ist entschlafen“*, tr. *„... ebedi uykuya daldı“* (wörtlich: in den ewigen Schlaf gesunken). Der deutsche Euphemismus *einschlafen/entschlafen* entspricht der türkischen Wendung mit adjektivischem Attribut *ebedi ‚ewig‘; ebedi uykuya dalmak* (in den ewigen Schlaf sinken). Das in deutschen Todesanzeigen am häufigsten gebrauchte

<sup>4</sup> „Denn du bist Erde und sollst zu Erde werden“ (1. Mos. 3, 19).

Wort *entschlafen/einschlafen* hatte ursprünglich eine religiöse Bedeutung. „Denn in mehreren Bibelstellen wird der Schlaf der Toten als Übergangszeit bis zum Weltgericht bezeichnet, in dem jeder Mensch vor Gott für sein Leben Rechenschaft ablegen muss. Dabei ruhen die im Glauben Entschlafenen bereits in Gottes bergender und liebender Hand“ (Mader 1990:24). Der starke euphemistische Gebrauch geht aber auf die Tatsache zurück, dass die meisten Menschen heutzutage im Krankenhaus sterben, nachdem sie zuvor starke Schmerzmittel erhalten haben und davon „eingeschlafen“ sind. So wird auch den Angehörigen bei der Todesmitteilung von den Ärzten häufig gesagt: „Ihre Mutter ist eingeschlafen“ (vgl. ebd.).

Bildanalogie lässt sich auch in folgenden Wendungen feststellen: dt. *in die Bretter gehen, nach Holzhausen kommen* (vgl. Röhrich 1994: 1767), tr. *tahtalı köyü boylamak* (wörtl. Das Bretterdorf abmessen). Im Deutschen gibt es auch die Varianten *auf dem Brett liegen, aufs Brett kommen*. In beiden Sprachen ist mit Brett Bahre bzw. Sarg gemeint.

In Redensarten beider Sprachen findet auch Rasen als bildhafte Komponente Verwendung; vgl. *jmdn. deckt der kühle/grüne Rasen, unter dem/unterm Rasen ruhen, den grasigen Weg gehen, er hat ein grünes Kleid angezogen*. Im Türkischen ist hingegen nur ein Euphemismus mit Rasen (tr. ot) nachweisbar: „*üzerinde ot bitiyor*“ (über ihn/sie wächst Rasen).

Der letzte Atemzug wird in beiden Sprachen mit dem Tod verbunden: *den letzten Schnaufer tun*, tr. *son nefesini vermek*. Der Atem gilt im deutschen und türkischen Volksglauben als Symbol der menschlichen Seele. Die deutschen Euphemismen „*den Weg alles Irdischen, alles Fleisches gehen*“, in denen der Tod schlichtweg als ein Naturprozess empfunden und dargestellt wird, finden im Türkischen keine Äquivalenten.

Die deutschen Wendungen, in denen Zeit als bildliche Komponente erscheint (*das Zeitliche verlassen, den Weg alles Zeitlichen gehen, das Zeitliche segnen*) haben keine Entsprechungen im Türkischen. Der türkische Euphemismus „*faniden bakiye geçtil/göç etti*“ (wörtl. Er/sie ist aus dem Vergänglichen ins Dauerhafte hinübergegangen/gewandert) zeigt Parallelen in der Symbolfunktion und ist durchaus mit denen des Deutschen vergleichbar. Das Zeitliche im deutschen Euphemismus erscheint im Türkischen als Vergängliche. Solche Euphemismen implizieren, dass ein Leben die Lebensdauer eines Körpers ist, den man bewohnt, ein kleiner Ausschnitt aus dem ewigen Sein. Der Tod wird auch in beiden Sprachen euphemistisch als Ende der Zeit dargestellt: dt. *jmds. Uhr ist abgelaufen*, tr. *vakti/zamanı dolmuş* (jemandes Zeit ist abgelaufen). Die Bedeutung der türkischen Wendung hängt jedoch sehr stark vom Kontext ab. Die deutsche Wendung für Tod *sein letztes Stündlein hat geschlagen* findet im Türkischen kein Äquivalent. Zeit als Bild kommt auch im euphemistischen Ausdruck des Türkischen vor; *eceli gelmek* (wörtl. Jemandes Termin ist gekommen; *ecel* ‚Frist, Termin, von der Vorsehung bestimmte Todesstunde‘). Tod wird in beiden Sprachen als Ende (tr. son) dargestellt; vgl. *sein Ende nahen fühlen, ein qualvolles Ende*

*haben, mit etwas am Ende sein*, tr. *sonu gelmek* (sein/ihr Ende kommen), *hayati son bulmak* (jemandes Leben findet Ende).

Die Redensarten beider Sprachen für Sterben decken sich teilweise; dt. *der Welt Lebewohl sagen*, tr. *hayata/yaşama veda etmek* (sich vom Leben verabschieden), dt. *die Augen schließen/zumachen*, tr. *gözlerini hayata yummak*. (wörtl. die Augen dem Leben schließen). Die deutsche Wendung *das Feuer der Augen verbleicht (erlischt)* ist im Türkischen mit dem Euphemismus *hayat ışığı sönmek* (wörtl. jemandes Lebenslicht erlischt) durchaus vergleichbar.

Manche Euphemismen des Deutschen gehen auf die Schifffahrt zurück. Die altertümlichen Wendungen aus der Seemannsprache sind: *über Bord gehen, die letzte Fahrt antreten, absegeln, abrudern, sich einschiffen, in den Haufen einlaufen, über die Wupper gehen, an den Rhein gehen* (vgl. Röhrich, 1994: 1767). Einige Wendungen stammen aus der Soldatensprache: *zur großen Armee abberufen werden, auf die Verlustliste kommen, Grüß mir meine Witwe* (vor einem gefährlichen Unternehmen), *sich beim alten Fritzen im großen Hauptquartier melden, sich von der Verpflegung abmelden* (vgl. ebd.1768).

Im militärischen Bereich wird Tod in beiden Sprachen nicht mit dem Wort „sterben“ ausgedrückt: dt. *fallen* (im Krieg fallen), tr. *şehit düşmek/olmak* (wörtl. Märtyrer fallen/sein; sinngemäß: auf dem Feld der Ehre fallen). Der türkische Euphemismus *şehit düşmek* wird überwiegend für Soldaten und Polizisten benutzt.

In beiden Sprachen gibt es auch Wendungen für Tod und Sterben, in denen ein mehr oder weniger grimmiger Humor liegt (Humoristische Darstellung). Sie kommen besonders in der Umgangssprache vor: dt. *ihm tut kein Zahn mehr weh, er hat sein Sterbchen gemacht, er hat die Augen auf null gedreht, er hat seinen letzten Seufzer getan, er hat den Löffel weggeworfen, er hat die große Grätsche gemacht, er hat ein Bänklein gemacht, ins Gras beißen, sich die Radieschen von unten ansehen, den/seinen Geist aufgeben, in die ewigen Jagdgründe eingehen, , in die/zur Grube fahren, [einen] Abgang machen, einen kalten Arsch haben/kriegen, nicht mehr/nicht wieder aufstehen, um die Ecke gehen, um die Ecke sein, dran glauben müssen, zum alten Haufen fahren*. Im Türkischen sind sie jedoch zahlenmäßig nicht so stark vertreten: *imam arabasına (kayığına) binmek* (wörtl. Auf den Wagen (Kahn) des Vorbeters steigen), *nalları dikmek* (wörtl. die Hufe hochnehmen), *postu kaptırmak* (wörtl. Das Fell wegnehmen lassen), *dünya değiştirmek* (wörtl. die Welt wechseln), *kandilinin yağı tükenmek* (wörtl. jemandes Lampenöl geht zu Ende), *öbür dünyaya göç etmek* (wörtl. in die andere Welt auswandern),  *yolcu olmak* (wörtl. Reisender werden), *dünyadan mezun olmak* (wörtl. die Welt absolvieren), *dünyaya veda etmek* (wörtl. sich von der Welt verabschieden), *suyu ısınmak/kaynamak* (wörtl. Jemandes Wasser wird warm/gekocht; sinngemäß: Es geht mit jemandem dahin). Mit Wasser wird auf die Leichenwäsche angespielt. Auffällig sind im Türkischen die Wendungen, die mit dem Verb *boylamak* (abmessen) gebraucht werden und im Allgemeinen in der mündlichen Sprache vorkommen; vgl. *öbür dünyayı boylamak* (wörtl. die andere Welt abmessen), *mezarı boylamak* (wörtl. das Grab abmessen). Das Türkische kennt darüber hinaus eine scherzhafte Wunschformel

für Tod, die zwar regional begrenzt verwendet wird; „Allah seni ölmüşlerine kavuştursun“ (wörtl. Gott möge dich zu deinen Verstorbenen führen).

Die folgenden euphemistischen Ausdrücke des Deutschen finden keine Äquivalenz im Türkischen. Somit bilden Euphemismen um Tod und Sterben aus der Sicht der Bildhaftigkeit eine eigene Welt: *von der Bühne des Lebens abtreten, vom Schauplatz abtreten, er hat's Brotessen vergessen, er hat's Atemholen vergessen, ihm ist die Pfeife ausgegangen, er hat den Eimer umgestoßen, er hat sich fortgemacht, er geht den Weg, den schon viele gegangen sind, die schwarze Kuh hat ihn getreten, die Schuhe drücken ihn nicht mehr, den letzten Tag sehen, ein stiller Mann werden, sich zur Ruhe begeben, seine Rechnung abschließen, die Finger werden gleich lang, einen hinaustragen, die Beine voraus, in die Nüsse gehen, in die Grube fahren, es ausgestanden haben, nicht mehr/nicht wieder aufstehen, hops gehen, jmdm. ins Grab folgen, ins Grab sinken, ein frühes Grab finden (früh sterben), das Gras von unten betrachten, sein Leben ist dahin, den Lebensfaden abschneiden, sein Leben aushauchen, (auf die andere Seite) hinübergehen, mit dem ist's vorbei, in das Reich der Schatten hinabsteigen*. Die tiefe Quelle, aus der Euphemismen um Tod und Sterben geschöpft werden, scheint in der deutschen Sprache sehr reich zu sein. Sie zeugen sowohl von der Bildkraft auch von der Metaphorik der deutschen Sprache. Das Türkische kennt lediglich weitere folgende Wendungen: *dünyadan göçmek* (wörtl. aus der Welt wandern), *öbür dünyaya göç etmek* (wörtl. in die andere Welt wandern), *fani dünyayı bırakmak* (wörtl. die vergängliche Welt verlassen), *ölmüşlerine kavuşmak* (wörtl. seine/ihre Verstorbenen ‚endlich‘ finden).

Während im Deutschen Wörter wie *Sensenmann*<sup>5</sup>, *Freund Hein*<sup>6</sup>, *Schnitter*, *Knochenmann* als euphemistische Umschreibung des Todes gebraucht werden, ist im Türkischen das Wort *Azrail* (der Todesengel, der nach der islamischen Mythologie die Seelen der Abgeschiedenen in Empfang nimmt) euphemistisch mit Tod verbunden. Im Deutschen sind die Euphemismen für Tod zahlenmäßig stärker vertreten als im Türkischen; vgl. *Hinscheiden*, *Ableben*, *Ende*, *Lebensende*, *Heimgang*, *Hingang*, *Abberufung*. Im Türkischen existieren hingegen *vefat* (Ableben), *irtihal* (Verscheiden), *son* (Ende) und *hayatın sonu* (Lebensende) als euphemistische Umschreibung für Tod.

Derbe und schnodderige Wendungen für Tod und Sterben lassen sich auch in beiden Sprachen feststellen. Auch hier wird das Wort ‚Tod‘ und ‚sterben‘ vermieden. Sie werden gelegentlich im Blick auf die Menschen benutzt. Sie sind vulgär und zynisch. Im Deutschen sind sie jedoch zahlenmäßig stärker vertreten: dt. *verrecken*,

<sup>5</sup> vgl. „der Sensenmann kommt“ (Der Tod naht). Die Sense löste mit der Zeit die Sichel als Attribut des Todes ab, wie die bildlichen Darstellungen erweisen (vgl. Röhrich 1994: 1467).

<sup>6</sup> „Dass seit M. Claudius lit. bekannt gewordene ‚Freund Hein‘ als Kurzform zu ‚Heinrich‘ gehöre, wird freilich z.T. bestritten. Andere Erklärer führen das Wort auf ein altes Wort für ‚Tod‘ und ‚Toter‘ zurück: Hunne, Hinne, Heune, Hein ... Alle Deutungen aus der Mythologie scheinen indessen zu weit hergeholt. Es ist viel wahrscheinlicher, dass für den Tod ein Hüllwort gebildet wurde, das durch die Verwendung eines sehr häufigen Vornamens das Ungeheure des Todes in den Bereich des Geheuren und Vertrauten ziehen sollte“ (ebd. 694).

*abkratzen, krepieren, hops gehen, vor die Hunde gehen, flöten gehen, abschnappen, abflattern, abzwitschern, den letzten Dreck geschissen, den letzten Kringel gekackt, jetzt hat der Arsch Feierabend* (vgl. Röhrich 1994: 1768), tr. *gebermek* (abkratzen), *bok yoluna gitmek* (wörtl. Auf den Dreckweg gehen).

Zum Schluss lässt sich Folgendes bemerken: Tod und Sterben rufen bei den Menschen starke Gefühle (große Verlegenheit, tiefe Trauer, Leiden) und tiefe Gedanken hervor. Die euphemistische Nomination des Sterbens und des Todes ist im Allgemeinen kulturspezifisch und subjektiv, stark emotional gefärbt, denn die positiven, aufwertenden Aussagen sind mit intensiver Emotionalität verbunden. Dies erklärt die große Produktivität der Euphemismen in diesem Wortfeld. Die euphemistische Sprachwelt des Deutschen ist weit größer und vielfältiger als die des Türkischen. Die Vielfalt und Ausdrucksstärke der deutschen Euphemismen für Tod und Sterben zeigt sich besonders deutlich in den deutschen Todesanzeigen. Eine Gemeinsamkeit besteht jedoch darin, dass die Wörter ‚tot‘, ‚Tod‘ und ‚Sterben‘ in Todesanzeigen beider Sprachen vermieden werden. Euphemismen erfüllen daher in beiden Sprachen stilistische Funktionen und übernehmen eine sanfte Mitteilungsfunktion in der Kommunikation. In deutschen Todesanzeigen wird heute für das Sterben am häufigsten „entschlafen“, „verlassen“, „gehen“, „erlösen“ und „versterben“ benutzt. Die Zahl der türkischen Euphemismen, die in den Todesanzeigen vorkommen, ist sehr beschränkt. In türkischen Todesanzeigen wird für das Sterben am häufigsten *hakkin rahmetine kavuşmak* (in die Barmherzigkeit Gottes eingehen), *kaybetmek* (verlieren), *vefat etmek* (versterben) gebraucht. Während die deutschen Euphemismen in Todesanzeigen sehr häufig die Tempusformen Perfekt und Imperfekt aufweisen, zeigen die türkischen Euphemismen in Todesanzeigen Perfekt (*kaybettik*) und *mİşİr*-Perfekt (*kavuşmustur*). Der usuelle Euphemismus des Türkischen *Hakkin rahmetine kavuşmustur* weist eine selten verwendete Tempusform auf, die besonders der Amts- und Nachrichtensprache eigen ist. Die Form *-mİşİr* zeigt eine komplexe Struktur aus *-mİş* und *-Dir* und gehört zu „periphrastischen Typen“. Sie verleiht dem türkischen Euphemismus einen stilistischen Charakter.

Die in deutschen Euphemismen um Tod und Sterben fixierte Weltansicht unterscheidet sich nicht so sehr von jener des Türkischen. Die religiösen Formulierungen sind meistens mit Jenseitsgedanken erfüllt. Ein markantes Beispiel für religiöse Kulturdifferenz bildet jedoch der deutsche Euphemismus mit der Komponente ‚der himmlische Vater‘, der in der islamischen Religion der Türken nicht vertreten ist. Euphemismen wie „zu dem himmlischen Vater heimgen“ zeigen daher starke kulturspezifische Züge.

Die kontrastive Untersuchung zeigte, dass die Euphemismen um Tod und Sterben in beiden Sprachen trotz der großen sprachlichen und kulturellen Distanz auch eine gewisse Gemeinsamkeit und Ähnlichkeit aufweisen und dass die Wahl des bildlichen Begriffs/Denotats in beiden Sprachen nicht willkürlich ist. Die Wörter *Gott*, *Reise*, *Zeit*, *Erde*, *Gras*, *Brett* finden in den euphemistischen Ausdrücken für Tod und Sterben beider Sprachen eine häufigere Verwendung. Gemeinsamkeiten und Parallelen bestehen vor allem in religiöser, bildlich/metaphorischer und sachlicher Darstellung des

Todes bzw. Sterbens. Der größte Unterschied in diesem sprachlichen Gebiet zeigt sich jedoch in der humoristischen Darstellung dieses Phänomens. Hier ist kaum eine Äquivalenzbeziehung zwischen den Wendungen beider Sprachen festzustellen. Die Unterschiede im Bereich der Euphemismen um Tod und Sterben beider Sprachen weisen nicht nur auf die großen sprachlichen und kulturellen Unterschiede hin, sondern auch darauf, dass die beiden Völker die euphemistische Sprachwelt für Tod und Sterben ihrer Sprache aus eigener Perspektive gestaltet haben und weiterhin gestalten.

### Literatur

- Aksoy, Ömer Asım: 1988. Atasözleri ve deyimler sözlüğü. İnkılâp Kitabevi. Ankara.
- Atsız, Bedriye; Kissling, Hans Joachim: 1974. Sammlung türkischer Redensarten. Otto Harrassowitz. Wiesbaden.
- Duden: 1998. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Duden Band 11. Bearbeitet von Günther Drosdowski und Werner Scholze-Stubenrecht. Dudenverlag.
- Kluge, Friedrich: 1995. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Bearb. von Elmar Seebold. – 23., erw. Aufl.–Berlin ; New York : de Gruyter.
- Küpper, Heinz: 1982-84. Illustriertes Lexikon der deutschen Umgangssprache in 8 Bänden. Stuttgart:Klett.
- Luchtenberg, Sigrid: 1985. Euphemismen im heutigen Deutsch. Frankfurt/Main u.a.: Lang.
- Mader, Hans: 1990. Es ist echt bitter. Todesanzeigen. Hamburg: Germa-Press.
- Narr, Dieter: 1956. „Zum Euphemismus in der Volkssprache. Redensarten und Wendungen um ‚tot‘, ‚Tod‘ und ‚sterben‘. In: Jahrbuch für Volkskunde 2. 112-119.
- Röhrich, Lutz: 1994. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Freiburg/Basel/Wien: Herder.

Faruk Yücel  
Dokuz Eylül Üniversitesi

### Modern Roman ve Rilke

Rainer Maria Rilke'nin "Malte Laurids Brigge" adlı yapıtın Alman edebiyatında modern<sup>1</sup> anlamda ilk roman<sup>2</sup> olmasının nedeni yazar-yapıt-okuyucu üçlüsünün tarihsel gerçeklerle ilintili olarak köktenci biçimde değişime uğramasından kaynaklanır. Bu değişim geleneksel roman anlayışının terk edilip yirminci yüzyılın iç ve dış gerçeklerini yansıtan yaklaşımların sonucudur. Ondokuzuncu yüzyılın sonlarına kadar yazarlar genel anlamda dış dünya merkezli bir roman kurgusunu benimsemekteydi. Platon'dan beri süregelen gerçeğe karşı öyküncü yaklaşımında roman, bir yansıtma aracı olarak görülmekteydi<sup>3</sup>. Anlatılan dış gerçeğe yakınlığı ve benzerliği romanın inandırıcılığını artırdığı oranda başarılı sayılıyordu. Yapıttaki figürlerin yazgıları okuyucununki ile örtüşmekteydi. Diğer bir deyişle "roman, okurun dünyasıyla bütünleşmiş bir kurgu"<sup>4</sup> üzerine dayanıyordu. Dolayısıyla anlatılanlar bir bütünlük içerisinde uyumlu bir yapıdaydı. Anlatım tarihsel/zamansal sıraya uygun biçimde gerçekle koşutluk gösteriyordu. Bir anlamda yaratıcılık, gerçek dünyaya benzer bir dünya yaratmanın göstergesiydi. Yazar, okura yol gösterici olan güçlü bir anlatıcının arkasındaydı. Bu anlatıcı her şeye üstün bakabilen, figürlerin yazgısını bildiği gibi, iç dünyasına da girebilen bir konumdaydı. Okuyucu ile arasında güvene dayanan bir ilişki sezilenirdi. O her şeyin neden-sonuç bağlantısı içerisinde geçmişi bildiği gibi geleceği de görebilmekteydi. Doğal olarak olgular, tek boyutlu biçimde geçmişten geleceğe akmaktaydı. Böyle olunca yazar, kurgunun inandırıcılığını artırıp okuyucuyla özdeşleştirme olanağı sağlamak için nesnel bir anlatım tutumu benimsemekteydi. Bunların sonucu olarak romanın geleneksel değerlere dayanan hayatla benzer - başı ve sonu olan - anlamda bir yapısı vardı.

Fakat ondokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarında dünyada yaşanan teknolojik ve bilimsel gelişmeler toplumların değer ölçütlerini ve yargularını

<sup>1</sup> Modern kavramın anlamı, güncel ya da çağdaş biçimde yorumlanmamalı. Modern dönem, yaklaşık 1880 ile 1920 yılları arasında kapsayan ve teknoloji, bilim ve büyükşehirlerin gelişmesine koşut olarak antik sanat diye nitelendirilebilecek klasik anlayıştan ayrılarak, değişen İnsan ve dünyanın yansımasıdır. Diğer bir deyişle geleneksel değer ve yaşamın edebiyatta geçerliliğini kaybedip bireyin ve özneliğin odakta olmasıdır. Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz. Silvano Vietta: Die literarische Moderne, Stuttgart, 1992 ve Jürgen H.Petersen: Der deutsche Roman der Moderne, Stuttgart, 1991.

<sup>2</sup> Helmut Koopmann: Deutsche Literaturtheorien zwischen 1880 und 1920, Darmstadt, 1997, s.68.

<sup>3</sup> Yansıtma kuram anlayışı ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Bema Moran: Edebiyat Kuramları ve Eleştirisi, Cem Yay., İstanbul, 1988, s. 17-24.

<sup>4</sup> Geleneksel ve yeni tip okuyucu hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Yıldız Ecevit: Orhan Pamuk'u Okumak, Gerçek Yay., İst., 1996, s. 42-49.

Todes bzw. Sterbens. Der größte Unterschied in diesem sprachlichen Gebiet zeigt sich jedoch in der humoristischen Darstellung dieses Phänomens. Hier ist kaum eine Äquivalenzbeziehung zwischen den Wendungen beider Sprachen festzustellen. Die Unterschiede im Bereich der Euphemismen um Tod und Sterben beider Sprachen weisen nicht nur auf die großen sprachlichen und kulturellen Unterschiede hin, sondern auch darauf, dass die beiden Völker die euphemistische Sprachwelt für Tod und Sterben ihrer Sprache aus eigener Perspektive gestaltet haben und weiterhin gestalten.

### Literatur

- Aksoy, Ömer Asım: 1988. Atasözleri ve deyimler sözlüğü. İnkılâp Kitabevi. Ankara.
- Atsız, Bedriye; Kissling, Hans Joachim: 1974. Sammlung türkischer Redensarten. Otto Harrassowitz. Wiesbaden.
- Duden: 1998. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Duden Band 11. Bearbeitet von Günther Drosdowski und Werner Scholze-Stubenrecht. Dudenverlag.
- Kluge, Friedrich: 1995. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Bearb. von Elmar Seebold. – 23., erw. Aufl.–Berlin ; New York : de Gruyter.
- Küpper, Heinz: 1982-84. Illustriertes Lexikon der deutschen Umgangssprache in 8 Bänden. Stuttgart:Klett.
- Luchtenberg, Sigrid: 1985. Euphemismen im heutigen Deutsch. Frankfurt/Main u.a.: Lang.
- Mader, Hans: 1990. Es ist echt bitter. Todesanzeigen. Hamburg: Germa-Press.
- Narr, Dieter: 1956. „Zum Euphemismus in der Volkssprache. Redensarten und Wendungen um ‚tot‘, ‚Tod‘ und ‚sterben‘. In: Jahrbuch für Volkskunde 2. 112-119.
- Röhrich, Lutz: 1994. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Freiburg/Basel/Wien: Herder.

Faruk Yücel  
Dokuz Eylül Üniversitesi

### Modern Roman ve Rilke

Rainer Maria Rilke'nin "Malte Laurids Brigge" adlı yapıtın Alman edebiyatında modern<sup>1</sup> anlamda ilk roman<sup>2</sup> olmasının nedeni yazar-yapıt-okuyucu üçlüsünün tarihsel gerçeklerle ilintili olarak köktenci biçimde değişime uğramasından kaynaklanır. Bu değişim geleneksel roman anlayışının terk edilip yirminci yüzyılın iç ve dış gerçeklerini yansıtan yaklaşımların sonucudur. Ondokuzuncu yüzyılın sonlarına kadar yazarlar genel anlamda dış dünya merkezli bir roman kurgusunu benimsemekteydi. Platon'dan beri süregelen gerçeğe karşı öyküneli yaklaşımda roman, bir yansıtma aracı olarak görülmekteydi<sup>3</sup>. Anlatılan dış gerçeğe yakınlığı ve benzerliği romanın inandırıcılığını artırdığı oranda başarılı sayılıyordu. Yapıttaki figürlerin yazgıları okuyucununki ile örtüşmekteydi. Diğer bir deyişle "roman, okurun dünyasıyla bütünleşmiş bir kurgu"<sup>4</sup> üzerine dayanıyordu. Dolayısıyla anlatılanlar bir bütünlük içerisinde uyumlu bir yapıdaydı. Anlatım tarihsel/zamansal sıraya uygun biçimde gerçekle koşutluk gösteriyordu. Bir anlamda yaratıcılık, gerçek dünyaya benzer bir dünya yaratmanın göstergesiydi. Yazar, okura yol gösterici olan güçlü bir anlatıcının arkasındaydı. Bu anlatıcı her şeye üstün bakabilen, figürlerin yazgısını bildiği gibi, iç dünyasına da girebilen bir konumdaydı. Okuyucu ile arasında güvene dayanan bir ilişki sezilenirdi. O her şeyin neden-sonuç bağlantısı içerisinde geçmişini bildiği gibi geleceği de görebilmekteydi. Doğal olarak olgular, tek boyutlu biçimde geçmişten geleceğe akmaktaydı. Böyle olunca yazar, kurgunun inandırıcılığını artırıp okuyucuyla özdeşleştirme olanağı sağlamak için nesnel bir anlatım tutumu benimsemekteydi. Bunların sonucu olarak romanın geleneksel değerlere dayanan hayatla benzer - başı ve sonu olan - anlamda bir yapısı vardı.

Fakat ondokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarında dünyada yaşanan teknolojik ve bilimsel gelişmeler toplumların değer ölçütlerini ve yargılarını

<sup>1</sup> Modern kavramın anlamı, güncel ya da çağdaş biçimde yorumlanmamalı. Modern dönem, yaklaşık 1880 ile 1920 yılları arasında kapsayan ve teknoloji, bilim ve büyükşehirlerin gelişmesine koşut olarak antik sanat diye nitelendirilebilecek klasik anlayıştan ayrılarak, değişen İnsan ve dünyanın yansımasıdır. Diğer bir deyişle geleneksel değer ve yaşamın edebiyatta geçerliliğini kaybedip bireyin ve özneliğin odakta olmasıdır. Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz. Silvio Vietta: Die literarische Moderne, Stuttgart, 1992 ve Jürgen H.Petersen: Der deutsche Roman der Moderne, Stuttgart, 1991.

<sup>2</sup> Helmut Koopmann: Deutsche Literaturtheorien zwischen 1880 und 1920, Darmstadt, 1997, s.68.

<sup>3</sup> Yansıtma kuram anlayışı ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Bema Moran: Edebiyat Kuramları ve Eleştirisi, Cem Yay., İstanbul, 1988, s. 17-24.

<sup>4</sup> Geleneksel ve yeni tip okuyucu hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Yıldız Ecevit: Orhan Pamuk'u Okumak, Gerçek Yay., İst., 1996, s. 42-49.

yıkarak edebiyatta kabul edilen geleneksel yazar-yapıt-okur ilişkilerini de değişime uğratmıştır. Otoriter devlet yapısının artan baskıları, toplumsal sınıflar arasındaki uçurumun büyümesi, teknolojinin insanlığı yok edebilecek düzeyde tehdit unsuru olarak görülmesiyle maddeci dünya görüşüne sahip olan kentsoylu yaşamın değer ve kurumlarına karşı, sanatçılarda bir tepki oluşmaya başlamıştır.

Öte yandan modern fiziğin yeni buluşları, yeni bir dünya görüşünü zorunlu kılmaktaydı. Değişmez olarak bilinen zaman-mekan kavramları Einstein'ın kuramı ile göreceleşerek değişken ve devingen duruma gelmiştir. Heisenberg'in 'belirsizlik' kuramı insanın algı ve kavrama sınırlılığını kanıtlayarak dünyanın merkezi olarak görülen insan anlayışını sarsmıştır. Böylece doğanın sağlam temelleri ve kanunları dağılarak kapalı bir evren dizgesinin yok olmasına yol açmıştır<sup>5</sup>. Bununla beraber gittikçe büyüyen büyükşehir, karmaşık bir yapıyı barındıran yeni bir yaşam biçiminin odağı olmuştur. Bu nedenle birçok değer yargılarının bulunduğu büyükşehirde geleneksel değer ölçütleri çözülerek insanı yalnızlaştırmıştır. Ailesinden, dolayısıyla geçmişinden kopuk bir yaşam süren modern insan kendi çevresine yabancılaşmış bir toplum içinde yaşamaktaydı. Bütün bunların sonucunda hızlı gelişmeler bütünsel bir dünya görüşünü engelliyordu. Dünyanın bölünmüşlüğü/parçalanmışlığı kimlik sorununu önemli kıldığı gibi<sup>6</sup>, bireysel kimlik toplumsal yaşamda daha belirleyici olmaya başlamıştır.

Sigmund Freud'un, insanın iç dünyası üzerine yaptığı araştırmalarda ben'in kontrolsüzlüğü, duyguların gizliliği ve karmaşıklığını göstererek insanın kendi ahlakını usla denetlemenin bir yanlısına olduğunu öne sürer<sup>7</sup>. Bilinçaltı çözümlenmeleriyle Freud, kişiliğin derinliklerinde, çocukluk yaşantılarının ve bastırılmış duyguların önemini vurgulayarak, daha önceleri bilinmeyen ben'in yapısı konusunda yeni bir gerçeklik boyutu katmıştır. Cinselliğin doğumdan itibaren kişilik oluşumundaki etkisine değinen Freud, toplumsal değeryargı ve tabuları yıkararak bireyin davranışlarını daha özgür kılınmasına yol açmıştır. Rousseau'nun "doğaya dönüş" önermesine koşut bir yaklaşım gösteren Freud, kültürü, insanlığa yarardan çok, baskılar ve kurallar yoluyla zarar getirdiğine inanmaktaydı<sup>8</sup>. Freud'un özellikle bilinçaltı çözümleme kuramı ve kültürün gelişimine olumsuz yaklaşımı birçok sanatçı ve yazarı etkilemiştir. Artık dış dünyanın kurallı dünyasının yerini iç dünyanın kuralsız, sınırsız dünyasına yönelimler almıştır.

Kültürel ve toplumsal değerlere, dünyaya bakışı bağlamında yirminci yüzyıla damgasını vuran diğer bir kişi ise Alman filozofu Nietzsche'dir. Nietzsche'nin 'yaşama felsefesi' nihilist bir yaklaşımla kültüre ve toplum yığına karşı gelen yaratıcı bireyi her

<sup>5</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Beatrice Sandberg Der Roman zwischen 1910 und 1930, in: Helmut Koopmann (Hrsg.): Handbuch des deutschen Romans, Düsseldorf, 1983.

<sup>6</sup> Bkz. Oya Batum Menteşe: Bir Düşün Yolculuğu, Bilkamat Yay., Ankara, 1996, s.40.

<sup>7</sup> Bkz. Bernd Balzer u.a.(Hrsg.): Deutsche Literatur in Schlaglichtern, Mannheim u.a., 1990, s.356.

<sup>8</sup> Bkz. Sigmund Freud: Das Unbehagen in der Kultur. Frankfurt a. M., 1976, s.432.

şeyin ölçütü saymıştır. Kentsoylunun bütün değerlerini yadsıyıp, kendi değerlerini yaratan Nietzsche'nin yüceltiği "üstün insan" tipi, yazarları derinden etkilemiştir.

Anamalcı dünya görüşünün yaygınlaşmaya başlamasıyla insanın metalaşması, Marx'ın da işaret ettiği gibi, iş bölümlerinin genişleyip birbirinden ayrılması, insanı kendine yabancılaştırmıştır. Karmaşık yapının salt bir yönünü algılayabilen insan, dünyaya bütüncül bakışını böylece yitirir. Dolayısıyla, dünyaya nesnel bir bakışın yerini sınırlandırılmış öznel bir bakış alır. Bu yaklaşım, özneye özgü iç dünyaya yönelimi sağlaması "nesnellik yerine duyguların sınırsızlığı (ile)"<sup>9</sup> ilintilidir. Böylece, gerçek yeniden biçimlenip çok farklı bir düzlemde algılanmaya başlamıştır. Sınırların kalkmasıyla soyutlaştırma eğilimi artarak çok anlamlılık ortaya çıkmıştır. Bu nedenle tek somut gerçeğin yerine parçalara ayrılmış, soyutlaşmış bir gerçek geçmiştir. İç dünyanın önemini artması doğal olarak yazarların özgeçmişlerinde edindikleri izlenimleri yapıtlarına yansıtılmalarının nedeni olarak görülebilir. Judith Ryan, yirminci yüzyılın başlarından Joyce ve Musil gibi romancıların bazı yapıtlarında roman figürleriyle doğrudan bir benzerlik taşıdığını belirtmiştir<sup>10</sup>. Buna Kafka gibi büyük yazarları da ekleyebiliriz. Araştırmamızda da görüleceği gibi Rilke'nin "Malte Laurids Brigge'nin Notları" adlı modern romanda özgeçmişinden izler taşıdığı gibi arkadaşlarına yazdığı bazı mektuplardan da bölümler, yapıtına doğrudan aktarmıştır<sup>11</sup>.

Yapıtın başlığından da anlaşılacağı gibi anlatının odak konusu olan Malte'nin notları oluşturmaktadır. Genç ve soylu bir aileden gelen Danimarkalı yazarın notları bir yayıncı tarafından gelişigüzel dizilerek yayımlanmıştır. Notların çoğu günce biçiminde ilk ağızdan yazılan izlenimlerden oluşmakta. Belirli bir tarihsel sıralama yapılmadığı, konu bütünlüğü olmadığı gibi, belli bir konudan da söz etmek olası değildir. Bu bağlamda inandırıcılık yazar/okur açısından modern romanda önemini yitirip Alain Robbe-Grillet'in öne sürdüğü gibi "hikaye etmek neredeyse olanaksızlaşmıştır"<sup>12</sup>. Bundan dolayıdır ki, anlatıda bir bütünlük olmadığından okuyucu istediği yerden yapıtı okumaya başlayabilir. Umberto Eco modern yapıtlarda doğrultu merkezinden yoksun yapının oluşunu, çok yönlü yorumlamaların ve belirsizliğin sonucunu 'açık yapıt' olarak tanımlar<sup>13</sup>. Eco'ya göre söz konusu olan bu gibi yapıtlar "tükenmez ikircikli (yapıtlarıyla) hep açık kalırlar"<sup>14</sup>. Okurun özdeşleşebileceği/sahiplenebileceği somut bir dünyanın yokluğu, onu anlatılanlara karşı mesafe duymasına yol açar. Malte kendi ailesinin geçmişini anlatmasına karşın Thomas Mann'ın "Buddenbrooks Ailesi" adlı romanındaki gibi "tutarlı bir tarih sırası izlemez. (...) Şimdiki zamanda çağrışımlar (ile) geçmiş yaşanır"<sup>15</sup>. Bu anlamda Gürsel Aytaç konunun alışılmışın dışında anlatılmasını

<sup>9</sup> Bernd Balzer, a.g.e., s. 335.

<sup>10</sup> Bkz. Judith Ryan: Rainer Maria Rilke: Die Aufzeichnungen des Malte Laurids Brigge (1910), in: Paul Michael Lützel (Hrsg.), Deutsche Romane des 20.Jhs, Königstein, 1983, s. 64.

<sup>11</sup> Bkz. Behçet Necatigil: Eklenmiş Açıklamalar, alıntılanan yapıt: Rainer Maria Rilke, Malte Laurids Brigge'nin Notları (Çev. Behçet Necatigil), M.E.B. Yay., Ankara, 1989, s. 248.

<sup>12</sup> Helmut Koopman, a.g.e., s. 69.

<sup>13</sup> Bkz. Umberto Eco: Açık Yapıt (Çev. Yakup Şahan), Can Yay., İst., 1992, s. 19.

<sup>14</sup> Umberto Eco, a.g.e., 5.18

<sup>15</sup> Gürsel Aytaç: Çağdaş Alman Edebiyatı, Kültür ve Turz. Bak. Yay., Ankara, 1983, S.63.

geleneksel anlatış tekniği(nin) terk edil(mesine)<sup>16</sup> bağlıyor. Malte, anlatmanın sorunsalına değinerek bunun olanaksızlığına işaret eder:

"Hikaye etmek. sahiden devrine yetişemedim ben. Hikaye ederken duyup işitmişliğim yok kimseye"<sup>17</sup>

Öznenin bütünlüğü dağıldığı için geleneksel anlamda bir olaydan, gelişmeden bahsedilemez<sup>18</sup>. Malte'nin büyükbabası anlatırken üç zaman düzlemini içiçe geçmiş biçimde anlatabilmesi. henüz gelenekle bağları kopmamış dış dünyanın baskın olduğu şöyle dile gelir:

"Zaman fasıllarının onun (dedesi. F. Y.) nazarında zerre kadar rolü yoktu; (...) ölümü üzerinden birkaç sene geçtikten sonra, dedemin, gelecek zamana ait şeyleri de, aynı ısrarla nasıl şimdiki zamana aitmiş gibi hissettiğini anlatmışlardı." (MN, 30)

Her şeyin öznelleşmesi ve figürlerin iç dünyasının önem kazanmasıyla, zaman da buna bağlı olarak dış dünyanın hızlı zamana karşı kısalmıştır. Proust ve Joyce'de bilinçaltı tekniğinin kullanılmasıyla figürlerin iç dünyasından geçen geçmiş olanla şimdiki zamanla bütünleşerek bir düzlemde birleşmiştir. Bu nedenle anlatmanın güçlüğü, hayatın gittikçe anlaşılabilir bir yapıya bürünmesinden kaynaklanmakta. Bundan dolayıdır ki, yazar kendine göre bir zaman

yaratır<sup>19</sup>.

