

*Lidia Becker, Julia Kuhn, Christina Ossenkop,  
Claudia Polzin-Haumann, Elton Prifti (Hrsg.)*

# Romanistik und Wirtschaft

Romanistisches Kolloquium XXXIII

TBL Tübinger Beiträge zur Linguistik

narr\f  
ranck  
e\atte  
mpto

# **Tübinger Beiträge zur Linguistik**

herausgegeben von Gunter Narr

579



**TBL**

Lidia Becker, Julia Kuhn, Christina Ossenkop,  
Claudia Polzin-Haumann, Elton Prifti (Hrsg.)

# Romanistik und Wirtschaft

Romanistisches Kolloquium XXXIII

narr\f  
ranck  
e\atte  
mpto

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2020 · Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG  
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Internet: [www.narr.de](http://www.narr.de)  
eMail: [info@narr.de](mailto:info@narr.de)

CPI books GmbH, Leck

ISSN 0564-7959

ISBN 978-3-8233-8420-5 (Print)

ISBN 978-3-8233-9420-4 (ePDF)

ISBN 978-3-8233-0277-3 (ePub)



# Inhalt

Einleitung . . . . .	7
<i>Eva Lavric</i>	
Zwischen Terminologie und Allgemeinsprache. Fachdiskurse haben eine „Mittlere Schicht“ . . . . .	13
<i>Antje Lobin</i>	
Sprachverwendung im digitalen Arbeitsmarkt. Eine Fallstudie zu Neologismen und Euphemismen im Italienischen und Französischen . . . . .	47
<i>Franz Rainer</i>	
Semantisch-konzeptuelle Asymmetrien zwischen deutscher und spanischer Wirtschaftssprache . . . . .	59
<i>Pilar Pérez Cañizares / Johannes Schnitzer</i>	
Corporate Social Responsibility kommunizieren. Intertextuelle Beziehungen in den Nachhaltigkeitsberichten des spanischen Unternehmens Gas Natural Fenosa . . . . .	75
<i>Regina Göke</i>	
Das funktionale Spektrum der Metonymie. Beispiele aus Marketingtheorie und -praxis . . . . .	95
<i>Miriam P. Leibbrand</i>	
Zur Synonymie in der französischen Wirtschaftssprache am Beispiel einer Textsorte der externen Unternehmenskommunikation . . . . .	113
<i>Elke Ronneberger-Sibold</i>	
<i>Carlo Colucci Uomo Mare</i> und <i>Chevalier de Bayard</i> . Romanische Sprachen in deutschen Markennamen (1894 – 2008) . . . . .	139
<i>Paola Cotticelli-Kurras</i>	
Echo der anderen romanischen Sprachen in italienischen Markennamen. Konnotationen im Vergleich . . . . .	175

*Nadine Rentel*

Strategien der Benennung von WLAN-Netzen in der Romania. Ein  
französisch-italienischer Vergleich . . . . . 199

*Fiorenza Fischer und Holger Wochele*

Neologismen in der italienischen Mediensprache. Entwicklungstendenzen  
in der Wortbildung und Erklärungsversuche zu möglichen auslösenden  
Faktoren . . . . . 215

*Andre Klump*

*Lang kreyòl kòm dezyèm lang ofisyel*. Zur Sprachenfrage in der regionalen  
Handelsorganisation CARICOM . . . . . 235

*Philipp Burdy*

*S'est riches de nostre desserte Cil, por cui nos nos traveillons*. Ein früher  
französischer Wirtschaftsdiskurs (Chrestien de Troyes, *Yvain*, vv. 5191–  
5337) . . . . . 251

*Anna Scheer*

'Wirtschaft und Sprachen'. Vorstellung eines interdisziplinären  
Studienprogramms der Friedrich-Schiller-Universität Jena . . . . . 261

*Otto Winkelmann*

Wirtschaftsromanistik. Erfahrungen und Perspektiven . . . . . 267

## Einleitung

Das XXXIII. Romanistische Kolloquium, das vom 31. Mai bis 2. Juni 2018 an der Friedrich-Schiller-Universität Jena veranstaltet wurde, widmete sich dem Thema „Romanistik und Wirtschaft“. In einer Zeit, in der Wirtschaft und Arbeitsmarkt durch rezente Phänomene wie Globalisierung, gemeinsame Märkte, länderübergreifende Handelsorganisationen, Zollunionen, Digitalisierung, neue Wirtschaftsformen – die mitunter sozial prekäre Beschäftigungsverhältnisse implizieren – starken Veränderungen unterworfen sind, ist es eine der zentralen Aufgaben der Linguistik, die sprachlichen Auswirkungen und Implikationen dieser rezenten Entwicklungen zu thematisieren und aufzuzeigen, welche diskursiven Realitäten konstruiert, welche sprachlichen Verschleierungsstrategien angewandt werden, welche neuen Textsorten interkulturell hervorgebracht werden, welche konzeptionellen Asymmetrien in den Wirtschaftssprachen verschiedener Länder auftreten, welche assoziativen ergonymischen Strategien angewandt werden, welche machtpolitischen Auswirkungen die Sprachenwahl gemeinsamer Märkte mit sich bringt u.v.m..

Die Beiträge des Bandes widmen sich dementsprechend in erster Linie zwei großen Themenbereichen: einerseits der Auseinandersetzung mit der aktuellen Fachsprache Wirtschaft in der Romania, andererseits der Ergonymik und Neologismenbildung in den romanischen Sprachen. Daran schließen sich zusätzlich Ausblicke auf die Sprachpolitik gemeinsamer Märkte, auf die textuelle Darstellung historischer wirtschaftlicher Realitäten, auf universitäre Studiemöglichkeiten von Wirtschaft und Sprache, sowie auf zukünftige Betätigungsfelder und Desiderata an.

Konkret thematisiert dieser Band verschiedene Zusammenhänge, die zwischen Romanistik und Wirtschaft bestehen. Ausgehend von der Frage, ob die Annahme einer klaren Dichotomie zwischen wirtschaftlicher Fachsprache und Allgemeinsprache ausreiche, oder eine „Mittlere Schicht“ zusätzlich anzusetzen sei, führt der Band weiter zu neuen, digital bedingten Wirtschaftsformen und der Sprachverwendung in diesen neuen Kontexten. In der Folge wird die relative Einheitlichkeit von Fachsprache durch die Hegemonie des Englischen thematisiert, gleichzeitig auf bestehende fehlende Bedeutungsentsprechungen deutscher und spanischer Wirtschaftstermini eingegangen. Der Band führt weiter zu einem innerhispanophonen Vergleich kultureller Anpassung anhand der Textsorte Nachhaltigkeitsbericht. In der Folge wird der bestehende lin-

guistische Informationsbedarf im Bereich des Marketings thematisiert und ausgehend von kognitionslinguistischen Theorien das funktionale Spektrum von Metonymien im Marketing beschrieben. Es folgt eine Betrachtung von Synonymie und Konzernabschlüssen. Weiter führt der Band in den Bereich der Produktnomastik, geht auf romanische Namen sowohl in Deutschland als auch in Italien ein und zeigt Benennungsstrategien von WLAN-Netzen in Frankreich und Italien. Im Anschluss werden anthroponymbasierte *blendings* in der Mediensprache thematisiert. Es folgt die Auseinandersetzung mit der Sprachenfrage von Handelsorganisationen wie CARICOM und deren Auswirkungen. Die historische Perspektive wird mit der Betrachtung der *Pesme Aventures* in *Chrestiens Yvain* (um 1170) als Abbildung der wirtschaftlichen Realität der Zeit und Hinterfragung deren Funktion aufgegriffen. Der Band schließt mit Ausblicken auf Studienmöglichkeiten von Romanistik und Wirtschaft an deutschen Universitäten und der Formulierung von nach wie vor bestehenden Desiderata in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Romanistik und Wirtschaft.

