

Gaman, Iryna
Nationale Technische Universität der Ukraine
“Igor Sikorsky Kyjiwer Polytechnisches Institut”
ORCID: 0000-0002-9042-5162

CHARAKTERISTIKA VON DEN UMSCHLAGSEITEN DEUTSCHSPRACHIGER ZOOFÜHRER

Стаття присвячена аналізу мовного та графічного оформлення обкладинки німецькомовних путівників по зоопарку. Зовнішнє оформлення путівників стосується архітектоніки видання (книга як засіб передачі тексту) і виступає сигналом теми і функцій, ситуацій реценції тексту. “Матеріальність” як ознака тексту корелює з голістичним розумінням стилю (стиль як сукупність ознак на різних рівнях тексту). У текстах з комбінацією мовного і графічного елементів, тобто візуальних або полікодових текстах, графічні елементи не порушують смислової зв’язності тексту і підсилюють вплив на реципієнта. Німецькомовні путівники по зоопарку характеризуються різноманітністю форматів, які є невербальними симптомами річниць заснування і концептуальних змін зоопарку. Домінування зображення над мовними елементами на обкладинці виконує атрактивну функцію та формує очікування великої кількості фотографій у тексті путівника. Важливими елементами обкладинки виступають логотип як розпізнавальний знак зоопарку і колокації.

Ключові слова: *путівник по зоопарку, матеріальність тексту, обкладинка, формат, ситуація реценції тексту.*

The article is dedicated to the analysis of verbal and non-verbal characteristics (linguistic and graphic design) of the German zoo guidebooks cover. The layout of guidebooks concerns the architectonic of the book and serves as a sign of theme, functions and text reception situation. The materiality as a feature of text correlates with the holistic understanding of style (style as a complex of elements considered at different text levels). In texts with a combination of linguistic and graphic elements (visual or polycode texts), graphic elements do not violate the semantic coherence of the text and enhance the impact on the recipient.

The selected material, German zoo guidebooks of the Vienna, Berlin, Hanover and Leipzig zoos (from 1951 to 2013, 26 exemplars), is particularly interesting in view of the research situation. German zoo guidebooks are characterized by the diversity of formats that are non-verbal symptoms of changes in the zoo. Various formats (narrowed, extended, portrait, landscape format) of German zoo guidebooks appear as non-verbal symptoms of the anniversary of the founding and conceptual changes of the zoo; through the format, even in the absence of language elements and photos on the cover, it is possible to set the years that are historically important in the formation of the zoo. The dominance of the image over the linguistic elements on the cover performs an attractive function and forms the expectation of a large number of photos in the text of the zoo guidebooks. Important elements of the cover are the logo as a distinctive sign of the zoo and collocations. The cover creates the first impression not only about the guide, but also the zoo (guide as information tool about the institution), motivates to buy a guide and visit the zoo, so the importance of language and graphics of guide covers is difficult to overestimate. The preferred use of the name “Zooführer” instead of “Führer” emphasizes the author's identification of the zoo guidebook genre.

Key words: *zoo guidebook, materiality of text, book cover, format, situation of text reception.*

Problemstellung. Als eine der größten Erkenntnisse pragmatischer Stilistik (B. Sandig, U. Püschel) gilt das komplexe Verständnis von dem Begriff “Stil”, das die Manifestierung vom Stil auf verschiedenen Textebenen vorsieht. Demzufolge wird Stil als ein Bündel von Merkmalen angesehen, was zur holistischen Textanalyse führt, wobei der Text als eine kompositionelle, thematische und funktionale Ganzheit verstanden wird. Äußere Textausgestaltung bezieht sich auf seine Architektonik und kann sich bei der Hypothesenaufstellung über die Situationen der Textrezeption als hilfreich erweisen. In diesem Zusammenhang erwähnen wir “Materialität”, die immer häufiger als textimmanentes Merkmal bei der Textanalyse herangezogen wird, was die Aktualität der Untersuchung von äußerer Ausgestaltung deutschsprachiger Zooführertexte bestätigt.

Die Wichtigkeit der Heranziehung von der “Textmaterialität” für die Herausfindung zusätzlicher stilistischer Textbedeutungen wird von B. Sandig unterstrichen, die unter anderem auf die Zeit als Dimension der Textmaterialität bzw. deren Verbindung mit den technischen Möglichkeiten und gegenwärtigen Tendenzen hinweist. Diese Meinung hängt mit der gemeingültigen Auffassung über die historische und kulturelle Spezifik der Textsorten (M. Bachtin, K. Brinker) zusammen. Es steht auch außer Frage, dass visuelle Elemente einen ausschlaggebenden Einfluss auf die Wahrnehmung eines Textes haben (dazu s. den Begriff “visuelle Rhetorik”) (Sandig, 2006, S. 426).