Zaman, belleğin karmaşık yapısına göre işleyerek "hiçbir şeyi oluşturup gerçekleştir(mez)"<sup>20</sup>, çünkü bilinçaltı, zamanı göreceleştirmiştir. Malte, köy ve şehirdeki zaman akışının farklılığını şöyle anlatır:

"Başka bir yerde mesela sayfiyede üç hafta, bir gün gibi geçti, halbuki yıllardır buradayım sanki" (MN, 5)

Görüldüğü gibi zamanın akışı, iç ve dış dünyaya belirsiz geçişler yapılarak yavaşlayıp hızlanmakta. Dış dünyada işleyen zamanın parçalanması, aynı zamanda yaşanan gerçeklere karşı eleştirel bir tutumdan gelir. Çünkü anlatılmaya değer şeyler azaldığı gibi yaşanan zamana da mesafe koyulmaktadır.

Zamanın dağılmasına koşut olarak gerçeğin de bütünselliğini yitirmesi 'olası' gerçekler yaratmıştır. Bu bağlamda roman kurgusu somut dünyanın nasıl olduğu değil, nasıl olabildiği sorusu gerçeğin ardında gizlenenlerin tamamlayıcısı olarak görülür<sup>21</sup>.

16 a.g.e., s. 62.

17 Yapıttan yapılan bütün alıntılar Rainer Maria Rilke, Malte Laurids Brigge'nin Notları (Çev.Behçet Necatigil), M.E.B. Yay., Ankara, 1989 adlı kitaptan yapılmıştır ve MN kısaltmasıyla belirtilmiştir.

18 Bkz. Judith Ryan, a.g.e., s. 75.

19 Alain Robbe-Grillet:Yeni Roman, (Çev.Asım Bezirci), Ara Yay, İst., 1989, s. 13.

20 a.g.e.. S.97.

21 Aristoteles'e kadar dayanan edebiyattaki olasılık düşüncesi onun Poetika'sında şöyle ifade edilir: "Şairin ödevi gerçekten olan şeyi değil, tersine olabildiği olan şeyi, yani olasılık veya

Ryan "Malte Laurids Brigge'nin Notları"nda olasılığın önemine değinerek gerçeğe aynı düzlemde oluşunu vurgular<sup>22</sup>. Malte, hayal gücün gerçeğe karşı sınırsız çeşitlemeler oluşturabileceğini belirtir:

"Hayal gücü daha fazla olurda başka istikametlere dal budak salarsa ihtimallerin haddi hesabı olmaz". (MN, 7)

Modern fiziğe göre gerçek, tam bilinemeyeceği gibi tek bir gerçek de yoktur. Rilke'nin gerçeğe olasılık arasındaki ayrımı ortadan kaldırarak aynı düzleme koyması bunun nedeni olarak görülebilir. Malte, halıların sergilendiği bir salonda gezinirken hayal eder:

"Burada halılar var, Abelone, duvar halıları. Buradasın farz ediyorum, (...) gel, yavaş yavaş önlerinden geçelim". (MN, 120)

Anlatıda da anlaşılacağı gibi hayal ile gerçek içiçe geçmiştir. Ayrıca betimlemelerde geçen 'ayna motifi' görüntünün gerçeğin yerini aldığı bir göstergesidir:

"Kadının tuttuğu bir ayna imiş. (...) Abelone, buradasın farz ediyorum. Anlıyor musun Abelone? Herhalde anlarsın sarıyorum". (MN, 123)

Ryan, olasılığın alışılmış diyalektiğinin dışında algılandığını ve olasılık olmanın ötesinde gerçeğe dönüştüğüne işaret eder<sup>23</sup>. Buna en iyi örnek, okuyucunun romanda anlatılan evin varlığı konusunda şüpheye düşürülüp kesin yargı vermesinin önlemesidir:

"Georg, konağın artık olmadığını tamamen unutmuştu ve hepimizin nazarında konak. Oradaydı o anda". (MN. 132)

Olasılık kurgusunun diğer bir kullanımı ise, gerçek karşısında belirleyici olması ve yer değiştirmesidir. Malte çatıda ayna karşısında elbise değiştirirken, görüntüsü kendisinden daha da fazla bir gerçeklik kazanır:

"Alabildiğine büyüyen bir bunalışla kendimi, bir kolayımı bulup, bu esvaplardan sıyrılmaya çabaladığım sırada ayna. bilmiyorum hangi vasıtayla beni, başımı kaldırıp bakmaya zorluyor ve bana bir hayal, hayır, hayır, bir hakikat; yabancı, kavranması imkansız. ucube bir hakikat dikte ediyor; (...) bu hakikat iliklerime işledi, çünkü şimdi o kuvvetliydi, bense ayna olmuştum". (MN. 100-101)

Bütün bunların sonucu olarak Rilke'nin tutumu, olasılık düşüncesinin salt kurgusal anlamından çok dünya bakışıyla ilintilidir<sup>24</sup>. Modern edebiyatta özneliğin belirleyici olması, nesnel dünyanın somut yüzeyselliğinden kopuşun bir sonucudur.

zorunluluk kanunlarına göre mümkün olan şeyi ifade etmektir." Alıntılanan yapıt: Berna Moran, a.g.e., s. 24.

22 Judith Ryan, a.g.e., s.72.

23 a.g.e., s.73

24 Çağdaş Alman edebiyatında olasılığın benzer kullanımı Max Frisch'in yapıtlarında görülür. Özellikle "Mein Name Sei Gantenbein" adlı yapıtındaki figürün kendine olası figürler ve gerçekler yaratarak başka bir kimlik ve yaşantı altında dünyanın nasıl farklılaşabileceğini kurgusal düzlemde işler.

Bundan dolayı, iç dünyanın sınırsız soyut yapısı asıl gerçeğin araştırılacağı alan olmasına yol açar. Bu anlamda Naturalizm'in, gerçeği olduğu gibi yansıtmaya inancı artık olanaksızlaşmıştır, çünkü gerçek ancak öznenin iç dünyasına bağlı olarak göreceli yansıtılabilir. Gerçeği tek bir kişi kavrayamayacağından değişmez bir açıklaması da olamazdı. Böyle olunca birey gerçeğin ancak bir parçasını algılayıp bilebilir görüşü bilimde ve edebiyatta yaygınlaşmaya başlar. Bu açıdan bakılınca, edebiyatta iç gerçeği yansıtan bilinç akımı, iç monolog gibi teknikler bireysel gerçeği ortaya çıkarmaya yöneliktir. Bu nedenledir ki, "gerçek (ancak), kişinin zihninde görüldüğü biçimdedir"<sup>25</sup>. Özneliğin diğer göstergesi de, her şeyi bilen bir o-anlatım yerine sınırlı bir bakışı olan ben-anlatım biçiminin benimsenmesidir. 'Benin kendi dünyasını yarattığı gibi istediği gerçeği kendine göre yorumlaması önem kazanmıştır. Roman figürü Malte de, gerçeğe iç dünyadan bakarak yeni bir algılayış biçimi kazanır. Leitmotif<sup>26</sup> olarak geçen 'görmek' eylemi bunu açıkça sembolleştirir:

"Görmeyi öğreniyorum. Bilmiyorum neden, her şey içinde daha derinlere işliyor, her zamankinden daha derinlere. Bir iç dünyam varmış da bilmezmişim. Her şey, şimdi oraya gidiyor. Orada ne olup bitiyor, cahiliyim". (MN, 5)

Nesnel dünyayı, Malte kendi sorunlarını yansıtan araçlara indirgeyerek dünya ile 'ben' arasındaki ilişkiyi tamamen değiştirmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır:

"Her şey hakkında tamamen başka bir görüş, bu tesirler neticesi, bende teşekkül etti; beni öbür insanlardan şimdi eskisinden daha çok ayıran bazı farklar var. Değişmez bir dünya. Yeni manalarla dolu yeni bir hayat". (MN, 68)

Tarihi kişiler gerçek/somut kimlik ve bağlarından koparılıp Malte için birer araç olarak öznelleştirilirler. Malte dördüncü Kral Christian'ın ölümünü, şimdiki zamanda yaşıyor gibi anlatılırken, babasının ölümü çağrıştırılıp bir bağ kurar:

"Babamın, sonunda çok ızdırap çektiğini hatırladım". (MN, 153)

Anlaşılabileceği gibi, Malte, kralın ölümünü babasınınki ile özdeşleştirdiğinden dolayı önem kazanmaktadır. Tarihsel gerçeklerin öznelleştirilmesi dini öğelerde de görülmekte. Yapıtın sonundaki "kaybolan oğul" öyküsü İncil'den alınmasına karşın Malte, onu olduğu gibi değil, ruhsal duruma koşutluk gösterecek biçimde değiştirir<sup>27</sup>. Malte'nin duyduğu kimlik belirsizliği ve geleneksellikten kopuş, öyküdeki oğullarla sembolleştirilir. Romanda geçen birçok sanatçı için de bu söz konusudur. Manet, Puşkin, Schiller gibi birçok evrensel sanatçı, Malte'nin bir anlamda duygularını dışa vurmasını sağlayan yardımcı kişilerdir. İç ve dış dünya arasındaki sınırlar kalktığından aralarındaki ayırım da yok olup içiçe geçer. Malte odasında yatarken soyut anlamda dış dünya ile bir ayırım yokmuş gibi doğrudan ondan etkilenmesini şöyle dile getirir:

25 Oya Batum Mentşe. a.g.e., s. 31.

26 Leitmotif, tekrarı bir çeşit karakterize edişe ya da hatırlamaya yarayan motif. Bu konuda Bkz. Gürsel Aytac: Çağdaş Türk Romanları üzerine İncelemeler. Gündoğan Yay.. Ankara, 1900, s. 487.

27 Judith Ryan, a.g.e., s. 69.

"Tramvaylar odanın içinden tangır tangır geçiyor. Otomobiller, üzerimden akıyor". (MN, 4)

Bireyi kısıtlayan sınırlar böylece bilinçle aşılmakta. Dış dünya, iç dünya tarafından biçimlendirildiğinden, nesnel insanı özellikler kazanmakla birlikte, insanı da nesneleştirmekte. Felsefi anlamda bu, insanın evrenle bütünleşmesinin bir sonucu olduğu gibi, nesneden farksız olarak yabancılaştırıldığının da göstergesidir. "Kör kör bakan bir bina" (s. 3), kırılan cam "parçaların kahkahası, küçük kırıkların kikirdeyişi" (s. 4) ya da ölümün büyük-küçük gibi niceleştirilmesi (bkz., s. 9-10) gibi nitelendirmeler onları canlı birer varlığa dönüştürmekte<sup>28</sup>. Nesnelere kurgulaştırılması, dış dünyaya duyulan şüpheli bir bakışın nedeni olarak görülebilir; çünkü nesnelere oldukları gibi algılanmak istenmemekte. İnsanın yabancılaşmış nesneleşmesi geleneksel değerlerden kopmuş olmasından kaynaklanmaktadır. İnsanın yalnızlık ve korku içinde belirsiz (anonim) bir hayat sürmesi, yüceltirilen ideal değerlerini, çıkar ilişkilerince belirlenen hayatta kaybetmesine yol açmıştır. İnsanın özellikle iş hayatında istenilen belli kalıp ve kişilik yapılarına indirgenmesi onu yabancılaştırmıştır<sup>29</sup>. Kişiliğin yansıdığı insan yüzünün yok olması bunun somutlaşmış anlatımıdır:

"Bir yığın insan var, ama çehre, dahalazla, çünkü her insanın birkaç çehresi mevcut. Ama çehreyi yıllar yılı taşıyanlar var; tabii eskir bu çehre, kirlenir, kıvrımlarından aşınır, seyahatte giyilen eldivenler gibi bollaşır. (...) Başka insanlar, yüzlerini, ha bire, birbiri ardınca takip eskitirler" (MN, 5-6)

Öte yandan yüzün "çehrelikten çıkmış çehre(si)" (MN.6) kişiliğin yok olması olarak da yorumlanabilir. Yabancılaşmanın yoğun olarak duyumsanması, yeni bir yüzyıla geçiş döneminin belirgin yaşantısıdır. Büyükşehirlerin karmaşık yapısı, sosyo-kültürel değişimler, ekonomik krizler sanatçılarda karamsar bir dünya görüşü yaratmıştır. insanın gittikçe doğasından uzaklaşarak kimlik bunalımı içerisinde bocalaması sonucu, gelenekten kopması, çağa uygun yeni bir insan modelini doğurmuştur<sup>30</sup>. Kentsoylu kültüre karamsar bakan sanatçılar toplum değerlerinden uzaklaşmışlar. Bu bağlamda özellikle Fransız şairi Baudelaire, kültürel çöküşün öncüsü olarak görülür<sup>31</sup>. Rilke'nin şaire gönderme yapması (MN. 68) ve bir şiirini alınmaması bunun bir göstergesidir (MN. 50). Romanda ifade edilen "aşkın ve gönül acısının yeni ölçüsü" (MN, 226) değer ölçütlerinin değişimini vurgular. Jacobs, artık güzellik ahlaksal anlamda olumlu bir değer olmadığı gibi çirkinlik, kötülük de olumsuz değeri taşımadığı

28 Nouveau romanın öncülerinden Alain Robbe-Grillet'e göre nesnelere 'evcilleştirilmesi' onları oldukları gibi gösterecek

29 Bu konuda Kafka'nın yapıtlarındaki iş ve bürokratik hayatın insanı nasıl yabancılaştırdığı ve birer nesneye dönüştürdüğü özellikle "Dava" ve "Dönüşüm" adlı yapıtlarında belirgin biçimde işlenmiştir.

30 Nietzsche'nin 'üstün' insanı bunun bir yansımasıdır. Nihilist bir yaklaşımla 'yığın'ların bütün değerleri yadsınarak yeni değerler ortaya koymak istenmiştir. Özellikle 1910'da başlayan Ekspresyonizm'de yeni insan modeli dönemin yazarlar tarafından ortak konu olarak yapıtlarında işlenmiştir.

31 Bkz. Brend Balzer, a.g.e., s. 351.

görüü, romandaki karamsar havayla koütuluk gösterir<sup>32</sup>. Bu yeni deęerler ise insanlıęın ve gerçeęin 'dięer yüzü'dür. Freud da olumsuz deęerlere karşı bu açıdan yaklařarak "kötülüęün genellikle ben'e zarar veren ya da tehlikeli olan deęerler olduęu gibi, ona zevk veren bir istek olduęu"<sup>33</sup> görüşündedir. Bundan dolaydır ki, modern dönemde hemen hemen bütün yazarlarda yok oluş, hastalık ve ölüm konuları görölmekte<sup>34</sup>. Malte'nin önce ölüm ve hastalıęın yoğun olduęu hastaneye gitmesiyle bu çağın ruhsal havası yansıtılır. Ölüm bile kişisel bir olgu olmaktan çıkıp insandan bağımsızlařıp genelleřmiştir:

"İnsanda. kendi ölümüyle ölmek arzusu azaldıkça azalmakta" (MN, 8)

Büyükşehirler derin köksüzlük ve ben'in kaybedildięi bir yer olarak sembolleřtirilir. Şehirde yařayan yığınların hastalık imgeleriyle betimlenmesi yirminci yüzyılda duyumsanan karamsar dünya bakışının sonucunda insanın niteliksizleřmesiyle "feleęin tükürdüęü (...) kabuklara," (MN 37) dönüřür. Yok oluşun yansıması olan ölüm düşüncelerin yoğunluęu, hayatın yaşanılmaz bir sıkıcılıkta oluşu, Alman filozof Schopenhauer'in görüşlerinin izlerini tařır. Kentsoylu deęerlerin ve yařama biçiminin yadsınmasıyla ezilen alt sınıfa - tepki anlamında - bir eğilim duyulur. Malte'nin kendini bu sınıfa koyması, geldięi soylu aileden kopup bağlarının çözüldüęünü gösterir. Acı ve korku yeni bir gerçeęin bastırılmış yüzün ortaya çıkmasını sağladıęından<sup>35</sup> yüceleřtirilir:

"Hayır, kendimi onlardan ayırmak istiyorum deęil; (...) bende ne onlardaki güç, ne onlardaki ölçü bulunurdu". (MN, 199)

Bu anlamda Rilke, anamalcı yařamdaki yabancılařmış bireyin karřısına hissedilen, acı çeken insanı koyar. Geleneksel deęerler altüst edilerek Platon'dan beri süregelen güzellik anlayışı yadsınarak tersine çevrilmiştir<sup>35</sup>. Artık güzellik estetięinin yerini 'çirkinlięin estetięi' almıştır. Bununla beraber dıřa vurulan sapıklıklar, büyüler, gizemler ya da romanda olduęu gibi ruhların belirmesi (bkz. s. 33), bastırılmış duyguların yansımasıdır. Malte olumsuz yařantı ve duyguların, hayatın bir parçası olduęunu şöyle betimler:

"Havanın her zerresinde Korkunç'un varlıęı. Korkuncu sen Şeffafla teneffüs ediyorsun; korkun senin içinde (...); çünkü idam yerlerinde, iřkence odalarında, tımarhanelerde, ameliyat salonlarında (...) geçmiş olan bütün ceza ve dehşetler çetin bir mukavemet gösterirler; bütün bunlar yařamlarında ısrar eder (...)" (MN, 69)

Yok oluştan bir tür haz alış<sup>36</sup> bu dönemde belirgin bir nitelik olarak ortaya çıkar. Hastalık gibi olumsuz duygular yazara yeni izlenimlere ve varoluş biçimine ulařmada aracı olduęundan olumlu deęerlendirilir. Bilinçaltı kuramının babası olan Freud'un 1900 yılında yazdıęı "Rüya Anlamları" adlı yapıtıyla, daha önce belirttięimiz gibi ben'in

32 Bkz. Wilhelm Jacobs: Moderne Dichtung, Gütersloh, 1979, s. 81

33 Sigmund Freud, a.g.e., s. 483.

34 Bkz. Brend Hařzer, a.g.e., s. 352.

35 Bkz. Silvio Vietta: Die Literarische Moderne, Stuttgart, 1992, s. 220.

36 Bkz. Bernd Balzer, a.g.e., s. 351.

kontROLSÜZlüęünü duyguların gizlilięini ve karmařıklıęını vurgular<sup>37</sup>. Birçok sanatçı gibi Rilke de Freud'un kuramlarından etkilenip bunları yapıtlarına yansıtmıştır.

Yeni gerçeęlik anlayışı romanın içerięinde nasıl deęişimlere yol açtıysa, geleneksel biçim ve üslubu da farklılařtırır. Oya Batum Menteşe'nin belirttięi gibi bireysel gerçeęin ortaya çıkmasıyla dıř gerçek önemini kaybedip öz-biçim ayrımı ortadan kaldırır<sup>38</sup>. Bu bağlamda Ludwig Langenfeld'in öne sürdüęü gibi "Malte Laurids Brigge'nin Notları" yüzyılın yeni gerçeęini ele aldıęından "dönemin belgesi" olarak görölebilir<sup>39</sup>.

Rilke'nin "Malte Laurids Brigge" adlı modern<sup>40</sup> anlamdaki romanı ile "yirminci yüzyıl nesrinin teknięine ilk olarak geçilmiştir"<sup>41</sup>. Roman, dünya ve gerçeęin gereksinmelerine uygun bir biçimde deęişmiştir. Eco'ya göre bu tür romanlar açık yapılarıyla belirli bir doęrultu merkezinden yoksun olduklarından devingen bir yapıt nitelięindedir. Tamamlanmamıř<sup>42</sup>, dięer bir deyişle parçalanmış olduklarından her zaman yeni yorumlamalar ve tepkilere açıktırlar<sup>43</sup>. Bunun en belirgin özellięi romanlardaki deneysellilięin önem kazanmasıdır. Farklı metin türleri birbirleriyle kaynařtırılarak bütünleřtirilir. Bu edebi teknik Rilke'nin, Baudelaire'den bir şiir (s.50) ya da 1903'te Salome<sup>44</sup> ve 1907'de karısına yazdıęı mektubu doęrudan romanına monte etmesinde görölr<sup>45</sup>. Modern dönem sonrasında geliřen 'postmodern' edebiyatta metinler arası (intertextualitaet) alıntılama yaygınlık kazanacaktır.

37 Bkz. Bernd Balzer, a.g.e., s. 355.

38 Bkz. Oya Batum Menteşe, a.g.e., s. 138.

39 Ludwig Lansenfeld: Rainer Maria Rilke, in: Hermann Friedmann u.a. (Hrsg), Deutsche Literatur im 20. Jh., Heidelberg, 1954, s. 89.

40 Modern anlamda gerçeęe yaklařım Alman edebiyatında ilk Romantiklerde görölr. Helmut Koopmann'ın işaret ettięi gibi Alman edebiyatında modern kavramı önce Schlegel'de geçer. Ona göre modern, Yunan edebiyatına (Poesie) karşı bir tutumdur. Şair Novalis, zaman dizimsel ilerleyen bir anlatım biçiminin rahatsızlıęından söz eder. Ona göre her küçük parça bağımsız olarak kendi içinde bir bütün oluřturmalı. Romanda bütün türlerin üslupları farklı biçimde ortak bir ruhla bağlanmalı. Ayrımı, rüya gibi bağlantısız biçimde çağrıřımlar üzerine kurulmalı. Dięer bir deyişle Novalis, bilinçli olarak montaj teknięini edebi bir öęe düzeyine yükseltir. Roman kendi içinde kapalı ve katı kurallı olmamalıdır. Doęal olarak sonsuzluk ve bitmemişlik düşüncesi, iç ve dıř dünyanın içiçe geçmişlięi bu dönemde önem kazanmakta. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Jürgen H. Petersen: Der deutsche Roman der Moderne, Stuttgart, 1991 ve Helmut Koopmann: Deutsche Literaturtheorien zwischen 1880 und 1920, Darmstadt, 1997.

41 Gürsel Aytaç (1983), a.g.e., s. 62

42 Bu biçimsel özellik dilin gerçeęi yansıtmada yetersiz kaldıęını yarım bırakılan tümcelerden anlaşılır. Bu aynı zamanda okuyucunun hayal gücünü etkin kılan bir etmendir. Örneęin başı ya da sonu açık tümceler sayfa sı 'de kullanıldıęı gibi. Dil, alışılmışın dıřında canlı bir varlık gibi sıfatlar eklenmesiyle de deęişime uğramıştır. örneęin .uykularla uyumak. (s. 16) ya da "ölümünü öldü" (s. 15).

43 Bkz. Umberto Eco (1992), a.g.e.

44 Paris Sokaklarına ait bir çok betimlemeler Rilke'nin Salome'ye yazdıęı mektuplardan romana monte edilmiştir. Örn. s. 41 'de olduęu gibi, Bkz. Rainer Maria Rilke, a.g.e.

45 Judith Ryan, a.g.e., s. 64-65.

Modern romanların bilinç akımı, montaj, iç monolog gibi karmaşık biçimsel- içeriksel yapısı seçkin bir okuyucu kitlesine yönelik beklentilerin artmasını sağlamıştır. Bütün bunların sonucunda yeni bir okur tipi ortaya çıkmıştır. Robbe-Grillet'in de belirttiği gibi yazarın "okurdan istediği kapanmış, bitmiş, dolmuş bir dünyayı kabul etmesi değil, yaratışa onun da katılması sırasında eseri ve dünyayı onun da doğurması, kurması, böylece öz yaşamın kendisinin doğurup kurmayı öğrenmesidir"<sup>46</sup>. Okuyucu daha etkin kılınarak, yaratım sürecinin bir parçası durumuna getirmeye çalışılır. Rilke parantez içinde yaptığı açıklamalarıyla (s. 8, 21, 39, 40) doğrudan okuyucuya seslenerek kurgunun dışına çıkar. Böylece romandaki çelişik ve ikircikli öğeler, okurun metne karşı bir mesafe kazanarak yazarla bir düzlemde iletişim kurmasına yol açar. Yıldız Ecevit'in vurguladığı gibi modern okuyucu "tüketici değil yazarla üretici"<sup>47</sup> konuma dönüşmüştür. Diğer bir deyişle, okur yazarla birlikte romanın kurgu düzlemini ortak oluşturur. Bu bağlamda Eco'ya göre modern roman farklı biçimde okunabildiği için okuyucudan seçim özgürlüğü bekler<sup>48</sup>. Yazar bu açıdan okuyucunun etkin kılınması için onun, beklenti ve tutumlarını değiştirmeye çalışır. Şok, şaşırma, kurguya girmesi gibi öğelerin okuyucuya anlama gücünü çektirmesindeki amaç, okuyucunun romana kendini kaptırması değil, onu alışılmadık düşünce ve yaşam biçimlerine alıştırmaktır. Bu nedenle geleneksel romandaki yazar merkezli yaklaşımın yerini okur almıştır. Petersen'in işaret ettiği gibi ilk kez Rilke açık alımlamaya yönelik kapıları açmıştır<sup>49</sup>.

Bazı anlam ve göndermeleri doğrudan vermek yerine okuyucudan bunları bilmesi istenir. Rilke bazı sanatçıların adlarını belirtmeden onların kişilikleriyle ilintili göndermeler yapar. Örneğin sayfa 721'de Beethoven ya da sayfa 250'de Ibsen'den söz edilmesine karşın adları verilmez<sup>50</sup>. Yazar, okuyucunun bağlantı kurabileceği entelektüel bir beklenti içerisindedir. Modern romanların içeriksel ve biçimsel yapısındaki çok anlamlılık ve çok boyutluluk bilinçli bir okuyucuyu zorunlu kılmıştır.

Rilke'nin "Malte Laurids Brigge" adlı romanı motif, teknik, konu, şiirsel sembol dil ve biçim bakımından modern nitelikler taşımasıyla edebiyatta yeni bir çıkış açarak modern insanın varoluş sorununu çarpıcı biçimde yansıtmaktadır.

46 Alain Robbe-Grillet, a.g.e., s. 99.

47 Yıldız Ecevit, a.g.e., s. 43.

48 Bkz. Umberto Eco: Anlatı Ormanında Altı Gezinti, (Çev. Kemal Atakay), Can Yay., İstanbul, 1995, s. 9-60.

49 Bkz. Jürgen H. Petersen, a.g.e., s. 72

50 Bkz. Behçet Necatigil, a.g.e.

## KAYNAKÇA

- Aytaç, Gürsel: Çağdaş Alman Edebiyatı, Kültür ve Turz. Bak. Yay., Ankara, 1983. Aytaç, Gürsel: Çağdaş Türk Romanları üzerine İncelemeler. Gündoğan Yay.. Ankara, 1900.
- Balzer, Bernd u.a.(Hrsg.): Deutsche Literatur in Schlaglichtern, Mannheim u.a., 1990.
- Ecevit, Yıldız: Orhan Pamuk'u Okumak, Gerçek Yay., İst., 1996.
- Eco, Umberto: Açık Yapıt (Çev. Yakup Şahan), Can Yay., İst., 1992.
- Eco, Umberto: Anlatı Ormanında Altı Gezinti, (Çev. Kemal Atakay), Can Yay., İstanbul, 1995.
- Freud, Sigmund: Das Unbehagen in der Kultur. Frankfurt a. M., 1976.
- Jacobs, Wilhelm: Moderne Dichtung, Gütersloh, 1979.
- Koopmann, Helmut: Deutsche Literaturtheorien zwischen 1880 und 1920, Darmstadt, 1997.
- Lansfeld, Ludwig: Rainer Maria Rilke, in: Hermann Friedmann u.a. (Hrsg.), Deutsche Literatur im 20. Jh., Heidelberg, 1954.
- Menteşe, Oya Batum: Bir Düşün Yolculuğu, Bilkamat Yay., Ankara, 1996.
- Moran, Bema: Edebiyat Kuramları ve Eleştiri, Cem Yay., İstanbul, 1988.
- Necatigil, Behçet: Eklenmiş Açıklamalar, alıntılanan yapıt: Rainer Maila Rilke, Malte Laurids Brigge'nin Notları (Çev. Behçet Necatigil), M.E.B. Yay., Ankara.
- Petersen, Jürgen H.: Der deutsche Roman der Moderne, Stuttgart, 1991 ve Helmut Koopmann: Deutsche Lliteraturtheorien zwischen 1880 und 1920, Darmstadt, 1997.
- Rilke, Rainer Maria, Malte Laurids Brigge'nin Notları (çev.Behçet Necatigil), M.E.B. Yay., Ankara, 1989.
- Robbe-Grillet, Alain:Yeni Roman, (çev.Asım Bezirci), Ara Yay, İst., 1989.
- Ryan, Judith: Rainer Maria Rilke: Die Aufzeichnungen des Malte Laurids Brigg:e (1910), in: Paul Michael Lützel (Hrsg.), Deutsche Romane des 20.Jhs, Königstein, 1983.
- Sandberg, Beatrice: Der Roman zwischen 1910 und 1930, in: Helmut Koopmann (Hrsg.): Handbuch des deutschen Romans, Düsseldorf, 1983.
- Vietta, Silvio: Die literarische Modeme, Stuttgart, 1992 ve Jürgen H.Petersen: Der deutsche Roman der Modeme, Stuttgart, 1991.

**„Mein Jahr in der Niemandsbucht“: Ein Roman über nichts**

Der im Jahre 1994 erschienene Roman „Mein Jahr in der Niemandsbucht“ zählt mit seinen 1069 Seiten zu den umfangreichsten Romanen unserer Gegenwartsliteratur. In diesem Roman von Handke lassen sich noch immer die Spuren seiner Attacke gegen die Beschreibungsliteratur erkennen, denn Handke ist immer dagegen gewesen, in seinen Werken etwas zu zeigen, wie es ist. Auch in diesem Roman benutzt er einen Schreibstil, der beweist, dass die sogenannte Abbildliteratur ihm immer noch zu flach ist. Handkes Schreibweise bildet die Welt nicht ab und eignet sich die Welt nicht einfach an, sondern bezweckt, sie zu 'verwandeln' bzw. sie neu zu schaffen. Um dies zu erreichen, gebraucht Handke neue literarische Elemente wie z. B. Metafiktion und Intertextualität, da diese zu einer Betonung der Verweigerung der traditionellen und/oder realistischen Schreibweise beitragen, indem sie den Akt des Schreibens in all seinen Aspekten in den Vordergrund stellen. In diesem Sinne wird auch in diesem Roman in erster Linie vom Schreiben, Fiktionalisieren, von Fiktionen und vom Erzählen erzählt.

Nach Sigrid Löffler versuche Handke im Roman „Mein Jahr in der Niemandsbucht“ „ein universelles Erzählprogramm umzusetzen, die Summe aus seinen Büchern und seiner Welterfahrung zu ziehen und eine Zusammenfassung seines Weltgefühls zu geben.“<sup>1</sup> Tatsächlich wird im ganzen Roman Handkes eigene autobiographische Ästhetik ganz deutlich. Einerseits wird mehr als in seinen bisherigen Romanen und Erzählungen von Handkes eigenem Schicksal erzählt, andererseits werden die Formen und Prinzipien seiner Wahrnehmung auf eine umfassende Weise entwickelt.<sup>2</sup> Infolgedessen glaubt man immer wieder, hinter dem fiktiven Autor-Erzähler des Romans Handke selbst ausmachen zu können. Das kann freilich als eine spielerische Schreibtechnik Handkes betrachtet werden, denn Handke bedient sich gerne der Motive sowohl aus dem eigenen Leben als auch aus dem eigenen Schreiben. Genauso verhält es sich in „Mein Jahr in der Niemandsbucht“: Es wird von einem Schriftsteller-Leben erzählt, das sich aus Elementen von Handkes eigener Biographie speist.<sup>3</sup>

Mit Handkes früherer literarischer Schreibweise hat „Mein Jahr in der Niemandsbucht“ noch gemeinsam, dass er nicht auf 'Inhalt' gelesen werden soll. Denn wer den Roman auf Inhalt liest, der findet ohne Zweifel, dass sich im ganzen Roman

---

<sup>1</sup>Sigrid Löffler, „Anmaßend, lächerlich. Begeisternd!“, in: Die Woche, 25.11.1994, S. 5

<sup>2</sup>vgl. Ulrich Greiner, Peter Handke, „Mein Jahr in der Niemandsbucht - ein Märchen aus den neuen Zeiten“, in: Kulturchronik Nr.2, Nachrichten und Berichte aus der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1995, S. 23

<sup>3</sup>vgl. Sigrid Löffler, „Anmaßend, lächerlich. Begeisternd!“, S. 5

nichts ereignet. Um das Ereignis dieser Lektüre zu erkennen, soll der Leser des Romans die 'Verwandlungskunst' von Handkes Erzählen spüren.<sup>4</sup> Auf den Begriff der 'Verwandlung' im Werk wird gleich noch eingegangen. Aber es soll nochmals betont werden, dass, wie es auch ansonsten bei Handke üblich ist, das entscheidende Kriterium für den Leser nicht der Inhalt, sondern die Form ist. Darüber hinaus ist eine herkömmliche Inhaltsangabe des Romans sowieso nicht möglich. Da inhaltlich betrachtet kaum eine konkrete Handlung geschieht, ist der Roman auch nicht nacherzählbar. Hierzu meint Hermann Wallmann, "der Roman über nichts [sei hier] Ereignis geworden."<sup>5</sup> Das bestätigen auch Handkes eigene Äußerungen: "Ich wollte, daß es [...] in einer Tonlosigkeit durchgeht. Ich habe ja keinen Ton. [...] Mich hat die Idee von Flaubert geleitet, was ihm vorschwebte, sei ein Buch über nichts und wieder nichts."<sup>6</sup> Also gerade die Utopie des Erzählens ohne Handlung und ohne dramatischen Gegenstand war für Handke ein entscheidender Gesichtspunkt, von dem er ausging. Nicht eine inhaltliche Spannung sollte den Roman lenken, sondern eben aus dem Roman und aus dem Autor sollte die Bewegungsenergie wie von selbst kommen.<sup>7</sup> Genauso, so meint Wendelin Schmidt-Dengler, wolle Handke nun "nicht mehr predigen - kein Dogma, keine Thesen, keine Meinungen, nur um das pure Erzählen ginge es."<sup>8</sup>

Einen weiteren Aspekt, der für Handke noch wichtig war, kann man mit den Worten ausdrücken, die der französische Schriftsteller Albert Camus 1959 aus dem Tagebuch seines russischen Kollegen Boris Pasternak zitierte: "Die größten Werke auf der ganzen Welt behandeln zwar die verschiedensten Dinge, aber in Wirklichkeit erzählen sie uns ihre eigene Entstehung."<sup>9</sup> Tatsächlich erweist sich Handkes Roman als ein Roman über die Entstehung eines Romans, nämlich des Romans, den der Leser in Händen hält. Anders formuliert ist "Mein Jahr in der Niemandsbucht" zunächst der Bericht über die Niederschrift eines Romans, und zwar des Romans, den Gregor Keuschning sich vorgenommen hat. Berichtet wird also von einem Autor, der Gregor Keuschning heißt und ein Buch schreibt, das den Titel "Mein Jahr in der Niemandsbucht" trägt. Obwohl von einer dramatischen Handlung im traditionellen Sinne nicht die Rede sein kann, ist das Thema des Romans die Entstehung eines Buches mit dem Titel "Mein Jahr in der Niemandsbucht". Handke erzählt also in "Mein Jahr in der Niemandsbucht" die Entstehung eben dieses Werkes. Und diese Tatsache beweist uns, dass wir es an erster Stelle mit einem metafiktionalem Roman zu tun haben. Wie die meisten metafiktionalem Romane handelt auch dieses Buch von einem Roman in einem

4vgl. Adolf Haslinger, Verwandlung der Welt, Peter Handkes "Mein Jahr in der Niemandsbucht", in: Literatur & Kritik, Februar 1995, S. 88

5Hermann Wallmann, Der Däumling des Erzählens, in: Basler Zeitung, 23.12.1994, S. 9

6Volker Hage und Mathias Schreiber, Gelassen wär' ich gern, Gespräch, in: Der Spiegel 49, Hamburg 1994, S. 170 und S. 174

7vgl. Ulrich Greiner, Peter Handke, "Mein Jahr in der Niemandsbucht - ein Märchen aus den neuen Zeiten", S. 26

8Wendelin Schmidt-Dengler, Das Jahr des Herrn Handke, in: Falter Nr.50, 16.-22. Dezember 1994, Wien 1994, S. 26-27

9Volker Hage, Das Zittern der Gräser, in: Der Spiegel 45, Hamburg 1994, S. 243

Roman bzw. von jemandem, der einen Roman schreibt, deshalb sprechen wir hier von einer 'Fiktion über Fiktion', d. h. von der 'Metafiktion'.

Als Schauplatz haben wir im Roman einen Vorort von Paris im Jahr 1997. Das Buch ist im Jahre 1993 geschrieben, wie der abschließenden Datierung zu entnehmen, also haben wir es mit einer Art Zukunftsroman zu tun. Da aber dabei auch die Vergangenheit dargestellt wird, ist es möglich, dass wiederum der gegenwärtige Zeitpunkt des Schreibens (1993) und des Erscheinungsjahres (1994) erzählt wird. Letztendlich wird von der Berufung eines Schriftstellers in seiner Zeit berichtet. In dieser Pariser Vorstadt<sup>10</sup> "erhofft sich Gregor Keuschning, als Schriftsteller in einjähriger Abgesondertheit Klarheit zu gewinnen: über sich, sein Schreiben, [und über] die Prosa überhaupt."<sup>11</sup> Wie Jürgen Wolf behauptet, dass Paris in der europäischen Literatur eine besondere Rolle spiele,<sup>12</sup> ist es auch in diesem Roman gerade die Weltstadt Paris, die sich der Autor-Erzähler als idealen Arbeitsort auswählt.