Die einzelnen Beiträge gestalten sich dabei wie folgt: Den Einstieg bildet der Beitrag von Eva Lavric („Zwischen Terminologie und Allgemeinsprache“), die argumentiert, dass das Ansetzen einer Dichotomie Allgemeinsprache vs. Fachsprache Wirtschaft nicht ausreicht, sondern vielmehr zusätzlich eine „Mittlere Schicht“ anzunehmen ist. Darunter versteht Lavric nicht-terminologische sprachliche Elemente, die durch ihre Frequenz und Funktion bestimmte – aber nicht alle – fachsprachlichen Diskurse kennzeichnen, wobei verwandte Fächer quasi gebündelt gewisse semantische (beispielsweise Sport-Metaphern wie Wettrennen) und syntaktische Elemente bevorzugen.

Im Anschluss thematisiert Antje Lobin die „Sprachverwendung im digitalen Arbeitsmarkt“. Sie zeigt, dass die Digitalisierung zu tiefgreifenden Veränderungen des Arbeitsmarktes geführt hat, die neue Wirtschaftsformen und Beschäftigungsmodelle, wie etwa die *Gig-Economy*, hervorgebracht haben. Diese gesellschaftlichen und unternehmerischen Entwicklungen schlagen sich auch im Sprachgebrauch nieder. Um den hier implizierten vielfach geringeren Grad an Bindung und Verantwortung gegenüber den (Gelegenheits-)Beschäftigten zu kaschieren, werden euphemistisch Argumente wie Selbstbestimmung und Autonomie angeführt sowie eine Rhetorik der Vergemeinschaftung gewählt. Die entsprechenden Begrifflichkeiten und Benennungsmuster können zu den Konzepten der *political correctness* oder des *doublespeak* in Beziehung gesetzt werden. In einer Fallstudie zum Italienischen und Französischen beleuchtet und systematisiert die Verfasserin diese.

Weiterführend geht Franz Rainer („Semantisch-konzeptuelle Asymmetrien zwischen deutscher und spanischer Wirtschaftssprache“) auf die Fachsprache der Wirtschaft ein. Er zeigt, dass diese vor allem durch die Hegemonie des Englischen, in ihrer begrifflichen Struktur über die Sprachen hinweg außerordentlich homogen ist. Dennoch stößt man bei der Suche nach Entsprechungen zwischen deutschen und spanischen Wirtschaftstermini immer wieder auf Fälle, in denen keine genaue Übereinstimmung in den Bedeutungen gegeben ist. In Franz Rainers Beitrag, der aus der lexikographischen Praxis erwachsen ist, wird auf der Basis von Andreas Blanks Bedeutungsbegriff eine Systematisierung der angetroffenen Asymmetrien unternommen.

Auf die Textsorte Nachhaltigkeitsbericht gehen im Anschluss Pilar Pérez Cañizares und Johannes Schnitzer ein („Corporate Social Responsibility kommunizieren: Intertextuelle Beziehungen in den Nachhaltigkeitsberichten des spanischen Unternehmens Gas Natural Fenosa“): *Corporate (Social) Responsibility (CSR)* und Nachhaltigkeit sind in der kurzen Zeit ihres massiven Gebrauchs zu Schlüsselwörtern in der Unternehmenskommunikation avanciert. Die Textsorte Nachhaltigkeitsbericht ist bisher jedoch aus linguistischer Perspektive eher wenig untersucht worden. Insbesondere die Frage ihrer Entwicklung und ihrer Anpassung an unterschiedliche Kulturräume ist weitgehend unerforscht. Beiden Fragen wird in diesem Beitrag anhand einer exemplarischen Analyse nachgegangen. Zu diesem Zweck wurden die CSR-Berichte eines spanischen Unternehmens mit starker Präsenz in lateinamerikanischen Ländern unter zeitlicher und regionaler Perspektive miteinander verglichen, um Unterschiede und Parallelitäten zwischen diesen Dokumenten festzustellen. Die Ergebnisse dieser ersten Untersuchung weisen darauf hin, dass sich das Spannungsfeld zwischen Adaptierung und Beibehaltung einer konzernweiten Identität komplexer darstellt, als man intuitiv vermuten würde.

Im Kontext von Marketing und Linguistik ist Regina Gökes Beitrag „Das funktionale Spektrum der Metonymie. Beispiele aus Marketingtheorie und -praxis“ angesiedelt, der von kognitionslinguistischen Theorien ausgehend Metonymie und deren funktionales Spektrum beschreibt. Denn obwohl das Fach Marketing tendenziell eher quantitativ ausgerichtet ist, gibt es qualitative, sprachorientierte Forschungsansätze. Diese Arbeiten stellen vor allem Metaphern ins Zentrum ihrer Betrachtungen. Andere Tropen wie die Metonymie oder die Synekdoche bleiben eher ausgeklammert oder werden als Unterarten der Metapher aufgefasst. Zudem werden aktuelle kognitionslinguistische Theorien kaum berücksichtigt. Insgesamt besteht innerhalb des Marketings also ein linguistischer Informationsbedarf, und dieser wird neuerdings auch von qualitativ orientierten Marketingforschern aufgezeigt. An dieser Schnittstelle

zwischen Marketing und Linguistik ist Regina Gökes Beitrag zu verorten. Er geht von aktuellen kognitionslinguistischen Theorien aus und beschreibt anhand verschiedener Beispiele aus Marketingtheorie und -praxis das funktionale Spektrum von Metonymien. Darüber hinaus werden Forschungsdesiderata in diesem interdisziplinären Grenzbereich benannt.

Lexikalische Relationen behandelt auch Miriam Leibbrand in ihrem Beitrag „Zur Synonymie in der französischen Wirtschaftssprache am Beispiel einer Textsorte der externen Unternehmenskommunikation“. Die Verfasserin setzt sich mit Synonymie am Beispiel von Konzernabschlüssen börsennotierter Unternehmen auseinander und orientiert sich dabei an empirisch erhobenen Daten authentischen Sprachgeschehens.