In den Texten mit der Kombination von sprachlichen und graphischen Elementen (visual / polycode texts (Chaikovska, 2017, S. 18)) treten die graphischen Elemente als Intensifikatoren der Textwirkung auf den Rezipienten auf und tragen zur inhaltlichen Kohärenz des Textes bei. Laut U. Fix haben die Texte nicht nur verbale Ausprägung, sondern verfügen über die Zeichen anderer semiotischer Systeme, die den einheitlichen Inhalt des Textes bilden und das vollständige Textverständnis gewährleisten (Fix, 2008, S. 17).

Das Hauptziel vorliegender Arbeit besteht in der Feststellung von sprachlichen und graphischen Besonderheiten der Umschlagseiten / Covers deutschsprachiger Zooführer. Das Untersuchungsmaterial stellen die deutschsprachigen Zooführer (insgesamt 26 Exemplare) vom Zoo Schönbrunn in Wien, denen in Berlin, Hannover und Leipzig (im Zeitraum von 1951 bis 2013) dar und erweisen sich als besonders ergiebig angesichts der dünnen Forschungslage.

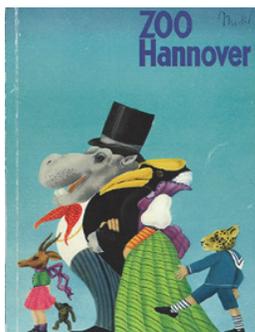
Für die systematische Ermittlung der Textsortenspezifika ist die empirische Untersuchung verschiedener Textsorten von Belang, weil genau dadurch die angebotenen Herangehensweisen praktisch geprüft und neue Verfahren erarbeitet werden können. Die Forschungsergebnisse eröffnen selbstverständlich die Perspektiven für weitere Textsorten- und Diskursanalysen.

Materialauswertung. Der Titel *Führer / Wegweiser / Begleiter* lässt uns die Hypothese über die erwartete Rezeptionssituation aufstellen: Es geht nämlich um den Spaziergang durch den Zoo (das Buch zeigt den Weg bzw. führt den Besucher). Daraus folgt, dass das Buchformat handhabbar sein müsste, aber keiner der untersuchten Zooführer weist ein kleines oder Taschenformat (bis zu 140-177 mm) auf.

Im Allgemeinen zeichnen sich die Zooführer durch eine breite Formatheterogenität aus, es liegen keine Einheitsstandards zur Größe vor. Man unterscheidet grob Hoch- und Querformat (zum letzteren gehören nur 3 Exemplare).

Die stärkste Formatstabilität ist für die Zooführer des Berliner Zoos typisch, die unverändert (145 x 202 mm) über 50 Jahre bleiben. Die Autoren von Zooführern des Leipziger Zoos bevorzugten zunächst das Querformat (1957, 1963, 1978), dennoch hat sich seit den 1990er Jahren das Hochformat (teilweise auch "engere" / verlängerte Formate bis 120 x 217 mm) etabliert. Im Gegensatz zum Leipziger Zoo werden im Wiener Zoo seit 2010 Querformate (215 x 145 mm) eingesetzt.

Die größte Varietät der Formate weisen die Zooführer vom Zoo Hannover auf: Bei denen sind sowohl für die Berliner Zooführer typische Formate (145 x 206 mm), als auch verlängerte Hoch- (205 x 280 mm) und Querformate (1997) zu finden. Es ist zu betonen, dass solche Wende zum Querformat nach dem Vorstandswechsel und der Konzeptänderung im Zoo stattgefunden hat. Die neue äußere Ausgestaltung des Zooführers hatte zum Ziel, den modernen Zoo als Event-Ort zu präsentieren (im Gegensatz zur früheren Wahrnehmung vom Zoo als Ort zur Tierbeobachtung). Der moderne Zoo sollte an Attraktivität gewinnen, die unter anderem durch ein farbenfrohes Logo vom Zoo und das Versprechen der vollständigen Informierung der Besucher (in einer Ellipse) auf dem Cover des Zooführers *Wissenswertes, Geschichten, Unglaubliches – von A wie Anden-Kondor bis Z wie Zebra* erzielt werden sollte. Das Zooführercover beinhaltet direkte Anrede an den Besucher in Form der Comics mit dem Sender (einem Äffchen) *Komm mit – ich erzähle Dir alles über die Tiere im Zoo!* (Abb.1)



Zooführer
Jahrgang 1975



Zooführer
Jahrgang 1990



Zooführer
Jahrgang 1997

Abb. 1. Varietät von den Zooführerformaten im Hannover Zoo

Aus dem Obengeschriebenen geht hervor, dass die zum Abschnittsbeginn aufgestellte Hypothese über die Rezeptionssituation der Zooführer "Spaziergang im Zoo" widerlegt werden kann, weil der Verzicht auf das Taschenformat andere Erwartungen der Zooführerautoren an die Textrezeption offenbart: Es wird erwartet, dass der Text in den folgenden Situationen rezipiert wird:

- (zu Hause) vor oder nach dem Zoobesuch;
- beim Verweilen während des Zoobesuchs zur Konkretisierung / Erweiterung der beim Spaziergang wahrgenommenen Informationen auf den Schautafeln und Gehege-Schildern.