Aber da er unter den Menschen nicht findet, was er eigentlich sucht, isoliert er sich in diesem Winkel von Paris und beschäftigt sich zunächst nur noch mit sich selbst. Dieser Ich-Erzähler ist derart auf sich selber angewiesen, auf sein Leiden an den Mängeln der Welt und auf seine Schwierigkeiten, sich zurecht zu finden.<sup>13</sup> Was aber dem Roman den eigentlichen Impuls gibt, ist die Tatsache, dass er dieses 'Im-Kreis-Irren' unbedingt überwinden will. Und so beginnt im Roman die lange Reise durch das Innere dieses Autors. An verschiedenen Stellen erfahren wir, dass ihm die Gegenstände des Erzählens abhanden kommen. Aber trotzdem ist er einer, der das Erzählen für die magische Seite des Sprechens hält.<sup>14</sup> Worüber so ein Autor schreiben kann, soll demnach etwas ganz Außergewöhnliches sein; er selbst nennt es 'Verwandlung'. Das Wort 'Verwandlung' ist deshalb als eine der wichtigsten Leitlinien im Werk zu sehen.

Schon eingangs berichtet der Ich-Erzähler von seiner sogenannten ersten Verwandlung: "Einmal in meinem Leben habe ich bis jetzt die Verwandlung erfahren."<sup>15</sup> Seine erste Verwandlung damals traf ihn als Todesurteil. Jetzt aber wartet er auf eine zweite Verwandlung, die er ohne Qual möchte. "Und anders als jene erste, die [ihn] hinterrücks befallen hatte, würde [er] sie diesmal selber in Gang setzen. Die zweite Verwandlung stand in [s]einer Macht. [...] Nichts Dramatisches wollte [er] dabei,

10vgl. ausführlicher: Şerife Doğan, Allgemeine Betrachtung zu Handkes Tausend-Seiten-Werk "Mein Jahr in der Niemandsbucht" - Ein Märchen aus den neuen Zeiten, in: Österreichische Literatur, Literatur aus Österreich, Tagungsbeiträge des Symposiums des Österreichischen Kulturinstituts Istanbul und der Universität Istanbul, Istanbul 1996, S. 271-282

11Hans Haider, Ein Scout kommt in die Jahre, in: Die Presse, Wien, 12.11.1994, S. 11

12vgl. Jürgen Wolf, Visualität, Form und Mythos in Peter Handkes Prosa, Westdeutscher Verlag, Opladen 1991, S. 52

13vgl. Anton Thuswaldner, Die Suche nach dem gesteigerten Wirklichkeitsgefühl, in: Salzburger Nachrichten, 26.11.1994, S. 13

14vgl. Fritz Rudolf Fries, Nachsommer in der Niemandsbucht, in: Freitag, 6.1.1995, S. 15

15Peter Handke, Mein Jahr in der Niemandsbucht, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1994, S. 11

rein eine Schritt für Schritt bestimmende Stetigkeit.“<sup>16</sup> Diese zweite Verwandlung sollte ihm also dabei endgültig die ‘Versöhnung’ bringen. Auch seine Einsamkeit und Isolierung schaffen die idealen Voraussetzungen für diese Wandlung. Und diese neuerliche Verwandlung wird schließlich zum Thema dieses Buches, was auch offen bekanntgegeben wird: “Die neuerliche Verwandlung bin ich entschlossen, hier in der Landschaft, als Ansässiger, zu betreiben. Ich weiß nicht, was ich für mein Unternehmen im einzelnen nötig habe, sicher jedoch keine Reise, jedenfalls keine große. [...] Der Aufbruch diesmal soll durch etwas anderes geschehen als durch ein Ortewechseln. Er ist schon geschehen, mit dem ersten Satz dieser Geschichte.”<sup>17</sup>

Dabei macht Handke selbst zur Verwandlung im Werk die folgende Bemerkung: “Ich habe die Verwandlung natürlich von Goethe übernommen. Aus seiner Schrift über die Metamorphosen der Pflanzen. [...] Andererseits verstehe ich die Verwandlung auch als einen schrecklichen, einen todesnahen Untergang, der entweder zum Untergang führt oder zu etwas anderem. [...] Die ganze Geschichte handelt davon, daß der Ich-Erzähler zwar halbwegs zufrieden ist mit seinem Leben und seiner Arbeit, aber trotzdem den Kontakt zur Gesellschaft und zu seiner Lebendigkeit verliert, vielleicht durch das Älterwerden. Er wünscht sich eine zweite Verwandlung, und möchte, daß diese zweite Verwandlung nicht so schreckhaft verläuft, sondern harmonisch, eben durch Arbeit, durch Erzählen. Er wünscht sich, daß durch ein neugefundenes Erzählen die Verwandlung eintritt, vielleicht nicht nur mit ihm selber. Warum nicht auch mit der Gegenwart, mit der zeitgenössischen Welt.”<sup>18</sup> Nachdem wir erfahren haben, dass das Projekt der Verwandlung das Buch selber ist, stellen wir im gesamten ersten Teil fest, dass “das Projekt des Künstlers [...] durch falsche Erwartungen und schiefe Gewissheiten wiederholt gestört [wird].”<sup>19</sup> Erst gegen Ende, im letzten Teil, wird klar, dass er den mit dieser zweiten Verwandlung einhergehenden Kampf in ihm besteht. Da die Verwandlung das Buch selbst ist, erzählt der Erzähler immer wieder von den verschiedenen Eigenschaften des jeweiligen Buches, das er sich wünscht, oder von dem er sich fernzuhalten vermag. Diese Äußerungen stellen meistens die “Meta-Ebene des Romans, d. h. die Darstellungsebene, wo sich das Buch selbst reflektiert”,<sup>20</sup> dar. Im ganzen Roman werden die Reflexionen des Erzählprozesses vom Autor-Erzähler zusammen mit erfundenen und fingierten Gegenständen dargestellt, so dass ein feines “Gewebe aus Fiktion und Metafiktion”<sup>21</sup> entsteht.

Zwar ist es an vielen Stellen schwierig, Fiktion und Metafiktion voneinander zu unterscheiden, aber schließlich steht fest, dass Gregor Keuschning ein fiktiver Autor-Erzähler ist, den Handke als Hauptfigur seines Romans auftauchen lässt, wo er mit allen

16ebd., S. 18

17ebd., S. 21

18Henning Burk, “Ich möchte leben im guten Sinne – höher, weiter.”, Gespräch, in: Frankfurter Rundschau, 31.12.1994, S. 15

19Martin Meyer, Mit der Welt versöhnt, in: Neue Zürcher Zeitung, S. 17

20Manfred Durzak, Peter Handke und die deutsche Gegenwartsliteratur, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart 1982, S. 54

21Volker Hage, Das Zittern der Gräser, S. 243

Regeln des Romans als eine literarische Gattung spielt. So scheint Gregor Keuschning vieles mit Handke gemeinsam zu haben: Vor allem ist er auch Schriftsteller und im Jahre 1997 -wie Handke- ein Mittfünfziger. Beide sind in Österreich geboren, beide haben ein Internatsleben geführt und beide haben Jura studiert, wobei es Keuschning gelungen ist, das Studium abzuschließen. Nachdem Keuschning als Jurist, Anwalt und Diplomat gearbeitet hat, wechselt er wie Handke vom ersten Beruf zum Schriftstellerberuf über. Auch er ist wie Handke an verschiedenen Orten der Welt ansässig geworden und lebt seit mehreren Jahren in Paris. Im Roman erfahren wir auch, dass verschiedene Bücher von ihm veröffentlicht worden sind. Beider Familienleben scheinen auch ähnlich zu sein: Große Probleme mit der Ehefrau, die zugleich Mutter des Kindes ist. Bei Keuschning scheint seine Beziehung zum Kind noch problematischer zu sein. Anders als Handke hat er keine Tochter, sondern einen Sohn, mit dem er so ernsthafte Probleme erlebt, dass es schließlich zur Entzweiung führt. Diese Vater-Sohn-Beziehung erinnert uns jedoch an Handkes eigene problematische Vater-Sohn-Beziehung. Da Handke nicht beim eigenen Vater, sondern bei einem Stiefvater aufgewachsen ist, mit dem er sich kaum verstehen konnte, lassen sich die Spuren von dieser Problematik eines gestörten und unglücklichen Familienlebens auch in diesem Roman erkennen. Hier wird die Zwiespältigkeit Keuschnings eindeutig klar: Einerseits wünscht er sich, eine eigene und glückliche Familie zu besitzen, andererseits aber möchte er sich von dieser Familie lösen. Ebenso sind seine Gefühle zur menschlichen Gesellschaft und zu seinen Freunden, von denen er erzählt. Obwohl es ihm gefällt, unter Freunden zu sein, zieht er es auch vor, allein zu bleiben, ihr Freund und Mitreisender “aus der Ferne”<sup>22</sup> zu sein und ihre Geschichten auf diese Weise zu erzählen.

In seinem Pariser Vorstadthaus und in dessen Umgebung imaginiert also Gregor Keuschning die ‘Geschichten’ seiner sieben Freunde. Diese sind der Sänger Emmanuel, der Leser, der Maler Francisco, die Freundin, der Architekt und Zimmermann Guido, der Priester und der Sohn Valentin. Sie alle sind in der Welt, d. h. durchwandern ferne Länder, pilgern über den Erdball. Und Gregor Keuschning reist ihnen in Gedanken nach, und zuweilen ist es, als reisten sie in seinem Auftrag. Wir können auch sagen, der Schriftsteller imaginiert diese fernen Freunde, deren Wege und Reisen. So schickt er sie auf Reisen und begleitet sie mit einer Erzählung. Die Freunde senden ihm dabei Informationen und Signale, die er dann in persönlichen Kapiteln zu literarischen Reiseberichten verknüpft.<sup>23</sup> Diese Freunde sind also fiktive Personen, die von ihm ausgewählt wurden. Er macht mit ihnen, was er will, schickt sie in alle Richtungen und ist dabei der Zuschauer, der sie dann auf ihren Reisen begleitet. Er übernimmt beim Schreiben immer die Rolle auch eines Zuschauers, der alles aufschreibt, was er sieht. An vielen Stellen des Romans sehen wir, dass seine diesbezügliche rhetorische Frage folgendermaßen lautet: “Konnte das Zuschauen nicht auch ein Handeln sein?”

22Peter Handke, Mein Jahr in der Niemandsbucht, S. 24

23vgl. Adolf Haslinger, Verwandlung der Welt, Peter Handkes “Mein Jahr in der Niemandsbucht”, S. 87

Zu den Freunden, deren Geschichten im Roman erzählt werden, äußert Handke sich selbst folgendermaßen: "Ich habe sie eher gesehen als Wunschfiguren, wo ich natürlich mitspiele, sonst könnte ich das überhaupt nicht erzählen. Es sind Leerformen, die in die Zukunft gerichtet sind. [...] Es sind Durchlaßfiguren, durch die der Leser durchgehen kann. [...] Es sind natürlich keine Charaktere, es sind auch keine psychologischen Gestalten. [...] Es sind konkretisierte Träume, die fragmentarisch ausgeführt sind."<sup>24</sup>

Mit diesem fiktiven Hintergrund kombiniert Handke das metafiktionale Gewebe im Roman. All das vom Erzähler fiktionale und Erzählte soll den Roman selbst ergeben, so dass die eingangs von Keuschning gewünschte 'Verwandlung' eintritt. Man soll dabei nicht außer acht lassen, dass der Roman zahlreiche romantische Züge enthält und in dieser Hinsicht als ein romantischer Roman bezeichnet werden kann. Neben der Ich-Bezogenheit und dem Ich-Realismus, neben der Irrationalität spielen die detaillierten Naturbeschreibungen als romantische Elemente eine Rolle. Der Autor geht zum Schreiben am liebsten in die Natur. Der Raum, in dem das Schreiben also vollzogen wird, ist daher meist ein Naturraum, und im ganzen Roman kehren diese Naturschilderungen leitmotivisch wieder. Die Tatsache, wieviel mehr Keuschning die 'Waldbucht', wo er seinen Roman schreibt, als die weltberühmten Sehenswürdigkeiten in Paris bedeutet, beweisen wohl seine folgenden Worte: "- was wollt ihr Spanier, Schweizer, Amerikaner, Schweden, dort unten im Zug, bei dem Schloß von Versailles? Hier ist es!"<sup>25</sup> „Nichts mehr etwa im prunkvollen Paris hatte meine Betrachtung nötig; hier dagegen in der Vorort-Bucht fast alles."<sup>26</sup>

Aber darüber hinaus, dass hier von einem romantischen Roman gesprochen werden kann, kann man auch behaupten, dass "Mein Jahr in der Niemandsbucht" durch den aus Fiktion und Metafiktion bestehenden Entwicklungsgang des Erzählers sowohl als ein Künstler- als auch als ein Entwicklungsroman im Sinne einer neuen Moderne bezeichnet werden kann: Denn am Ende des Romans stellt sich heraus, dass Gregor Keuschning es schafft, sich ein zweites Mal zu verwandeln, weil es ihm gelingt, durch ein neugefundenes Erzählen die Welt neu zu erfahren und gar zu erfinden. Wie er es sich gewünscht hat, ist daraus ein Buch geworden, das die Welt "neuweht". Infolgedessen findet bei ihm eine unmittelbare Aussöhnung mit der ganzen Welt statt, und er findet sich mit allen Dingen im Einklang. Mit der Welt versöhnt, schließt er den Roman auch mit einer großen Erlösung: Am letzten Tag des Jahres und zugleich seiner Arbeit des Schreibens feiert er ein großes Fest mit seinen aus aller Welt heimkehrenden Freunden, deren Leben in der Ferne er im Buch ausführlich erzählt hat.<sup>27</sup> Neben diesen sieben Freunden treffen auch weitere Freunde und Bekannte Keuschnings am Ende im Restaurant des 'kleinlichen Propheten', eines anderen Freundes von Keuschning, ein. In seinem Lokal endet also der Roman bei einem Freundschaftsmahl. Alle feiern hier das

<sup>24</sup>Henning Burk, "Ich möchte leben im guten Sinne – höher, weiter.", S. 15

<sup>25</sup>Peter Handke, Mein Jahr in der Niemandsbucht, S. 964

<sup>26</sup>ebd., S. 1026f.

<sup>27</sup>vgl. Gustav Seibt, Der sanfte Unmensch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 29.12.1994, S. 19

Fest der Freundschaft: "Die Sternfahrt ist beendet, die Geschichte ist erzählt, die Welt beinahe im Lot."<sup>28</sup> So beschreibt Thomas Steinfeld die Atmosphäre am Ende des Romans. Aber als einzige Ausnahme fehlt nur einer der Freunde, der Sänger Emmanuel. Der Grund dafür wird auch genannt: Er sei auf der Suche nach einem Text für sein letztes Lied verschollen. Ob dies jedoch gut ist oder nicht, kann man dem Text nicht so genau entnehmen. Deshalb scheint das Ende des Romans auf den ersten Blick offen zu sein. Aber eben dieses offene Ende, das eine Eigenschaft von vielen modernen und postmodernen Werken ist, soll den Leser dazu bringen, auf einer produktiven Weise die eigene Interpretation vorzunehmen. Für den Leser sind ja die notwendigen Hinweise dazu im Text schon vorhanden: Es steht wenigstens fest, dass es nach dem sogenannten 'Letzten Lied' Ruhe sein soll. Aber nicht der Schluss, sondern die ständige Suche nach etwas ist im Roman das Ziel des Autors, das er stets erreichen will. Deswegen ist es wohl möglich, dass der Autor seinen Freund Sänger Emmanuel als einzige Ausnahme nicht heimkehren lässt, weil er es gut findet, dass er sich immer noch auf der Suche befindet. Hätte der Sänger den Text gefunden, wäre auch seine Suche automatisch beendet. Für den Autor wäre es ebenso ein Ende, wenn sein Wunsch zum Schreiben fehlen würde. Und eben dies ist das Wichtigste, was der Autor zu vermeiden versucht. Er will, dass die Suche nach etwas kein Ende nimmt und immer existiert. Darauf scheint auch Ulrich Greiner zu bestehen: "Die Freunde und der Autor treffen sich in einem Gasthaus des Vororts, nur der Sänger Emmanuel fehlt, verschollen auf der Suche nach dem 'letzten Lied'. Hätte er es gefunden, hätte dieses Buch nicht geschrieben werden müssen."<sup>29</sup>

Darauf, dass wir es hier mit einer Art Entwicklungsroman zu tun haben, deutet zugleich der weiße Schutzumschlag des Buches hin.<sup>30</sup> Hier sieht man eine buchtähnliche Linie bzw. Spur wie im frischen Schnee; es sind Vogeltritte. Schnee hat für Keuschning eine besondere Bedeutung: Der Schnee verdeckt alles Schlechte und Böartige. Infolgedessen kommt eine saubere und neue Welt zum Vorschein. Für Keuschning ist dieser ideale Lebens- und Schreibort, den er 'Niemandsland' nennt, sauber und rein. Hier existiert eine neue Welt, die noch nicht entdeckt und zerstört ist, und wo nur die Spuren eines Vogels auf dem Schnee zu sehen sind: Dieses Bild zeigt sich im Text folgendermaßen: "Neue Welt: Wie das Gehen auf einer Straße im Neuschnee, wo noch niemand unterwegs war als ein kleiner Vogel?"<sup>31</sup> Neben der wie nach der Natur gezeichneten Vogelspur auf der Buchvorderseite, die die 'Neue Welt' repräsentiert, offenbart ähnlicherweise die Buchrückseite die 'Alte Welt': Hier beginnt sie mit einer Linie mittelalterlicher Steinmetzzeichen, die im Gegenteil zur Vorderseite nicht natürlich und harmonisch, sondern künstlich und mechanisch aussieht. Der Kommentar, der diesbezüglich in das Romangewebe gesetzt ist: "Das dichte Muster von

<sup>28</sup>Thomas Steinfeld, Das Krokodil in meinem Herzen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12.11.1994, S. 21

<sup>29</sup>Ulrich Greiner, Peter Handke, "Mein Jahr in der Niemandsbucht - ein Märchen aus den neuen Zeiten", S. 26

<sup>30</sup>vgl. Hans Haider, Ein Scout kommt in die Jahre, S. 11

<sup>31</sup>Peter Handke, Mein Jahr in der Niemandsbucht, S. 1034

Kerben rund um den Sockel: Stellte das nun die Steinmetzzeichen dar, oder nicht eher Vogeltritte, die Vorderzehen als ausgeprägtes V, die eine Hinterzehe als bloßer Wischstrich, [...]?"<sup>32</sup> Sowohl die Vorder- als auch die Rückseite symbolisieren also zusammen die alte und die neue Welt bzw. die alten und neuen Zeiten, die im Untertitel des Romans auch erwähnt werden. Dies sind konkrete Zeichen eines Entwicklungsganges, der im Roman vollzogen wird.

Was hinter den Begriffen alte und neue Welt bzw. Zeit steckt, sei hiernach genauer zu erklären: Es ist bereits bekannt, dass Handke "seit Jahren eine Sprache der Begriffe [bekämpft], die unsere Welt bedenkenlos in Meinungen verfestigt."<sup>33</sup> Für ihn ist es ein großes Übel unserer Zeit, dass mithilfe solcher Begriffe eine hurtige Sprachvermarktung unserer Wirklichkeit vollzogen wird. Dieses Problem weiß er aber nur durch das künstlerische Schreiben und durch das offene Erzählen zu überwinden. Denn seiner Ansicht nach kann nur so ein Schreiben und/oder Erzählen unsere tägliche Welt verzaubern und verwandeln.<sup>34</sup> So beruht die wirkliche Aufgabe des Künstlers nach Handke darin, dass er mit Hilfe seines künstlerischen Tuns die Wahrnehmungsformen so erneuert, dass sich die Weltanschauung der Menschen verändert. Handke selbst fügt hinzu, ihm komme es so vor, als habe er mit diesem Buch zu der Literatur, die es schon gibt, etwas hinzugefügt.<sup>35</sup>

In diesem Sinne ist neben dem Begriff 'Verwandlung' auch der Begriff 'Neue Welt' eine wichtige Leitlinie. Im ganzen Roman spricht Keuschning von einer sogenannten 'Neuen Welt', die erst mit dem Vollenden des Romans bzw. seiner zweiten Verwandlung klarer wird. Was die Weltanschauung der Menschen verändert, wird hier als 'Neue Welt' repräsentiert. Diese 'Neue Welt' kann als ein neues Wirklichkeitsgefühl verstanden werden, das dem Leser durch eine neue Schreib- und Erzählweise vermittelt wird. Sie ist also nichts anderes als die Verwandlung unserer alltäglichen Welt in Poesie.<sup>36</sup> Die 'Welt als Fiktion' und die 'Fiktion als Welt' - wenn man alles auf diese Art und Weise wahrnehmen kann, dann wird, so wird uns im Roman zu verstehen gegeben, auch die 'Neue Welt' hervorgebracht worden sein. Handkes Realismus, den er in diesem Roman darstellt, ist eine Art Realismus des Märchens,<sup>37</sup> der Phantasie, der Poesie und der Fiktion. Denn die Tatsache, die dahinter steckt, ist ein Freiphantasieren, das für ein präzises und sensibles Wahrnehmen unserer alltäglichen Welt die erste Voraussetzung darstellt.<sup>38</sup> Nach Handke soll also die Phantasie an die Macht. Und damit

32ebd., S. 816

33Adolf Haslinger, Verwandlung der Welt, Peter Handkes "Mein Jahr in der Niemandsbucht", S. 88

34vgl. ibid

35vgl. Volker Hage und Mathias Schreiber, Gelassen wär' ich gern, S. 176

36vgl. Adolf Haslinger, Verwandlung der Welt, Peter Handkes "Mein Jahr in der Niemandsbucht", S. 88-89

37Man bedenke dabei auch an den Untertitel des Romans "Mein Jahr in der Niemandsbucht": Ein Märchen aus den neuen Zeiten

38vgl. Adolf Haslinger, Verwandlung der Welt, Peter Handkes "Mein Jahr in der Niemandsbucht", S. 88-89

dies erreicht wird, versucht er hier, die Welt im Wort aufzuheben, und zwar auf eine Art und Weise, die über das Erzählen hinausgeht, und zu einer eigenartigen Mischform führt, wo sich Reflexion und Imagination verbinden.<sup>39</sup> Einerseits lässt er die Reflexion über das Erzählen aufgehen, so dass wir von einem 'Erzählen der Reflexion' sprechen können,<sup>40</sup> andererseits bringt er die Imagination, Phantasie und Fiktion zu diesem 'Erzählen der Reflexion' herein. Die Mischform, die daraus entsteht, ergibt somit keinen herkömmlichen Roman mehr, sondern eine neue Romangattung, die in der neueren Literaturforschung 'Metafiktion' genannt wird.

Wie man sieht, ist der Roman "Mein Jahr in der Niemandsbucht" zu einem umfangreichen Werk nicht aus der Fülle der Ereignisse, sondern aus philosophischen Gründen gewachsen. Anton Thuswaldner erkennt darin einen faustischen Hintergrund. So sei nicht die inhaltliche, sondern die gedankliche Basis des Werkes von besonderer Bedeutung: "Wichtiger als das, was sich auf der Oberfläche ereignet, ist das, was die Welt in ihrem Innersten zusammenhält."<sup>41</sup> Im Zentrum dieser faustischen Frage steht nach Handke das Abenteuer des Schreibens: "Ich glaube, das Schreiben ist mein Abenteuer, und ich finde, daß das Schreiben für mich [...] ein wunderbares Abenteuer ist, und mich drängt's, dieses Abenteuer zu erzählen. Und mir kommt vor, daß jeder, der von seinem Abenteuer erzählt, so wie ich [unter anderem] vom Schreiben: der gibt dem Leser seine Abenteuer, die er hat, mit seinen Problemen im Leben, zu bedenken."<sup>42</sup>

Obwohl es von manchen nicht akzeptiert und als eine große Gefahr und Irrtum gesehen werden kann,<sup>43</sup> zeigt er im Roman die Schrift als Herz der Welt: "Herz der Welt, die Schrift."<sup>44</sup> Er gibt offen bekannt, dass er genauso zu erzählen vermag, wie jeder erzählt, wie seine Abenteuer mit dem sind, was er macht.<sup>45</sup>

"Mein Jahr in der Niemandsbucht" ist nicht Handkes erstes Buch, das von einem Buch handelt, in dem ein Buch vor einem Buch steht. Auch in "Die Hornissen" (1966) "vermischt sich eigenes Erlebnis mit dem verschollenen Buch, und das ergibt dann das, was "Die Hornissen" heißt."<sup>46</sup> Nach Handke ist es eine ganz natürliche Sache: "Das unmittelbare schriftliche Erzählen entspricht mir nicht; und ich finde es auch spannend. Es ist vielleicht der letzte Mythos, der übriggeblieben ist: das verschollene Buch, das unsichtbare Buch, das im sichtbaren Buch mitspielt. Lange Zeit habe ich das als eine Unfähigkeit von mir angesehen, nicht draufloserzählen zu können. Im Laufe des letzten Jahrzehnts habe ich gemerkt, daß das eine Grundlage des modernen Schreibens ist."<sup>47</sup>

39vgl. Günther Grack, Der Dichter in der Vorstadt, in: Der Tagesspiegel, 3.12.1994, S. 3

40vgl. Hermann Wallmann, Der Däumling des Erzählens, S. 9

41Anton Thuswaldner, Die Suche nach dem gesteigerten Wirklichkeitsgefühl, S. 13

42Henning Burk, "Ich möchte leben im guten Sinne - höher, weiter.", S. 15

43vgl. Michael Serrer, Das Ich wird Epos, in: General-Anzeiger für Bonn, 3.12.1994, S. 7

44Peter Handke, Mein Jahr in der Niemandsbucht, S. 926

45vgl. Volker Hage und Mathias Schreiber, Gelassen wär' ich gern, S. 172

46Henning Burk, "Ich möchte leben im guten Sinne - höher, weiter.", S. 15

47vgl. ibid

Mit dieser Grundlage des modernen Schreibens meint Handke die metafiktionale Schreibweise. Sie wird im allgemeinen als ein Hauptelement der postmodernistischen Literatur anerkannt. Aber Handke verweist inzwischen auf eine gewisse Änderung an seiner Literaturlauffassung: In einem Gespräch gibt er zu, dass er auch im Sinne einer neuen Moderne loslegen und ohne all die postmodernistischen Ideologien universell werden will.<sup>48</sup> Außerdem fügt er hier hinzu, dass er noch nicht bei seinem Altersstil angelangt sei, und dass sich aber in diesen Jahren an seiner Literatur doch einiges geändert habe. Anders als junger Schriftsteller, als er Sartre kritisierte, weil er eine Sprache klar wie Glas verlangte, ist er heute soweit, dass er zwar eine Sprache klar wie Glas immer noch nicht schätzt, aber doch die sprachliche und rhythmische Durchlässigkeit.<sup>49</sup> Die Sprache soll also nicht abbilden, wie die Gegenstände sind, aber trotzdem so durchlassen, dass man etwas sehen und erkennen kann. Das stellt sicher eine neue Entwicklungsstufe in Handkes Werk dar und gibt uns einen Hinweis auf seine folgenden Arbeiten. Auch in Zukunft will Handke nicht beschreiben, sondern mit Hilfe von Beschreibungen erzählen.<sup>50</sup> Seine neue Tendenz zu einer solchen Schreibweise wird in „Mein Jahr in der Niemandsbucht“ erkennbar. Es gibt viele Stellen, an denen etwas nicht analog abgebildet und beschrieben, sondern mit Hilfe von Beschreibungen erzählt wird. Wegen solcher verschiedenartiger Eigenschaften wird dieser Roman von der deutschen Literaturkritik als eine seltene Ausnahme und als ein existentielles Buch bezeichnet, „das in einem Grenzbereich angesiedelt ist, in dem die herkömmlichen Begriffe nicht tragen.“<sup>51</sup>

#### Literatur

- Burk, Henning: „Ich möchte leben im guten Sinne - höher, weiter.“, Gespräch. In: Frankfurter Rundschau, 31.12.1994, S. 15.
- Doğan, Şerife: Allgemeine Betrachtung zu Handkes Tausend-Seiten-Werk „Mein Jahr in der Niemandsbucht“ - Ein Märchen aus den neuen Zeiten. In: Österreichische Literatur, Literatur aus Österreich, Tagungsbeiträge des Symposiums des Österreichischen Kulturinstituts Istanbul und der Universität Istanbul, Istanbul 1996, S. 271-282.
- Fries, Fritz Rudolf: Nachsommer in der Niemandsbucht. In: Freitag, 6.1.1995, S. 15.
- Grack, Günther: Der Dichter in der Vorstadt. In: Der Tagesspiegel, 3.12.1994, S. 3.
- Greiner, Ulrich: Peter Handke, „Mein Jahr in der Niemandsbucht - ein Märchen aus den neuen Zeiten“. In: Kulturchronik Nr.2, Nachrichten und Berichte aus der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1995. S. 23-26.

<sup>48</sup>vgl. Volker Hage und Mathias Schreiber, Gelassen wär' ich gern, S. 172

<sup>49</sup>vgl. ebd., S. 176

<sup>50</sup>vgl. dazu: ebd., S. 172

<sup>51</sup>Anton Thuswaldner, Die Suche nach dem gesteigerten Wirklichkeitsgefühl, S. 13

- Hage, Volker ; Schreiber, Mathias: Gelassen wär' ich gern, Gespräch. In: Der Spiegel 49, Hamburg 1994, S. 170-176.
- Hage, Volker: Das Zittern der Gräser. In: Der Spiegel 45, Hamburg 1994, S. 242-243.
- Haider, Hans: Ein Scout kommt in die Jahre. In: Die Presse, Wien, 12.11.1994, S. 11.
- Haslinger, Adolf: Verwandlung der Welt, Peter Handkes „Mein Jahr in der Niemandsbucht“. In: Literatur & Kritik, Februar 1995, S. 87-89.
- Löffler, Sigrid: „Anmaßend, lächerlich. Begeistert!“ In: Die Woche, 25.11.1994, S. 5.
- Meyer, Martin: Mit der Welt versöhnt. In: Neue Zürcher Zeitung, S. 17.
- Schmidt-Dengler, Wendelin: Das Jahr des Herrn Handke. In: Falter Nr.50 vom 16.-22. Dezember 1994, Wien 1994, S. 26-27.
- Seibt, Gustav: Der sanfte Unmensch. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 29.12.1994, S. 19.
- Serrer, Michael: Das Ich wird Epos. In: General-Anzeiger für Bonn, 3.12.1994, S. 7.
- Steinfeld, Thomas: Das Krokodil in meinem Herzen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12.11.1994, S. 21.
- Thuswaldner, Anton: Die Suche nach dem gesteigerten Wirklichkeitsgefühl. In: Salzburger Nachrichten, 26.11.1994, S. 13.
- Wallmann, Hermann: Der Däumling des Erzählens. In: Basler Zeitung, 23.12.1994, S. 9.
- Wolf, Jürgen: Visualität, Form und Mythos in Peter Handkes Prosa, Opladen: Westdeutscher Verlag, 1991.

### Eine Möglichkeit zur Repräsentation vom sprachlichen Wissen im Bereich der künstlichen Intelligenz

Wie verstehen wir die Bedeutungen von Sätzen? Was geht in unseren Köpfen vor, wenn wir etwas hören, lesen oder sprechen? Wie ist es möglich das sprachliche Wissen in der Künstlichen Intelligenz zu repräsentieren? "Eine maschinelle Sprachanalyse benötigt Kenntnisse über alltägliche oder fachliche Tatsachen (z.B. physikalische, chemische, mathematische Tatsachen) und Verwendungsregeln dieser Kenntnisse."<sup>1</sup> Eine "formale Darstellung dieser Art von Kenntnissen (möglicherweise in einer maschinenlesbaren Form) wird Wissensrepräsentation genannt."<sup>2</sup>

G. Frege meint, daß "die Gesamtbedeutung eines Satzes in funktionaler Abhängigkeit von den Bedeutungen seiner wohlgeformten Teile beschreiben läßt."<sup>3</sup> Das "Kompositionsprinzip" setzt also eine syntaktische Analyse voraus. Auf diese Weise kann man die Satzbedeutung erhalten, aber nicht die Äußerungsbedeutungen.

Als erstes können wir versuchen diese Fragen zu beantworten, indem wir die materielle Seite der Sprache untersuchen. Die Prozesse, die beim Hören oder Lesen einer Sprache sich vollziehen sind äußerst komplex. Dennoch kann man inzwischen die Hauptvorgänge erklären. Sowohl die visuellen Wahrnehmungen, die über die Retina; als auch die akustischen Wahrnehmungen (Schallwellen), die über die Cochlea (Schnecke des Innenohrs) ununterbrochen über die Nervenbahnen ins Gehirn weitergeleitet werden, werden in Zusammenarbeit verschiedener Zentren (nicht nur Sprachzentren!) bearbeitet. Im Falle des Sprechens wird die Motorik in Gang gesetzt, die die Sprechwerkzeuge steuert.

Eine zweite Möglichkeit zur Analyse von Bedeutungen besteht darin, daß man die psychologische Seite der Sprache heranzieht. Welche Faktoren beeinflussen uns beim Sprechen, Hören und Verstehen? Warum mißverstehen wir uns?

Jede semantische Untersuchung der Sprache muß den kommunikativen Prozeß berücksichtigen, weil die Sprache immer in einen Kommunikationszusammenhang eingebettet ist. Damit eine Kommunikation stattfinden kann, müssen einige Bedingungen wie Sender – Empfänger, Kanal (akustisch, optisch, taktile ...), und vor allem ein gemeinsamer Code vorhanden sein. Sprecher-A und Hörer-B müssen dieselbe Sprache sprechen. Jeder Sprecher bringt sein eigenes Weltwissen ins Gespräch mit. Also müssen die kommunizierenden Personen auch eine gemeinsame Erfahrungswelt haben. Diese gemeinsame Erfahrungswelt ist unter anderem

---

1 S. Özbent (1991), S. 117

2 M. Wettler (1989), S. 317, In: Batori / Lenders

3 H. Bußmann (1990), S. 402

ausschlaggebend für das Gelingen eines Sprechakts in einer bestimmten Situation, wobei sehr viele soziale Faktoren als auch gesellschaftliche Normen wirksam sind. Viele Programme, die sich die Probleme der Bedeutungsrepräsentation als Aufgabe gestellt haben, befaßten sich mit dem Verstehen einzelner Sätze. Die menschliche Sprachverwendung geschieht aber immer in einem Kontext, wir verwenden das Vorausgegangene zur Interpretation des Gegenwärtigen und lernen jedesmal etwas dazu. Die kognitiven Strukturen und Prozesse, die das Verstehen ermöglichen können nicht voneinander getrennt werden. Betrachten wir die folgenden Sätze:

“Das Mädchen liest ein Buch, weil es krank ist.”

“Das Mädchen liest ein Buch, weil es spannend ist.”

Jeder kompetente Sprecher des Deutschen wird das Pronomen “es” im ersten Satz als “das Mädchen” und im zweiten Satz als “das Buch” interpretieren. Um die Sätze richtig verstehen zu können brauchen wir einerseits grammatische Kenntnisse über die Syntax des Deutschen. Wir wissen, daß das Pronomen “es” im Nebensatz sich auf ein Subjekt oder ein des Hauptsatzes beziehen kann. Andererseits wissen wir aus Welterfahrung, daß das Pronomen “es” im ersten Satz sich auf “das Mädchen” bezieht, weil ein Mensch Lebewesen ist und krank sein kann und ein Buch nicht. Im zweiten Satz bezieht sich das Pronomen “es” auf das Buch, weil ein Buch spannend sein kann.

Es sind folgende Probleme festzuhalten:

- 1) Man kann die Aspekte der Sprache voneinander nicht trennen.
- 2) Die Verwendung des sprachlichen Wissens eines Menschen kann von seiner Verwendung anderen Wissens nicht getrennt werden.
- 3) Man kann ein Programm beim gegenwärtigen Stand der Technologie nicht mit all den Kenntnissen ausstatten, die ein Mensch in eine Unterhaltung einbringt.

Aus diesen Gründen können Wissensrepräsentationen in der Künstlichen Intelligenz nur kleine Bereiche des menschlichen Wissens darstellen. Es werden Expertensysteme zur Lösung von ganz bestimmten Problemen erstellt. Zu diesem Zweck werden z.B. Mikrowelten erstellt. Ein Beispiel hierzu ist das Programm “SHRDLU” von Terry Winograd (1972).

Dieses Programm wurde in der Computersprache “LISP”<sup>4</sup> (der logische Teil in PLANNER) geschrieben. Es wird eine simulierte Roboterwelt auf einen Bildschirm übertragen, wobei der menschliche Benutzer mit einem Fernschreiber an dieses System verbunden ist. In dieser Mikrowelt existieren auf einem Bildschirm bunte Spielzeugblöcke, Pyramide auf einem Tisch und eine Kiste, in die Gegenstände hineingesetzt werden können. Dieser Roboter hat einen einfachen Arm, womit er die Gegenstände bewegen kann. Es ist nicht dazu geschrieben worden, um einen wirklichen Roboter tatsächlich zu bewegen. Im Verlauf des Dialogs kann man ihn Gegenstände

4 LISP (List Processing) für nichtnumerische Aufgabenstellung entwickelte höhere Programmiersprache (Interpretersprache; nach Falkner Reinhold). Liste in LISP: Funktionszeichen + Argumente dieser Funktion ....

bewegen lassen. Er kann Blöcke aufeinander stapeln, z.B. einen Turm bauen und Gegenstände in die Kiste stellen. Man kann das Programm über die aktuelle Gruppierung der Blöcke auf dem Tisch, die Ereignisse, die sich im Verlauf des Dialogs vollzogen haben und in begrenztem Ausmaß auch seine Schlußfolgerungen erfragen. Dem System können einfache Tatsachen mitgeteilt werden, die seinem Wissensspeicher hinzugefügt werden, damit sie bei späteren Folgerungen benutzt werden können. Der Computer ist ein aktiver Teilnehmer, der Veränderungen in seiner Spielzeugwelt vornehmen und diese auch erörtern kann. Man kann die Sprache über ihre Verwendung innerhalb eines physikalischen Rahmens (Gegenstände), Ereignisse und fortlaufenden Diskurses untersuchen.