Es folgt eine Reihe von Beiträgen, die (produkt-)onomastische Fragestellungen thematisieren. So der Beitrag von Elke Ronneberger Sibold („*Carlo Colucci Uomo Mare* und *Chevalier de Bayard*. Romanische Sprachen in deutschen Markennamen (1894 – 2008)“), in dem die Verfasserin zeigt, dass romanische Sprachen in deutschen Markennamen vor allem verwendet werden, um sowohl das benannte Produkt durch positive Assoziationen mit den entsprechenden Ländern als auch seinen Käufer oder seine Käuferin durch die (unterstellte) Kenntnis der romanischen Sprachen und Kulturen aufzuwerten. In beiden Hinsichten unterscheiden sich vor allem das Französische einerseits und die Sprachen der Mittelmeerreiseländer Italienisch, Spanisch und Portugiesisch (im Beitrag „romanisch“ genannt) andererseits. Auch die vorwiegenden sprachlichen Mittel zur Erzeugung der positiven Assoziationen und die bevorzugt benannten Waren sind verschieden. Von 1894 bis 1994 wechselten sich „französische“ und „romanische“ Epochen ab. Erst im neuen Jahrtausend werden die französischen Namen durch spezifisch italienisch markierte abgelöst. Die historische Entwicklung lässt sich weitgehend durch die parallele politische, soziokulturelle und wirtschaftliche Geschichte Deutschlands erklären.

Während sich Ronneberger-Sibold mit romanischen Namen in Deutschland auseinandersetzt, thematisiert Paola Cotticelli in ihrem Beitrag „Echo der anderen romanischen Sprachen in italienischen Markennamen. Konnotationen im Vergleich“ fremdsprachige Ergonyme in Italien. Sie untersucht die Verwendung von Fremdsprachen in italienischen Markennamen und zeigt, dass diese den wechselnden sprachpolitischen Tendenzen im Laufe des 20. Jahrhunderts entsprechen. Waren demnach am Anfang des 20. Jahrhunderts fremdsprachliche Markennamen noch selten zu finden, und wenn überhaupt, nur für bestimmte Produkte, werden vor allem anglierte Namen seit den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts häufiger gebraucht. Cotticelli zeigt jedoch, wie es sich mit Markennamen verhält, die sprachlich den romanischen Sprachen näherstehen

und analysiert ihre Verwendung in Bezug auf die damit verbundenen Konnotationen.

Nadine Rentel stellt in ihrem Beitrag „Strategien der Benennung von WLAN-Netzen in der Romania“ französisch- und italienischsprachige Benennungen von öffentlichen und privaten WLAN-Netzen gegenüber und zeigt, dass die bei klassischen Produktnamen zu beobachtende werbende und valorisierende Funktion bei der Benennung von WLAN-Netzen eine weit geringere Rolle spielt. Daher sind z. B. öffentliche, frei zugängliche WLAN-Netze wenig originell, dafür aber transparent benannt, während private Access-points selbstcharakterisierende oder zitierende Benennungen aufweisen.

Einen Blick auf die Mediensprache und die hier intendierte werbende bzw. Aufmerksamkeitserregende Funktion von diskursiven Elementen werfen Holger Wochele und Fiorenza Fischer in ihrem Beitrag „Neologismen in der italienischen Mediensprache. Entwicklungstendenzen in der Wortbildung und Erklärungsversuche zu möglichen auslösenden Faktoren“. Sie thematisieren als Neologismen in der Mediensprache auftretende binäre anthroponymbasierte *blendings* wie z. B. *Renzusconi* und analysieren diese phonologisch, semantisch und pragmatisch.

Auf die Betrachtung von Benennungsstrategien im (weiten) Marketingkontext folgt die Auseinandersetzung mit der Sprachpolitik gemeinsamer Märkte. So thematisiert Andre Klump in seinem Beitrag „*Lang kreyòl kòm dezyèm lang ofisyel*“ die Sprachenfrage in der regionalen Handelsorganisation CARICOM. Es zeigt sich, dass ähnlich wie im Falle des Gemeinsamen Marktes Südamerikas, dem MERCOSUR, bei dem im Jahre 2006 eine indigene Sprache – das *Guaraní* – als dritte offizielle Sprache neben dem Spanischen und Portugiesischen eingeführt wurde, auch die Karibische Gemeinschaft CARICOM seit 2011 die strategische Frage der Institutionalisierung einer neuen Verwaltungs- und Arbeitssprache neben dem Englischen bewegt. Die damalige Forderung des haitianischen Präsidenten Michael Martelly, diesen Status dem Französischen zu verleihen, löste in seinem Land eine lebhaftige Sprach(en)debatte zum Stellenwert des *Kreyòl ayisyen* aus. Andre Klumps Beitrag dokumentiert am Beispiel Haitis, wie die Sprachpolitik länderübergreifender Handelsorganisationen, regionaler Märkte und Zollunionen einen öffentlichen nationalen Diskurs um Potential, Wertigkeit und Funktionalität des eigenen Idioms auslösen können.

Historisch ausgerichtet ist der Beitrag von Philipp Burdy „*S'est riches de nostre desserte Cil, por cui nos nos traveillons*. Ein früher französischer Wirtschaftsdiskurs (Chrestien de Troyes, *Yvain*, vv. 5191–5337)“, der die Episode der *Pesme Aventure* in Chrestiens *Yvain* (um 1170) thematisiert. Diese ist bereits vielfach kommentiert und gedeutet worden, und zwar mehrheitlich als Abbil-

derung sozialer und wirtschaftlicher Realität im Frankreich des 12. Jahrhunderts. Burdys Beitrag liefert einen Überblick über die fachwissenschaftliche und publizistische Rezeptionsgeschichte dieser Textstelle, die durch ihre ökonomische Aktualität überrascht, geht auf textkritische Probleme ein und wirft erneut die Frage nach möglichen Quellen und der Funktion der Passage auf.

Die beiden abschließenden Beiträge von Anna Scheer („Wirtschaft und Sprachen’. Vorstellung eines interdisziplinären Studienprogramms der Friedrich-Schiller-Universität Jena“) und Otto Winkelmann („Wirtschaftsromanistik. Erfahrungen und Perspektiven“) führen zurück in die Gegenwart und blicken in die Zukunft. Die VerfasserInnen stellen Studiengänge an deutschen Universitäten (wie die Friedrich-Schiller-Universität Jena und die Justus-Liebig-Universität Gießen) vor, die Romanistik und Wirtschaft verbinden. Otto Winkelmann formuliert zudem ausblickend aus seiner Sicht weiterhin bestehende Desiderata und zeigt auf, welche Bereiche im Kontext „Romanistik und Wirtschaft“ zukünftig noch zu bearbeiten bleiben.

Die HerausgeberInnen bedanken sich bei Kathrin Heyng (Narr Francke Attempto Verlag) für die Betreuung der vorliegenden Publikation sowie bei Claudia Brauer für ihre unermüdliche, umsichtige und sorgfältige Unterstützung bei der Erstellung der Druckvorlage.