Die sprachliche und graphische Ausgestaltung von der Umschlagseite des Zooführers hat einen hohen Stellenwert, weil das Cover den ersten Eindruck nicht nur vom Zooführer, sondern auch vom Zoo selbst vermittelt; es sollte sowohl zum Kauf des Buches als auch zum Zoobesuch motivieren.

Das Hauptelement des Covers ist bei jedem Buch der Titel, der sich als Orientierungshilfe bei der Ermittlung vom Thema erweist. Die Coverausgestaltung der Zooführer ist veränderlich, aber als gebräuchlichste (und sprachlich ökonomische) Variante gilt die Kombination "Name des Zoos + Illustration" (Bilder oder Photographien von Tieren).

Auf allen Umschlagseiten der Zooführer steht die allgemein gültige Abkürzung *Zoo* statt *Zoologischer Garten* (mit Ausnahme des Wiener Zoos, der offiziell den Namen *Tiergarten Schönbrunn* trägt). Die Wahl zugunsten der Abkürzung *Zoo* kann man durch optische Attraktivität erklären: Große runde Buchstaben "O" werden vom Leser positiv wahrgenommen, deswegen trifft man auf die Großschreibung *ZOO* auf den 6 Covers. Dadurch wird die freundliche Einstellung zum Rezipienten verstärkt.

Bei den Exemplaren vom Zoo Leipzig und Hannover findet sich seit 1997 der Name des Zoos (als obligatorisches Element des Covers) im Logo, das als Konstituente der Imagebildung und als Unterscheidungsmerkmal gilt (zum Beispiel, Zoo Leipzig benutzt als Logo Löwenkopf, Hannover Zoo greift auf das verschiedenfarbige Quadrat mit der Aufschrift *ZOO* zurück, bei den Exemplaren des Berliner Zoos seit 1980 sieht man ein Gorillabild als Logo).

Als Aufmerksamkeitspunkte in Anbetracht der eingenommenen Fläche und der Farbe erweisen sich die Illustrationen auf dem Cover, die zwei Funktionen erfüllen:

- Illustrationen üben den emotionalen Einfluss auf den Rezipienten aus;
- Illustrationen besitzen einen ästhetischen Wert.

Wir unterscheiden gemalte Bilder (11 Zooführer) und Photographien (15 Zooführer) auf den Covers der Zooführer. Trotz der schon in den 1930er Jahren gut entwickelten Fotokunst bevorzugten die Autoren gemalte Bilder. Man könnte die Vorliebe zu solchen Bildern dadurch erklären, dass sich die Persönlichkeit und Fähigkeiten des Künstlers besser im Bild als im Foto manifestieren.

Die Cover greifen sogar auf die Comics zurück: Die Umschlagseite vom Zooführer des Hannover Zoos 1975 stellt die Abbildung nicht realer Tiere, sondern Tiercomics bzw. Tiere aus Märchen dar: eine "Tierfamilie" aus den Tieren verschiedener Tierarten (Flusspferd, Krähe, Ziege, Tiger) bestehend und als Menschen gekleidet schreitet zum Zoo. Unserer Ansicht nach sind solche gemalten Bilder der Tiere nicht die beste Entscheidung für das Cover aus folgenden Gründen:

- Gemalte Bilder simplifizieren die äußere Ausgestaltung eines Zooführers: Hier ist entweder auf den Mangel an gesättigten Farben oder auf einfarbige oder umgekehrt "unnatürlich" wirkende bunte Farben hinzuweisen.

- Gemalte Bilder spielen den Status vom Zooführer als populär-wissenschaftlicher Ausgabe mit glaubwürdigen Fakten aus dem Bereich der Zoologie herunter und vermitteln dem Zooführer einen Hauch von Infantilität trotz der Tatsache, dass das Zielpublikum der Zooführer überwiegend im Erwachsenenalter ist.

Seit den 1980er Jahren wurden die gemalten Bilder aus den oben erwähnten oder auch anderen Überlegungen völlig durch Photographien ersetzt.