Programmteile von “SHRDLU”:

- 1) Syntaktisches Programm (umfangreiche Grammatik des Englischen)
- 2) Semantische Routinen (Sie stellen die Art von Wissen dar, die man für die Interpretation von Bedeutung und Strukturen der Wörter braucht.)
- 3) Ein kognitives deduktives System (Es vermittelt die Folgerungen von Tatsachen. Außerdem stellt es Strategien auf, um Befehle auszuführen und Antworten auf Fragen zu finden.)
- 4) Eine Menge von Programmen zur Generierung angemessener englischer Antworten.

Man bringt das Wissen in Form von Programme, diese können wiederum explizit mit verschiedenen Teilen des Wissens des Systems in Verbindung gebracht.

Bevor wir der Frage nachgehen, wie natürliche Sätze in Form einer semantischen Repräsentationssprache wiedergegeben werden können, brauchen wir Informationen über die Organisation des Wissens im menschlichen Gedächtnis. Der Begriff “Gedächtnis” hat zwei Verwendungen. “Einerseits die Fähigkeit, sich etwas bewußt oder unbewußt zu merken und zumindest zeitweilig als Grundlage für spätere Verwendung zu behalten; andererseits ist das Gedächtnis der Ort, wo diese Information gespeichert wird.”<sup>5</sup> Es wird zwischen dem Kurzzeitgedächtnis (KZG) und Langzeitgedächtnis (LZG) unterschieden. Die verschiedenen Sinnenswahrnehmungen oder psychischen Vorgänge müssen vom Gedächtnis so umgewandelt und organisiert werden, so daß sie sinnvoll aufeinander bezogen werden können. Das Gedächtnis muß wohl sehr unterschiedliche Informationen auf unterschiedlicher Weise speichern können. Begriffe sind unentbehrliche Teile des Wissens. Wenn ein neuer Begriff gelernt wird, wird sie nach bestimmten semantischen Eigenschaften einer vorhandenen Struktur bzw. Klasse zugeordnet.

Verschiedene Assoziationsexperimente haben gezeigt, daß begriffliches Wissen im Gedächtnis nicht isoliert existiert, sondern mit anderen Begriffen in Beziehung steht und eine Hierarchie bildet. In einem psychologischen Experiment<sup>6</sup> gab man den

5 H. Wode (1988), S. 74

6 M. Wettler (1980), S. 9

Versuchspersonen zehn sinnlose Silben zum Lernen. Bei diesem Experiment stellte sich heraus, daß die Versuchspersonen zum Erlernen von zehn sinnlosen Silben sehr viel mehr Zeit benötigten, als bei sehr viel längeren sinnvollen Texten. Sie konnten den Inhalt von längeren Texten bereits nach einmaligem Lesen richtig rezipieren und wiedergeben.

Es gibt zwischen den Begriffen starke Verbindungen (wie z.B. Fisch – Wasser) oder schwache Verbindungen (wie z.B. Pinguin – Vogel), aber auch unmögliche Verbindungen (wie z.B. Rose – Maus). Man kann annehmen, daß inhaltlich eng zusammenhängende Begriffe gleich oder ähnlich repräsentiert werden müßten. Es wird heute zwischen "syntagmatischen" und "paradigmatischen" Assoziationen unterschieden. "Bei syntagmatischen Assoziationen nehmen Reiz- und Reaktionswort in der Sprache normalerweise aufeinanderfolgende Positionen ein; Beispielsweise hierfür sind die Paare 'blau – Meer', 'Mensch – arbeiten' usw. Bei paradigmatischen Assoziationen nehmen Reiz und Antwort im Satz normalerweise die gleiche Position ein und sind ersetzbar; Beispiele hierfür sind die Paare 'Mann – Frau', 'blau – rot', 'Ziege – Tier'." S. M. Ervin (1961) konnte nachweisen, daß Kinder im Vergleich zu Erwachsenen mehr paradigmatische und weniger syntagmatische Assoziationen produzieren.

Russel & Meseck haben in ihrer Untersuchung im Jahr 1959 die Assoziationen deutscher, französischer und amerikanischer Versuchspersonen verglichen, indem man ihnen gleiche Wörter in der jeweiligen Sprache vorgab. Es zeigte sich, daß die Assoziationen sich verblüffend ähnlich waren (siehe Tab.1). "Dies ist ein Hinweis dafür, daß beim Assoziieren ablaufende Prozesse und die Relationen zwischen Wörtern im LZG nicht nur für eine einzelne Sprache spezifisch sind."<sup>8</sup> Die Resultate, die durch Assoziationstests erhalten wurden, müssen natürlich vorsichtig bewertet werden. Sie sagen uns zwar, daß diese Begriffe miteinander etwas zu tun haben, aber über die Relationen dieser Begriffe wissen wir nichts. Doch können wir annehmen, daß eine Art Vernetzung existiert.

Reizwörter	Antworten		
	Deutsch	Französisch	Englisch
Tisch, table, table	29 Stuhl	53 chaise	84 chair
dunkel, sombre, dark	44 hell,e	45 clair	83 light
Musik, musique, music	9 Ton, Töne	16 note,s	18 song,s
Krankheit, maladie, sickness	15 Gesundheit	10 sante	38health
tief, profond, deep	49 hoch	12 creux	32shallow
weich, mou, soft	39 hart	39 dur	45hard
Essen, manger, eating	23 trinken	39 boire	39food

7 M. Wettler (1980), S. 9

8 M. Wettler (1980), S. 23

Berg, montagne, mountain	35 Tal	13 plaine	27hill,s
schwarz, noir, black	48 weiß	41 blanc	25white
hand, main, hand	20 Fuß	25 pied,s	26foot,(ee)
kurz, petit, short	53 lang	48 grand	40tall
Stuhl, chaise, chair	20 Tisch	24 table	50table
süß, doux, sweet	39 sauer	11 dur,e	44sour
Brot, pain, bread	20 essen	11(et)vin	61butter
Frau, femme, woman	40 Mann	26 homme	64man(e)
hart, dur, hard	42 weich	30 mou,s	67 soft

Tab. 1 Assoziationsnormen deutscher, französischer und amerikanische Vpn nach Russell & Meseck (1959)

Eine interessante Untersuchung über die inhaltlichen Zusammenhänge der Begriffe wurde 1963 von Guiliano durchgeführt. Er nimmt die These von Harris (1954), daß Wörter, die normalerweise in gleichem oder ähnlichen Kontext auftreten, auch ähnliche Bedeutungen als Grundlage haben. Er untersuchte die einzelnen Wörter nach ihrem Vorkommen in verschiedenen Kontexten und entwickelte analoge Netzwerke. Jedes Netz repräsentiert einen analysierten Text. Es sind komplizierte, fest verdrahtete elektrische Netze. Jeder Verbindungsknoten zwischen den Leitungen steht für ein Inhaltswort.

M. Wettler ist der Meinung, daß "semantische Netzwerke Beziehungen zwischen Wörtern oder zwischen Begriffen" beschreiben und "als Modell des im Langzeitgedächtnis gespeicherten Wissens betrachtet werden"<sup>9</sup> können. Semantische Netze dienen zur Repräsentation von Weltwissen. "Einfache semantische Netze sind – formal gesehen – eine notationale Variante der Prädikatenlogik."<sup>10</sup> (Bsp.: "Gisela weint." Schreibweise in Prädikatenlogik: weinen(Gisela) formaler ausgedrückt: weinen(x) / "Hans schenkt Gisela Blumen" in Prädikatenlogik: schenken(Hans, Gisela, Blumen) formaler ausgedrückt: schenken(x,y,z)) Semantische Netzwerke werden als gerichtete Graphen, deren Knoten und Kanten mit linguistischen oder metalinguistischen Einheiten versehen sind definiert. Knoten (engl. = nodes) werden durch Punkte, Kreise, Kästen oder Klammern dargestellt. Kanten (egl. = arcs oder links) sind gerichtete Pfeile oder vertikal angeordnete Beziehungen. "Während die Knoten in der Regel konzeptuelle Information repräsentieren, stellen die Kanten Relationen zwischen den Knoten dar. Die durch eine Kante ausgedrückte Relation wird als Etikett an die Kante geschrieben."<sup>11</sup>

1967 entwickelte Ceccato Quillian die ersten semantischen Netze. Diese semantischen Netze sind Wortkonzepte. Jeder Knoten steht für einen Begriff im LZG und ist durch einen Zeiger miteinander verbunden. So stellt sich die Bedeutung eines

9 M. Wettler (1980), S. 36

10 H. Bußmann (1990), S. 675

11 J. Handke (1989), S. 293

Begriffs aus der Summe seiner durch Kanten miteinander verbundenen Knoten zusammen. Er unterscheidet drei Verbindungsarten zwischen den Knoten. Ein Begriff kann mit seinem Oberbegriff in einer assoziativen Verhältnis stehen oder ein Begriff kann durch eine bestimmte Verbindung durch ein Adverb oder Adjektiv modifiziert werden. Es können zwei Wörter durch eine jeweils spezifizierte Relation miteinander in Beziehung stehen ( Verben oder Präpositionen). Mit den semantischen Netzen von Quillian können "haben-Relationen" und "oder-Relationen" ausgedrückt werden. Er unterscheidet auch zwischen "Type- und Token-Knoten". Ein Type-Knoten (Primärknoten) steht für einen Allgemeinbegriff z.B. "Auto" und Token-Knoten (Sekundärknoten) repräsentiert "das Auto von Hans". Alle Knoten stehen in einer Oberbegriffshierarchie. Auf diese Weise brauchen Informationen, die verschiedenen miteinander hierarchisch verbundenen Begriffen zukommen nur einmal gespeichert zu werden. So werden immer die höchstmöglichen Oberbegriffe in der Hierarchie mit Attributen versehen. Dies findet als "Annahme der maximalen Gedächtnisökonomie" Einklang in der Literatur. Später fügt Quillian den Token die Oberflächenstrukturen betreffende Informa-tionen hinzu. Er unterscheidet zwischen Subjekten (S), direkten Objekten (D) und attributivischen Modifikatoren (M). In der Abbildung 1 für die Definition von "pflanzen" sind zwei syntaktische Markierungen (S, D) enthalten.

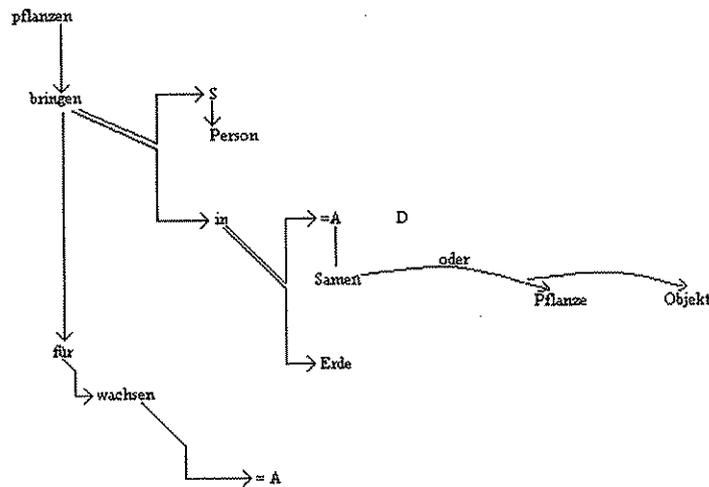


Abb. 1 Die Definition von "pflanzen" nach Quillian (1968)

Das deklarative<sup>12</sup> Repräsentationsmodell von Quillian verfolgt nicht das Ziel grammatisch korrekte englische Sätze zu produzieren, sondern Suchprozesse im

12 Nach deklarativer Methode wird das Wissen als eine Menge von Fakten (Datenstrukturen) repräsentiert. Es ist eine statische Wissensbasis; hat den Vorteil, daß ein ganz bestimmtes Wissen

semantischen LZG zu simulieren. "Collins/Quillian (1969,1970) haben gezeigt, daß man die menschliche Wissensstruktur als ein semantisches Netzwerk betrachten kann, und Vererbung von Merkmalen kennt. Sie haben in ihren psychologischen Experimenten den Versuchspersonen Sätze vorgegeben und verlangt, daß sie über die Wahrheit der Sätze ein Urteil bilden sollen. Die vorgegebenen Sätze sind z.B.

- Ein Dackel ist ein Hund.
- Ein Dackel ist ein Tier.
- Ein Dackel kann sich bewegen.
- Ein Dackel kann bellen.

Die Zeit, die man dazu braucht, um ein Urteil fällen zu können, wächst parallel zu der Anzahl von Kanten, die durchquert werden müssen. Nach dieser Hypothese von Collins/Quillian muß das Urteil, daß 'ein Hund bellt' schneller entschieden werden, als das Urteil, daß sich 'ein Dackel bewegen' kann. In dieser Hinsicht scheinen die semantischen Netze der Darstellung im menschlichen Gedächtnis sehr ähnlich zu sein.<sup>13</sup>

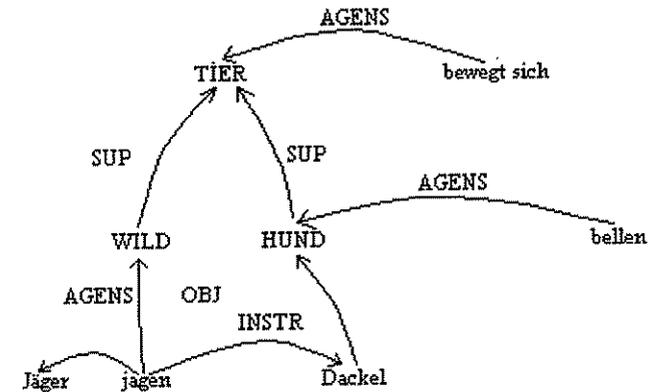


Abb.2 Semantisches Netzwerk. Abb. von M. Wettler (1989), S.324

Nach Quillian kann man zwei Arten von Suchprozessen in semantischen Netzen veranlassen. Die "Breitensuche" (engl. Breadth-first search) und die "Tiefensuche" (engl. Depth-first search). Bei der Breitensuche wird von Ebene zu Ebene vorgegangen. Erst wenn alle Knoten derselben Ebene durchsucht worden sind, wird auf die nächste Ebene übergangen. Die Tiefensuche dagegen verläuft vom Knoten zu Knoten in die Tiefe.

nur einmal gespeichert werden muß, und gegebenenfalls modifiziert werden kann. Jede Aussage wird in Form von logischen Formeln (Prädikaten Stufe I) dargestellt.

13 S. Özbent (1991), S. 125ff

Das Wissen in den semantischen Netzen kann durch Frage-Antwort-Systeme abgefragt werden. Dabei kann man überprüfen wie weit semantische Netze die menschliche Verstehensleistung erklären und formalisieren kann

Es gibt Frage-Antwort-Systeme, wie z.B. das von Josef Weizenbaum 1966 entwickelte Programm ELIZA, die vor der Entwicklung von semantischen Netzen programmiert worden sind. Es besitzt kein Weltwissen. ELIZA simuliert das Verhalten eines Psychotherapeuten. Der Patient führt mit dem Programm einen Scheindialog. Die Eingabesätze werden nach Schlüsselwörtern abgesucht. Diese Schlüsselwörter aktivieren bestimmte Antwortsätze. Derartige Schlüsselwörter sind z.B: Wörter wie "Vater" und "Mutter". Auf diese Wörter gibt das System die stereotype Antwort: "Erzähle mir mehr über ihn (bzw. sie)". Falls die Eingabe kein Schlüsselwort enthält, wird sie paraphrasiert. In Simmons (1970) wird ein kurzes Beispiel aus einem Dialog gegeben.<sup>14</sup>

Patient: Als mein Vater starb, war meine Mutter für lange Zeit krank.

System: Erzähle mir mehr über ihn.

P: Mein Vater war ein Schriftsteller. Er war nett, aber ziemlich zynisch.

S: Ist er dies auch heute?

P: Er ist tot.

Da das System ELIZA kein Wissen darüber besitzt, daß gestorbene Menschen auch tot sind, und daß sie nicht mehr zynisch sein können, entsteht dieser Fehler in der Frage. Obwohl Weizenbaum davor gewarnt hatte, daß dieses System nicht zu therapeutischen Zwecken entwickelt wurde, wurde er ausgerechnet von einem Psychiater in Kalifornien mißverstanden, denn dieser war der Meinung, "daß nun der Anfang des Zeitalters der automatischen Therapie gekommen sei."<sup>15</sup> Das Programm von Weizenbaum zählt zu den wichtigsten Programmen in der Entwicklung der Künstlichen Intelligenz.

Nach Simmons sieht ein Frage-Antwort-System in Grundzügen wie unten aus:

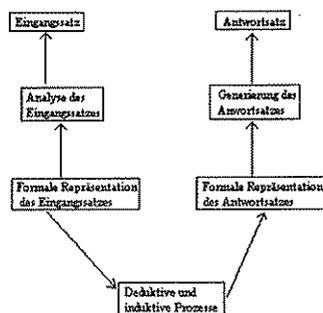


Abb.3 Struktur eines Frage-Antwort-Systems

14 R. F. Simmons (1970), S. 25; zitiert nach M. Wettler (1980), S. 37

15 J. Weizenbaum (1984), S. 36ff

Frage-Antwort-Systeme können Aussagen und Fragen in natürlicher Sprache bearbeiten. Sie benötigen zur Satzanalyse sprachliche Kenntnisse, Weltwissen und wie dieses Wissen angewandt wird. Die Eingangsdaten werden durch syntaktische oder semantische Prozesse in eine formale Repräsentationssprache überführt. Das System führt deduktive und induktive Prozesse durch um eine formale Repräsentation des Antwortsatzes zu erhalten. Wissensinhalte über das entsprechende Sachgebiet bilden die Grundlage für die deduktiven Prozesse.

Lindsay, Norman und Rumelhart haben die Fillmoresche Kasusgrammatik auf die semantischen Netze angewendet. Auf diese Weise konnten sie die deklarative Wissensre-präsentation mit Programmen versehen, die prozedurales Wissen enthielten. R. F. Simmons / Slocum entwickelten ein ähnliches System, das auf der Kasusgrammatik basiert. Dieses System entsteht aus einem Lexikonteil, einem semantischen Netzwerk, einen ATN-Parser<sup>16</sup> und einen ATN-Generator.

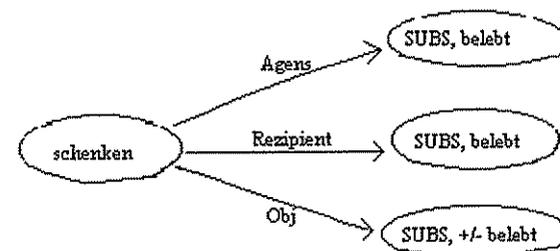


Abb. 5 Frame-Ansatz in einem semantischen Netzwerk

Dieser Ansatz kann durch den Einsatz von Frame-Theorien erweitert werden. In diesem Fall erhalten die Knoten Default-Werte (Vorbeseetzungen, Standardwerte), die bei der Belegung dieser Knoten unbedingt befolgt werden müssen. "Default-Werte sind Angaben über den Wert, der diesem Knoten zugeordnet werden soll, solange eine explizite Annahme fehlt. Solche strukturierten Wissensrepräsentationen haben eine erwartungsgesteuerte Informationsverarbeitung. Bei einer Satzanalyse (oder Textanalyse) werden anhand von Schlüsselwörtern die relevanten Netzteile aktiviert."<sup>17</sup> Frames vereinen deklarative und prozedurale Aspekte. Es ist keine blinde Suche wie bei den logischen Wissensmodellen. 1975 entwickelte M. Minsky Frame-Repräsentationen. Schank und Charniak entwickelten das Frame-Modell von Minsky weiter.

16 ATN (augmented transition network grammar; auf deutsch: "erweiterte Zustandsdiagramm-Grammatiken" oder "erweiterte Übergangnetzwerk-Grammatik") 1970 von William Woods entwickelt; mehr darüber in: S. Özbent (1987), S.115ff

17 S. Özbent (1991), S. 127

1975 entwickelte R. C. Schank die "konzeptuelle-Dependenz-Theorie" (Theorie der begrifflichen Abhängigkeiten; Abk. CD-Theorie). CD-Graphen beschreiben weniger die reine Semantik der natürlichen Sprache, sondern sie erfassen die aus dem Verstehen der Eingabe resultierende Repräsentation des beschriebenen Ereignisses, Zustands oder Handlungsablaufs.

Er versucht eine Repräsentation der semantischen Tiefenstruktur von Sätzen zu ermöglichen, die die Bedeutung von Sätzen besser erfassen soll als bei den semantischen Netzwerken wie bisher. Schank vertritt auch die Ansicht, daß Sätze durch eine oder mehrere Bedeutungsstrukturen repräsentiert werden können, wie sie in der Kasusgrammatik und bei semantischen Netzen angenommen wird. Er bemüht sich um eine 'sprachunabhängige' Repräsentation. Unter 'sprachunabhängig' versteht er, "daß es für zwei beliebige Sätze mit der gleichen Bedeutung nur eine Repräsentation gibt, unabhängig davon, ob sie aus der gleichen oder aus verschiedenen Sprachen stammen."<sup>18</sup> Die Bedeutungsstruktur wird bei Schank "Konzeptualisierung" genannt und besteht aus mehreren Begriffen, die durch semantische Relationen miteinander in Verbindung stehen. So wie man Wörter zu Sätzen zusammensetzt, werden konzeptuelle Begriffe zu Einheiten vereinigt, die er Konzeptualisierung nennt. Ein Agens, eine Aktion und Modifikationen der Aktion, die er konzeptuelle Kasus oder Fälle nennt, bilden eine Konzeptualisierung. Ein Gegenstand und dessen Zustandsbeschreibung oder Zustandsänderung, die er durchgemacht hat können auch eine Konzeptualisierung sein. Er verwendet die folgende Notation:

∧ Konjunktion von Konzeptualisierungen

↑↑ das Medium (Ort) einer Konzeptualisierung

↑ Die Zeit (T<sub>n</sub>) einer Konzeptualisierung

Über eine zweiseitige Dependenzverbindung (  $\Leftrightarrow$  ) können die folgenden Zeitmarkierungen geschrieben werden:

- p Vergangenheit
- f Zukunft
- c konditional (können)
- nul Gegenwart
- / Verneinung
- ? Frage
- t<sub>f</sub> Ende einer Zustandsänderung oder einer Aktion
- k fortlaufend
- h habituelle Aktion
- T<sub>1</sub> Zeitpunkt T<sub>1</sub>
- T<sub>2</sub> Zeitpunkt T<sub>2</sub> (später als T<sub>1</sub>)

18 R. C. Schank (1977), S.113

Schank definiert verschiedene Typen von Begriffen, Kategorien und Knoten<sup>19</sup>. Darunter sind die Aktionen (ACT) sehr wichtig; sie sind Bedeutungsbestandteile der Verben.

**ACT** "Aktion" bezeichnet eine Handlung, wobei ein menschliches oder tierisches Wesen einen Einfluß auf ein Objekt ausübt (Bsp.: "gehen", "werfen"). Eine Handlung kann durch PPs modifiziert werden (siehe Objekt-, Rezipient- und Direktiv-Kasus).

**PP** "Vorstellungserzeuger" (engl. "picture-producer") ist ein Begriff für ein spezifisches physikalisches Objekt (z.B. Fritz, Bodensee ...) oder für eine nicht spezifische Instanz einer Klasse von physikalischen Objekten (z.B. ein Buch, ein Tisch, ein Mensch ...)

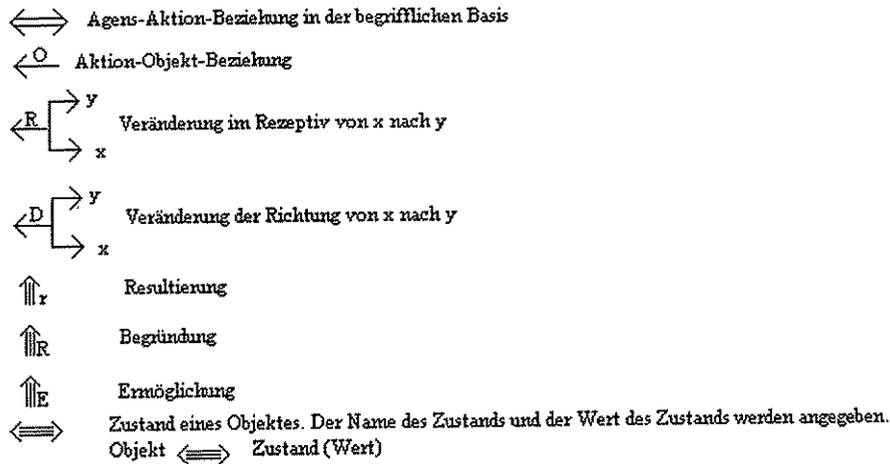
**PA** "Vorstellungs-Helfer" (engl. "picture-aider") spezifiziert einen PP näher (z.B. Adjektive).

**AA** "Aktions-Helfer" (engl. "action-aider") spezifiziert die Handlungen (ACT) (z.B. Adverbien)

Schank definiert eine begrenzte Anzahl von sog. primitiven Aktionen, die zugleich psychische Entitäten repräsentieren. Komplexe Handlungen werden, wie im LZG aus primitiven Aktionen zusammengesetzt. Er unterscheidet zwischen **physischen Aktionen** (Aktionen, die in bezug auf physische Objekte durchgeführt werden; PROPEL, MOVE,

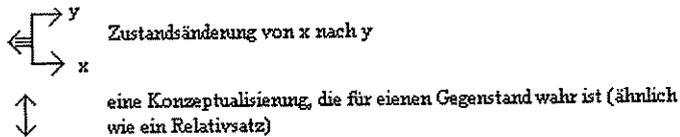
INGEST, EXPEL, GRASP) und **mentale Aktionen** (mentale Operationen, die in bezug auf Vorstellungen oder konkretere mentale Entitäten wie Wahrnehmungen durchgeführt werden; CONC, MTRANS, MBUILD). Meistens interessiert uns nicht die Aktion selbst, sondern das Ergebnis einer Aktion. Da das Ziel von Schank ein Modell des menschlichen Denkens zu erstellen ist, entwirft er auch **globale Aktionen**, die eine solche Fokussierung ermöglichen.

19 für ausführliche Informationen siehe R. C. Schank (1975), M. Wettler (1980), J. Handke (1989), J. Sowa (1984), u.a.



Beispiele:

Das Buch gehört John	Buch	<=>	POSS(John)
John ist in New York.	John	<=>	LOC(New York)
Das Buch ist rot.	Buch	<=>	COLOR(rot)
Die Büchse enthält Bohnen	Bohnen	<=>	CONT(Büchse)



Als konzeptuelle Kasus einer Aktion unterscheidet Schank vier Arten: Objektiv, Direktiv, Rezeptiv und Instrumentalis. Jeder ACT in der konzeptuellen Dependenz erfordert eine bestimmte Anzahl von Kasus. Globale Aktionen (PTRANS und ATRANS) drücken die intendierten Konsequenzen einer Zustandsänderung bei nicht näher spezifizierter Aktion aus. Er definiert (1974) elf primitive Aktionen:

**ATRANS:** Ein Besitz, ein Eigentum oder die Kontrolle eines Objektes geht von einer Person an die andere über (z.B. "geben", "nehmen", "kaufen", "verkaufen", "mieten", usw.).

**PTRANS:** Ortswechsel eines Objektes ("werfen", "senden", "gehen", "reisen", usw.).

**PROPEL:** Eine Kraft wird auf etwas angewendet. PROPEL führt den Objektiv und den Direktiv. Das Objekt muß ein pyhsisches sein. Der Direktiv gibt die Richtung der Kraft, die angewendet wird, an. PROPEL akzeptiert auch unbelebtes Agens (wie z. B. Maschine).

**MOVE:** Move bedeutet einen Körperteil bewegen. Move erfordert den Direktiv, der die Richtung der Bewegung angibt.

**GRASP:** Ein Gegenstand wird "physisch ergriffen". Man verwendet den Direktiv um den Körperteil, der das Ergreifen durchführt anzugeben.

**INGEST:** Das Einverleiben eines Objekts (z.B. "essen", "trinken", "einatmen" usw.)

**EXPEL:** Etwas, was innerhalb eines belebten Objektes ist, nehmen und es hinaus schaffen. Die Voraussetzung dafür ist, daß mit diesem Objekt von EXPEL vorher eine INGEST Aktion durchgeführt worden sein muß. Hier muß der Direktiv verwendet werden; der "from-Teil" bestimmt die Körperöffnung, aus der das Objekt ausgestoßen wird.

**MTRANS:** Die Objekte von MTRANS sind immer Konzeptualisierungen, weil MTRANS "Informationen übertragen" bedeutet. MTRANS führt den Rezeptiv, wobei die Empfänger Teile der Köpfe der Menschen wie z. B. das LZG und die möglichen Sender (der "from-Teil" des Rezeptivs) Sinnesorgane oder Teile der Köpfe (entweder der gleichen oder einer anderen Person) sind.

**MBUILD:** MBUILD bedeutet "Gedanken hervorbringen oder kombinieren" und erfordert eine andere Art von Objektfeilen als die anderen Aktionen. Es nimmt als Objekte Konzeptualisierungen und erstellt daraus neue Konzeptualisierungen. MBUILD führt auch den Rezeptiv.

**SPEAK:** "Einen Laut hervorbringen". Das Objekt von SPEAK ist ein Laut, und führt den Direktiv.

**ATTEND:** Ein Sinnesorgan auf einen bestimmten Reiz richten. Das Objekt von ATTEND muß ein Sinnesorgan sein (Nase, Augen, Ohren, Tastrezeptoren). ATTEND führt den Direktiv.

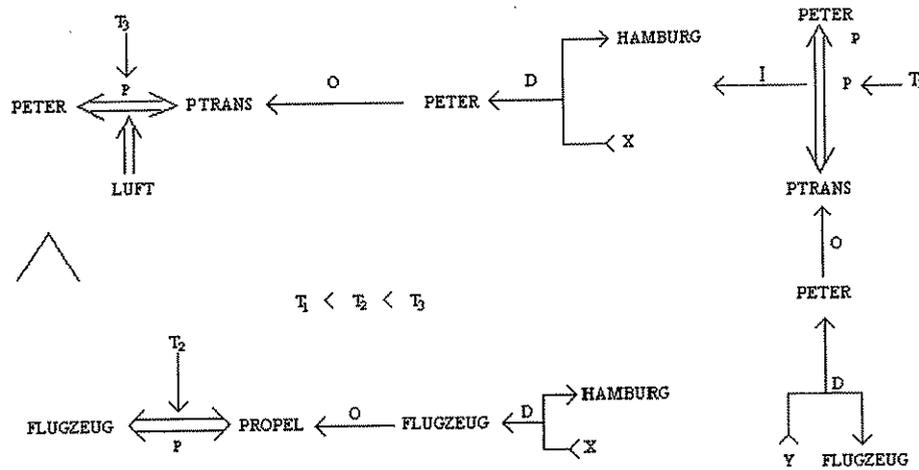


Abb. 6 CD-Repräsentation für "Peter flog nach Hamburg" aus Brauer (1982), S.257

Die Verben der natürlichen Sprachen bestehen meistens aus mehreren primitiven Aktionen. Aktionen sind 'Dinge', die in bezug auf Gegenstände getan werden.

### LITERATURVERZEICHNIS

- Bàtori, István S. / Lenders, W.: Computerlinguistik. Berlin 1989
- Bibel, Wolfgang (Hrsg.) / Brauer, W.: Künstliche Intelligenz. Teisendorf 1982
- Bußmann, Hadumod: Lexikon der Sprachwissenschaft, Stuttgart 1990
- Eisenberg, Peter: Semantik und künstliche Intelligenz. Berlin 1977
- Falkner, Reinhold: Mikro Computer Lexikon. München 1984.
- Handke, Jürgen: Natürliche Sprache. Implementierung in LISP. Hamburg 1989
- Özbent (Yüksel), Sueda: Algorithmische Syntaxanalyse türkischer Fragesätze im Vergleich mit deutschen Fragesätzen. Eichstätt 1987 (Ma.)
- Özbent, Sueda: Eine vergleichende und algorithmische Bedeutungsanalyse deutscher und türkischer Fragesätze. Eichstätt 1991 (Diss.)

- Schank, Roger C.: Elementare Aktionen und linguistische Theorien. In: Peter Eisenberg: Semantik und künstliche Intelligenz, Berlin 1977, S. 113-142
- Schnelle, Helmut / Rickheit, Gert (Hrsg.): Sprache in Mensch und Computer. Opladen 1988.
- Simmons, R. F. / Slocum, J.: Generating English discourse from semantic nets Communications of the ACM, 15, S. 891-905
- Sowa, John F.: Conceptual Structures. Information Processing in Mind and Machine. California 1984.
- Weizenbaum, Joseph: Kurs auf den Eisberg. Zürich 1984
- Wettler, Manfred: Sprache, Gedächtnis, Verstehen. Berlin 1980.
- Wettler, Manfred: Wissensrepräsentation. Typen und Modelle. In: Bàtori, I. / Lenders, W. Berlin 1989, S. 317-336
- Wode, Henning: Einführung in die Psycholinguistik. Theorien, Methoden, Ergebnisse. Ismaning 1988

### Eine Möglichkeit zur Repräsentation vom sprachlichen Wissen im Bereich der künstlichen Intelligenz

Wie verstehen wir die Bedeutungen von Sätzen? Was geht in unseren Köpfen vor, wenn wir etwas hören, lesen oder sprechen? Wie ist es möglich das sprachliche Wissen in der Künstlichen Intelligenz zu repräsentieren? "Eine maschinelle Sprachanalyse benötigt Kenntnisse über alltägliche oder fachliche Tatsachen (z.B. physikalische, chemische, mathematische Tatsachen) und Verwendungsregeln dieser Kenntnisse."<sup>1</sup> Eine "formale Darstellung dieser Art von Kenntnissen (möglicherweise in einer maschinenlesbaren Form) wird Wissensrepräsentation genannt."<sup>2</sup>

G. Frege meint, daß "die Gesamtbedeutung eines Satzes in funktionaler Abhängigkeit von den Bedeutungen seiner wohlgeformten Teile beschreiben läßt."<sup>3</sup> Das "Kompositionsprinzip" setzt also eine syntaktische Analyse voraus. Auf diese Weise kann man die Satzbedeutung erhalten, aber nicht die Äußerungsbedeutungen.

Als erstes können wir versuchen diese Fragen zu beantworten, indem wir die materielle Seite der Sprache untersuchen. Die Prozesse, die beim Hören oder Lesen einer Sprache sich vollziehen sind äußerst komplex. Dennoch kann man inzwischen die Hauptvorgänge erklären. Sowohl die visuellen Wahrnehmungen, die über die Retina; als auch die akustischen Wahrnehmungen (Schallwellen), die über die Cochlea (Schnecke des Innenohrs) ununterbrochen über die Nervenbahnen ins Gehirn weitergeleitet werden, werden in Zusammenarbeit verschiedener Zentren (nicht nur Sprachzentren!) bearbeitet. Im Falle des Sprechens wird die Motorik in Gang gesetzt, die die Sprechwerkzeuge steuert.

Eine zweite Möglichkeit zur Analyse von Bedeutungen besteht darin, daß man die psychologische Seite der Sprache heranzieht. Welche Faktoren beeinflussen uns beim Sprechen, Hören und Verstehen? Warum mißverstehen wir uns?

Jede semantische Untersuchung der Sprache muß den kommunikativen Prozeß berücksichtigen, weil die Sprache immer in einen Kommunikationszusammenhang eingebettet ist. Damit eine Kommunikation stattfinden kann, müssen einige Bedingungen wie Sender – Empfänger, Kanal (akustisch, optisch, taktile ...), und vor allem ein gemeinsamer Code vorhanden sein. Sprecher-A und Hörer-B müssen dieselbe Sprache sprechen. Jeder Sprecher bringt sein eigenes Weltwissen ins Gespräch mit. Also müssen die kommunizierenden Personen auch eine gemeinsame Erfahrungswelt haben. Diese gemeinsame Erfahrungswelt ist unter anderem

---

1 S. Özbent (1991), S. 117

2 M. Wettler (1989), S. 317, In: Batori / Lenders

3 H. Bußmann (1990), S. 402

ausschlaggebend für das Gelingen eines Sprechakts in einer bestimmten Situation, wobei sehr viele soziale Faktoren als auch gesellschaftliche Normen wirksam sind. Viele Programme, die sich die Probleme der Bedeutungsrepräsentation als Aufgabe gestellt haben, befaßten sich mit dem Verstehen einzelner Sätze. Die menschliche Sprachverwendung geschieht aber immer in einem Kontext, wir verwenden das Vorausgegangene zur Interpretation des Gegenwärtigen und lernen jedesmal etwas dazu. Die kognitiven Strukturen und Prozesse, die das Verstehen ermöglichen können nicht voneinander getrennt werden. Betrachten wir die folgenden Sätze:

“Das Mädchen liest ein Buch, weil es krank ist.”

“Das Mädchen liest ein Buch, weil es spannend ist.”

Jeder kompetente Sprecher des Deutschen wird das Pronomen “es” im ersten Satz als “das Mädchen” und im zweiten Satz als “das Buch” interpretieren. Um die Sätze richtig verstehen zu können brauchen wir einerseits grammatische Kenntnisse über die Syntax des Deutschen. Wir wissen, daß das Pronomen “es” im Nebensatz sich auf ein Subjekt oder ein des Hauptsatzes beziehen kann. Andererseits wissen wir aus Welterfahrung, daß das Pronomen “es” im ersten Satz sich auf “das Mädchen” bezieht, weil ein Mensch Lebewesen ist und krank sein kann und ein Buch nicht. Im zweiten Satz bezieht sich das Pronomen “es” auf das Buch, weil ein Buch spannend sein kann.

Es sind folgende Probleme festzuhalten:

- 1) Man kann die Aspekte der Sprache voneinander nicht trennen.
- 2) Die Verwendung des sprachlichen Wissens eines Menschen kann von seiner Verwendung anderen Wissens nicht getrennt werden.
- 3) Man kann ein Programm beim gegenwärtigen Stand der Technologie nicht mit all den Kenntnissen ausstatten, die ein Mensch in eine Unterhaltung einbringt.