Lidia Becker  
Julia Kuhn  
Christina Ossenkop  
Claudia Polzin-Haumann  
Elton Prifti

# Zwischen Terminologie und Allgemeinsprache

## Fachdiskurse haben eine „Mittlere Schicht“<sup>1</sup>

Eva Lavric

### 1 Ein Beispiel

Kann sich nach dem Brexit Paris Hoffnungen darauf machen, London als europäisches Finanzzentrum abzulösen? Und wäre das überhaupt gut für die „Stadt der Liebe“? Lesen wir, was der Kommentator des „Figaro“ dazu zu sagen hat:

- 1) *Londres est la plus grande place financière mondiale. Elle gère 20 % des actifs des hedge funds mondiaux, 85 % des actifs des hedge funds européens et 45 % du marché des dérivés de gré à gré. [...] Elle est la première place mondiale pour le marché des changes, contrôlant plus de 40 % du marché des devises [...]. Elle est première aussi pour les crédits bancaires internationaux, les produits dérivés, les marchés des métaux et de l'assurance. Elle occupe la deuxième place du palmarès mondial (derrière New-York) pour les emprunts internationaux, dont elle fournit près de 20 % des prêts. Elle assure 60 % des mouvements financiers européens et est la seule place financière européenne vraiment globale. [...]*

*Paris ne peut ni ne doit chercher à remplacer Londres.*

*Si Paris devenait le nouveau hub financier de l'Europe et attirait les 400 000 professionnels de la finance de la City, avec leur fort pouvoir d'achat, cela provoquerait une explosion du coût de l'immobilier, déjà astronomique dans la capitale française. Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres où les prix ont bondi de 76 % de 2009 à 2016 (alors que les salaires britanniques n'ont pas augmenté). Socialement, un coût de l'immobilier élevé*

---

1 Dieser Beitrag stellt eine Weiterentwicklung von Lavric (2018) dar und führt die Dimension „Allgemeine Wissenschaftssprache“ neu ein.

*contribue à la montée des injustices et des inégalités et met en difficulté des pans entiers de la population, reléguant les plus faibles loin des métropoles.*<sup>2</sup>

Das ist ein Wirtschafts-Text, aber aus einer Tageszeitung, es spricht also ein Experte zu einem – wahrscheinlich interessierten und eher gut informierten – Publikum. Um zu zeigen, was mit der „Mittleren Schicht“ und der Zone „zwischen Terminologie und Allgemeinsprache“ gemeint ist, werde ich in diesem Text verschiedene Arten von Elementen unterstreichen.

Ich beginne (unterstrichen) mit jenen Ausdrücken, die man als wirtschaftliche Fachtermini bezeichnen kann; diese Termini sind für ein (Mehr-oder-weniger-)Laien-Publikum mehr oder weniger transparent; ihre Dichte und ihre partielle Opazität genügen, um diesen Text gegenüber einem alltagsprachlichen Diskurs als fachsprachlich zu kennzeichnen:

- 1) *Londres est la plus grande place financière mondiale. Elle gère 20 % des actifs des hedge funds mondiaux, 85 % des actifs des hedge funds européens et 45 % du marché des dérivés de gré à gré [...]. Elle est la première place mondiale pour le marché des changes, contrôlant plus de 40 % du marché des devises [...]. Elle est première aussi pour les crédits bancaires internationaux, les produits dérivés, les marchés des métaux et de l'assurance. Elle occupe la deuxième place du palmarès mondial (derrière New-York) pour les emprunts internationaux, dont elle fournit près de 20 % des prêts. Elle assure 60 % des mouvements financiers européens et est la seule place financière européenne vraiment globale. [...]*  
*Paris ne peut ni ne doit chercher à remplacer Londres.*  
*Si Paris devenait le nouveau hub financier de l'Europe et attirait les 400 000 professionnels de la finance de la City, avec leur fort pouvoir d'achat, cela provoquerait une explosion du coût de l'immobilier, déjà astronomique dans la capitale française. Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres où les prix ont bondi de 76 % de 2009 à 2016 (alors que les salaires britanniques n'ont pas augmenté). Socialement, un coût de l'immobilier élevé contribue à la montée des injustices et des inégalités et met en difficulté des pans entiers de la population, reléguant les plus faibles loin des métropoles.*

Ich habe diese Termini eigentlich nur deswegen unterstrichen, weil ich zeigen möchte, dass sie nicht die Gesamtheit des Texts ausmachen, sondern dass zwischen ihnen etwas bleibt, was als „Umfeld der Termini“ bezeichnet werden kann. Dieses „Umfeld“ ist das Eigentliche, was mich in diesem Beitrag interessiert. Die Umgebung der Termini im Fachdiskurs besteht nämlich nicht ganz einfach aus

---

2 Quelle: Figaro vox 23/08/2016, [www.lefigaro.fr/vox/economie/2016/08/23/31007-20160823ARTFIG\\_00082-sommet-europeen-post-brexit-pourquoi-londres-restera-la-capitale-financiere.php](http://www.lefigaro.fr/vox/economie/2016/08/23/31007-20160823ARTFIG_00082-sommet-europeen-post-brexit-pourquoi-londres-restera-la-capitale-financiere.php), [04/11/2017].

„Allgemeinsprache“, „Alltagssprache“, oder wie immer man all das bezeichnen will, was nicht der Fachsprache zugeordnet werden kann. Ein Großteil des Umfelds der Termini besteht aus Elementen, die zwar nicht terminologisch, aber für die jeweilige Fachsprache bzw. den jeweiligen Fachdikturs in hohem Maße charakteristisch sind (fett):

- 1) *Londres est la **plus grande place financière mondiale**. Elle gère **20 % des actifs des hedge funds mondiaux**, **85 % des actifs des hedge funds européens** et **45 % du marché des dérivés de gré à gré**. [...] Elle est la **première place mondiale pour le marché des changes**, contrôlant **plus de 40 % du marché des devises** [...]. Elle est **première aussi pour les crédits bancaires internationaux, les produits dérivés, les marchés des métaux et de l'assurance**. Elle occupe la **deuxième place du palmarès mondial (derrière New-York) pour les emprunts internationaux**, dont elle fournit **près de 20 % des prêts**. Elle assure **60 % des mouvements financiers européens et est la seule place financière européenne vraiment globale**. [...]*

*Paris ne peut ni ne doit chercher à remplacer Londres.*

*Si Paris devenait le nouveau **hub financier** de l'Europe et attirait **les 400 000 professionnels de la finance** de la **City**, avec leur **fort pouvoir d'achat**, cela provoquerait **une explosion du coût de l'immobilier**, déjà astronomique dans la capitale française. **Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres où les prix ont bondi de 76 % de 2009 à 2016** (alors que **les salaires britanniques n'ont pas augmenté**). Socialement, **un coût de l'immobilier élevé contribue à la montée des injustices et des inégalités et met en difficulté des pans entiers de la population, reléguant les plus faibles loin des métropoles**.*