Schussfolgerungen. Die Abweichungen von der Standardausgestaltung des Covers / originelle Formate (verengte, verlängerte Formate und Querformate) deutschsprachiger Zooführer fungieren als non-verbale Signale der Jahrestage von Zoogründungen (Jubiläumsausgaben) und der konzeptuellen Änderungen im Zoo (Vorstandswechsel, der Wandel zum Erlebnis-Zoo oder zum Zoo als Arche Noah mit dem Schwerpunkt "Zoo ist nicht nur zur Tierhaltung da, sondern dient vor allem dem Tier- und Naturschutz"). Mittels des Formats (auch ohne sprachliche Mittel oder Illustrationen auf dem Cover) können die Jahre der Ausgaben festgestellt werden, die eine besondere Bedeutung in der Zoogeschichte haben.

Die Themenentfaltungssignale (welche Unterthemen beinhaltet der Text) sind teilweise auf dem Cover vorhanden. Zu denen gehören

- Tierillustrationen / Tierfotos (selbstverständlich nimmt man an, dass Informationen über diese und andere Tiere im Text gegeben werden);

- Hervorhebung von Jubiläumsdaten, die auf mögliche geschichtliche Aspekte der Zooentwicklung hinweisen;

- elliptische Sätze mit der Kurzübersicht des Inhalts (Hannoverische Exemplare).

Die Orientierungsfunktion des Zooführers (ausgedrückt durch das Lexem *Zooführer*) kommt nur in 5 von 26 Exemplaren vor, was (außer dem Format) von der meist erwarteten Rezeptionssituation (nicht beim Spaziergang durch den Zoo zur Bestimmung der besten Route, sondern zur Informierung über den Zoo und seine Tierbewohner) zeugt. Das Vorhandensein vom Plan als Orientierungsmittel kann jedoch schon auf dem Cover erwähnt werden. Die Illustrationen erfüllen die Aufmerksamkeits- und Werbefunktion.

LITERATUR

- Chaikovska, O. (2017). Der Kommunikationsprozess in den Fernsehnachrichten. *Science and Education a New Dimension. Philology, V(38)(138)*, 18–21.
- Fix, U. (2008). Text und Linguistik. In N. Janich (Hg.), *Textlinguistik: 15 Einführungen* (S. 15–34). Tübingen: Gunter Narr.
- Sandig, B. (2006). *Textstilistik des Deutschen*. Berlin: de Gruyter.

PRIMÄRQUELLEN

Zoo Berlin

- Der Zoologische Garten Berlin. Erster Bericht und Wegweiser nach dem Kriege. (1951). Bearbeitet von Dr. Katharina Heinroth und Werner Schröder. Berlin: Aktienverein des zoologischen Gartens zu Berlin.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin. Berlin: Aktien-Verein des zoologischen Gartens zu Berlin, Jahrgänge 1958, 1969, 1975, 1987, 2003, 2007, 2008.

Tiergarten Schönbrunn

- Tiergarten Schönbrunn. Wien: Schloßhauptmannschaft Schönbrunn / Schönbrunner Tiergarten Ges. m. b. H., Jahrgänge 1962, 1971, 1981, 2000, 2002, 2010.

Zoo Leipzig

- Führer durch den Zoologischen Garten der Stadt Leipzig (1978). Leipzig: Rat der Stadt Leipzig, Jahrgänge 1957, 1963 / VEB Messedruck.
- “Hereinspaziert”. Zooführer Leipzig (1994). 1. Auflage. Hrsg. von Wolfgang Tittel. Chemnitz: CITY Verlag GmbH.
- Führer durch den Zoo Leipzig mit Gartenplan. (1998). Hrsg. vom Zoologischen Garten Leipzig. Leipzig: Jütte Druck GmbH Leipzig.
- Mit dem Zooführer unterwegs. 125 Jahre Zoo Leipzig. (2003). Hrsg. vom Zoologischen Garten Leipzig. Leipzig: Gebr. Klingenberg Buchkunst Leipzig.
- Zooführer. Zoo Leipzig. (2013). Hrsg. vom Zoologischen Garten Leipzig. Leipzig: Messedruck.

Zoo Hannover

- Führer durch den Zoologischen Garten Hannover. (1975). Hrsg. vom Zoologischen Garten Hannover.
- Der Zooführer. (1980). Hrsg. vom Zoo Hannover.
- 125 Jahre Zoo Hannover. (1990). Hrsg.: Landeshauptstadt Hannover.
- Der Zooführer für den Hannover Zoo. (1997). Hrsg. vom Zoo Hannover.
- Das Entdeckerhandbuch. Wilden Tieren auf der Spur. (2002). Hrsg: Park Scout Redaktion.