Aus diesen Gründen können Wissensrepräsentationen in der Künstlichen Intelligenz nur kleine Bereiche des menschlichen Wissens darstellen. Es werden Expertensysteme zur Lösung von ganz bestimmten Problemen erstellt. Zu diesem Zweck werden z.B. Mikrowelten erstellt. Ein Beispiel hierzu ist das Programm “SHRDLU” von Terry Winograd (1972).

Dieses Programm wurde in der Computersprache “LISP”<sup>4</sup> (der logische Teil in PLANNER) geschrieben. Es wird eine simulierte Roboterwelt auf einen Bildschirm übertragen, wobei der menschliche Benutzer mit einem Fernschreiber an dieses System verbunden ist. In dieser Mikrowelt existieren auf einem Bildschirm bunte Spielzeugblöcke, Pyramide auf einem Tisch und eine Kiste, in die Gegenstände hineingesetzt werden können. Dieser Roboter hat einen einfachen Arm, womit er die Gegenstände bewegen kann. Es ist nicht dazu geschrieben worden, um einen wirklichen Roboter tatsächlich zu bewegen. Im Verlauf des Dialogs kann man ihn Gegenstände

4 LISP (List Processing) für nichtnumerische Aufgabenstellung entwickelte höhere Programmiersprache (Interpretersprache; nach Falkner Reinhold). Liste in LISP: Funktionszeichen + Argumente dieser Funktion ....

bewegen lassen. Er kann Blöcke aufeinander stapeln, z.B. einen Turm bauen und Gegenstände in die Kiste stellen. Man kann das Programm über die aktuelle Gruppierung der Blöcke auf dem Tisch, die Ereignisse, die sich im Verlauf des Dialogs vollzogen haben und in begrenztem Ausmaß auch seine Schlußfolgerungen erfragen. Dem System können einfache Tatsachen mitgeteilt werden, die seinem Wissensspeicher hinzugefügt werden, damit sie bei späteren Folgerungen benutzt werden können. Der Computer ist ein aktiver Teilnehmer, der Veränderungen in seiner Spielzeugwelt vornehmen und diese auch erörtern kann. Man kann die Sprache über ihre Verwendung innerhalb eines physikalischen Rahmens (Gegenstände), Ereignisse und fortlaufenden Diskurses untersuchen.

Programmteile von “SHRDLU”:

- 1) Syntaktisches Programm (umfangreiche Grammatik des Englischen)
- 2) Semantische Routinen (Sie stellen die Art von Wissen dar, die man für die Interpretation von Bedeutung und Strukturen der Wörter braucht.)
- 3) Ein kognitives deduktives System (Es vermittelt die Folgerungen von Tatsachen. Außerdem stellt es Strategien auf, um Befehle auszuführen und Antworten auf Fragen zu finden.)
- 4) Eine Menge von Programmen zur Generierung angemessener englischer Antworten.

Man bringt das Wissen in Form von Programme, diese können wiederum explizit mit verschiedenen Teilen des Wissens des Systems in Verbindung gebracht.

Bevor wir der Frage nachgehen, wie natürliche Sätze in Form einer semantischen Repräsentationssprache wiedergegeben werden können, brauchen wir Informationen über die Organisation des Wissens im menschlichen Gedächtnis. Der Begriff “Gedächtnis” hat zwei Verwendungen. “Einerseits die Fähigkeit, sich etwas bewußt oder unbewußt zu merken und zumindest zeitweilig als Grundlage für spätere Verwendung zu behalten; andererseits ist das Gedächtnis der Ort, wo diese Information gespeichert wird.”<sup>5</sup> Es wird zwischen dem Kurzzeitgedächtnis (KZG) und Langzeitgedächtnis (LZG) unterschieden. Die verschiedenen Sinnenswahrnehmungen oder psychischen Vorgänge müssen vom Gedächtnis so umgewandelt und organisiert werden, so daß sie sinnvoll aufeinander bezogen werden können. Das Gedächtnis muß wohl sehr unterschiedliche Informationen auf unterschiedlicher Weise speichern können. Begriffe sind unentbehrliche Teile des Wissens. Wenn ein neuer Begriff gelernt wird, wird sie nach bestimmten semantischen Eigenschaften einer vorhandenen Struktur bzw. Klasse zugeordnet.

Verschiedene Assoziationsexperimente haben gezeigt, daß begriffliches Wissen im Gedächtnis nicht isoliert existiert, sondern mit anderen Begriffen in Beziehung steht und eine Hierarchie bildet. In einem psychologischen Experiment<sup>6</sup> gab man den

5 H. Wode (1988), S. 74

6 M. Wettler (1980), S. 9

Versuchspersonen zehn sinnlose Silben zum Lernen. Bei diesem Experiment stellte sich heraus, daß die Versuchspersonen zum Erlernen von zehn sinnlosen Silben sehr viel mehr Zeit benötigten, als bei sehr viel längeren sinnvollen Texten. Sie konnten den Inhalt von längeren Texten bereits nach einmaligem Lesen richtig rezipieren und wiedergeben.

Es gibt zwischen den Begriffen starke Verbindungen (wie z.B. Fisch – Wasser) oder schwache Verbindungen (wie z.B. Pinguin – Vogel), aber auch unmögliche Verbindungen (wie z.B. Rose – Maus). Man kann annehmen, daß inhaltlich eng zusammenhängende Begriffe gleich oder ähnlich repräsentiert werden müßten. Es wird heute zwischen "syntagmatischen" und "paradigmatischen" Assoziationen unterschieden. "Bei syntagmatischen Assoziationen nehmen Reiz- und Reaktionswort in der Sprache normalerweise aufeinanderfolgende Positionen ein; Beispielsweise hierfür sind die Paare 'blau – Meer', 'Mensch – arbeiten' usw. Bei paradigmatischen Assoziationen nehmen Reiz und Antwort im Satz normalerweise die gleiche Position ein und sind ersetzbar; Beispiele hierfür sind die Paare 'Mann – Frau', 'blau – rot', 'Ziege – Tier'." S. M. Ervin (1961) konnte nachweisen, daß Kinder im Vergleich zu Erwachsenen mehr paradigmatische und weniger syntagmatische Assoziationen produzieren.

Russel & Meseck haben in ihrer Untersuchung im Jahr 1959 die Assoziationen deutscher, französischer und amerikanischer Versuchspersonen verglichen, indem man ihnen gleiche Wörter in der jeweiligen Sprache vorgab. Es zeigte sich, daß die Assoziationen sich verblüffend ähnlich waren (siehe Tab.1). "Dies ist ein Hinweis dafür, daß beim Assoziieren ablaufende Prozesse und die Relationen zwischen Wörtern im LZG nicht nur für eine einzelne Sprache spezifisch sind."<sup>8</sup> Die Resultate, die durch Assoziationstests erhalten wurden, müssen natürlich vorsichtig bewertet werden. Sie sagen uns zwar, daß diese Begriffe miteinander etwas zu tun haben, aber über die Relationen dieser Begriffe wissen wir nichts. Doch können wir annehmen, daß eine Art Vernetzung existiert.

Reizwörter	Antworten		
	Deutsch	Französisch	Englisch
Tisch, table, table	29 Stuhl	53 chaise	84 chair
dunkel, sombre, dark	44 hell,e	45 clair	83 light
Musik, musique, music	9 Ton, Töne	16 note,s	18 song,s
Krankheit, maladie, sickness	15 Gesundheit	10 sante	38health
tief, profond, deep	49 hoch	12 creux	32shallow
weich, mou, soft	39 hart	39 dur	45hard
Essen, manger, eating	23 trinken	39 boire	39food

7 M. Wettler (1980), S. 9

8 M. Wettler (1980), S. 23

Berg, montagne, mountain	35 Tal	13 plaine	27hill,s
schwarz, noir, black	48 weiß	41 blanc	25white
hand, main, hand	20 Fuß	25 pied,s	26foot,(ee)
kurz, petit, short	53 lang	48 grand	40tall
Stuhl, chaise, chair	20 Tisch	24 table	50table
süß, doux, sweet	39 sauer	11 dur,e	44sour
Brot, pain, bread	20 essen	11(et)vin	61butter
Frau, femme, woman	40 Mann	26 homme	64man(e)
hart, dur, hard	42 weich	30 mou,s	67 soft

Tab. 1 Assoziationsnormen deutscher, französischer und amerikanische Vpn nach Russell & Meseck (1959)

Eine interessante Untersuchung über die inhaltlichen Zusammenhänge der Begriffe wurde 1963 von Guiliano durchgeführt. Er nimmt die These von Harris (1954), daß Wörter, die normalerweise in gleichem oder ähnlichen Kontext auftreten, auch ähnliche Bedeutungen als Grundlage haben. Er untersuchte die einzelnen Wörter nach ihrem Vorkommen in verschiedenen Kontexten und entwickelte analoge Netzwerke. Jedes Netz repräsentiert einen analysierten Text. Es sind komplizierte, fest verdrahtete elektrische Netze. Jeder Verbindungsknoten zwischen den Leitungen steht für ein Inhaltswort.

M. Wettler ist der Meinung, daß "semantische Netzwerke Beziehungen zwischen Wörtern oder zwischen Begriffen" beschreiben und "als Modell des im Langzeitgedächtnis gespeicherten Wissens betrachtet werden"<sup>9</sup> können. Semantische Netze dienen zur Repräsentation von Weltwissen. "Einfache semantische Netze sind – formal gesehen – eine notationale Variante der Prädikatenlogik."<sup>10</sup> (Bsp.: "Gisela weint." Schreibweise in Prädikatenlogik: weinen(Gisela) formaler ausgedrückt: weinen(x) / "Hans schenkt Gisela Blumen" in Prädikatenlogik: schenken(Hans, Gisela, Blumen) formaler ausgedrückt: schenken(x,y,z)) Semantische Netzwerke werden als gerichtete Graphen, deren Knoten und Kanten mit linguistischen oder metalinguistischen Einheiten versehen sind definiert. Knoten (engl. = nodes) werden durch Punkte, Kreise, Kästen oder Klammern dargestellt. Kanten (egl. = arcs oder links) sind gerichtete Pfeile oder vertikal angeordnete Beziehungen. "Während die Knoten in der Regel konzeptuelle Information repräsentieren, stellen die Kanten Relationen zwischen den Knoten dar. Die durch eine Kante ausgedrückte Relation wird als Etikett an die Kante geschrieben."<sup>11</sup>

1967 entwickelte Ceccato Quillian die ersten semantischen Netze. Diese semantischen Netze sind Wortkonzepte. Jeder Knoten steht für einen Begriff im LZG und ist durch einen Zeiger miteinander verbunden. So stellt sich die Bedeutung eines

9 M. Wettler (1980), S. 36

10 H. Bußmann (1990), S. 675

11 J. Handke (1989), S. 293

Begriffs aus der Summe seiner durch Kanten miteinander verbundenen Knoten zusammen. Er unterscheidet drei Verbindungsarten zwischen den Knoten. Ein Begriff kann mit seinem Oberbegriff in einer assoziativen Verhältnis stehen oder ein Begriff kann durch eine bestimmte Verbindung durch ein Adverb oder Adjektiv modifiziert werden. Es können zwei Wörter durch eine jeweils spezifizierte Relation miteinander in Beziehung stehen ( Verben oder Präpositionen). Mit den semantischen Netzen von Quillian können "haben-Relationen" und "oder-Relationen" ausgedrückt werden. Er unterscheidet auch zwischen "Type- und Token-Knoten". Ein Type-Knoten (Primärknoten) steht für einen Allgemeinbegriff z.B. "Auto" und Token-Knoten (Sekundärknoten) repräsentiert "das Auto von Hans". Alle Knoten stehen in einer Oberbegriffshierarchie. Auf diese Weise brauchen Informationen, die verschiedenen miteinander hierarchisch verbundenen Begriffen zukommen nur einmal gespeichert zu werden. So werden immer die höchstmöglichen Oberbegriffe in der Hierarchie mit Attributen versehen. Dies findet als "Annahme der maximalen Gedächtnisökonomie" Einklang in der Literatur. Später fügt Quillian den Token die Oberflächenstrukturen betreffende Informa-tionen hinzu. Er unterscheidet zwischen Subjekten (S), direkten Objekten (D) und attributivischen Modifikatoren (M). In der Abbildung 1 für die Definition von "pflanzen" sind zwei syntaktische Markierungen (S, D) enthalten.

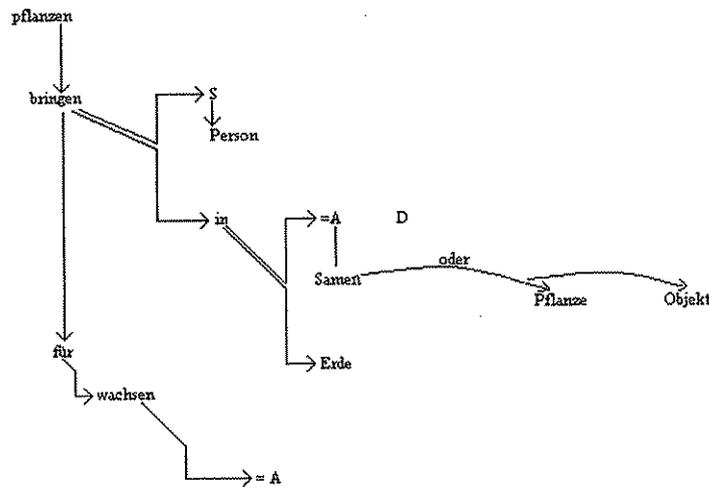


Abb. 1 Die Definition von "pflanzen" nach Quillian (1968)

Das deklarative<sup>12</sup> Repräsentationsmodell von Quillian verfolgt nicht das Ziel grammatisch korrekte englische Sätze zu produzieren, sondern Suchprozesse im

12 Nach deklarativer Methode wird das Wissen als eine Menge von Fakten (Datenstrukturen) repräsentiert. Es ist eine statische Wissensbasis; hat den Vorteil, daß ein ganz bestimmtes Wissen

semantischen LZG zu simulieren. "Collins/Quillian (1969,1970) haben gezeigt, daß man die menschliche Wissensstruktur als ein semantisches Netzwerk betrachten kann, und Vererbung von Merkmalen kennt. Sie haben in ihren psychologischen Experimenten den Versuchspersonen Sätze vorgegeben und verlangt, daß sie über die Wahrheit der Sätze ein Urteil bilden sollen. Die vorgegebenen Sätze sind z.B.

- Ein Dackel ist ein Hund.
- Ein Dackel ist ein Tier.
- Ein Dackel kann sich bewegen.
- Ein Dackel kann bellen.

Die Zeit, die man dazu braucht, um ein Urteil fällen zu können, wächst parallel zu der Anzahl von Kanten, die durchquert werden müssen. Nach dieser Hypothese von Collins/Quillian muß das Urteil, daß 'ein Hund bellt' schneller entschieden werden, als das Urteil, daß sich 'ein Dackel bewegen' kann. In dieser Hinsicht scheinen die semantischen Netze der Darstellung im menschlichen Gedächtnis sehr ähnlich zu sein.<sup>13</sup>

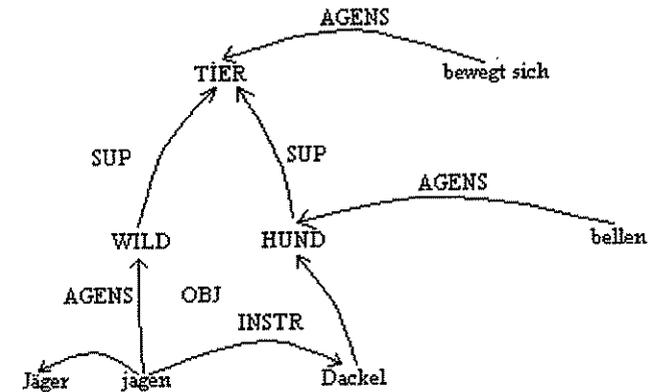


Abb.2 Semantisches Netzwerk. Abb. von M. Wettler (1989), S.324

Nach Quillian kann man zwei Arten von Suchprozessen in semantischen Netzen veranlassen. Die "Breitensuche" (engl. Breadth-first search) und die "Tiefensuche" (engl. Depth-first search). Bei der Breitensuche wird von Ebene zu Ebene vorgegangen. Erst wenn alle Knoten derselben Ebene durchsucht worden sind, wird auf die nächste Ebene übergangen. Die Tiefensuche dagegen verläuft vom Knoten zu Knoten in die Tiefe.

nur einmal gespeichert werden muß, und gegebenenfalls modifiziert werden kann. Jede Aussage wird in Form von logischen Formeln (Prädikaten Stufe I) dargestellt.

13 S. Özbent (1991), S. 125ff

Das Wissen in den semantischen Netzen kann durch Frage-Antwort-Systeme abgefragt werden. Dabei kann man überprüfen wie weit semantische Netze die menschliche Verstehensleistung erklären und formalisieren kann

Es gibt Frage-Antwort-Systeme, wie z.B. das von Josef Weizenbaum 1966 entwickelte Programm ELIZA, die vor der Entwicklung von semantischen Netzen programmiert worden sind. Es besitzt kein Weltwissen. ELIZA simuliert das Verhalten eines Psychotherapeuten. Der Patient führt mit dem Programm einen Scheindialog. Die Eingabesätze werden nach Schlüsselwörtern abgesucht. Diese Schlüsselwörter aktivieren bestimmte Antwortsätze. Derartige Schlüsselwörter sind z.B: Wörter wie "Vater" und "Mutter". Auf diese Wörter gibt das System die stereotype Antwort: "Erzähle mir mehr über ihn (bzw. sie)". Falls die Eingabe kein Schlüsselwort enthält, wird sie paraphrasiert. In Simmons (1970) wird ein kurzes Beispiel aus einem Dialog gegeben.<sup>14</sup>

Patient: Als mein Vater starb, war meine Mutter für lange Zeit krank.

System: Erzähle mir mehr über ihn.

P: Mein Vater war ein Schriftsteller. Er war nett, aber ziemlich zynisch.

S: Ist er dies auch heute?

P: Er ist tot.

Da das System ELIZA kein Wissen darüber besitzt, daß gestorbene Menschen auch tot sind, und daß sie nicht mehr zynisch sein können, entsteht dieser Fehler in der Frage. Obwohl Weizenbaum davor gewarnt hatte, daß dieses System nicht zu therapeutischen Zwecken entwickelt wurde, wurde er ausgerechnet von einem Psychiater in Kalifornien mißverstanden, denn dieser war der Meinung, "daß nun der Anfang des Zeitalters der automatischen Therapie gekommen sei."<sup>15</sup> Das Programm von Weizenbaum zählt zu den wichtigsten Programmen in der Entwicklung der Künstlichen Intelligenz.

Nach Simmons sieht ein Frage-Antwort-System in Grundzügen wie unten aus:

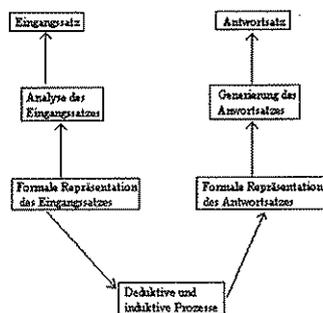


Abb.3 Struktur eines Frage-Antwort-Systems

14 R. F. Simmons (1970), S. 25; zitiert nach M. Wettler (1980), S. 37

15 J. Weizenbaum (1984), S. 36ff

Frage-Antwort-Systeme können Aussagen und Fragen in natürlicher Sprache bearbeiten. Sie benötigen zur Satzanalyse sprachliche Kenntnisse, Weltwissen und wie dieses Wissen angewandt wird. Die Eingangsdaten werden durch syntaktische oder semantische Prozesse in eine formale Repräsentationssprache überführt. Das System führt deduktive und induktive Prozesse durch um eine formale Repräsentation des Antwortsatzes zu erhalten. Wissensinhalte über das entsprechende Sachgebiet bilden die Grundlage für die deduktiven Prozesse.

Lindsay, Norman und Rumelhart haben die Fillmoresche Kasusgrammatik auf die semantischen Netze angewendet. Auf diese Weise konnten sie die deklarative Wissensre-präsentation mit Programmen versehen, die prozedurales Wissen enthielten. R. F. Simmons / Slocum entwickelten ein ähnliches System, das auf der Kasusgrammatik basiert. Dieses System entsteht aus einem Lexikonteil, einem semantischen Netzwerk, einen ATN-Parser<sup>16</sup> und einen ATN-Generator.

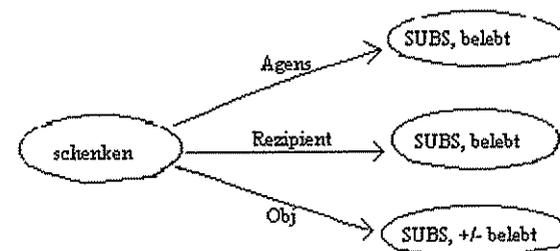


Abb. 5 Frame-Ansatz in einem semantischen Netzwerk

Dieser Ansatz kann durch den Einsatz von Frame-Theorien erweitert werden. In diesem Fall erhalten die Knoten Default-Werte (Vorbeseetzungen, Standardwerte), die bei der Belegung dieser Knoten unbedingt befolgt werden müssen. "Default-Werte sind Angaben über den Wert, der diesem Knoten zugeordnet werden soll, solange eine explizite Annahme fehlt. Solche strukturierten Wissensrepräsentationen haben eine erwartungsgesteuerte Informationsverarbeitung. Bei einer Satzanalyse (oder Textanalyse) werden anhand von Schlüsselwörtern die relevanten Netzteile aktiviert."<sup>17</sup> Frames vereinen deklarative und prozedurale Aspekte. Es ist keine blinde Suche wie bei den logischen Wissensmodellen. 1975 entwickelte M. Minsky Frame-Repräsentationen. Schank und Charniak entwickelten das Frame-Modell von Minsky weiter.

16 ATN (augmented transition network grammar; auf deutsch: "erweiterte Zustandsdiagramm-Grammatiken" oder "erweiterte Übergangnetzwerk-Grammatik") 1970 von William Woods entwickelt; mehr darüber in: S. Özbent (1987), S.115ff

17 S. Özbent (1991), S. 127

1975 entwickelte R. C. Schank die "konzeptuelle-Dependenz-Theorie" (Theorie der begrifflichen Abhängigkeiten; Abk. CD-Theorie). CD-Graphen beschreiben weniger die reine Semantik der natürlichen Sprache, sondern sie erfassen die aus dem Verstehen der Eingabe resultierende Repräsentation des beschriebenen Ereignisses, Zustands oder Handlungsablaufs.

Er versucht eine Repräsentation der semantischen Tiefenstruktur von Sätzen zu ermöglichen, die die Bedeutung von Sätzen besser erfassen soll als bei den semantischen Netzwerken wie bisher. Schank vertritt auch die Ansicht, daß Sätze durch eine oder mehrere Bedeutungsstrukturen repräsentiert werden können, wie sie in der Kasusgrammatik und bei semantischen Netzen angenommen wird. Er bemüht sich um eine 'sprachunabhängige' Repräsentation. Unter 'sprachunabhängig' versteht er, "daß es für zwei beliebige Sätze mit der gleichen Bedeutung nur eine Repräsentation gibt, unabhängig davon, ob sie aus der gleichen oder aus verschiedenen Sprachen stammen."<sup>18</sup> Die Bedeutungsstruktur wird bei Schank "Konzeptualisierung" genannt und besteht aus mehreren Begriffen, die durch semantische Relationen miteinander in Verbindung stehen. So wie man Wörter zu Sätzen zusammensetzt, werden konzeptuelle Begriffe zu Einheiten vereinigt, die er Konzeptualisierung nennt. Ein Agens, eine Aktion und Modifikationen der Aktion, die er konzeptuelle Kasus oder Fälle nennt, bilden eine Konzeptualisierung. Ein Gegenstand und dessen Zustandsbeschreibung oder Zustandsänderung, die er durchgemacht hat können auch eine Konzeptualisierung sein. Er verwendet die folgende Notation:

∧ Konjunktion von Konzeptualisierungen

↑↑ das Medium (Ort) einer Konzeptualisierung

↑ Die Zeit (T<sub>n</sub>) einer Konzeptualisierung

Über eine zweiseitige Dependenzverbindung ( ↔ ) können die folgenden Zeitmarkierungen geschrieben werden:

- p Vergangenheit
- f Zukunft
- c konditional (können)
- nul Gegenwart
- / Verneinung
- ? Frage
- t<sub>f</sub> Ende einer Zustandsänderung oder einer Aktion
- k fortlaufend
- h habituelle Aktion
- T<sub>1</sub> Zeitpunkt T<sub>1</sub>
- T<sub>2</sub> Zeitpunkt T<sub>2</sub> (später als T<sub>1</sub>)

18 R. C. Schank (1977), S.113

Schank definiert verschiedene Typen von Begriffen, Kategorien und Knoten<sup>19</sup>. Darunter sind die Aktionen (ACT) sehr wichtig; sie sind Bedeutungsbestandteile der Verben.

**ACT** "Aktion" bezeichnet eine Handlung, wobei ein menschliches oder tierisches Wesen einen Einfluß auf ein Objekt ausübt (Bsp.: "gehen", "werfen"). Eine Handlung kann durch PPs modifiziert werden (siehe Objekt-, Rezipient- und Direktiv-Kasus).

**PP** "Vorstellungserzeuger" (engl. "picture-producer") ist ein Begriff für ein spezifisches physikalisches Objekt (z.B. Fritz, Bodensee ...) oder für eine nicht spezifische Instanz einer Klasse von physikalischen Objekten (z.B. ein Buch, ein Tisch, ein Mensch ...)

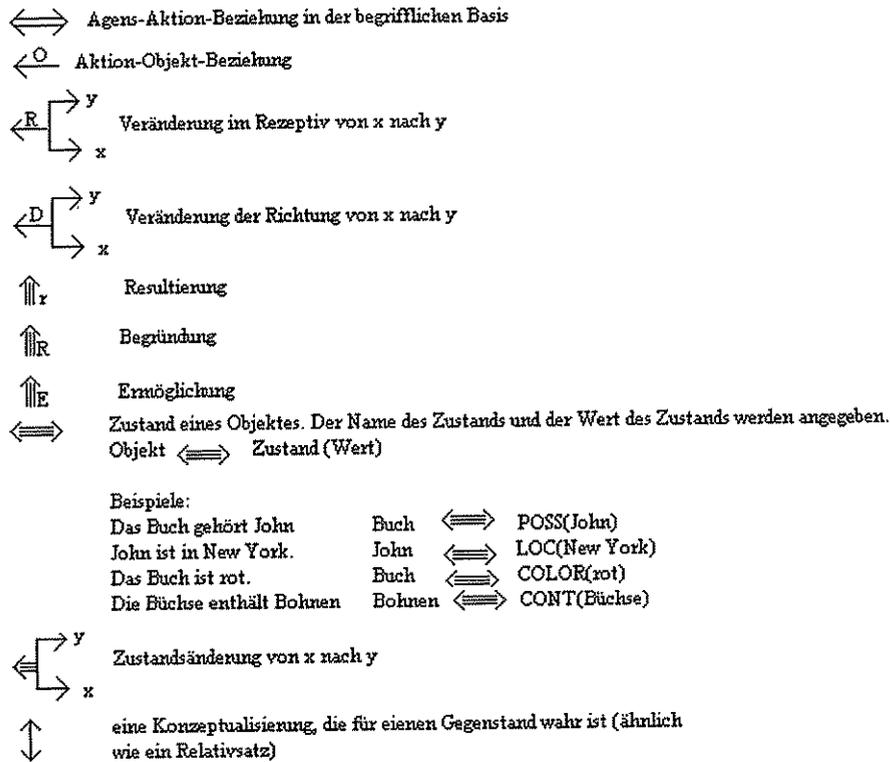
**PA** "Vorstellungs-Helfer" (engl. "picture-aider") spezifiziert einen PP näher (z.B. Adjektive).

**AA** "Aktions-Helfer" (engl. "action-aider") spezifiziert die Handlungen (ACT) (z.B. Adverbien)

Schank definiert eine begrenzte Anzahl von sog. primitiven Aktionen, die zugleich psychische Entitäten repräsentieren. Komplexe Handlungen werden, wie im LZG aus primitiven Aktionen zusammengesetzt. Er unterscheidet zwischen **physischen Aktionen** (Aktionen, die in bezug auf physische Objekte durchgeführt werden; PROPEL, MOVE,

INGEST, EXPEL, GRASP) und **mentale Aktionen** (mentale Operationen, die in bezug auf Vorstellungen oder konkretere mentale Entitäten wie Wahrnehmungen durchgeführt werden; CONC, MTRANS, MBUILD). Meistens interessiert uns nicht die Aktion selbst, sondern das Ergebnis einer Aktion. Da das Ziel von Schank ein Modell des menschlichen Denkens zu erstellen ist, entwirft er auch **globale Aktionen**, die eine solche Fokussierung ermöglichen.

19 für ausführliche Informationen siehe R. C. Schank (1975), M. Wettler (1980), J. Handke (1989), J. Sowa (1984), u.a.



Als konzeptuelle Kasus einer Aktion unterscheidet Schank vier Arten: Objektiv, Direktiv, Rezeptiv und Instrumentalis. Jeder ACT in der konzeptuellen Dependenz erfordert eine bestimmte Anzahl von Kasus. Globale Aktionen (PTRANS und ATRANS) drücken die intendierten Konsequenzen einer Zustandsänderung bei nicht näher spezifizierter Aktion aus. Er definiert (1974) elf primitive Aktionen:

**ATRANS:** Ein Besitz, ein Eigentum oder die Kontrolle eines Objektes geht von einer Person an die andere über (z.B. "geben", "nehmen", "kaufen", "verkaufen", "mieten", usw.).

**PTRANS:** Ortswechsel eines Objektes ("werfen", "senden", "gehen", "reisen", usw.).

**PROPEL:** Eine Kraft wird auf etwas angewendet. PROPEL führt den Objektiv und den Direktiv. Das Objekt muß ein pyhsisches sein. Der Direktiv gibt die Richtung der Kraft, die angewendet wird, an. PROPEL akzeptiert auch unbelebtes Agens (wie z. B. Maschine).

**MOVE:** Move bedeutet einen Körperteil bewegen. Move erfordert den Direktiv, der die Richtung der Bewegung angibt.

**GRASP:** Ein Gegenstand wird "physisch ergriffen". Man verwendet den Direktiv um den Körperteil, der das Ergreifen durchführt anzugeben.

**INGEST:** Das Einverleiben eines Objekts (z.B. "essen", "trinken", "einatmen" usw.)

**EXPEL:** Etwas, was innerhalb eines belebten Objektes ist, nehmen und es hinausschaffen. Die Voraussetzung dafür ist, daß mit diesem Objekt von EXPEL vorher eine INGEST Aktion durchgeführt worden sein muß. Hier muß der Direktiv verwendet werden; der "from-Teil" bestimmt die Körperöffnung, aus der das Objekt ausgestoßen wird.

**MTRANS:** Die Objekte von MTRANS sind immer Konzeptualisierungen, weil MTRANS "Informationen übertragen" bedeutet. MTRANS führt den Rezeptiv, wobei die Empfänger Teile der Köpfe der Menschen wie z. B. das LZG und die möglichen Sender (der "from-Teil" des Rezeptivs) Sinnesorgane oder Teile der Köpfe (entweder der gleichen oder einer anderen Person) sind.

**MBUILD:** MBUILD bedeutet "Gedanken hervorbringen oder kombinieren" und erfordert eine andere Art von Objektfeilen als die anderen Aktionen. Es nimmt als Objekte Konzeptualisierungen und erstellt daraus neue Konzeptualisierungen. MBUILD führt auch den Rezeptiv.

**SPEAK:** "Einen Laut hervorbringen". Das Objekt von SPEAK ist ein Laut, und führt den Direktiv.

**ATTEND:** Ein Sinnesorgan auf einen bestimmten Reiz richten. Das Objekt von ATTEND muß ein Sinnesorgan sein (Nase, Augen, Ohren, Tastrezeptoren). ATTEND führt den Direktiv.

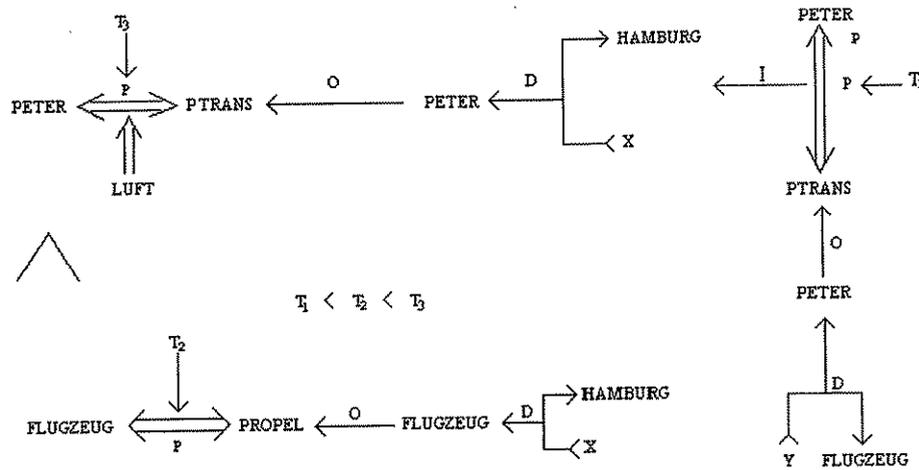


Abb. 6 CD-Repräsentation für "Peter flog nach Hamburg" aus Brauer (1982), S.257

Die Verben der natürlichen Sprachen bestehen meistens aus mehreren primitiven Aktionen. Aktionen sind 'Dinge', die in bezug auf Gegenstände getan werden.

### LITERATURVERZEICHNIS

- Bàtori, István S. / Lenders, W.: Computerlinguistik. Berlin 1989  
 Bibel, Wolfgang (Hrsg.) / Brauer, W.: Künstliche Intelligenz. Teisendorf 1982  
 Bußmann, Hadumod: Lexikon der Sprachwissenschaft, Stuttgart 1990  
 Eisenberg, Peter: Semantik und künstliche Intelligenz. Berlin 1977  
 Falkner, Reinhold: Mikro Computer Lexikon. München 1984.  
 Handke, Jürgen: Natürliche Sprache. Implementierung in LISP. Hamburg 1989  
 Özbent (Yüksel), Sueda: Algorithmische Syntaxanalyse türkischer Fragesätze im Vergleich mit deutschen Fragesätzen. Eichstätt 1987 (Ma.)  
 Özbent, Sueda: Eine vergleichende und algorithmische Bedeutungsanalyse deutscher und türkischer Fragesätze. Eichstätt 1991 (Diss.)

- Schank, Roger C.: Elementare Aktionen und linguistische Theorien. In: Peter Eisenberg: Semantik und künstliche Intelligenz, Berlin 1977, S. 113-142  
 Schnelle, Helmut / Rickheit, Gert (Hrsg.): Sprache in Mensch und Computer. Opladen 1988.  
 Simmons, R. F. / Slocum, J.: Generating English discourse from semantic nets Communications of the ACM, 15, S. 891-905  
 Sowa, John F.: Conceptual Structures. Information Processing in Mind and Machine. California 1984.  
 Weizenbaum, Joseph: Kurs auf den Eisberg. Zürich 1984  
 Wettler, Manfred: Sprache, Gedächtnis, Verstehen. Berlin 1980.  
 Wettler, Manfred: Wissensrepräsentation. Typen und Modelle. In: Bàtori, I. / Lenders, W. Berlin 1989, S. 317-336  
 Wode, Henning: Einführung in die Psycholinguistik. Theorien, Methoden, Ergebnisse. Ismaning 1988

Yadigar Eđit  
Ege Üniversitesi

**Werbung und ihre Sprache in Medien unter pragmatischem  
und semiotischem Aspekt.**

*Eine kontrastive Studie unter Berücksichtigung des Deutschen und Türkischen*

**Einleitung**

Im Zeitalter der freien Marktwirtschaft spielt die Werbung eine unermeßlich große Rolle, und die Wirkungskraft der Werbesprache ist viel größer, als man sich vorstellen kann; sie dringt in das Unterbewußtsein der Verbrauchergruppen und ruft dort Assoziationen hervor. Die Folge dieses Vorgangs ist die Manipulation der Psyche der Verbraucher.

Der Kauf bestimmter Konsumwaren, aber auch die Wahl besonderer Lebensstile und Meinungen über politische Fragen werden gegenwärtig mehr denn je durch Werbemethoden beeinflusst. Die Werbepsychologie muß aus diesem Grund die spezifischen Bedürfnisse verschiedener gesellschaftlicher Verbrauchergruppen und –schichten kennen und über geeignete Techniken verfügen, die vor allem auf wahrnehmungs-, tiefen- und sozialpsychologischen Erkenntnissen beruhen.

In jeder Werbung sind üblicherweise mehrere Techniken gleichzeitig enthalten; sie zielen darauf ab, bei dem Individuum gleichsam Bedürfnisse zu suggerieren, die ihm die Wahl als seine freie Entscheidung erscheinen lassen. Den größten Beitrag in dieser Hinsicht leisten die Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, und ausgehend vom Standard der deutschen und türkischen privaten Satellitensender läßt sich sagen, daß der Zuschauer mit einer Flut von Werben überströmt wird. So erreichen uns durch Werbebilder, Werbesendungen in Fernsehen und Rundfunk, Werbeanzeigen in Zeitschriften und Tageszeitungen, auf Verpackungen und öffentlichen Transportmitteln täglich unzählige Werbeappelle (Sowinski, 1979:9).

Im folgenden soll die Werbung und ihre Sprache in Hinblick auf ihre Funktionen unter pragmatischem und semiotischem Aspekt mit Werbebeispielen aus dem Deutschen und Türkischen untersucht werden. Die ausgewählten Beispiele wurden zumeist den Zeitschriften entnommen und werden aus technischen Gründen teilweise nur beschrieben, teilweise im Anhang abgebildet.

Einige der in der vorliegenden Untersuchung vorgestellten Fernsehspots und Beispiele für Werbeanzeigen in Zeitschriften wurden mir von einem Magistranten (U.Karakaya) im Rahmen eines Seminars übermittelt.

### Historische Entwicklung der Werbung

Nach Bernhard Sowinski haben wir es bereits dort mit Werbung zu tun, "wo ein Mensch den anderen mit gewaltlosen, angenehm wirkenden Mitteln zu einem geänderten Verhalten veranlassen möchte" (Sowinski, 1979:10).