Die sprachlichen Mittel in Fettdruck sind charakteristisch für Wirtschaftskurse, und zwar durch ihre Frequenz wie auch durch ihre spezielle Funktion. Sie können auch in Diskursen verwandter Disziplinen auftreten, aber ihre Frequenz in der „Allgemeinsprache“ wie auch in den Sprachen entfernterer Disziplinen ist deutlich niedriger, sie sind dort nicht als besonders typisch anzusehen. Beschränken wir uns bei den Hervorhebungen nun ausschließlich auf die im Fokus stehenden Elemente:

- 1) *Londres est la **plus grande place financière mondiale**. Elle gère **20 % des actifs des hedge funds mondiaux**, **85 % des actifs des hedge funds européens** et **45 % du marché des dérivés de gré à gré**. [...] Elle est la **première place mondiale pour le marché des changes**, contrôlant **plus de 40 % du marché des devises** [...]. Elle est **première aussi pour les crédits bancaires internationaux, les produits dérivés, les marchés des métaux et de l'assurance**. Elle occupe*

**la deuxième place du palmarès mondial (derrière New-York) pour les emprunts internationaux, dont elle fournit près de 20 % des prêts. Elle assure 60 % des mouvements financiers européens et est la seule place financière européenne vraiment globale. [...]**

*Paris ne peut ni ne doit chercher à remplacer Londres.*

*Si Paris devenait le nouveau hub financier de l'Europe et attirait les 400 000 professionnels de la finance de la City, avec leur fort pouvoir d'achat, cela provoquerait une explosion du coût de l'immobilier, déjà astronomique dans la capitale française. Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres où les prix ont bondi de 76 % de 2009 à 2016 (alors que les salaires britanniques n'ont pas augmenté). Socialement, un coût de l'immobilier élevé contribue à la montée des injustices et des inégalités et met en difficulté des pans entiers de la population, reléguant les plus faibles loin des métropoles.*

In dieser kurzen Textpassage stoßen wir auf:

- Nominalisierungen (*explosion, montée, difficulté*), Relationsverben (*provoquer, contribuer à*) und weitere typische Kennzeichen des **Nominalstils**;
- Zahlen (400 000), Prozentsätze (25 %, 85 %, 45 % etc.), Steigen-und-fallen-Verben (*bondir, augmenter*) mit der ganzen für sie charakteristischen Syntax (*ont bondi de 76 % de 2009 à 2016*), quantitative Adjektive (*fort, cher, élevé*), Modulatoren (*près de*) usw. usf., also jede Menge **quantitative Ausdrücke**;
- und schließlich eine Vielfalt an Ausdrücken aus dem Bereich der **Rankings**: Superlative und Ausdrücke der Unizität (*la plus grande, la seule, la plus chère*), Ordinalzahlen (*première, deuxième*), Adjektive, die die Grundgesamtheit eines Vergleichs anzeigen (*européen/ne, mondial/e*); weiters Ausdrücke, die das Ranking selbst (*palmarès*), oder einen Rang darin bezeichnen (*place*), mit den dazugehörigen Verben (*occuper*); nicht zu vergessen die Präposition *pour*, die das Kriterium des Rankings (*pour le marché des changes, pour les crédits bancaires internationaux*) und die Präposition *derrière*, die das vorangehende Element im Ranking einleitet (*derrière New-York, derrière Londres*).

## 2 Einleitung

In diesem Beitrag soll es um all das gehen, was – wie die soeben aufgezählten Elemente – abgesehen von der Terminologie für Fachdiskurse bestimmter Fächer oder verwandter Fächerbündel charakteristisch ist. Denn die Terminologie allein reicht nicht aus, um einen Text zu konstituieren; sie braucht die Ergänzung

durch nicht-terminologische Mittel auf lexikalischer und syntaktischer Ebene, die die terminologischen Elemente als Umfeld, als Umwelt, als Biotop einbetten.

In diesem Zusammenhang steht zunächst das Konzept des „Fachstils“, also jener „allgemeinen wissenschaftlichen Fachsprache“, die für das Französische in etlichen Publikationen von Werner Forner beschrieben worden ist und der in jüngerer Zeit eine Sondernummer der « Revue française de linguistique appliquée » (Tutin 2007a) gewidmet war. Es geht um sprachlich-stilistische Procédés bzw. eine gewisse „allgemeine wissenschaftssprachliche Lexik“, die Fachzeitschriften bzw. -publikationen und divulgativen Fachtexten so gut wie sämtlicher Disziplinen bzw. breiter Disziplinenbündel (technische Wissenschaften, Sozialwissenschaften) gemeinsam sind; aber das ist es nicht, was uns hier primär interessieren wird.

Was ich beschreiben möchte, das ist eine bestimmte Schicht lexikalisch-syntaktischer Mittel, die nicht allen Disziplinen gemeinsam sind, sondern ganz bestimmten Bündeln verwandter Disziplinen: zum Beispiel der Sprache der Wirtschaft oder jener des Sports. Jedes Fach und jedes Fächerbündel verfügt jenseits der Terminologie über charakteristische sprachliche Mittel, die zwar aus der Allgemeinsprache übernommen, aber durch ihre Frequenz und spezielle Funktion doch für das jeweilige Fach/die jeweiligen Fächer charakteristisch sind; weswegen man auch Fachsprachen und Fachdiskurse nur dann zutreffend beschreiben oder lehren kann, wenn man diese Ausdrucksmittel mit einbezieht. Dazu gehören für Wirtschaftstexte die Ausdrücke für das Steigen und Fallen von Zahlen und Werten, und für die Wirtschaftssprache und die Sportsprache gemeinsam, die Ausdrücke für Rankings und deren Veränderung.

Anhand dieser Beispiele möchte ich jenes Phänomen beschreiben und illustrieren, das ich als die „Mittlere Schicht“ der fachsprachlichen Diskurse bezeichne. Es zeigt sich, dass diese „Mittlere Schicht“ in jedem Fach eng mit jenen grundlegenden Konzeptualisierungen der jeweiligen Disziplin verbunden ist, welche in Form von fachspezifischen Grundmetaphern das Weltbild des Faches prägen.

Abschließend werde ich versuchen, in Form einer konzeptuellen Metapher das Feld der Fachdiskurse mit seinen mehr oder weniger zentralen versus peripheren Elementen zu beschreiben und in diesem Rahmen die „Mittlere Schicht“ zu situieren.

