

# Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung .....	7
1.1	Problemstellung .....	7
1.2	Zielsetzung .....	8
1.3	Aufbau .....	9
2.	<i>Text</i> und <i>Bild</i> in der Semiotik .....	11
2.1	Gegenstand semiotischer Forschung .....	11
2.2	Grundmerkmale der Zeichen .....	19
2.3	<i>Text</i> und <i>Bild</i> als Zeichen .....	27
3.	<i>Text</i> -Kategorie in der Textlinguistik .....	30
3.1	Textlinguistik und Textwissenschaft .....	30
3.2	Zum Problem des <i>Text</i> -Begriffs .....	31
3.3	Forschungsgegenstand der Textlinguistik .....	41
3.3.1	Mündlich vs. schriftlich .....	41
3.3.2	Einsätzlich vs. mehrsätzlich .....	45
3.3.3	Rein monologisch vs. mit dialogischen Passagen .....	53
3.3.4	Rein sprachlich vs. gemischt .....	57
3.4	Umgang mit den Grenzphänomenen der <i>Text</i> -Kategorie .....	62
3.4.1	Ausschließender Ansatz .....	62
3.4.2	Ignorierender Ansatz .....	65
3.4.3	Einschließender Ansatz .....	68
3.4.4	Relativierender Ansatz .....	71
3.5	Grenzen der <i>Text</i> -Kategorie .....	73
4.	<i>Bild</i> -Kategorie in der Bildwissenschaft .....	79
4.1	Bildwissenschaft und Bildlinguistik .....	79
4.2	Zum Problem des <i>Bild</i> -Begriffs .....	91
4.3	Forschungsgegenstand der Bildwissenschaft .....	101
4.3.1	Artifizuell vs. natürlich .....	101
4.3.2	Flächig vs. nicht flächig .....	107
4.3.3	Dauerhaft vs. flüchtig .....	112
4.4	Umgang mit den Grenzphänomenen der <i>Bild</i> -Kategorie .....	115
4.4.1	Ausschließender Ansatz .....	115

4.4.2	Ignorierender Ansatz .....	116
4.4.3	Relativierender Ansatz .....	117
4.5	Grenzen der <i>Bild</i> -Kategorie .....	118
5.	Grenzphänomene zwischen Text und Bild .....	122
5.1	Zum Begriff der Grenzphänomene .....	122
5.2	<i>Textualitäts</i> - und <i>Bildlichkeits</i> -Parameter .....	126
5.2.1	Nicht adversative „ausschließende“ Parameter .....	128
5.2.1.1	Korrektheit .....	128
5.2.1.2	Flächigkeit .....	136
5.2.2	Adversative „ausschließende“ Parameter .....	143
5.2.2.1	Sprachlichkeit .....	144
5.2.2.2	Ähnlichkeit .....	146
5.2.3	Ansätze zur Relation zwischen Textualität und Bildlichkeit .....	152
5.2.3.1	Komplementaritäts-Relation .....	152
5.2.3.2	Dominanz-Relation .....	155
5.2.3.3	Gleichberechtigungs-Relation .....	156
6.	Fallstudie – multimediale Nachrichtensendungen .....	158
6.1	Analysegegenstand .....	159
6.2	Praktische Vorgehensweise .....	161
6.3	Korpus-Analyse .....	163
6.3.1	Hintergrundgraphik .....	163
6.3.2	Hyperlink .....	169
6.3.3	Logotype .....	172
6.3.4	Nachrichtenticker .....	177
6.3.5	Personenbezeichnungsfläche .....	183
6.4	Ergebnisse .....	188
7.	Zusammenfassung und Ausblick .....	190
	Anhang – multimodale Transkription .....	192
	Untersuchungskorpus .....	302
	Literaturverzeichnis .....	305