Demnach ist die erste Werbung die Verführung Adams und Evas durch den Teufel, der sie in Form einer Schlange zum Apfelgenuß anregte. Die ursprüngliche Bedeutung des Wortes *Werbung* war *sich drehen, sich drehend bewegen* und wurde zuerst vermutlich auf das Balzverhalten verschiedener Tiere bezogen. Danach wurde dieses Lexem für die menschliche Brautwerbung und Soldatenwerbung übernommen.

Die Werbung wird laut Wahrig als "planmäßiges Vorgehen, jemanden oder bestimmte Personengruppen für sich oder für etwas zu gewinnen" (Wahrig, 2001:1390) definiert. Im Handwörterbuch der Sozialwissenschaften wird unter Werbung "der planvolle Einsatz von Werbemitteln zur Erzielung bestimmter Absatzleistungen" (Albach, 1961:624) verstanden, womit wir bei der Wirtschaftswerbung ankommen.

Die Entwicklung der *Wirtschaftswerbung* (Sowinski, 1979:11ff) ist mit der des Handels eng verbunden. Mit dem Aufkommen der Schrift wird sie neben der mündlichen Form erstmalig auch durch Bild und Schrift überliefert (bei den Phöniziern, Sumerern, Chinesen und Ägyptern). Solche Werbezeichen und Werbeinschriften in Form von Relieftafeln, Mauerankündigungen, Malereien und Schildern sind bereits aus späterer römischer Zeit bekannt. Im Mittelalter dagegen trat die Rolle der mündlichen Werbung wieder in den Vordergrund und Mauerschreibereien, Zunftzeichen und Schilder hatten eine ergänzende Funktion. Nach der Erfindung des Buchdrucks wurden auf Papier gedruckte wirtschaftliche Werbetexte in Form von Flugblättern häufiger. In der Reformationszeit spielte die Flugschriftenliteratur eine große Rolle. Mit der Verbreitung von Zeitschriften und Zeitungen seit dem 17. Jahrhundert fand die Werbung dann einen geeigneten Träger. Nach der industriellen Revolution im 19. Jahrhundert konstituierte sich von Amerika ausgehend die moderne Wirtschaftswerbung. In Frankreich und später in Deutschland setzte sich der Begriff *Reklame* durch. Mit dem Aufkommen der *Markenartikel* erlebte die Werbung eine Aufwertung. Man begriff die wirtschaftliche Zweckfunktion der Werbung und beauftragte spezielle Agenturen mit der Popularisierung verschiedener Produkte oder richtete zu diesem Zweck Werbeabteilungen innerhalb der eigenen Firmen ein. Ein Beispiel für den Erfolg solcher Werbestrategien ist die Getränkemarke Coca Cola, die gegenwärtig einen hohen weltweiten Absatz erzielt.

In Deutschland setzte die Entwicklung der Massenproduktion mit Markenartikel wie *Odol* (Mundwasser, 1893), *Backin* (Backpulver von Dr.A.Oetker, 1899), *Kaffee Hag* (koffeinfreier Kaffee von Roselius, 1906) und *Persil* (Waschmittel von F.Henkel, 1907) ein. Durch eine verbesserte Druck- und Informationstechnik sowie durch die Gründung von speziellen Werbeagenturen erlebte die Markenartikelwerbung in Deutschland in den späten 20er Jahren des 20. Jahrhunderts einen Aufschwung. Der Rundfunk als neues Medium erhöhte die technischen Möglichkeiten der Werbung. Das häufig negativ interpretierte Wort *Reklame* wurde von dem seriöseren Begriff Werbung verdrängt.

Während des zweiten Weltkriegs brach die Entwicklung der deutschen Werbebranche ab und setzte erst in den Jahren des *Wirtschaftswunders*, also am Anfang der 50er Jahre, erneut ein. Die Werbung berücksichtigte dann auch die psychologischen Aspekte und "sollte nun nicht mehr nur Aufmerksamkeit wecken und die Markenartikel vorteilhaft präsentieren, sondern vielmehr die geheimen Wünsche und unbewußten Strebungen der Menschen aussprechen" (Sowinski, 1979:13) In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat sich die Branche dann zu einer durch Film- und Fernsehwerbung erweiterten *Werbeindustrie* entwickelt.

Die Werbung in der Türkei geht auf die Tradition der Marktschreier und Straßenhändler zurück. Diese Art der Werbung war durch die Verwendung spezieller Slogans, die häufig auch eine witzige Seite haben, geprägt (Ünsal, 1971: 44). Einige interessante Slogans von dieser Zeit, die heute noch existieren, sind beispielsweise:

**"Çıtır, yanıyör, yanıyör, yanıyör, çıtır"**

(Simit-Verkäufer auf den Straßen)

**"Aynalı balık bunlar, aynalı balık"**

(Fischverkäufer auf dem Markt)

**"Canlı bunlar, canlı, canlı"**

(Fischverkäufer auf dem Markt)

**"Elimi kestim kan akıyor, kan"**

(Ausruf der Wassermelonenverkäufer)

Die ersten türkischen Werbeanzeigen erschienen in den Zeitungen *Ceride-i Havadis* (1840) und *Tercüman-ı Ahval* (1864). Diese frühen Anzeigen waren Werbungen für Agrarwerkzeuge und trafen Haus- und Grundstücksverkäufe oder Buchveröffentlichungen. Weitere Werbeanzeigen erschienen 1896 im *Servet-i Fünun*. Im Jahre 1909 wurde schließlich die erste Werbeagentur mit dem Namen *İlançılık* gegründet. 1951 wurde zum ersten Mal über Rundfunk Werbung gesendet und 1971 hat das *Staatliche Türkische Fernsehen*, das damals nur TRT hieß, die erste Fernsehwerbung ausgestrahlt (Ünsal, 1971:45ff. und Yapıcı, 1975:16).

Werbevorgänge sind meistens wirtschaftlich bedingte kommunikative Prozesse, und wenn man ihre kommunikativen Aussagen und Wirkungen in bezug auf die in der Überschrift dieser Arbeit genannten Aspekte analysieren möchte, so ist die Beschreibung des Wesens der Werbesprache zumindest in knapper Ausführung unumgänglich.

### Die Sprache der Werbung

Die Frage nach Wesen und Wirkung der Werbesprache, vor allem nach ihrer Eigenständigkeit im Verhältnis zur *Gemeinsprache* steht nach wie vor im Mittelpunkt des Interesses der Sprachwissenschaftler, der Betriebswissenschaftler sowie der Werbestrategen. Einige Beobachtungen helfen uns, das Wesen der Werbesprache zu

erfassen. Zunächst ist die Werbesprache keine *Sondersprache*, die der Kommunikation von bestimmten Fachleuten dient. Sie wird zwar von wenigen Fachleuten geschaffen, soll aber eine möglichst breite Adressatenschicht ansprechen und allgemein verständlich sein. Ein weiteres Merkmal der Werbesprache liegt in ihrer Eigenschaft, eine *geschriebene* Sprache zu sein. In Rundfunk und Fernsehen gesprochenes Werbematerial ist lediglich die Artikulation geschriebener Werbetexte. In der Art der Werbetexte würde kein normaler Mensch sprechen. Nach Ruth Römer hat die Werbesprache "durch ihre wesentlich schriftliche Existenzform einen anonymen und kollektiven Zug" (1980:203). Eine weitere Besonderheit der Werbesprache ist, daß sie sich eines bestimmten Wortschatzes bedient, der bis auf die oft vorkommenden Neubildungen und Fachausdrücke der Gemeinsprache entstammt; er erscheint jedoch nur in bestimmten Verwendungsformen, wie sie vom Werbeprozess gefordert werden (Sowinski, 1979:89). Dieser Wortschatz ist nicht sehr groß, wie etwa der Wortschatz einer bestimmten Fachsprache, aber die vorhandenen Lexeme werden überaus hochfrequent verwendet. Die Sprache der Werbung ist stark von wirtschaftlichen, sozialen, historischen und kulturellen Gegebenheiten abhängig. So wird z.B. gegenwärtig in den türkischen Werbesendungen in Rundfunk und Fernsehen sowie in den Werbeanzeigen von der Wendung, *...bu ekonomik kriz döneminde...* (...in dieser wirtschaftlichen Krisenperiode...) immer mehr Gebrauch gemacht. Mit dieser Wendung wird versucht, auf die Preisgünstigkeit des angepriesenen Produkts hinzuweisen und ein Gefühl der Solidarität zu übermitteln.

Die Werbesprache kann somit zusammenfassend als eine "stark zweckbestimmte, von der Alltagssprache zumeist abgehobene schriftsprachlich geprägte Sprachauswahl mit beschreibenden, anpreisenden und überredenden Funktionen" (Sowinski, 1979: 89) beschrieben werden.

### Die Werbesprache unter pragmatischem Aspekt

Die Pragmatik beschäftigt sich mit der Beziehung zwischen Zeichen und ihren Benutzern. Sie läßt sich als das "Studium sprachlicher Handlungen und Kontexte, in denen sie vollzogen werden" (Pelz, 1999: 241 f.) definieren. Bekanntlich erfahren alle sprachlichen Elemente in einem Sprechakt eine Einschränkung ihrer *lexikalischen* Bedeutung. Zu der so entstandenen *aktuellen* und *lokutiven* Bedeutung der Sprachzeichen tritt im Sprechakt die *illokutive* Bedeutung, die den betreffenden Sprechakt charakterisiert (Sowinski, 1979: 90). Die hier angedeuteten Zusammenhänge wurden in Rahmen einer besonderen Sprechakttheorie bzw. Sprechhandlungstheorie von J.L. Austin (1962), J.R. Searle (1969), D. Wunderlich (1976) u.a. ausführlich behandelt.

Da es für diese Arbeit als wichtig erscheint, sich am sprachlichen Material zu orientieren, soll der oben erwähnten Sprechakttheorie nicht weiter nachgegangen werden. Eine pragmatische Betrachtung erscheint vor allem dann sinnvoll, wenn man vor Augen hält, daß die Werbesprache eine äußerst zweckbetonte Sprache ist, deren Verwendung direkt von der intendierten Wirkung auf eine bestimmte Zielgruppe

abhängig ist. Aus diesem Grund hat Flader (1974) den Versuch unternommen, Werbetexte und -slogans nach pragmalinguistischen Kriterien zu analysieren. Er geht davon aus, daß jedem Werbeslogan eine bestimmte Intention zugrunde liegt und somit ein bestimmter Sprechakt vorliegt, der bestimmten Bedingungen und Regeln unterliegt, und wenn es sich bei dem jeweiligen Sprechakt um einen direkten Sprechakt handelt, durch geeignete sprachliche Signale oder wie besonders beim indirekten Sprechakt lediglich durch situative Konventionen bestimmt wird (1974: 90 ff.). Flader unterscheidet zwischen verschiedenen Typen der Sprachhandlungen in Werbetexten und -slogans, die er als *Empfehlungshandlungen*, *Behauptungshandlungen*, *Präskriptionshandlungen*, *Versicherungshandlungen*, *Beurteilungshandlungen*, *Präsentationshandlungen* und *Aufforderungshandlungen* klassifiziert.

Im folgenden sollen die oben angeführten Sprachhandlungstypen anhand von Werbebeispielen dargelegt werden:

**Empfehlungshandlungen:** Bei diesem Typ der Sprachhandlungen impliziert der Slogan zwar, daß dem Konsumenten eine Auswahlentscheidung zugesagt wird, gibt jedoch gleichzeitig die Gründe an, weshalb er sich für das angepriesene Produkt entscheiden sollte. Solche Slogans könnten mit einem Vor-Satz in der Art von "Wir empfehlen Ihnen..." oder "Nehmen Sie..." eingeleitet werden und die jeweilige Intention als solche verdeutlichen. Hierzu einige Sloganbeispiele dieses Typs im Deutschen:

**Der neue PEUGEOT 607. Ein Ausdruck Ihrer Persönlichkeit.** (Der Spiegel/10;5.3.2001, S.16-17.)

(PKW-Werbung)

**RENAULT Scénic RX4. Was eine Straße ist, entscheiden Sie.** (Der Spiegel/11; 12.03.2001, S.55)

(PKW-Werbung)

Beispiele im Türkischen:

**L'ORÉAL. Saçlarınıza yeniden dolgunluk ve yoğunluk kazandırın!** (Hürriyet-Pazar, 14.07.2002, S.4)

(Shampoowerbung)

**Corsa, yaşamınıza heyecan katmak için sizi bekliyor** (Hürriyet; 09.02.2003, S.17)

(PKW-Werbung)

**Behauptungshandlungen:** Der Slogan übermittelt dem potentiellen Käufer eine werbewirksame Information, indem er auf eventuell mögliche Fragen zur Ware antwortet. Solchen Slogans könnte der Satz "Ich behaupte, daß..." vorangestellt werden. Beispiele dafür im Deutschen sind folgende:

**Größer. Schöner. Aktueller.**

**Und nur bei SCHÖNER WOHNEN zu bestellen:** (Schöner Wohnen/ 4 April 1999, S.15)

(Werbung für Möbelkatalog)

**EIN LEDER WIE KEIN LEDER. LONGLIFE. NEU !**

(Schöner Wohnen/ 4, April 1999, S.173)

(Werbung für Polsterleder)

Beispiele im Türkischen:

**Türkiye'de İnternet eşittir Superonline**

(Fernsehwerbung für einen türkischen Internetserver)

**JUVENA**

**ÇİLT BAKIMINDA BİLİMSEL TEKNOLOJİ** (Sevil/24, ekim-kasım 2002, S.33)

**Bu şişe başka şişe !** (Aktuel 408; 8-14 Nisan 99, S.96)

(Werbung für Flaschenmilch)

**Präskriptionshandlungen:** Bei diesem Typus von Sprachhandlungen werden diejenigen Behauptungshandlungen zusammengefaßt, die "definitiven Charakter haben" (Flader, 1974:90), d.h. bestimmte Verhaltensweisen werden durch die Slogans vorgeschrieben wie etwa in den deutschen Werbeslogans:

**"Ihr erster Schritt zur Besserung: Gesunde Finanzen".** (Der Spiegel/10; 05.03.2001, S.227)

(Werbung für die WWK-Unfallversicherung)

**Denken Sie mal 7 Milisekunden an die Sicherheit Ihrer Familie.**

**IPS Intelligent Protection System.** (Der Spiegel/11; 12.03.2001, S.2)

(Werbung für Ford Mondeo Turnier)

Beispiele im Türkischen:

**Sevgililer Günü hediyesi ÇARŞI'dan alınır...** (Hürriyet/Look; 07.02.2003, S.9)

(Werbung für ein Kaufhaus)

**En çok aranan telefon: SAMSUNG R220 Blu ON.** (Hürriyet; 07.02.2003, S.32)

(Werbung für Handy)

**Versicherungshandlungen:** Der Slogan spricht bei diesem Typ der Sprachhandlungen dem Produkt eine bestimmte Qualität zu, die allerdings nicht bewiesen werden kann. Es könnte ein Satz wie "Ich versichere Ihnen, daß..." vorangestellt werden. Solche Werbeslogans sind zum Beispiel im Deutschen:

**Der neue Ford Mondeo. Richtungsweisend.** (Der Spiegel /49; 4.12.2000, S.28-29)

(Werbung für eine PKW-Marke)

**Der Rover 75. Körperkult** (Der Spiegel/20; 14.5.2001, S.14)

(Werbung für eine PKW-Marke)

Beispiele im Türkischen:

**Küçük ev aletlerin büyüğü- Kenwood** (Hürriyet, 15 Ocak 2003, S.13)

(Küchenapparaterwerbungs)

**BMW DAİMA LİSTE BAŞI** (Milliyet, 17 Ocak 1996, S.4)

(PKW-Werbung)

**Beurteilungshandlungen:** Diese Gruppe läßt sich nur schwer gegenüber den Behauptungshandlungen abgrenzen. Flader führt als Unterscheidungsmerkmal eine Fachkompetenz an, die in der Aussage des Kommunikators zum Ausdruck kommen müsse (1974: 101f.). Diese Art der Sprachhandlungen kommen in den folgenden deutschen Werbeslogans zum Ausdruck:

**Heute ein König**

**König-Pilsener. DAS KÖNIG DER BIERE.** (Stern/28; 6.7.1995, S.69).  
(Bierwerbung)

**Gerollsteiner-Strom guten Geschmacks.** (Stern/28, 6.7.1995, S.2)  
(Mineralwasserwerbung)

Beispiele im Türkischen:

**Şampuanın Fendi, Sabunu Yendi.**

**Panten Pro-V.** (Elele. Aralık 1995/12, S.33)

(Shampoowerbung)

**Birlikte , hep daha iyiye.**

**Philips.** (Cosmopolitan. Aralık 1996, S.243)

(Werbung für Küchenhandgeräte)

**Präsentationshandlungen:** In solchen Slogans wird der Produktname mit einer kennzeichnenden Apposition verbunden, womit eine Identifikation der beiden Aussagen beabsichtigt wird. Deshalb bleiben solche Slogans meistens auch längere Zeit im Gedächtnis haften, wie z. B. in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts die deutschen Werbeslogans für Zigarettenwerbungen, die in Funk und Fernsehen, auf Plakaten, in Zeitschriften, auf Bussen und Straßenbahnen zu sehen waren:

**Marlboro – der Geschmack von Freiheit und Abenteuer**

(Zigarettenwerbung)

**LORD EXTRA – Genuss im Stil der neuen Zeit**

(Zigarettenwerbung)

Beispiele im Türkischen:

**Sabah – Türkiye'nin en iyi gazetesi**

(Fernsehwerbung für eine türkische Zeitung)

**Milliyet – Basında Güven.**

(Fernsehwerbung für eine türkische Zeitung)

**Aufforderungshandlungen:** In dieser letzten Gruppe faßt Flader Grenzfälle wie *Aufforderungshandlungen, Ausdrücke der inneren Sprache und Meinungen* zusammen (1974: 101f.). Beispiele für diese Art von Slogans sind im Deutschen folgende:

**...SIE HABEN FREIE HAND. WOHIN SIE AUCH WOLLEN...** (Der Spiegel/11, 12.03.01, S. 62-63)

(Werbung für die Automarke VOLVO)

**TRÄUME LEBEN – WIE NIE ZUVOR.** (Der Spiegel/11, 12. 02.01, S.208-209)

(Werbung für Fernsehmarke SHARP)

Beispiele im Türkischen:

**Bence BMC!**

(Fernsehwerbung für eine LKW-Marke)

**Hayatınıza bir yıldız girecek.** (Hürriyet, 04.02.2003, S.5)

(Werbung für die PKW-Marke Mercedes Benz)

Pragmatische Analysen von Werbeslogans sind äußerst schwierig, weil die Werbung das Prinzip der Mehrdeutigkeit zum Zwecke der mehrfachen Effektivität voll auszunutzen sucht. Dennoch läßt die Zweckbestimmtheit der Werbeanzeigen solche pragmatische Analysen als sinnvoll erscheinen. Allerdings ist die bisherige Sprechaktanalyse mehr sprechorientiert, und Empfängerintentionen, auf die es in den Werbeanzeigen im Sinne der ökonomischen Wirksamkeit besonders ankommt, werden weniger beachtet. Aus diesem Grund sollten alle Sprechaktanalysen von Werbeslogans sowohl die mögliche Mehrdeutigkeit der Aussagen wie auch die unterschiedlichen Intentionen und Verstehungsmöglichkeiten berücksichtigen. Darüber hinaus sollten bei den oben erwähnten Analysen auch die Präsuppositionen beachtet werden, denn jeder Werbeslogan stützt sich in seiner Bedeutungsstruktur auf die Mitwirkung bestimmter Präsuppositionen. Oft wirkt sogar eine Werbeanzeige, wie Sowinski behauptet, "stärker durch ihre Präsupposition als durch ihre expliziten Aussagen" (1979:96). Deshalb versuchen Werbemacher stets Präsuppositionen (Lewandowski, 1979:591), vor allem kulturelle bzw. interkulturelle Präsuppositionen (Egit, z.Z. im Druck) in ihre

Werbeslogans einzubeziehen. Ein Beispiel aus der Parteienwerbung aus den 70er Jahren, welches bei mir Spuren hinterließ, soll den oben genannten Sachverhalt verdeutlichen. Die Werbeanzeige gehörte der CDU und war etwa folgenderweise gestaltet:

Auf dem Werbebild waren Lichtbilder von Helmut Schmidt (Kanzlerkandidat der SPD) und Helmut Kohl (Kanzlerkandidat der CDU) abgebildet. Helmut Schmidt trug eine dunkle Schirmmütze und Helmut Kohl hatte keine Kopfbedeckung. Unter den Lichtbildern der beiden Politiker stand der Werbetext, der aus einer Frage an den Wähler und aus der Antwort des Wählers bestand:

Frage: **Welchen Helmut wählen Sie, den mit der Mütze auf dem Kopf oder den mit dem Kopf?**

Antwort: **Natürlich den mit dem Kopf.**

Aus den metaphorischen negativen Aussagen für die eine Partei (SPD) wird zugleich eine positive Aussage für die andere Partei (CDU). In ähnlicher Weise läßt sich diese Erscheinung in vielen Werbeanzeigen beobachten.

### Die Verwendung von Wörtern aus verschiedenen Bereichen in der Werbesprache

Ein idealer Webetext muß sowohl auf die Allgemeinverständlichkeit wie auch auf die Wirksamkeit bedacht sein. So wählen Werbetexter zumeist Sprechformen, die nicht so sehr von der Standardsprache abweichen, gleichzeitig aber bestimmte Schichten und Gruppen wirksam ansprechen können. Den Werbetexten, die Abweichungen von der schriftlichen Verkehrssprache aufweisen, liegt in den meisten Fällen eine bestimmte Wirkungsabsicht zugrunde. In Anlehnung an Bernhard Sowinski (1979: 97ff.) sollen im folgenden einige dieser abweichenden Möglichkeiten erläutert werden:

a) **Fachsprachen:** Fachsprachliche Ausdrücke werden häufig in Werbeanzeigen für technische und pharmazeutische Produkte verwendet. In den Fachzeitschriften kommen solche Ausdrücke selbstverständlich mehr zur Geltung und überschwemmen sogar auch zuweilen die Sprache der *allgemeinen* Werbung. Ihre Funktion besteht darin, technische oder medizinische Einzelheiten darzulegen und zugleich einen Eindruck von Innovationsfreude und wissenschaftlicher Zuverlässigkeit zu vermitteln. Der Anteil der Fachbegriffe hängt dabei von der Gegenstandswahl und der angezielten Gruppe ab. Beispiele dazu im Deutschen und Türkischen sind:

**Revolutionär:** 52 cm Nacheinstellgrenze; sensationelle Abbildungsleistung durch Verwendung modernster, hochwertigster optischer Elemente; Innenfokussierung für problemlosen Einsatz von Effektfilttern; legendäre Zuverlässigkeit, ultrakompakte Bauweise (nur 82 mm Baulänge!), atemberaubender, gigantischer 7,1-facher Zoombereich... (Der Spiegel/32;03.08.1998, S.61)

(Werbung für ein Objektiv)

**Nomad Jukebox** 6 GB'lık kapasitesiyle evinizdeki 150 CD'lik arşivinizi yanınızda taşıma ve 100 saaten fazla CD kalitesindeki MP3 formatında müzik dinleyebilme

hayalini gerçeğe dönüştürüyor. 8MB'lık DRAM Buffer'ı ile 5 dakikanın üzerinde çok kuruması gerçekleştiren Nomad Jukebox, Line-in girişiyle 48 khz'de stereo ses kaydı yapabiliyor. Nomad Jukebox 132 X 64 piksel, arkadan aydınlatmalı okunmasını sağlıyor. 12,7 cm X 12,7 cm X 3,8 cm boyutundaki Nomad Jukebox, üzerindeki DC girişiyle pillerini otomatik olarak şarj ediyor. (PCnet, Aralık 2000, S.69)

(Untertext einer Werbung für einen MP3-Spieler)

b) **Fremdwörter:** Als Fremdwörter gelten Wörter, "die aus einer anderen Sprache mehr oder weniger unverändert übernommen (...)" (Wahrig 2001: 500) werden. Neue Erfindungen aus dem technischen und wissenschaftlichen Bereich werden zumeist mit ihrer spezifischen, international gültigen Terminologie übernommen. In Werbetexten ist der Wirkungswert dieser Wörter in den meisten Fällen wichtiger als ihr Informationswert. Sie werden verwendet, um den Werbetexten bzw. den angepriesenen Produkten "den Anstrich von technischer Perfektion, Weltweite, Prestige, Bildung oder Modernität [zu] verleihen." (Sowinski, 1979: 99). Folgende Beispiele in deutschen und türkischen Werbetexten sollen diesen Sachverhalt darlegen:

*Mit der T-Net-Box halten Sie auch unterwegs Kontakt mit zu Hause, d.h., die T-Net-Box erreicht Sie an Ihrem Pager, Handy und an jedem anderen Telefon der Welt. Ausserdem können Sie von der T-Net-Box empfangene Faxe an jedem Faxgerät abrufen. Darüber hinaus hat dir T-Net-Box noch viele weitere Funktionen eines klassischen Anrufbeantworters. Und das alles bekommen Sie für nur 4,-DM im Monat plus lediglich 2,-DM für die Fax-Funktion. Übrigens: Beim ISDN -Komfortanschluß ist eine T-Net-Box inklusive.(...)* (Der Spiegel/32; 03.08.1998, S.38)

(Werbung für ein Telekommunikationsprogramm)

*Artık kopan bağlantınızı yeniden kurmak için elinizi klavyeden kaldırıp humbul fare'yi masa üstünde bir gezintiye çıkarmamıza, veya chat yaparken mesajlarımıza ulaşmak için yine humbul fare aracılığıyla outlook-express'i açmamıza gerek yok. Böylece netteki aşkınız sizin cevap yazmanızı beklemekten sıkılıp (söylemedi demeyin) bir başkasını bulmayacak. Çünkü her şey elinizin altındaki VORTEX klavyenin tuşlarında.* (PC net, Aralık 2000, S.63)

(Werbung für Computer-Hardware)

c) **Umgangs- bzw. Alltagssprache und Gruppensprachen:** Obwohl in Werbetexten zugunsten der allgemeinen Verständlichkeit die Verwendung der Schriftsprache favorisiert wird, herrscht in vielen Fällen eine Tendenz zur Umgangssprache und Alltagssprache, um den Werbetext verständlicher und wirksamer zu gestalten. Umgangssprachliche und alltagssprachliche Ausdrücke werden vor allem in solchen Werbungen verwendet, mit denen bestimmte Zielgruppen der Gesellschaft (vor allem Jugendliche) angesprochen werden, wie z.B. in den folgenden Werbetexten im Deutschen und Türkischen:

*-Nach ihrem dritten Tor waren die Jungs beeindruckt.*

*Als sie von ihrem Ersparten hörten, waren sie baff.* (Der Spiegel/32; 3.8.98, S9)

(Werbung für Wertpapiere, die an Jugendliche appelliert, ihr Erspartes anzulegen)

*-Tasalanma koy fırına / ister mikrodalgaya, sıcak suya / istersen teflon tavaya ... / En az 3, en çok 15 dakikadal iftar yemeğın sofrada* (PC net, Aralık 2000, S.199)

(Werbung für gefrierte Kost)

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß bei der Wirtschaftswerbung und ihrer Sprache die pragmatische Ausgangsfrage, wer spricht *wann* und *wo*, *zu wem*, *wie* und *wozu* zur Beschreibung und Erklärung des verbal und visuell realisieren *Wie* und *Was* dient. Die Botschaften der Werbung zeichnen sich durch ein eigentümliches Spannungsverhältnis zwischen Eindeutigkeit und Verborgtheit der Mitteilung (Nöth, 2000:509) aus. Zum einen scheint die Werbebotschaft immer einen gleichen Kern zu implizieren, zum anderen aber scheint sie verborgene Mitteilungen zu übermitteln, deren Dekodierung, wie auch Nöth(ebd.) zutreffend bemerkt, eines Semiotikers bedarf.

### Werbung unter semiotischem Aspekt

Für die Semiotik bzw. Semiologie, die Wissenschaft von den Zeichen allgemein, ist die Werbung von großer Bedeutung, "weil hier verschiedene Zeichen und Zeichensysteme in spezifischer Weise wirkungsvoll verbunden werden" (Sowinski, 1979: 31).

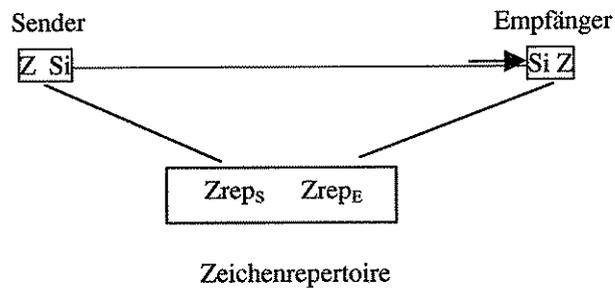
Jedes Phänomen, das nicht nur als rein phänomenologisch Gegebenes zu betrachten ist, sondern etwas anderes ausdrücken soll, ist ein Zeichen (Pelz, 1999: 39). Demnach gibt es nicht nur sprachliche Zeichen, sondern auch andere, zum Beispiel visuelle Zeichen, die vor allem für die Werbung von Belang sind.

Die Semiotik der Werbung beginnt schon in den 1960er Jahren. Die Beziehungen zwischen Bild und Text in der Werbung sind das Thema von zahlreichen Beiträgen seit U.Eco (1972) und R. Barthes (1964/67/70 a/70b).

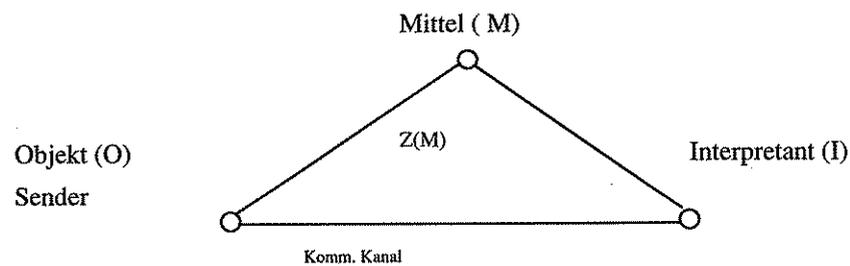
Die Semiotik der Werbung bezieht sich auf ein elementares dreigliedriges Kommunikationsmodell (Zeichen – Objekt – Bedeutung), das auf der Interaktion von mindestens zwei Kommunikationspartnern beruht. Demnach ist jede Werbung eine Mitteilung; sie enthält einen Sender, das ist der Hersteller des Produkts bzw. die Werbeagentur, einen Empfänger, nämlich den Konsumenten und einen Übertragungskanal, den Werbeträger.

Bei der Werbung stehen Sender und Empfänger nicht in direktem Kontakt zueinander, daher kann die Form der Kommunikation als *indirekt*, *einseitig* und *öffentlich* bezeichnet werden. Die Werbung bemüht sich, Produkte zu *Zeichen* zu stilisieren. Dieser Vorgang wird oft dadurch erreicht, indem Abbilder eines Produkts mit sprachlichen und nicht-sprachlichen Zeichen in Verbindung gebracht werden, so daß die Bedeutung dieser kontextuellen Zeichen von Kommunikanten übertragen wird auf das Abbild des Produkts als Gegenstand, wodurch das Produkt selbst zu einem Zeichen für die jeweils intendierte Bedeutung wird (Langner, 1985: 11). Dabei muß beachtet

werden, dađ die kommunikativen Signale wie auch die Situation von den Kommunikationspartnern richtig verstanden werden. Wenn dies bezuglich keine ausreichende Ubereinstimmung herrscht, kann die Werbung auch nicht zum Erfolg fuhren. Im Rahmen der Bestimmung des Zeichenbegriffs im semiotischen Modell verdeutlicht das Kommunikationsmodell Werner Meyer - Eppers ( Lagner, 1985: 15) , wie ein informationstheoretisches Signalubermittlungsschema an ein Zeichenschema gebunden ist, welches , aus dem allgemeinen Schema herausgelost, auch selbst als ein reduziertes Kommunikationsschema betrachtet werden kann:



Das unten folgende Schema zeigt die Parallelitat zum oben stehenden Kommunikationsschema ( Bense 1971: 40) :



Das Objekt stellt den Sender dar, der Interpretant den Empfänger, und das Mittel ist der materiale Zeichenträger und fungiert als Kommunikationskanal zwischen Objekt und Interpretant.

Ein Etwas kann durch Konvention zum Zeichen erklärt werden. Es läßt sich somit eine triadische Relation zwischen einem Mittel, Objektbezug und einem Interpretanten feststellen, für den das Zeichen ein Mittel ist, das auf ein Objekt verweist und dadurch auch eine Bedeutung hat ( Bense/Walther, 1973: 65). Dieser dreistelligen Relation entspricht auch eine dreistellige Funktion: Das Zeichen dient erstens in seiner Funktion der Kommunikation, zweitens in seinem Objektbezug der Realisation und drittens in seinem Interpretantenbezug der Kodierung ( Bense/Walther, 1973:25).

Mit semiotischen Methoden können alle Arten von Zeichenprozessen zwischen Menschen sowie nichtmenschlichen Organismen und Maschinen untersucht werden. Die Semiotik erforscht und beschreibt somit alle verbalen und nicht - verbalen Kommunikationssysteme und ist deshalb geeignet, Werbungen entsprechend zu beschreiben und zu analysieren. Sie stellt eine Vereinheitlichung aller Aspekte einer Kommunikationssituation dar, womit eine Analyse nicht - verbaler Konstituenten möglich wird.

**Werbepsprache unter semiotischem Aspekt**

Es ist auffallend, dađ in den Werbeanzeigen Bilder und Slogans in unterschiedlichen Beziehungen zueinander stehen. So wird z.B. in der Werbung für die Automarke Maserati dem Bild des Autos zwei Drittel der Seite eingeräumt, und rechts auf der restlichen Bildfläche ist die Hälfte des Gesichts und das Oberkörper einer sehr jungen Frau mit kurzem Haarschnitt in Ritterrüstung abgebildet. Das Maseratiemblem ist ganz unten auf dem Bild, auf der Nahtlinie der beiden Bilder zu sehen. Unter den beiden Bildern, die eine Einheit bilden, steht der Werbeslogan:

1) **Maserati. Feuer der Leidenschaft.** ( Der Spiegel/10; 5. 02.01, S.70)

Ein Beispiel aus der türkischen Werbung wäre der folgende Slogan:

2) **Neden Sunpride** (Hürriyet PAZAR. 14.7.02, S.4)

Auf der Abbildung ist eine große Flasche, gefüllt mit Sunpride Apfelsaft, zu sehen. Das Bild füllt die ganze Seite aus, und neben der Flasche steht der Werbeslogan, wobei drei Buchstaben ( rid ) der Marke Sunpride auf dem Flächenhals plaziert sind. Unter dem Slogan folgt der Werbetext mit den Eigenschaften dieses Apfelsafts.

Den Werbebeispielen ist zu entnehmen, dađ Bild und Werbeslogan dasselbe darstellen: Die Slogans übernehmen die sprachliche und die Bilder die visuelle Darstellung.

Als ein weiteres Beispiel kann die weit verbreitete Werbung des Roten Kreuzes auf Plakaten und Liftsäulen angeführt werden:

3) **✚ hift auch Dir** (Rohen, 1981:308)

Das Rote Kreuzzeichen ist typographisch viel größer als die Buchstaben des Slogans abgebildet. Der unvollständige Slogan ist neben dem Kreuzzeichen in Rot wesentlich klein abgedruckt.

Wenn bei dieser Werbung das Bild (das Rote Kreuzzeichen) ausgelassen wird, entsteht ein syntaktisch und semantisch unvollständiger Satz.

Als Beispiel für die türkische Werbung läßt sich die Werbung für die Ketchupmarke Calvé anführen:

4) **C•lvé** ( Kim / 58: Ocak 1997, S 14 -15)

Auf dem Bild sieht man, daß der Buchstabe a durch das Ikon (Hamburger) ersetzt worden ist, d.h. ohne das Ikon hätte das Wort *Calvé* keine Bedeutung. Der Hamburger hat dieselbe Größe wie die anderen kleingeschriebenen Buchstaben.

An dieser Stelle soll nun versucht werden, auf die folgenden Fragen eine Antwort zu finden:

-Wie sind die in den oben angeführten Beispielen gegebenen Slogans syntaktisch gestaltet?

-Welche syntaktische Stellung kann das Bild im Satz einnehmen?

In Bezug auf die Fragestellung sollen sowohl die oben bereits angeführten Beispiele wie auch weitere noch anzuführende analysiert werden. Doch vorerst soll kurz auf den Begriff *Zeichen* eingegangen werden und über die Hauptunterschiede zwischen dem sprachlichen und dem ikonischen Zeichen besprochen werden.

### Über das Zeichen

Nach de Saussure hat das Zeichen sowohl ein Signifikat als auch einen Signifikanten. Dieser Auffassung nach entspricht jedem Signifikanten jeweils ein Signifikat. Nach Hjelmslev hat das sprachliche Zeichen eine Ausdrucksseite (bei de Saussure ist das Signifikant) und eine Inhaltsseite (bei de Saussure ist Signifikat), diese haben jeweils einen Substanz – und einen Formbereich (Bußmann, 1990: 864; Pelz, 1999:39f; Rohen, 1981:309).

Bei der Zeichendefinition Bühlers werden auch die Benutzer des Zeichensystems miteinbezogen, und somit gelangt Bühler zu einem dreistufigen Zeichenverhältnis. Dieses Zeichenverhältnis wird von Bühler in dem Organon – Modell dargestellt (Bühler, 1934/65: 46 f.). Nach diesem Modell hat das Zeichen:

- 1) eine Symbolfunktion (bzw. Darstellungsfunktion) in bezug auf ein außersprachliches Objekt,
- 2) eine Symptomfunktion in bezug auf den Zustand des Sprechers,
- 3) eine Signalfunktion in bezug auf die Beeinflussung des Zuhörers.

Der Zeichenbegriff wird in der Semiotik von Morris und Peirce erweitert. Nach Peirce besteht das Zeichen aus *Objekt*, *Zeichenträger* und *Interpretant*. Peirce unterscheidet drei Zeichenarten: Ikon, Index und Symbol (1970: 324).