### 3 „Allgemeine Wissenschaftssprache“ und „Fachstil“ nach Forner und Tutin 2007a

Ich beginne hier mit der Beschreibung dessen, was eigentlich nicht im Zentrum meines Interesses steht, was also nicht die „Mittlere Schicht“ ist, aber von ihr abgegrenzt werden muss. Es handelt sich um ein bestimmtes Register bzw. Repertoire sprachlicher Mittel, das in der Forschung als « langue scientifique générale » (Phal 1968, 8) oder als „allgemeine wissenschaftliche Fachsprache“ (Hoffmann <sup>2</sup>1984, 63) bezeichnet worden ist. Es entspricht der Gesamtheit jener sprachlichen Mittel, die den Fachdiskursen der verschiedensten Fächer gemeinsam sind. Diese Kategorie „allgemeine Wissenschaftssprache“ und noch mehr „allgemeine wissenschaftliche Fachsprache“ ist in gewisser Weise paradox, denn das Besondere an Fachsprache und damit auch an Wissenschaftssprache ist ja, dass sie für ein bestimmtes Fach – und eben nicht für sämtliche Fächer gemeinsam – charakteristisch ist. Es existieren aber sehr wohl einige interessante Versuche, eine solche „allgemeine Wissenschaftssprache“ zu definieren und zu beschreiben.

Gemeint ist im Wesentlichen eine Art genrespezifisches Register<sup>3</sup>: die Sprache wissenschaftlicher Publikationen bzw. auch anspruchsvoller populärwissenschaftlicher Artikel. Man kann sich diesem Register aus verschiedenen Perspektiven annähern, einerseits über die Stilistik und Syntax und andererseits über die Lexik. Ersterer „Approach“ ist der von Werner Forner, letzterer wird von den Pionieren Phal (1968 und 1971) und Coxhead (1998 und 2000) vorgegeben und in der Sondernummer Tutin 2007a der «Revue française de linguistique appliquée» vertieft.

Definiert man die „allgemeine Wissenschaftssprache“ als eine Art „Fachstil“ mit spezifischen Ausdrucksmitteln, die – allerdings in geringerer Frequenz – auch in der Alltagsprache anzutreffen sind, so kann man versuchen, diese « langue scientifique générale » über ihre spezifischen stilistischen Merkmale zu beschreiben. Der Forscher, der sich diesem Programm für das Französische Jahrzehnte hindurch gewidmet hat, ist Werner Forner<sup>4</sup>. Er spricht von « style scientifique » bzw. von „registerspezifischen Vertextungsstrategien“ (*stratégies de textualisation propres au registre scientifique*). Um einen ersten Eindruck davon zu geben, was unter diese Bezeichnung fällt, kann man gewisse

---

3 Vgl. Tutin (2007a, 5-6): « un lexique de genre, traversant en grande partie les disciplines ».

4 Vgl. Forner (1985, 1988, 1994, 1996, 1998, 2000 und 2006); vgl. auch Lavric/Weidacher (1998, 86-89), Lavric (2000) und Lavric (2016, 354-356).

Konjunktionen anführen, weiters Aufzählungen, metatextuelle Verweise und andere Eigenheiten der Wissenschaftssprache:

- 2) *d'une part – de l'autre/d'autre part ; d'un côté – de l'autre ; d'un autre côté  
premièrement... deuxièmement... troisièmement ; d'abord... ensuite... enfin  
ci-dessus, ci-dessous, ci-contre  
nous venons de voir que...*

Elemente wie diese interessieren Werner Forner allerdings nur am Rande. Was er wirklich beschreibt, das ist eine Reihe von sprachlichen Procédés, die dazu beitragen, einem Text ein « air de spécialité », einen Anschein von Fachlichkeit, zu verleihen, die es also – in einer Art syntaktischer Kosmetik – genügt anzuwenden, damit ein Text sofort fachlich bzw. wissenschaftlich klingt (vgl. Forner 1985 und v. a. 1998). Hier ist die Liste jener sprachlichen Mittel, die laut Forner dieses « air de spécialité » ausmachen (vgl. Forner 1985, 206-207):

- die **Nominalspaltung**, durch die ein simples, bedeutungstragendes Substantiv sich in eine komplexe nominale Struktur verwandelt, in der der nominale Kern nur mehr eine sehr allgemeine kategoriale Bedeutung transportiert, während der eigentliche semantische Inhalt in ein spezifizierendes Relationsadjektiv verlagert wurde:

- 3) *les forêts → le patrimoine forestier  
les mines → les ressources minières  
la production → l'activité de production*

- die **Verbalspaltung**, die ein einfaches, bedeutungstragendes Verb in einen komplexen Verbalausdruck überführt, in dem das neue Verb nur mehr eine sehr blasse, allgemeine Bedeutung hat und die eigentliche semantische Last auf ein nominales Objekt übergegangen ist:

- 4) *investir → effectuer un investissement  
planifier qc. → faire la planification de qc.  
s'accroître → connaître un accroissement*

- Die Verbalspaltung ist ein Sonderfall der Nominalisierung; diese **Nominalisierung** ist das dritte charakteristische Procédé, das den „Fachstil“ nach Forner ausmacht. Durch sie verwandeln sich ganze Haupt- oder Gliedsätze in simple Nominalsyntaxmen, die auf diese Weise als Module fungieren können, deren Kombination inhaltlich hoch komplexe, mit Bedeutung geradezu vollgestopfte Sätze ergibt; die Nominalisierung dient also vor allem der inhaltlichen Verdichtung:

- 5) *la bourse est instable* → *l'instabilité boursière*  
*les ventes ont fortement augmenté* → *la forte augmentation des ventes*  
*la crise persistera encore plusieurs années* → *la persistance de la crise dans les années à venir*

Erinnern wir uns an dieser Stelle an die Nominalisierungen in unserem Beispiel (1):

- 6) *l'immobilier coûte cher* → *un coût de l'immobilier élevé*  
*il y a plus d'injustices et d'inégalités* → *la montée des injustices et des inégalités*  
*l'immobilier devient rapidement plus cher* → *une explosion du coût de l'immobilier*

- Die durch Komprimierung erzeugten nominalen Module fungieren charakteristischerweise als Argumente von **Relationsverben**, das sind Verben, die genau genommen Konjunktionen ersetzen:

- 7) *résulter de, empêcher, conduire à, précéder, signifier, être dû à, expliquer, impliquer, comporter...*

Aus komplexen Sätzen werden so einfache Sätze mit Relationsverb und inhaltlich satzwertigen nominalen Argumenten. Nominalisierungen kombiniert mit Relationsverben bilden das komplexeste und wichtigste Procédé bei der von Forner beschriebenen Transformation eines allgemeinsprachlichen in einen fachsprachlichen Stil; hier eines seiner Beispiele für eine solche Transformation:

- 8) *il y a moins d'exportations et pour cette raison il y a plus de chômage*  
 → *le déclin des exportations **a conduit à** une augmentation du chômage*

Dazu passen zwei charakteristische Passagen aus unserem Beispiel (1):

- 9) *(Si Paris [...] attirait les 400 000 professionnels de la finance de la City [...],...)*  
*l'immobilier deviendrait rapidement plus cher*  
 → *cela **provoquerait une explosion** du coût de l'immobilier*  
*Lorsque l'immobilier coûte cher, il y a plus d'injustices et d'inégalités et la situation de la population devient plus difficile*  
 → *un coût de l'immobilier élevé **contribue à la** montée des injustices et des inégalités et **met en difficulté** [...] la population*

Nun, da wir die von Forner ins Zentrum gerückten sprachlichen Mittel illustriert haben, stellt sich tatsächlich die Frage, ob es sich um Eigenheiten der Fachdiskurse, um Besonderheiten der Wissenschaftsdiskurse (als Teilmenge der Fachdiskurse) oder um Phänomene auf Registerebene handelt? Weder um Fachdiskurse noch um Wissenschaftsdiskurse ganz allgemein, würde ich meinen; denn der „Fachstil“, wie ihn Forner beschreibt, ist nicht für sämtliche

Fachdiskurse charakteristisch, und auch nicht für sämtliche Wissenschaftsdiskurse. Er hat z. B. sehr viel mit Schriftlichkeit oder jedenfalls mit Distanzsprache im Sinne von Koch/Oesterreicher 1990 zu tun, sei es nun in wissenschaftlichen Publikationen oder in anspruchsvollen Divulgationstexten, wie man sie z. B. in der Qualitätspresse oder in Enzyklopädien findet. Es geht um das spezifische Register bestimmter Textsorten bzw. des „deskriptiv-argumentativen“ Texttyps. Deren Stil und seine typischen Procédés unterscheiden diese « Genres » deutlich von anderen, nicht-fachlichen Diskursen, z. B. von narrativen Texten (vgl. Wilde 1994, 101, *apud* Forner 2000, 219). Die beschriebenen sprachlichen Mittel verdienen also durchaus eine Analyse im Rahmen der Fachsprachenforschung.

Andererseits ist aber auch bekannt, dass Fachdiskurse weitaus vielfältiger sind als nur ihre schriftlich-formellen Varianten. Es gibt auch informelle, nächsprachliche Formen des Fachdiskurses, z. B. im schriftlichen Bereich fachspezifische Diskussionsforen im Internet, und natürlich im mündlichen Bereich die ganze Bandbreite mehr oder weniger spontaner, mehr oder weniger informeller Varianten, z. B. Diskussionen bei Tagungen und Projektmeetings. Dieser weniger formelle und v. a. mündliche Anteil an den Fachdiskursen sollte bei deren Untersuchung und Beschreibung immer auch mitgedacht werden.

Derselbe Einwand ist natürlich auch gegen den zweiten hier vorzustellenden Approach zu erheben, jenen, der über die „allgemein wissenschaftssprachliche“ Lexik geht, denn auch dieser beschränkt sich auf Fachdiskurse in der Form von schriftlichen wissenschaftlichen Publikationen (bzw. gelegentlich wissenschaftlichen Divulgationstexten). Gegenüber der „Fachstilistik“ von Forner konzentriert sich die Analyse hier auf die Lexik, ursprünglich in Form von Einzelwörtern, in jüngeren Studien auch vermehrt in Form von Phraseologismen und Kollokationen. Diese wird mit elektronischen Mitteln aus großen Korpora extrahiert und zu Ergebnissen in Form von Wortlisten verdichtet. Pionier ist für das Französische der bereits erwähnte Phal mit seinem Buch aus 1971 « *Vocabulaire général d'orientation scientifique (VGOS)* » (dazu auch schon Phal 1968). Die englische Entsprechung dazu stammt übrigens von Coxhead 1998 „An academic word list“ (bzw. 2000 „A new academic word list“).

Le vocabulaire scientifique général est [...] commun à toutes les spécialités. Il sert à exprimer les notions élémentaires dont elles ont toutes également besoin (mesure, poids, rapport, vitesse, etc.) et les opérations intellectuelles que suppose toute démarche méthodique de la pensée (hypothèse, mise en relation, déduction et induction, etc.). (Phal 1971, 9 *apud* Pecman 2007, 85)

Man muss bis 2007 warten, bis eine Sondernummer der *Revue française de linguistique appliquée* sich dieses Themas vertiefend annimmt. Unter dem

Titel « Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques » sammelt Agnès Tutin Beiträge zur allgemeinen wissenschaftlichen Lexik und Phraseologie. Ich möchte darunter insbesondere Tutins Einleitung (Tutin 2007b) sowie die Artikel von Drouin 2007, Pecman 2007 und Blumenthal 2007 hervorheben.

Auf den ersten Blick sieht es so aus, als könnte man hier auf eine systematische Analyse der „Mittleren Schicht“ gestoßen sein: Spricht doch Tutin in ihrer Einleitung von « un lexique de genre, entre terminologie et langue générale » (S. 5),<sup>5</sup> und sie illustriert das Gemeinte (wie übrigens auch Pecman 2007), wie ich es oben getan habe, mit einer Passage aus einem wissenschaftlichen Text, in der nicht die Fachtermini hervorgehoben sind, sondern jene sprachlichen Mittel, die das diskursive Umfeld dieser Termini bilden. Hoch anzurechnen ist ihr auch, dass sie innerhalb des analysierten Texts mehrere Schichten (« strates lexicales ») unterscheidet und sogar noch innerhalb der nicht-allgemeinsprachlichen und nicht-terminologischen Elemente weiter differenziert, vgl. die Punkte 1, 2 und 3 im folgenden Zitat (S. 7):

1. Le lexique propre aux écrits scientifiques [...]
2. Le lexique abstrait non spécialisé [...]
3. Le lexique méthodologique disciplinaire [...]
4. Le lexique terminologique [...]
5. Le lexique de la langue « générale » ou « commune » [...]

Sieht man sich jedoch die einzelnen Studien in dieser Sondernummer genauer an, so muss man erkennen, dass es den AutorInnen gerade nicht darum geht, disziplinspezifische nicht-terminologische Lexik zu erheben (das wäre in etwa Tutins Schicht 3, wobei ich ja nicht nur an methodologischer Lexik interessiert bin). Sie sammeln vielmehr (wie schon Phal und Coxhead) gezielt jene Lexik und jene Phraseologismen/Kollokationen, die in einer möglichst breiten Auswahl möglichst disparater Disziplinen gleichermaßen zur Anwendung kommen (also Tutins Schicht 1).

So arbeitet Drouin 2007 an einem Korpus französischer Dissertationen aus den Bereichen Psychologie, Recht, Geschichte, Geographie, Archäologie, Physik, Technik, Informatik und Chemie, das er gegen ein Vergleichskorpus der Zeitung « Le Monde » abhebt. Kriterium für seine Wortlisten ist, dass ein Ausdruck oder eine Kollokation in mindestens der Hälfte der von ihm untersuchten Fächerkorpora signifikant oft vorkommt.