Die Frage: "Was ist denn der Hauptunterschied zwischen einem ikonischen Zeichen und einem sprachlichen Zeichen?", könnte folgenderweise beantwortet werden:

Ein Ikon ist ein motiviertes Zeichen, das eine natürliche Ähnlichkeit mit dem von ihm bezeichneten Objekt besitzt (Eco, 1972: 202). Dagegen ist das sprachliche Zeichen beliebig, d.h., es muss keine Ähnlichkeit zwischen dem Zeichen und dem von ihm bezeichneten Objekt vorliegen. Nach Eco kann das ikonische Zeichen von den Eigenschaften des Gegenstandes die optischen, die ontologischen und die

konventionalisierten besitzen (1972: 207). Im folgenden soll anhand von Werbeanzeigebeispielen versucht werden, die verschiedenen Beziehungen zwischen dem Ikon und dem Werbeslogan in Anlehnung an H. Rohen (1981: 309ff.) zu klassifizieren und die von den Ikonen eingenommenen syntaktischen Positionen zu analysieren. Rohen (1981: 310f.) verwendet für den Begriff *Werbeslogan* den Ausdruck *Werbeüberschrift* und schlägt für die Klassifikation der verschiedenen Beziehungen zwischen den Ikonen und Werbeüberschriften fünf Ikon-Überschrift –Kombinationen vor:

### 1. Ikone als Begleiter von Überschriften:

In diesem Fall ergänzen sich Bild und Überschrift gegenseitig. Beide beziehen sich auf den gleichen Gegenstand. Die Effektivität solcher Werbungen beruht eben auf der Tatsache, daß ein Produkt visuell und sprachlich zugleich betont wird, wie in den folgenden Werbeanzeigen zu sehen ist:

**Bsp. (1):** Die Überschrift lautet: *tru / blusen nicht nur in weiß* (s. Anh.)

Auf dem Bild ist eine Frau, die eine schwarz-weiß gemusterte Bluse an hat. Um die Überschrift hervorzuheben, ist das Ikon bzw. das Bild auch schwarz-weiß. Und die Bluse, welche die Frau auf dem Werbebild an hat, ist wirklich nicht nur in Weiß. Das Ikon ist sozusagen genau die bildliche Form, der bildliche Ausdruck der Überschrift.

**Bsp. (2):** Die Überschrift lautet folgendermaßen: *Bu şise başka şise! Demek sütte de yenilik oluyormuş / Bu şise uzun ömürlü ilk süt şisesi* (s. Anh.)

Das Ikon zeigt, was denn so neu an dieser Flasche ist. Das Bild ist also schon selbst der Beweis für das in der Überschrift Ausgesprochene.

### 2. Ikone als Konnotationen:

Bei dieser Art der Beziehung scheint das Ikon zunächst nichts mit der Überschrift zu tun zu haben. Hier geben Ikone nicht den Inhalt, sondern die Stimmung wieder. Die Werbeüberschrift ist nicht vom Bild abhängig, sie kann alleine stehen und beinhaltet meistens auch den Namen des Produkts. Das Bild, das auch hier als Illustration auftritt, scheint, wie oben schon erwähnt, nichts mit der Überschrift gemein zu haben. Es vermittelt unbewußte Assoziationen, die den Leser faszinieren und unbewußt zum Kauf des betreffenden Produkts verleiten sollen, wie sie in den folgenden Werbeanzeigen zu sehen sind:

**Bsp. (3):** Die Überschrift lautet: *"Früchtetee von Teekanne! und das Leben schmeckt schöner"* (vgl. Anh.)

Auf dem Werbebild sind zwei Kinder abgebildet, die im Schnee spielen. Das Wetter scheint, eiskalt zu sein, und zu Hause wartet ein schöner, heißer Früchtetee auf die Kinder, die draußen gerodelt haben und nun vermutlich eine Schneeballschlacht starten

wollen. Die Assoziation der warmen Stube im kalten Winter ist nirgends auf dem Werbeplakat abgebildet. Diese stellt sich der Konsument selber unbewußt vor.

**Bsp. (4):** Hier kommt eigentlich genau die entgegengesetzte Assoziation zum Ausdruck. Die Überschrift lautet: "*İşte yaz konforu...*" (s. Anh.)

Auf dem Werbebild ist eine Frau am Strand, direkt am Wasser auf einer Matratze unter einem Strandsonnenschirm schlafend abgebildet. Bei dem Konsumenten wird durch dieses Bild die Assoziation des warmen, fröhlichen, gemütlichen Sommers hervorgerufen. Der Gedanke bei der brütenden Hitze auf einer ultra gemütlichen Matratze am kühlen Strand zu schlafen, nichts als das Rauschen der Wellen im Ohr... Diese Assoziation ermöglicht den Kauf dieses Produkts.

### 3. Ikone als Ersatz für Satzglieder:

Dieser Bereich kann, je nachdem, welchen Satzteil das Ikon ergänzt, in zwei Gruppen untersucht werden, nämlich *Ikone als Ersatz für das Subjekt* und *Ikone als Ersatz für das Akkusativobjekt im Satzglied*.

Bei *Ikonen als Ersatz für das Subjekt* ist das Ikon das Subjekt selbst. Die Überschrift hat ohne das Ikon keine Bedeutung. Die folgenden zwei Beispiele sollen dies verdeutlichen:

**Bsp. (5):** Die Überschrift lautet: "*Mein besonderes Vergnügen*" (s. Anh.)

Das Subjekt des Werbeslogans ist das darunter abgebildete Ikon, nämlich die Palmolive Duschgelflasche. Der Slogan hätte ohne das Ikon keine Bedeutung.

**Bsp. (6):** Die Überschrift: "*Yarının teknolojisi bugünden...*" (s. Anh.)

Diese Werbeüberschrift besitzt ebenfalls kein Subjekt. Das Ikon, das abgebildet ist, nämlich ein Computer der Marke COMPAQ, ergänzt das fehlende Satzglied.

Bei *Ikonen als Akkusativobjekt im Satzglied* bestimmt das Ikon den Sinn der Überschrift. Das Bild ergänzt das Akkusativobjekt, wie in den folgenden Beispielen illustriert wird:

**Bsp. (7):** Die Überschrift lautet wie folgt: "*Ich hab' ihn über eine Anzeige kennengelernt*" (s. Anh.)

Diese Überschrift bzw. Slogan hat ohne die Frage *wen* keinen Sinn. Der Sinn ergibt sich erst durch einen Blick auf das *Ikon*, wo eine Frau an einem *Peugeot 106* angelehnt abgebildet ist. Nur so kommt die Bedeutung und der Witz der Werbung zum Vorschein.

**Bsp. (8):** Die Überschrift der Werbung lautet: "*Lütfen ilanı ısırmayın!*" (s. Anh.)

Hier steht das Wort, welches auf das Ikon verweist, nämlich *ilanı* als Akkusativobjekt. *Wen* oder *was* soll man nicht beißen bzw. essen? Das auf der Werbung Abgebildete. Auch hierbei kommen die Bedeutung und der Witz der Werbung durch das Ikon zum Vorschein, denn auf dem Werbebild sind links neben der riesigen Flasche, deren Inhalt *Tat-Ketchup* ist, auch noch appetitanregende *Hamburgers* und *Spaghetti* abgebildet.

### 4. Eine Pro-Form bezieht sich auf ein Ikon:

In dieser Gruppe ist die Überschrift auch ohne das Ikon syntaktisch vollständig, aber trotzdem ist die Werbeüberschrift ohne das Ikon nicht verständlich; denn sie enthält eine Pro-Form, die auf ein Zeichen außerhalb der Überschrift verweist, wie in den Beispielen (9) und (10) gezeigt wird.

**Bsp. (9):** Die Überschrift lautet: "*Bildschön, oder ?*" (s. Anh.)

Die Antwort darauf ist das Ikon, auf dem ein Fernseher, der Marke Philips, und ein Videorekorder abgebildet sind. Bild und Überschrift ergänzen sich gegenseitig.

**Bsp. (10):** Die Überschrift lautet: "*Bir annenin şevkati kadar özenli başka ne olabilir?*" (s. Anh.)

Auch bei dieser Werbung sagt die Überschrift alleine nichts aus in bezug auf das Produkt. Nur durch das Einbeziehen des Bildes findet sich eine Antwort auf die in der Überschrift gestellten Frage.

### 5. Relation zwischen Ikon und Überschrift durch Wortspiele:

Bei dieser Relation gehören Bild und Überschrift untrennbar zusammen, weil die Werbeanzeige sonst nicht verstanden werden kann. Bei Werbeüberschriften dieser Art bedarf es der Kreativität des Lesers, um das Gemeinte zu erfassen. Durch ein in der Überschrift enthaltenes Wortspiel wird der Inhalt verdreht ausgedrückt, wie in den folgenden Beispielen verdeutlicht wird:

**Bsp. (11):** Die Überschrift lautet "*BİLDSCHÖN, ODER?*" (s. Anh.)

Der Werbeslogan "*BIIDSCHÖN, ODER?*" wird durch die Abbildung des Produkts zu "*Bildschön*" verdreht und verweist damit auf die Qualität des Produkts.

**Bsp. (12):** Die Überschrift lautet: "*Saubere Lösung für wenig Kohle.*" (s. Anh.)

Zunächst ist das Bild der Ausdruck für die wortwörtlichen Entsprechungen der Begriffe *sauber* und *Kohle*. Die Abbildung der kleinen Computer unter dem Werbebild macht die Überschrift verständlich. Mit *saubere Lösung* wird die Qualität des Produkts betont, der Begriff *Kohle* (umgangssprachlich: Geld) bzw. wenig Kohle verweist auf den günstigen Preis des Produkts.

Aus den zu dieser Untersuchung angeführten Werbeanzeigen wird deutlich, daß die Werbesprache folgende Funktionen hat: Sie spricht den Konsumenten direkt an und verleiht dem Produkt eine besondere Bedeutung, die darin besteht, daß es aufgewertet wird.

**Anhang:**

- Beispiel (1) : Eltern; April 1999, S.249.  
Beispiel (2) : Aktüel/408; 8-14 Nisan 1999, S. 96.  
Beispiel (3) : Eltern; April 1999, S. 249.  
Beispiel (4) : Milliyet; 3. 3. 2002, S. 3.  
Beispiel (5) : Brigitte/16; 22.7. 1998, S. 732.  
Beispiel (6) : Türkiye; 25. 11. 1999, S.5.  
Beispiel (7) : Brigitte/19; 2. 9. 1998, S. 137.  
Beispiel (8) : Milliyet/Pazar; 14. 11. 1999, S. 4.  
Beispiel (9) : Schöner Wohnen; April 1999, S. 173.  
Beispiel (10): Hürriyet; 15. 6. 1999, S. 2.  
Beispiel (11): vgl. Beispiel (9).  
Beispiel (12): Frankfurter Allgemeine Zeitung/70; 24. 3. 1999, S. 20.

**Literaturverzeichnis**

- Albach, Horst (1961): Werbung ; Artikel im Handwörterbuch der Sozialwissenschaften. 11.Bd. Göttingen  
Barthes, Roland (1964): Mythen des Alltags. Frankfurt/M.  
Barthes, Roland (1970a): Der Mythos als semiologisches System. In: Günther Schiwy(Hrsg.). Der französische Strukturalismus. S.158-166.  
Barthes, Roland (1970b): Rhetorik des Bildes. In: Günther Schiwy(Hrsg.) Der französische Strukturalismus. S. 158-166.  
Bense, Max (1971): Zeichen und Design. Semiotische Ästhetik. Baden-Baden.  
Bense, Max/Walther, Elisabeth(1973): Wörterbuch der Semiotik. Köln.  
Blumenthal, Peter(1983): Semantische Dichte. Tübingen.  
Bühler, Karl (1982): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Stuttgart/Jena 1934).  
Bußmann, Hadumod (1990): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner  
Eco, Umberto (1972): Einführung in die Semiotik. München : UTB 105  
Flader, Dieter(1974): Strategien der Werbung. Ein linguistisch – psychoanalytischer Versuch zur Rekonstruktion der Werbewirkung, Kronberg.  
Hoffmann, Hans-Joachim (1981): Psychologie der Werbekommunikation. Berlin/New York.

- Meier-Eppler, Werner (1969): Grundlagen und Anwendungen der Informationstheorie. Berlin.  
Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik. Stuttgart.  
Nusser, Peter (1975): Anzeigewerbung. München.  
Pelz, Heidrun (1999): Linguistik: Eine Einführung. Hamburg.  
Rohen, Helena (1981): Bilder statt Wörter. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik. Deutsche Sprache in Gegenwart und Geschichte.9/1981, Hrsg. von Helmut Henne. Berlin. S.308 –325.  
Römer, Ruth (1980): Die Sprache der Anzeigenwerbung. Düsseldorf.  
Sowinski, Bernhard (1979): Werbeanzeigen und Werbesendungen. München: Oldenburg.  
Ünsal, Yüksel (1971): Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri. İstanbul.  
Wahrig, Gerhard (2001): Deutsches Wörterbuch. München.  
Werner, Langner Paul(1985): Strukturelle Analyse verbal-visueller Textkonstitution in der Anzeigenwerbung. Frankfurt/Main.  
Wunderlich, Dieter(1972): Linguistische Pragmatik.Frankfurt/M:  
Yapıcı, Funda(1997): Werbesprache in Medien unter syntaktischem und semantischem Aspekt im Deutschen und Türkischen. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Ege Universität, İzmir.  
Sowa, John F.: Conceptual Structures. Information Processing in Mind and Machine. California 1984.



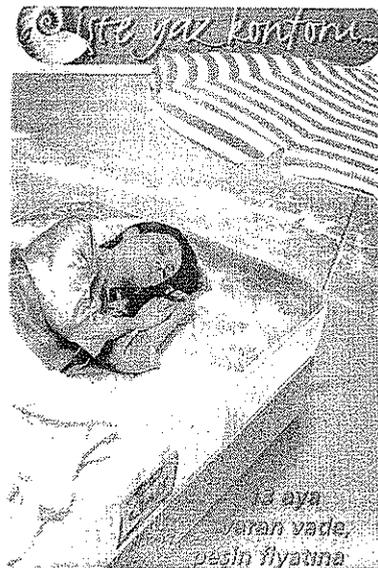
Bsp. (1)



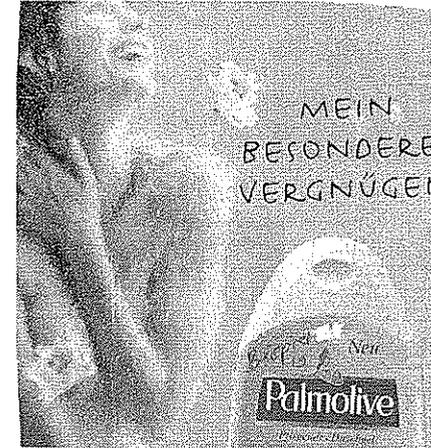
Bsp. (2)



Bsp. (3)



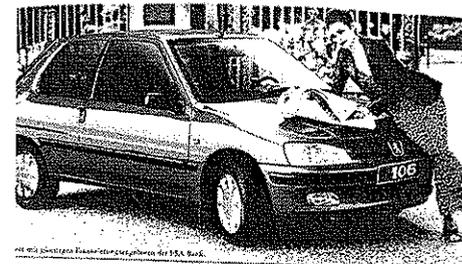
Bsp. (4)



Bsp. (5)



Bsp. (6)



Ich hab' ihn über eine Anzeige kennen gelernt.

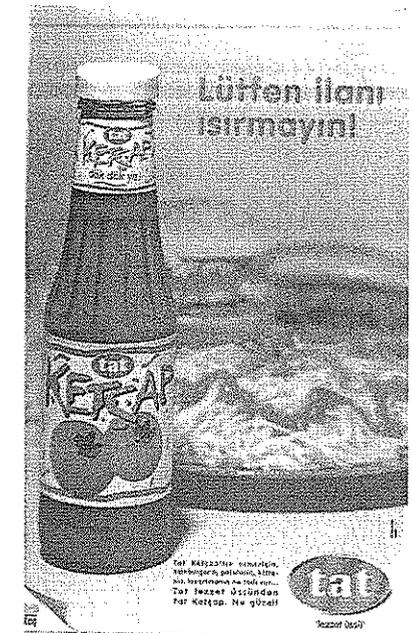
“

Er hatte eine hübsche Begleitung, Sie von Leinwandhintergelen. Sie erkannte ihn sofort an der Chiffrenummer 106. Und er sah sie gleich im Aufguckmoment, strahlend, rotgewacht - der Koffer beim Friseur am Hand. Und nach dem Aussteigen! Da war wohl mehr, dass es ein Kino, Kino und Kultur. Auch diesen ersten Treffen beim PEUGEOT 106! Was für ein Kino! Das Glück liegt auf der Straße.

106 ist ein kleinerer Peugeot als die 106 und 106, 106 ist ein kleinerer Peugeot als die 106.

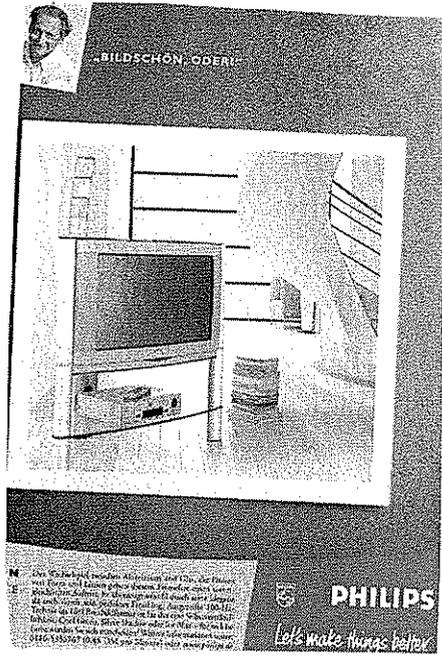


Bsp. (7)

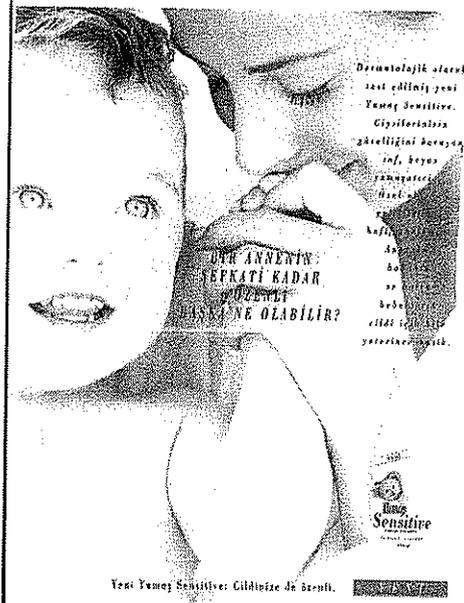


Bsp. (8)

Yadigar Eđit



Bsp. (9 - 11)



Bsp. (10)



Bsp. (12)

Yadigar Eđit  
Ege Üniversitesi

**Werbung und ihre Sprache in Medien unter pragmatischem  
und semiotischem Aspekt.**

*Eine kontrastive Studie unter Berücksichtigung des Deutschen und Türkischen*

**Einleitung**

Im Zeitalter der freien Marktwirtschaft spielt die Werbung eine unermeßlich große Rolle, und die Wirkungskraft der Werbesprache ist viel größer, als man sich vorstellen kann; sie dringt in das Unterbewußtsein der Verbrauchergruppen und ruft dort Assoziationen hervor. Die Folge dieses Vorgangs ist die Manipulation der Psyche der Verbraucher.

Der Kauf bestimmter Konsumwaren, aber auch die Wahl besonderer Lebensstile und Meinungen über politische Fragen werden gegenwärtig mehr denn je durch Werbemethoden beeinflusst. Die Werbepsychologie muß aus diesem Grund die spezifischen Bedürfnisse verschiedener gesellschaftlicher Verbrauchergruppen und –schichten kennen und über geeignete Techniken verfügen, die vor allem auf wahrnehmungs-, tiefen- und sozialpsychologischen Erkenntnissen beruhen.

In jeder Werbung sind üblicherweise mehrere Techniken gleichzeitig enthalten; sie zielen darauf ab, bei dem Individuum gleichsam Bedürfnisse zu suggerieren, die ihm die Wahl als seine freie Entscheidung erscheinen lassen. Den größten Beitrag in dieser Hinsicht leisten die Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, und ausgehend vom Standard der deutschen und türkischen privaten Satellitensender läßt sich sagen, daß der Zuschauer mit einer Flut von Werben überströmt wird. So erreichen uns durch Werbebilder, Werbesendungen in Fernsehen und Rundfunk, Werbeanzeigen in Zeitschriften und Tageszeitungen, auf Verpackungen und öffentlichen Transportmitteln täglich unzählige Werbeappelle (Sowinski, 1979:9).

Im folgenden soll die Werbung und ihre Sprache in Hinblick auf ihre Funktionen unter pragmatischem und semiotischem Aspekt mit Werbebeispielen aus dem Deutschen und Türkischen untersucht werden. Die ausgewählten Beispiele wurden zumeist den Zeitschriften entnommen und werden aus technischen Gründen teilweise nur beschrieben, teilweise im Anhang abgebildet.

Einige der in der vorliegenden Untersuchung vorgestellten Fernsehspots und Beispiele für Werbeanzeigen in Zeitschriften wurden mir von einem Magistranten (U.Karakaya) im Rahmen eines Seminars übermittelt.

### Historische Entwicklung der Werbung

Nach Bernhard Sowinski haben wir es bereits dort mit Werbung zu tun, "wo ein Mensch den anderen mit gewaltlosen, angenehm wirkenden Mitteln zu einem geänderten Verhalten veranlassen möchte" (Sowinski, 1979:10).

Demnach ist die erste Werbung die Verführung Adams und Evas durch den Teufel, der sie in Form einer Schlange zum Apfelgenuß anregte. Die ursprüngliche Bedeutung des Wortes *Werbung* war *sich drehen, sich drehend bewegen* und wurde zuerst vermutlich auf das Balzverhalten verschiedener Tiere bezogen. Danach wurde dieses Lexem für die menschliche Brautwerbung und Soldatenwerbung übernommen.

Die Werbung wird laut Wahrig als "planmäßiges Vorgehen, jemanden oder bestimmte Personengruppen für sich oder für etwas zu gewinnen" (Wahrig, 2001:1390) definiert. Im Handwörterbuch der Sozialwissenschaften wird unter Werbung "der planvolle Einsatz von Werbemitteln zur Erzielung bestimmter Absatzleistungen" (Albach, 1961:624) verstanden, womit wir bei der Wirtschaftswerbung ankommen.

Die Entwicklung der *Wirtschaftswerbung* (Sowinski, 1979:11ff) ist mit der des Handels eng verbunden. Mit dem Aufkommen der Schrift wird sie neben der mündlichen Form erstmalig auch durch Bild und Schrift überliefert (bei den Phöniziern, Sumerern, Chinesen und Ägyptern). Solche Werbezeichen und Werbeinschriften in Form von Relieftafeln, Mauerankündigungen, Malereien und Schildern sind bereits aus späterer römischer Zeit bekannt. Im Mittelalter dagegen trat die Rolle der mündlichen Werbung wieder in den Vordergrund und Mauerschreibereien, Zunftzeichen und Schilder hatten eine ergänzende Funktion. Nach der Erfindung des Buchdrucks wurden auf Papier gedruckte wirtschaftliche Werbetexte in Form von Flugblättern häufiger. In der Reformationszeit spielte die Flugschriftenliteratur eine große Rolle. Mit der Verbreitung von Zeitschriften und Zeitungen seit dem 17. Jahrhundert fand die Werbung dann einen geeigneten Träger. Nach der industriellen Revolution im 19. Jahrhundert konstituierte sich von Amerika ausgehend die moderne Wirtschaftswerbung. In Frankreich und später in Deutschland setzte sich der Begriff *Reklame* durch. Mit dem Aufkommen der *Markenartikel* erlebte die Werbung eine Aufwertung. Man begriff die wirtschaftliche Zweckfunktion der Werbung und beauftragte spezielle Agenturen mit der Popularisierung verschiedener Produkte oder richtete zu diesem Zweck Werbeabteilungen innerhalb der eigenen Firmen ein. Ein Beispiel für den Erfolg solcher Werbestrategien ist die Getränkemarke Coca Cola, die gegenwärtig einen hohen weltweiten Absatz erzielt.

In Deutschland setzte die Entwicklung der Massenproduktion mit Markenartikel wie *Odol* (Mundwasser, 1893), *Backin* (Backpulver von Dr.A.Oetker, 1899), *Kaffee Hag* (koffeinfreier Kaffee von Roselius, 1906) und *Persil* (Waschmittel von F.Henkel, 1907) ein. Durch eine verbesserte Druck- und Informationstechnik sowie durch die Gründung von speziellen Werbeagenturen erlebte die Markenartikelwerbung in Deutschland in den späten 20er Jahren des 20. Jahrhunderts einen Aufschwung. Der Rundfunk als neues Medium erhöhte die technischen Möglichkeiten der Werbung. Das häufig negativ interpretierte Wort *Reklame* wurde von dem seriöseren Begriff Werbung verdrängt.

Während des zweiten Weltkriegs brach die Entwicklung der deutschen Werbebranche ab und setzte erst in den Jahren des *Wirtschaftswunders*, also am Anfang der 50er Jahre, erneut ein. Die Werbung berücksichtigte dann auch die psychologischen Aspekte und "sollte nun nicht mehr nur Aufmerksamkeit wecken und die Markenartikel vorteilhaft präsentieren, sondern vielmehr die geheimen Wünsche und unbewußten Strebungen der Menschen aussprechen" (Sowinski, 1979:13) In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat sich die Branche dann zu einer durch Film- und Fernsehwerbung erweiterten *Werbeindustrie* entwickelt.

Die Werbung in der Türkei geht auf die Tradition der Marktschreier und Straßenhändler zurück. Diese Art der Werbung war durch die Verwendung spezieller Slogans, die häufig auch eine witzige Seite haben, geprägt (Ünsal, 1971: 44). Einige interessante Slogans von dieser Zeit, die heute noch existieren, sind beispielsweise:

**"Çıtır, yanıyör, yanıyör, yanıyör, çıtır"**

(Simit-Verkäufer auf den Straßen)

**"Aynalı balık bunlar, aynalı balık"**

(Fischverkäufer auf dem Markt)

**"Canlı bunlar, canlı, canlı"**

(Fischverkäufer auf dem Markt)

**"Elimi kestim kan akıyor, kan"**

(Ausruf der Wassermelonenverkäufer)

Die ersten türkischen Werbeanzeigen erschienen in den Zeitungen *Ceride-i Havadis* (1840) und *Tercüman-ı Ahval* (1864). Diese frühen Anzeigen waren Werbungen für Agrarwerkzeuge und trafen Haus- und Grundstücksverkäufe oder Buchveröffentlichungen. Weitere Werbeanzeigen erschienen 1896 im *Servet-i Fünun*. Im Jahre 1909 wurde schließlich die erste Werbeagentur mit dem Namen *İlançılık* gegründet. 1951 wurde zum ersten Mal über Rundfunk Werbung gesendet und 1971 hat das *Staatliche Türkische Fernsehen*, das damals nur TRT hieß, die erste Fernsehwerbung ausgestrahlt (Ünsal, 1971:45ff. und Yapıcı, 1975:16).

Werbevorgänge sind meistens wirtschaftlich bedingte kommunikative Prozesse, und wenn man ihre kommunikativen Aussagen und Wirkungen in bezug auf die in der Überschrift dieser Arbeit genannten Aspekte analysieren möchte, so ist die Beschreibung des Wesens der Werbesprache zumindest in knapper Ausführung unumgänglich.

### Die Sprache der Werbung

Die Frage nach Wesen und Wirkung der Werbesprache, vor allem nach ihrer Eigenständigkeit im Verhältnis zur *Gemeinsprache* steht nach wie vor im Mittelpunkt des Interesses der Sprachwissenschaftler, der Betriebswissenschaftler sowie der Werbestrategen. Einige Beobachtungen helfen uns, das Wesen der Werbesprache zu

erfassen. Zunächst ist die Werbesprache keine *Sondersprache*, die der Kommunikation von bestimmten Fachleuten dient. Sie wird zwar von wenigen Fachleuten geschaffen, soll aber eine möglichst breite Adressatenschicht ansprechen und allgemein verständlich sein. Ein weiteres Merkmal der Werbesprache liegt in ihrer Eigenschaft, eine *geschriebene* Sprache zu sein. In Rundfunk und Fernsehen gesprochenes Werbematerial ist lediglich die Artikulation geschriebener Werbetexte. In der Art der Werbetexte würde kein normaler Mensch sprechen. Nach Ruth Römer hat die Werbesprache "durch ihre wesentlich schriftliche Existenzform einen anonymen und kollektiven Zug" (1980:203). Eine weitere Besonderheit der Werbesprache ist, daß sie sich eines bestimmten Wortschatzes bedient, der bis auf die oft vorkommenden Neubildungen und Fachausdrücke der Gemeinsprache entstammt; er erscheint jedoch nur in bestimmten Verwendungsformen, wie sie vom Werbeprozess gefordert werden (Sowinski, 1979:89). Dieser Wortschatz ist nicht sehr groß, wie etwa der Wortschatz einer bestimmten Fachsprache, aber die vorhandenen Lexeme werden überaus hochfrequentig verwendet. Die Sprache der Werbung ist stark von wirtschaftlichen, sozialen, historischen und kulturellen Gegebenheiten abhängig. So wird z.B. gegenwärtig in den türkischen Werbesendungen in Rundfunk und Fernsehen sowie in den Werbeanzeigen von der Wendung, *...bu ekonomik kriz döneminde...* (...in dieser wirtschaftlichen Krisenperiode...) immer mehr Gebrauch gemacht. Mit dieser Wendung wird versucht, auf die Preisgünstigkeit des angepriesenen Produkts hinzuweisen und ein Gefühl der Solidarität zu übermitteln.

Die Werbesprache kann somit zusammenfassend als eine "stark zweckbestimmte, von der Alltagssprache zumeist abgehobene schriftsprachlich geprägte Sprachauswahl mit beschreibenden, anpreisenden und überredenden Funktionen" (Sowinski, 1979: 89) beschrieben werden.

### Die Werbesprache unter pragmatischem Aspekt

Die Pragmatik beschäftigt sich mit der Beziehung zwischen Zeichen und ihren Benutzern. Sie läßt sich als das "Studium sprachlicher Handlungen und Kontexte, in denen sie vollzogen werden" (Pelz, 1999: 241 f.) definieren. Bekanntlich erfahren alle sprachlichen Elemente in einem Sprechakt eine Einschränkung ihrer *lexikalischen* Bedeutung. Zu der so entstandenen *aktuellen* und *lokutiven* Bedeutung der Sprachzeichen tritt im Sprechakt die *illokutive* Bedeutung, die den betreffenden Sprechakt charakterisiert (Sowinski, 1979: 90). Die hier angedeuteten Zusammenhänge wurden in Rahmen einer besonderen Sprechakttheorie bzw. Sprechhandlungstheorie von J.L. Austin (1962), J.R. Searle (1969), D. Wunderlich (1976) u.a. ausführlich behandelt.

Da es für diese Arbeit als wichtig erscheint, sich am sprachlichen Material zu orientieren, soll der oben erwähnten Sprechakttheorie nicht weiter nachgegangen werden. Eine pragmatische Betrachtung erscheint vor allem dann sinnvoll, wenn man vor Augen hält, daß die Werbesprache eine äußerst zweckbetonte Sprache ist, deren Verwendung direkt von der intendierten Wirkung auf eine bestimmte Zielgruppe

abhängig ist. Aus diesem Grund hat Flader (1974) den Versuch unternommen, Werbetexte und –slogans nach pragmalinguistischen Kriterien zu analysieren. Er geht davon aus, daß jedem Werbeslogan eine bestimmte Intention zugrunde liegt und somit ein bestimmter Sprechakt vorliegt, der bestimmten Bedingungen und Regeln unterliegt, und wenn es sich bei dem jeweiligen Sprechakt um einen direkten Sprechakt handelt, durch geeignete sprachliche Signale oder wie besonders beim indirekten Sprechakt lediglich durch situative Konventionen bestimmt wird (1974: 90 ff.). Flader unterscheidet zwischen verschiedenen Typen der Sprachhandlungen in Werbetexten und –slogans, die er als *Empfehlungshandlungen*, *Behauptungshandlungen*, *Präskriptionshandlungen*, *Versicherungshandlungen*, *Beurteilungshandlungen*, *Präsentationshandlungen* und *Aufforderungshandlungen* klassifiziert.

Im folgenden sollen die oben angeführten Sprachhandlungstypen anhand von Werbebeispielen dargelegt werden:

**Empfehlungshandlungen:** Bei diesem Typ der Sprachhandlungen impliziert der Slogan zwar, daß dem Konsumenten eine Auswahlentscheidung zugesagt wird, gibt jedoch gleichzeitig die Gründe an, weshalb er sich für das angepriesene Produkt entscheiden sollte. Solche Slogans könnten mit einem Vor-Satz in der Art von "Wir empfehlen Ihnen..." oder "Nehmen Sie..." eingeleitet werden und die jeweilige Intention als solche verdeutlichen. Hierzu einige Sloganbeispiele dieses Typs im Deutschen:

**Der neue PEUGEOT 607. Ein Ausdruck Ihrer Persönlichkeit.** (Der Spiegel/10;5.3.2001, S.16-17.)

(PKW-Werbung)

**RENAULT Scénic RX4. Was eine StraÙe ist, entscheiden Sie.** (Der Spiegel/11; 12.03.2001, S.55)

(PKW-Werbung)

Beispiele im Türkischen:

**L'ORÉAL. Saçlarınıza yeniden dolgunluk ve yoğunluk kazandırın!** (Hürriyet-Pazar, 14.07.2002, S.4)

(Shampoowerbung)

**Corsa, yaşamınıza heyecan katmak için sizi bekliyor** (Hürriyet; 09.02.2003, S.17)

(PKW-Werbung)

**Behauptungshandlungen:** Der Slogan übermittelt dem potentiellen Käufer eine werbewirksame Information, indem er auf eventuell mögliche Fragen zur Ware antwortet. Solchen Slogans könnte der Satz "Ich behaupte, daß..." vorangestellt werden. Beispiele dafür im Deutschen sind folgende:

**Größer. Schöner. Aktueller.**

**Und nur bei SCHÖNER WOHNEN zu bestellen:** (Schöner Wohnen/ 4 April 1999, S.15)

(Werbung für Möbelkatalog)

**EIN LEDER WIE KEIN LEDER. LONGLIFE. NEU !**

(Schöner Wohnen/ 4, April 1999, S.173)

(Werbung für Polsterleder)

Beispiele im Türkischen:

**Türkiye'de İnternet eşittir Superonline**

(Fernsehwerbung für einen türkischen Internetserver)

**JUVENA**

**ÇİLT BAKIMINDA BİLİMSEL TEKNOLOJİ** (Sevil/24, ekim-kasım 2002, S.33)

**Bu şişe başka şişe !** (Aktuel 408; 8-14 Nisan 99, S.96)

(Werbung für Flaschenmilch)

**Präskriptionshandlungen:** Bei diesem Typus von Sprachhandlungen werden diejenigen Behauptungshandlungen zusammengefaßt, die "definitiven Charakter haben" (Flader, 1974:90), d.h. bestimmte Verhaltensweisen werden durch die Slogans vorgeschrieben wie etwa in den deutschen Werbeslogans:

**"Ihr erster Schritt zur Besserung: Gesunde Finanzen".** (Der Spiegel/10; 05.03.2001, S.227)

(Werbung für die WWK-Unfallversicherung)

**Denken Sie mal 7 Milisekunden an die Sicherheit Ihrer Familie.**

**IPS Intelligent Protection System.** (Der Spiegel/11; 12.03.2001, S.2)

(Werbung für Ford Mondeo Turnier)

Beispiele im Türkischen:

**Sevgililer Günü hediyesi ÇARŞI'dan alınır...** (Hürriyet/Look; 07.02.2003, S.9)

(Werbung für ein Kaufhaus)

**En çok aranan telefon: SAMSUNG R220 Blu ON.** (Hürriyet; 07.02.2003, S.32)

(Werbung für Handy)

**Versicherungshandlungen:** Der Slogan spricht bei diesem Typ der Sprachhandlungen dem Produkt eine bestimmte Qualität zu, die allerdings nicht bewiesen werden kann. Es könnte ein Satz wie "Ich versichere Ihnen, daß..." vorangestellt werden. Solche Werbeslogans sind zum Beispiel im Deutschen:

**Der neue Ford Mondeo. Richtungsweisend.** (Der Spiegel /49; 4.12.2000, S.28-29)

(Werbung für eine PKW-Marke)

**Der Rover 75. Körperkult** (Der Spiegel/20; 14.5.2001, S.14)

(Werbung für eine PKW-Marke)

Beispiele im Türkischen:

**Küçük ev aletlerin büyüğü- Kenwood** (Hürriyet, 15 Ocak 2003, S.13)

(Küchenapparaturwerbung)

**BMW DAİMA LİSTE BAŞI** (Milliyet, 17 Ocak 1996, S.4)

(PKW-Werbung)

**Beurteilungshandlungen:** Diese Gruppe läßt sich nur schwer gegenüber den Behauptungshandlungen abgrenzen. Flader führt als Unterscheidungsmerkmal eine Fachkompetenz an, die in der Aussage des Kommunikators zum Ausdruck kommen müsse (1974: 101f.). Diese Art der Sprachhandlungen kommen in den folgenden deutschen Werbeslogans zum Ausdruck:

**Heute ein König**

**König-Pilsener. DAS KÖNIG DER BIERE.** (Stern/28; 6.7.1995, S.69).  
(Bierwerbung)

**Gerollsteiner-Strom guten Geschmacks.** (Stern/28, 6.7.1995, S.2)  
(Mineralwasserwerbung)

Beispiele im Türkischen:

**Şampuanın Fendi, Sabunu Yendi.**

**Panten Pro-V.** (Elele. Aralık 1995/12, S.33)

(Shampoowerbung)

**Birlikte , hep daha iyiye.**

**Philips.** (Cosmopolitan. Aralık 1996, S.243)

(Werbung für Küchenhandgeräte)

**Präsentationshandlungen:** In solchen Slogans wird der Produktname mit einer kennzeichnenden Apposition verbunden, womit eine Identifikation der beiden Aussagen beabsichtigt wird. Deshalb bleiben solche Slogans meistens auch längere Zeit im Gedächtnis haften, wie z. B. in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts die deutschen Werbeslogans für Zigarettenwerbungen, die in Funk und Fernsehen, auf Plakaten, in Zeitschriften, auf Bussen und Straßenbahnen zu sehen waren:

**Marlboro – der Geschmack von Freiheit und Abenteuer**

(Zigarettenwerbung)

**LORD EXTRA – Genuss im Stil der neuen Zeit**

(Zigarettenwerbung)

Beispiele im Türkischen:

**Sabah – Türkiye'nin en iyi gazetesi**

(Fernsehwerbung für eine türkische Zeitung)

**Milliyet – Basında Güven.**

(Fernsehwerbung für eine türkische Zeitung)

**Aufforderungshandlungen:** In dieser letzten Gruppe faßt Flader Grenzfälle wie *Aufforderungshandlungen, Ausdrücke der inneren Sprache und Meinungen* zusammen (1974: 101f.). Beispiele für diese Art von Slogans sind im Deutschen folgende:

**...SIE HABEN FREIE HAND. WOHIN SIE AUCH WOLLEN...** (Der Spiegel/11, 12.03.01, S. 62-63)

(Werbung für die Automarke VOLVO)

**TRÄUME LEBEN – WIE NIE ZUVOR.** (Der Spiegel/11, 12. 02.01, S.208-209)

(Werbung für Fernsehmarke SHARP))

Beispiele im Türkischen:

**Bence BMC!**

(Fernsehwerbung für eine LKW-Marke)

**Hayatınıza bir yıldız girecek.** (Hürriyet, 04.02.2003, S.5)

(Werbung für die PKW-Marke Mercedes Benz)

Pragmatische Analysen von Werbeslogans sind äußerst schwierig, weil die Werbung das Prinzip der Mehrdeutigkeit zum Zwecke der mehrfachen Effektivität voll auszunutzen sucht. Dennoch läßt die Zweckbestimmtheit der Werbeanzeigen solche pragmatische Analysen als sinnvoll erscheinen. Allerdings ist die bisherige Sprechaktanalyse mehr sprechorientiert, und Empfängerintentionen, auf die es in den Werbeanzeigen im Sinne der ökonomischen Wirksamkeit besonders ankommt, werden weniger beachtet. Aus diesem Grund sollten alle Sprechaktanalysen von Werbeslogans sowohl die mögliche Mehrdeutigkeit der Aussagen wie auch die unterschiedlichen Intentionen und Verstehungsmöglichkeiten berücksichtigen. Darüber hinaus sollten bei den oben erwähnten Analysen auch die Präsuppositionen beachtet werden, denn jeder Werbeslogan stützt sich in seiner Bedeutungsstruktur auf die Mitwirkung bestimmter Präsuppositionen. Oft wirkt sogar eine Werbeanzeige, wie Sowinski behauptet, "stärker durch ihre Präsupposition als durch ihre expliziten Aussagen" (1979:96). Deshalb versuchen Werbemacher stets Präsuppositionen (Lewandowski, 1979:591), vor allem kulturelle bzw. interkulturelle Präsuppositionen (Eğiit, z.Z. im Druck) in ihre

Werbeslogans einzubeziehen. Ein Beispiel aus der Parteienwerbung aus den 70er Jahren, welches bei mir Spuren hinterließ, soll den oben genannten Sachverhalt verdeutlichen. Die Werbeanzeige gehörte der CDU und war etwa folgenderweise gestaltet:

Auf dem Werbebild waren Lichtbilder von Helmut Schmidt (Kanzlerkandidat der SPD) und Helmut Kohl (Kanzlerkandidat der CDU) abgebildet. Helmut Schmidt trug eine dunkle Schirmmütze und Helmut Kohl hatte keine Kopfbedeckung. Unter den Lichtbildern der beiden Politiker stand der Werbetext, der aus einer Frage an den Wähler und aus der Antwort des Wählers bestand:

Frage: **Welchen Helmut wählen Sie, den mit der Mütze auf dem Kopf oder den mit dem Kopf?**

Antwort: **Natürlich den mit dem Kopf.**

Aus den metaphorischen negativen Aussagen für die eine Partei (SPD) wird zugleich eine positive Aussage für die andere Partei (CDU). In ähnlicher Weise läßt sich diese Erscheinung in vielen Werbeanzeigen beobachten.

### Die Verwendung von Wörtern aus verschiedenen Bereichen in der Werbesprache

Ein idealer Webetext muß sowohl auf die Allgemeinverständlichkeit wie auch auf die Wirksamkeit bedacht sein. So wählen Werbetexter zumeist Sprechformen, die nicht so sehr von der Standardsprache abweichen, gleichzeitig aber bestimmte Schichten und Gruppen wirksam ansprechen können. Den Werbetexten, die Abweichungen von der schriftlichen Verkehrssprache aufweisen, liegt in den meisten Fällen eine bestimmte Wirkungsabsicht zugrunde. In Anlehnung an Bernhard Sowinski (1979: 97ff.) sollen im folgenden einige dieser abweichenden Möglichkeiten erläutert werden:

a) **Fachsprachen:** Fachsprachliche Ausdrücke werden häufig in Werbeanzeigen für technische und pharmazeutische Produkte verwendet. In den Fachzeitschriften kommen solche Ausdrücke selbstverständlich mehr zur Geltung und überschwemmen sogar auch zuweilen die Sprache der *allgemeinen* Werbung. Ihre Funktion besteht darin, technische oder medizinische Einzelheiten darzulegen und zugleich einen Eindruck von Innovationsfreude und wissenschaftlicher Zuverlässigkeit zu vermitteln. Der Anteil der Fachbegriffe hängt dabei von der Gegenstandswahl und der angezielten Gruppe ab. Beispiele dazu im Deutschen und Türkischen sind:

**Revolutionär:** 52 cm Nacheinstellgrenze; sensationelle Abbildungsleistung durch Verwendung modernster, hochwertigster optischer Elemente; Innenfokussierung für problemlosen Einsatz von Effektfilttern; legendäre Zuverlässigkeit, ultrakompakte Bauweise (nur 82 mm Baulänge!), atemberaubender, gigantischer 7,1-facher Zoombereich... (Der Spiegel/32;03.08.1998, S.61)

(Werbung für ein Objektiv)

**Nomad Jukebox** 6 GB'lık kapasitesiyle evinizdeki 150 CD'lik arşivinizi yanınızda taşıma ve 100 saaten fazla CD kalitesindeki MP3 formatında müzik dinleyebilme

hayalini gerçeğe dönüştürüyor. 8MB'lık DRAM Buffer'ı ile 5 dakikanın üzerinde çok kuruması gerçekleştiren Nomad Jukebox, Line-in girişiyle 48 khz'de stereo ses kaydı yapabiliyor. Nomad Jukebox 132 X 64 piksel, arkadan aydınlatmalı okunmasını sağlıyor. 12,7 cm X 12,7 cm X 3,8 cm boyutundaki Nomad Jukebox, üzerindeki DC girişiyle pillerini otomatik olarak şarj ediyor. (PCnet, Aralık 2000, S.69)

(Untertext einer Werbung für einen MP3-Spieler)

b) **Fremdwörter:** Als Fremdwörter gelten Wörter, "die aus einer anderen Sprache mehr oder weniger unverändert übernommen (...)" (Wahrig 2001: 500) werden. Neue Erfindungen aus dem technischen und wissenschaftlichen Bereich werden zumeist mit ihrer spezifischen, international gültigen Terminologie übernommen. In Werbetexten ist der Wirkungswert dieser Wörter in den meisten Fällen wichtiger als ihr Informationswert. Sie werden verwendet, um den Werbetexten bzw. den angepriesenen Produkten "den Anstrich von technischer Perfektion, Weltweite, Prestige, Bildung oder Modernität [zu] verleihen." (Sowinski, 1979: 99). Folgende Beispiele in deutschen und türkischen Werbetexten sollen diesen Sachverhalt darlegen:

*Mit der T-Net-Box halten Sie auch unterwegs Kontakt mit zu Hause, d.h., die T-Net-Box erreicht Sie an Ihrem Pager, Handy und an jedem anderen Telefon der Welt. Ausserdem können Sie von der T-Net-Box empfangene Faxe an jedem Faxgerät abrufen. Darüber hinaus hat dir T-Net-Box noch viele weitere Funktionen eines klassischen Anrufbeantworters. Und das alles bekommen Sie für nur 4,-DM im Monat plus lediglich 2,-DM für die Fax-Funktion. Übrigens: Beim ISDN -Komfortanschluß ist eine T-Net-Box inklusive.(...)* (Der Spiegel/32; 03.08.1998, S.38)

(Werbung für ein Telekommunikationsprogramm)

*Artık kopan bağlantınızı yeniden kurmak için elinizi klavyeden kaldırıp humbul fare'yi masa üstünde bir gezintiye çıkarmamıza, veya chat yaparken mesajlarımıza ulaşmak için yine humbul fare aracılığıyla outlook-express'i açmamıza gerek yok. Böylece netteki aşkınız sizin cevap yazmanızı beklemekten sıkılıp (söylemedi demeyin) bir başkasını bulmayacak. Çünkü her şey elinizin altındaki VORTEX klavyenin tuşlarında.* (PC net, Aralık 2000, S.63)

(Werbung für Computer-Hardware)

c) **Umgangs- bzw. Alltagssprache und Gruppensprachen:** Obwohl in Werbetexten zugunsten der allgemeinen Verständlichkeit die Verwendung der Schriftsprache favorisiert wird, herrscht in vielen Fällen eine Tendenz zur Umgangssprache und Alltagssprache, um den Werbetext verständlicher und wirksamer zu gestalten. Umgangssprachliche und alltagssprachliche Ausdrücke werden vor allem in solchen Werbungen verwendet, mit denen bestimmte Zielgruppen der Gesellschaft (vor allem Jugendliche) angesprochen werden, wie z.B. in den folgenden Werbetexten im Deutschen und Türkischen:

*-Nach ihrem dritten Tor waren die Jungs beeindruckt.*

*Als sie von ihrem Ersparten hörten, waren sie baff.* (Der Spiegel/32; 3.8.98, S9)

(Werbung für Wertpapiere, die an Jugendliche appelliert, ihr Erspartes anzulegen)

*-Tasalanma koy fırına / ister mikrodalgaya, sıcak suya / istersen teflon tavaya ... / En az 3, en çok 15 dakikadal iftar yemeğın sofrada* (PC net, Aralık 2000, S.199)

(Werbung für gefrierte Kost)

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß bei der Wirtschaftswerbung und ihrer Sprache die pragmatische Ausgangsfrage, wer spricht *wann* und *wo*, *zu wem*, *wie* und *wozu* zur Beschreibung und Erklärung des verbal und visuell realisieren *Wie* und *Was* dient. Die Botschaften der Werbung zeichnen sich durch ein eigentümliches Spannungsverhältnis zwischen Eindeutigkeit und Verborgtheit der Mitteilung (Nöth, 2000:509) aus. Zum einen scheint die Werbebotschaft immer einen gleichen Kern zu implizieren, zum anderen aber scheint sie verborgene Mitteilungen zu übermitteln, deren Dekodierung, wie auch Nöth(ebd.) zutreffend bemerkt, eines Semiotikers bedarf.

### Werbung unter semiotischem Aspekt

Für die Semiotik bzw. Semiologie, die Wissenschaft von den Zeichen allgemein, ist die Werbung von großer Bedeutung, "weil hier verschiedene Zeichen und Zeichensysteme in spezifischer Weise wirkungsvoll verbunden werden" (Sowinski, 1979: 31).

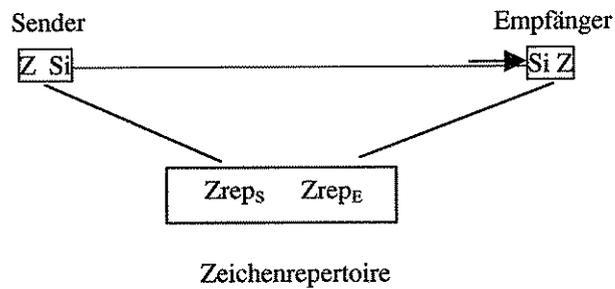
Jedes Phänomen, das nicht nur als rein phänomenologisch Gegebenes zu betrachten ist, sondern etwas anderes ausdrücken soll, ist ein Zeichen (Pelz, 1999: 39). Demnach gibt es nicht nur sprachliche Zeichen, sondern auch andere, zum Beispiel visuelle Zeichen, die vor allem für die Werbung von Belang sind.

Die Semiotik der Werbung beginnt schon in den 1960er Jahren. Die Beziehungen zwischen Bild und Text in der Werbung sind das Thema von zahlreichen Beiträgen seit U.Eco (1972) und R. Barthes (1964/67/70 a/70b).

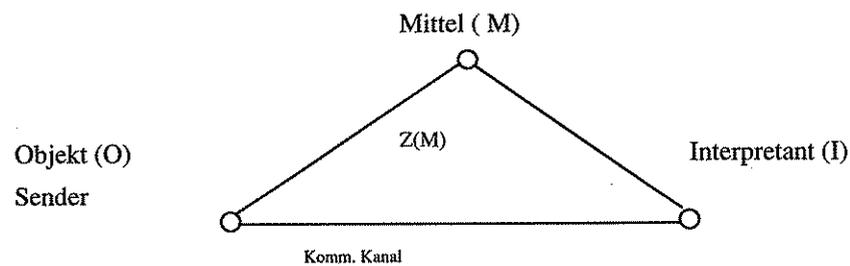
Die Semiotik der Werbung bezieht sich auf ein elementares dreigliedriges Kommunikationsmodell (Zeichen – Objekt – Bedeutung), das auf der Interaktion von mindestens zwei Kommunikationspartnern beruht. Demnach ist jede Werbung eine Mitteilung; sie enthält einen Sender, das ist der Hersteller des Produkts bzw. die Werbeagentur, einen Empfänger, nämlich den Konsumenten und einen Übertragungskanal, den Werbeträger.

Bei der Werbung stehen Sender und Empfänger nicht in direktem Kontakt zueinander, daher kann die Form der Kommunikation als *indirekt*, *einseitig* und *öffentlich* bezeichnet werden. Die Werbung bemüht sich, Produkte zu *Zeichen* zu stilisieren. Dieser Vorgang wird oft dadurch erreicht, indem Abbilder eines Produkts mit sprachlichen und nicht-sprachlichen Zeichen in Verbindung gebracht werden, so daß die Bedeutung dieser kontextuellen Zeichen von Kommunikanten übertragen wird auf das Abbild des Produkts als Gegenstand, wodurch das Produkt selbst zu einem Zeichen für die jeweils intendierte Bedeutung wird (Langner, 1985: 11). Dabei muß beachtet

werden, dađ die kommunikativen Signale wie auch die Situation von den Kommunikationspartnern richtig verstanden werden. Wenn dies bezuglich keine ausreichende Ubereinstimmung herrscht, kann die Werbung auch nicht zum Erfolg fuhren. Im Rahmen der Bestimmung des Zeichenbegriffs im semiotischen Modell verdeutlicht das Kommunikationsmodell Werner Meyer - Eppers ( Lagner, 1985: 15) , wie ein informationstheoretisches Signalubermittlungsschema an ein Zeichenschema gebunden ist, welches , aus dem allgemeinen Schema herausgelost, auch selbst als ein reduziertes Kommunikationsschema betrachtet werden kann:



Das unten folgende Schema zeigt die Parallelitat zum oben stehenden Kommunikationsschema ( Bense 1971: 40) :



Das Objekt stellt den Sender dar, der Interpretant den Empfanger, und das Mittel ist der materiale Zeichentrager und fungiert als Kommunikationskanal zwischen Objekt und Interpretant.

Ein Etwas kann durch Konvention zum Zeichen erklart werden. Es lađt sich somit eine triadische Relation zwischen einem Mittel, Objektbezug und einem Interpretanten feststellen, fur den das Zeichen ein Mittel ist, das auf ein Objekt verweist und dadurch auch eine Bedeutung hat ( Bense/Walther, 1973: 65). Dieser dreistelligen Relation entspricht auch eine dreistellige Funktion: Das Zeichen dient erstens in seiner Funktion der Kommunikation, zweitens in seinem Objektbezug der Realisation und drittens in seinem Interpretantenbezug der Kodierung ( Bense/Walther, 1973:25).

Mit semiotischen Methoden konnen alle Arten von Zeichenprozessen zwischen Menschen sowie nichtmenschlichen Organismen und Maschinen untersucht werden. Die Semiotik erforscht und beschreibt somit alle verbalen und nicht - verbalen Kommunikationssysteme und ist deshalb geeignet, Werbungen entsprechend zu beschreiben und zu analysieren. Sie stellt eine Vereinheitlichung aller Aspekte einer Kommunikationssituation dar, womit eine Analyse nicht - verbaler Konstituenten moglich wird.

**Werbepsprache unter semiotischem Aspekt**

Es ist auffallend, dađ in den Werbeanzeigen Bilder und Slogans in unterschiedlichen Beziehungen zueinander stehen. So wird z.B. in der Werbung fur die Automarke Maserati dem Bild des Autos zwei Drittel der Seite eingeraumt, und rechts auf der restlichen Bildflache ist die Halfte des Gesichts und das Oberkorper einer sehr jungen Frau mit kurzem Haarschnitt in Ritterrüstung abgebildet. Das Maseratiemblem ist ganz unten auf dem Bild, auf der Nahtlinie der beiden Bilder zu sehen. Unter den beiden Bildern, die eine Einheit bilden, steht der Werbeslogan:

1) **Maserati. Feuer der Leidenschaft.** ( Der Spiegel/10; 5. 02.01, S.70)

Ein Beispiel aus der turkischen Werbung ware der folgende Slogan:

2) **Neden Sunpride** (Hürriyet PAZAR. 14.7.02, S.4)

Auf der Abbildung ist eine grođe Flasche, gefullt mit Sunpride Apfelsaft, zu sehen. Das Bild fullt die ganze Seite aus, und neben der Flasche steht der Werbeslogan, wobei drei Buchstaben ( rid) der Marke Sunpride auf dem Flachenhals plaziert sind. Unter dem Slogan folgt der Werbetext mit den Eigenschaften dieses Apfelsafts.

Den Werbebeispielen ist zu entnehmen, dađ Bild und Werbeslogan dasselbe darstellen: Die Slogans ubernehmen die sprachliche und die Bilder die visuelle Darstellung.

Als ein weiteres Beispiel kann die weit verbreitete Werbung des Roten Kreuzes auf Plakaten und Liftsaulen angefuhr werden:

3) **✚ hift auch Dir** (Rohen, 1981:308)

Das Rote Kreuzzeichen ist typographisch viel grođer als die Buchstaben des Slogans abgebildet. Der unvollständige Slogan ist neben dem Kreuzzeichen in Rot wesentlich klein abgedruckt.

Wenn bei dieser Werbung das Bild (das Rote Kreuzzeichen) ausgelassen wird, entsteht ein syntaktisch und semantisch unvollständiger Satz.

Als Beispiel fur die turkische Werbung lađt sich die Werbung fur die Ketchupmarke Calvé anfuhren:

4) **C●lvé** ( Kim / 58: Ocak 1997, S 14 -15)

Auf dem Bild sieht man, daß der Buchstabe a durch das Ikon (Hamburger) ersetzt worden ist, d.h. ohne das Ikon hätte das Wort Calvé keine Bedeutung. Der Hamburger hat dieselbe Größe wie die anderen kleingeschriebenen Buchstaben.

An dieser Stelle soll nun versucht werden, auf die folgenden Fragen eine Antwort zu finden:

-Wie sind die in den oben angeführten Beispielen gegebenen Slogans syntaktisch gestaltet?

-Welche syntaktische Stellung kann das Bild im Satz einnehmen?

In Bezug auf die Fragestellung sollen sowohl die oben bereits angeführten Beispiele wie auch weitere noch anzuführende analysiert werden. Doch vorerst soll kurz auf den Begriff *Zeichen* eingegangen werden und über die Hauptunterschiede zwischen dem sprachlichen und dem ikonischen Zeichen besprochen werden.

### Über das Zeichen

Nach de Saussure hat das Zeichen sowohl ein Signifikat als auch einen Signifikanten. Dieser Auffassung nach entspricht jedem Signifikanten jeweils ein Signifikat. Nach Hjelmslev hat das sprachliche Zeichen eine Ausdrucksseite (bei de Saussure ist das Signifikant) und eine Inhaltsseite (bei de Saussure ist Signifikat), diese haben jeweils einen Substanz – und einen Formbereich (Bußmann, 1990: 864; Pelz, 1999:39f; Rohen, 1981:309).

Bei der Zeichendefinition Bühlers werden auch die Benutzer des Zeichensystems miteinbezogen, und somit gelangt Bühler zu einem dreistufigen Zeichenverhältnis. Dieses Zeichenverhältnis wird von Bühler in dem Organon – Modell dargestellt (Bühler, 1934/65: 46 f.). Nach diesem Modell hat das Zeichen:

- 1) eine Symbolfunktion (bzw. Darstellungsfunktion) in bezug auf ein außersprachliches Objekt,
- 2) eine Symptomfunktion in bezug auf den Zustand des Sprechers,
- 3) eine Signalfunktion in bezug auf die Beeinflussung des Zuhörers.

Der Zeichenbegriff wird in der Semiotik von Morris und Peirce erweitert. Nach Peirce besteht das Zeichen aus *Objekt*, *Zeichenträger* und *Interpretant*. Peirce unterscheidet drei Zeichenarten: Ikon, Index und Symbol (1970: 324).

Die Frage: "Was ist denn der Hauptunterschied zwischen einem ikonischen Zeichen und einem sprachlichen Zeichen?", könnte folgenderweise beantwortet werden:

Ein Ikon ist ein motiviertes Zeichen, das eine natürliche Ähnlichkeit mit dem von ihm bezeichneten Objekt besitzt (Eco, 1972: 202). Dagegen ist das sprachliche Zeichen beliebig, d.h., es muss keine Ähnlichkeit zwischen dem Zeichen und dem von ihm bezeichneten Objekt vorliegen. Nach Eco kann das ikonische Zeichen von den Eigenschaften des Gegenstandes die optischen, die ontologischen und die

konventionalisierten besitzen (1972: 207). Im folgenden soll anhand von Werbeanzeigebeispielen versucht werden, die verschiedenen Beziehungen zwischen dem Ikon und dem Werbeslogan in Anlehnung an H. Rohen (1981: 309ff.) zu klassifizieren und die von den Ikonen eingenommenen syntaktischen Positionen zu analysieren. Rohen (1981: 310f.) verwendet für den Begriff *Werbeslogan* den Ausdruck *Werbeüberschrift* und schlägt für die Klassifikation der verschiedenen Beziehungen zwischen den Ikonen und Werbeüberschriften fünf Ikon-Überschrift –Kombinationen vor:

### 1. Ikone als Begleiter von Überschriften:

In diesem Fall ergänzen sich Bild und Überschrift gegenseitig. Beide beziehen sich auf den gleichen Gegenstand. Die Effektivität solcher Werbungen beruht eben auf der Tatsache, daß ein Produkt visuell und sprachlich zugleich betont wird, wie in den folgenden Werbeanzeigen zu sehen ist:

**Bsp. (1):** Die Überschrift lautet: *tru / blusen nicht nur in weiß* (s. Anh.)

Auf dem Bild ist eine Frau, die eine schwarz-weiß gemusterte Bluse an hat. Um die Überschrift hervorzuheben, ist das Ikon bzw. das Bild auch schwarz-weiß. Und die Bluse, welche die Frau auf dem Werbebild an hat, ist wirklich nicht nur in Weiß. Das Ikon ist sozusagen genau die bildliche Form, der bildliche Ausdruck der Überschrift.

**Bsp. (2):** Die Überschrift lautet folgendermaßen: *Bu şise başka şise! / Demek sütte de yenilik oluyormuş / Bu şise uzun ömürlü ilk süt şisesi* (s. Anh.)

Das Ikon zeigt, was denn so neu an dieser Flasche ist. Das Bild ist also schon selbst der Beweis für das in der Überschrift Ausgesprochene.

### 2. Ikone als Konnotationen:

Bei dieser Art der Beziehung scheint das Ikon zunächst nichts mit der Überschrift zu tun zu haben. Hier geben Ikone nicht den Inhalt, sondern die Stimmung wieder. Die Werbeüberschrift ist nicht vom Bild abhängig, sie kann alleine stehen und beinhaltet meistens auch den Namen des Produkts. Das Bild, das auch hier als Illustration auftritt, scheint, wie oben schon erwähnt, nichts mit der Überschrift gemein zu haben. Es vermittelt unbewußte Assoziationen, die den Leser faszinieren und unbewußt zum Kauf des betreffenden Produkts verleiten sollen, wie sie in den folgenden Werbeanzeigen zu sehen sind:

**Bsp. (3):** Die Überschrift lautet: *"Früchtetee von Teekanne! und das Leben schmeckt schöner"* (vgl. Anh.)

Auf dem Werbebild sind zwei Kinder abgebildet, die im Schnee spielen. Das Wetter scheint, eiskalt zu sein, und zu Hause wartet ein schöner, heißer Früchtetee auf die Kinder, die draußen gerodelt haben und nun vermutlich eine Schneeballschlacht starten

wollen. Die Assoziation der warmen Stube im kalten Winter ist nirgends auf dem Werbeplakat abgebildet. Diese stellt sich der Konsument selber unbewußt vor.

**Bsp. (4):** Hier kommt eigentlich genau die entgegengesetzte Assoziation zum Ausdruck. Die Überschrift lautet: "*İşte yaz konforu...*" (s. Anh.)

Auf dem Werbebild ist eine Frau am Strand, direkt am Wasser auf einer Matratze unter einem Strandsonnenschirm schlafend abgebildet. Bei dem Konsumenten wird durch dieses Bild die Assoziation des warmen, fröhlichen, gemütlichen Sommers hervorgerufen. Der Gedanke bei der brütenden Hitze auf einer ultra gemütlichen Matratze am kühlen Strand zu schlafen, nichts als das Rauschen der Wellen im Ohr... Diese Assoziation ermöglicht den Kauf dieses Produkts.

### 3. Ikone als Ersatz für Satzglieder:

Dieser Bereich kann, je nachdem, welchen Satzteil das Ikon ergänzt, in zwei Gruppen untersucht werden, nämlich *Ikone als Ersatz für das Subjekt* und *Ikone als Ersatz für das Akkusativobjekt im Satzglied*.

Bei *Ikonen als Ersatz für das Subjekt* ist das Ikon das Subjekt selbst. Die Überschrift hat ohne das Ikon keine Bedeutung. Die folgenden zwei Beispiele sollen dies verdeutlichen:

**Bsp. (5):** Die Überschrift lautet: "*Mein besonderes Vergnügen*" (s. Anh.)

Das Subjekt des Werbeslogans ist das darunter abgebildete Ikon, nämlich die Palmolive Duschgelflasche. Der Slogan hätte ohne das Ikon keine Bedeutung.

**Bsp. (6):** Die Überschrift: "*Yarının teknolojisi bugünden...*" (s. Anh.)

Diese Werbeüberschrift besitzt ebenfalls kein Subjekt. Das Ikon, das abgebildet ist, nämlich ein Computer der Marke COMPAQ, ergänzt das fehlende Satzglied.

Bei *Ikonen als Akkusativobjekt im Satzglied* bestimmt das Ikon den Sinn der Überschrift. Das Bild ergänzt das Akkusativobjekt, wie in den folgenden Beispielen illustriert wird:

**Bsp. (7):** Die Überschrift lautet wie folgt: "*Ich hab' ihn über eine Anzeige kennengelernt*" (s. Anh.)

Diese Überschrift bzw. Slogan hat ohne die Frage *wen* keinen Sinn. Der Sinn ergibt sich erst durch einen Blick auf das *Ikon*, wo eine Frau an einem *Peugeot 106* angelehnt abgebildet ist. Nur so kommt die Bedeutung und der Witz der Werbung zum Vorschein.

**Bsp. (8):** Die Überschrift der Werbung lautet: "*Lütfen ilanı ısırmayın!*" (s. Anh.)

Hier steht das Wort, welches auf das Ikon verweist, nämlich *ilanı* als Akkusativobjekt. *Wen* oder *was* soll man nicht beißen bzw. essen? Das auf der Werbung Abgebildete. Auch hierbei kommen die Bedeutung und der Witz der Werbung durch das Ikon zum Vorschein, denn auf dem Werbebild sind links neben der riesigen Flasche, deren Inhalt *Tat-Ketchup* ist, auch noch appetitanregende *Hamburgers* und *Spaghetti* abgebildet.

### 4. Eine Pro-Form bezieht sich auf ein Ikon:

In dieser Gruppe ist die Überschrift auch ohne das Ikon syntaktisch vollständig, aber trotzdem ist die Werbeüberschrift ohne das Ikon nicht verständlich; denn sie enthält eine Pro-Form, die auf ein Zeichen außerhalb der Überschrift verweist, wie in den Beispielen (9) und (10) gezeigt wird.

**Bsp. (9):** Die Überschrift lautet: "*Bildschön, oder ?*" (s. Anh.)

Die Antwort darauf ist das Ikon, auf dem ein Fernseher, der Marke Philips, und ein Videorekorder abgebildet sind. Bild und Überschrift ergänzen sich gegenseitig.

**Bsp. (10):** Die Überschrift lautet: "*Bir annenin şevkati kadar özenli başka ne olabilir?*" (s. Anh.)

Auch bei dieser Werbung sagt die Überschrift alleine nichts aus in bezug auf das Produkt. Nur durch das Einbeziehen des Bildes findet sich eine Antwort auf die in der Überschrift gestellten Frage.

### 5. Relation zwischen Ikon und Überschrift durch Wortspiele:

Bei dieser Relation gehören Bild und Überschrift untrennbar zusammen, weil die Werbeanzeige sonst nicht verstanden werden kann. Bei Werbeüberschriften dieser Art bedarf es der Kreativität des Lesers, um das Gemeinte zu erfassen. Durch ein in der Überschrift enthaltenes Wortspiel wird der Inhalt verdreht ausgedrückt, wie in den folgenden Beispielen verdeutlicht wird:

**Bsp. (11):** Die Überschrift lautet "*BİLDSCHÖN, ODER?*" (s. Anh.)

Der Werbeslogan "*BIIDSCHÖN, ODER?*" wird durch die Abbildung des Produkts zu "*Bildschön*" verdreht und verweist damit auf die Qualität des Produkts.

**Bsp. (12):** Die Überschrift lautet: "*Saubere Lösung für wenig Kohle.*" (s. Anh.)

Zunächst ist das Bild der Ausdruck für die wortwörtlichen Entsprechungen der Begriffe *sauber* und *Kohle*. Die Abbildung der kleinen Computer unter dem Werbebild macht die Überschrift verständlich. Mit *saubere Lösung* wird die Qualität des Produkts betont, der Begriff *Kohle* (umgangssprachlich: Geld) bzw. wenig Kohle verweist auf den günstigen Preis des Produkts.

Aus den zu dieser Untersuchung angeführten Werbeanzeigen wird deutlich, daß die Werbesprache folgende Funktionen hat: Sie spricht den Konsumenten direkt an und verleiht dem Produkt eine besondere Bedeutung, die darin besteht, daß es aufgewertet wird.

**Anhang:**

- Beispiel (1) : Eltern; April 1999, S.249.  
Beispiel (2) : Aktüel/408; 8-14 Nisan 1999, S. 96.  
Beispiel (3) : Eltern; April 1999, S. 249.  
Beispiel (4) : Milliyet; 3. 3. 2002, S. 3.  
Beispiel (5) : Brigitte/16; 22.7. 1998, S. 732.  
Beispiel (6) : Türkiye; 25. 11. 1999, S.5.  
Beispiel (7) : Brigitte/19; 2. 9. 1998, S. 137.  
Beispiel (8) : Milliyet/Pazar; 14. 11. 1999, S. 4.  
Beispiel (9) : Schöner Wohnen; April 1999, S. 173.  
Beispiel (10): Hürriyet; 15. 6. 1999, S. 2.  
Beispiel (11): vgl. Beispiel (9).  
Beispiel (12): Frankfurter Allgemeine Zeitung/70; 24. 3. 1999, S. 20.

**Literaturverzeichnis**

- Albach, Horst (1961): Werbung ; Artikel im Handwörterbuch der Sozialwissenschaften. 11.Bd. Göttingen  
Barthes, Roland (1964): Mythen des Alltags. Frankfurt/M.  
Barthes, Roland (1970a): Der Mythos als semiologisches System. In: Günther Schiwy(Hrsg.). Der französische Strukturalismus. S.158-166.  
Barthes, Roland (1970b): Rhetorik des Bildes. In: Günther Schiwy(Hrsg.) Der französische Strukturalismus. S. 158-166.  
Bense, Max (1971): Zeichen und Design. Semiotische Ästhetik. Baden-Baden.  
Bense, Max/Walther, Elisabeth(1973): Wörterbuch der Semiotik. Köln.  
Blumenthal, Peter(1983): Semantische Dichte. Tübingen.  
Bühler, Karl (1982): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Stuttgart/Jena 1934).  
Bußmann, Hadumod (1990): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner  
Eco, Umberto (1972): Einführung in die Semiotik. München : UTB 105  
Flader, Dieter(1974): Strategien der Werbung. Ein linguistisch – psychoanalytischer Versuch zur Rekonstruktion der Werbewirkung, Kronberg.  
Hoffmann, Hans-Joachim (1981): Psychologie der Werbekommunikation. Berlin/New York.

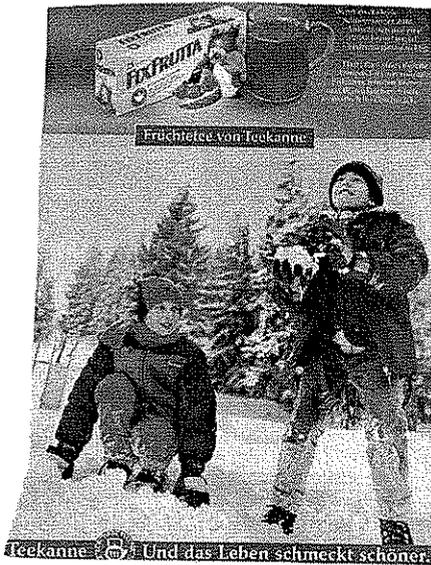
- Meier-Eppler, Werner (1969): Grundlagen und Anwendungen der Informationstheorie. Berlin.  
Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik. Stuttgart.  
Nusser, Peter (1975): Anzeigewerbung. München.  
Pelz, Heidrun (1999): Linguistik: Eine Einführung. Hamburg.  
Rohen, Helena (1981): Bilder statt Wörter. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik. Deutsche Sprache in Gegenwart und Geschichte.9/1981, Hrsg. von Helmut Henne. Berlin. S.308 –325.  
Römer, Ruth (1980): Die Sprache der Anzeigenwerbung. Düsseldorf.  
Sowinski, Bernhard (1979): Werbeanzeigen und Werbesendungen. München: Oldenburg.  
Ünsal, Yüksel (1971): Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri. İstanbul.  
Wahrig, Gerhard (2001): Deutsches Wörterbuch. München.  
Werner, Langner Paul(1985): Strukturelle Analyse verbal-visueller Textkonstitution in der Anzeigenwerbung. Frankfurt/Main.  
Wunderlich, Dieter(1972): Linguistische Pragmatik.Frankfurt/M:  
Yapıcı, Funda(1997): Werbesprache in Medien unter syntaktischem und semantischem Aspekt im Deutschen und Türkischen. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Ege Universität, İzmir.  
Sowa, John F.: Conceptual Structures. Information Processing in Mind and Machine. California 1984.



Bsp. (1)



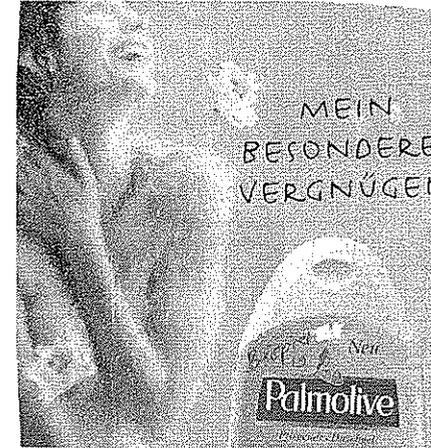
Bsp. (2)



Bsp. (3)



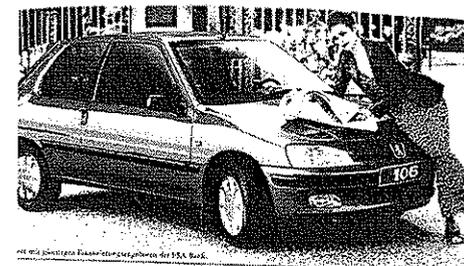
Bsp. (4)



Bsp. (5)



Bsp. (6)



Ich hab' ihn über eine Anzeige kennen gelernt.

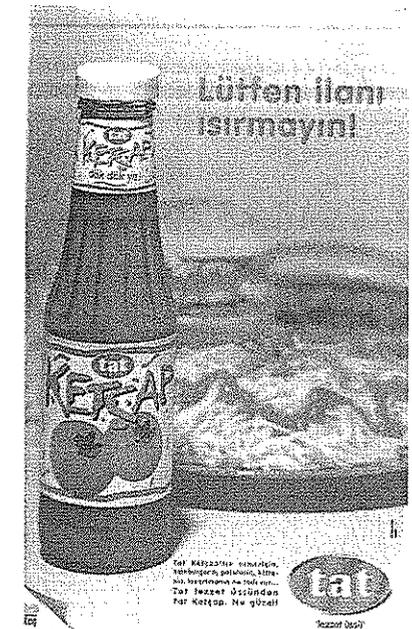
“

Er hatte eine hübsche Begleitung. Sie von Leinwandhintergelen. Sie erkannte ihn sofort an der Chiffrenummer 106. Und er dachte an gleich ein Aufgeschloßen. Strahlend, hellgelblich - der Koffer beim Friseur am Hotel. Und nach dem Aussteigen! Da war wohl mehr als ein Kino. Körper und Kultur. Gleich diesen ersten Treffen beim PEUGEOT 106! Was für ein Mann! Das Glück liegt auf der Straße.

106 ist ein Peugeot. Ein Peugeot ist ein 106.

106 PEUGEOT

Bsp. (7)



Bsp. (8)