---

5 Auch Pecman (2007, 90) schreibt: « La LSG [= langue scientifique générale] couvre un univers langagier qui se situe à cheval entre la langue générale et les langues de spécialité d'orientation scientifique. »

Pecman 2007, der die Phraseolexik – also die Ausdrücke plus ihre syntaktische Konstruktion und Umgebung – untersucht, arbeitet an einem Korpus wissenschaftlicher Texte aus den « sciences dures », konkret aus den Disziplinen Biochemie, molekulare Chemie, Botanik, Biowissenschaften, Erdwissenschaften, Physik, Mechanik, Astronomie und Astrophysik. Auch ihm geht es darum, lexikalische Einheiten zu identifizieren, die sämtlichen Disziplinen gemeinsam sind. Er kommt zu dem Schluss, dass es eine „allgemeine Wissenschaftssprache“ auf der Ebene der Phraseolexik (im Gegensatz zur terminologischen Ebene) tatsächlich gibt. Auch hier bleiben wir allerdings in Tutins erster Schicht, auch wenn nicht der Anspruch erhoben wird, Aussagen über die lexikalischen Überschneidungen sämtlicher existierender Disziplinen zu treffen.

Sehr breiten Disziplinenbündeln widmet sich auch Blumenthal 2007, der zwei (populär-)wissenschaftliche Korpora vergleicht, eines aus den « Sciences de l’Homme » und eines aus den « Sciences exactes » (beide aus Enzyklopädien). Ihm geht es darum, durch das Studium der transdisziplinären Lexik der beiden Bereiche nachzuweisen, dass es sich tatsächlich um zwei ganz unterschiedliche Wissenschaftskulturen handelt. Auch hier sind die Fächerbündel zu breit, um meinem eigenen Interesse zu entsprechen, das ja jenen sprachlichen Mitteln gilt, die, ohne terminologisch zu sein, für eine Disziplin oder auch für ein kleines Bündel verwandter Disziplinen charakteristisch sind. Eben jene „Mittlere Schicht“, bei der noch immer eine regelrechte Forschungslücke klafft, die ich hier ein wenig zu schließen versuchen werde.

#### 4 Augmenter, diminuer...: Quantitative Ausdrücke in Wirtschaftsdiskursen<sup>6</sup>

Ich komme mit diesem Kapitel zum Kern meines Beitrags, denn die quantitativen Ausdrücke entsprechen im Rahmen der Wirtschaftssprache genau dem, was ich als „Mittlere Schicht“ beschreiben möchte. Im Gegensatz zur Terminologie und in ähnlicher Weise wie die Rankings, denen das folgende Kapitel 5 gewidmet sein wird, sind die quantitativen Ausdrücke nicht nur für ein Fach charakteristisch, sondern für ganze Bündel verwandter Disziplinen. Zum Beispiel kann man die sprachlichen Mittel untersuchen, mit denen Statistiken wiedergegeben werden, und das betrifft dann eine ganze Reihe von Fächern, in den Natur- wie auch in den Sozialwissenschaften, zwischen denen es allerdings signifikante Unterschiede geben dürfte. Und – um ein weiteres Beispiel zu geben – die

---

6 Vgl. Lavric/Weidacher (1998) sowie Lavric (1998) und (2001), die mit einem journalistischen Korpus arbeiten. Vgl. auch, für die Metaphorik, Dominique (1971), Schifko (1992, 560-562) sowie Jäkel (1994 und 2003).

Ausdrücke für Ursachen und Wirkungen sind wahrscheinlich nicht identisch in Diskursen der technischen und der naturwissenschaftlichen Disziplinen, wobei es auch Überschneidungen geben könnte.

Beginnen wir also mit den quantitativen Ausdrücken, und hier mit dem Teilbereich der sprachlichen Mittel für das Steigen und Fallen von Zahlen und Werten; es handelt sich um einen Bedeutungsbereich, der im Sinne der kognitiven Linguistik auch als „Frame“<sup>7</sup> beschrieben werden kann. Schon in unserem Text (1) gab es mehrere Beispiele dafür:

- 10) ...*cela provoquerait une explosion du coût de l'immobilier, déjà astronomique dans la capitale française. Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres où les prix ont bondi de 76 % de 2009 à 2016 (alors que les salaires britanniques n'ont pas augmenté). Socialement, un coût de l'immobilier élevé contribue à la montée des injustices et des inégalités*

Diese kurze Passage ist deswegen interessant, weil das Steigen und Fallen in mehreren syntaktischen und semantischen Varianten vorkommt: von der Standard-Variante in verbaler (*augmenter*) und nominaler (*montée*) Form, bis zu metaphorischen Ausdrücken für denselben Sachverhalt, ebenfalls verbal (*bondir*) und nominal (*explosion*). Auffällig ist auch die Präpositionalsyntax, die diese Einheiten umgibt: *V augmente* (V ist der Wert – *la valeur* – deren Veränderungen man verfolgt), *V bondit de n* (*n* symbolisiert eine Zahl, hier einen Prozentsatz), *une explosion de V*, *la montée de V*. Ich beginne mit einer kurzen semantischen Einteilung dieser Ausdrücke, um dann deren Metaphorik und schließlich die sie umgebende Syntax zu analysieren.

Die sprachlichen Mittel des Bedeutungsfelds/Frames Steigen/Fallen können nach folgenden Kriterien eingeteilt werden:<sup>8</sup>

- Steigen vs. Fallen vs. Veränderung ohne Richtungsangabe vs. Gleichbleiben (*augmenter, diminuer, osciller, se maintenir*)
- Verbale vs. nominale Ausdrücke (*s'accroître – accroissement; se réduire – réduction; osciller – oscillation; stagner – stagnation*)

---

7 „A semantic frame can [...] be defined as a coherent structure of related concepts that are related such that without knowledge of all of them, one does not have complete knowledge of any one; they are in that sense types of gestalt. Frames are based on recurring experiences. So the commercial transaction frame is based on recurring experiences of commercial transactions.“ (Frame semantics 2013)

8 Diese Grundeinteilung wurde inspiriert von Dominique (1971), Schiffko (1992) sowie Jäkel (1994 und 1997); sie wurden in den Publikationen Lavric/Weidacher (1998) und Lavric (1998) übernommen und ergänzt.

- Autonome vs. passive Veränderung = Intransitivität vs. Transitivität (*s'améliorer – améliorer; se réduire – réduire*)
- Positive / negative / neutrale Evaluation der Veränderung (*envolée – explosion – bond*)

Was die Metaphorik anbelangt, so stellt man fest, dass sogar die Standardvariante metaphorisch ist, denn hier werden numerische Werte in den Raum projiziert. Das entspricht einer konzeptuellen Metapher, wie sie Lakoff/Johnson (1980) beschreiben: WENIG = UNTEN, VIEL = OBEN, bzw. in einer komparativen Variante: WENIGER = UNTEN, MEHR = OBEN. Auch die „sekundären“, viel deutlicher metaphorischen, Varianten *bondir* und *exploser* entsprechen im Übrigen derselben konzeptuellen Metapher, zu der allerdings weitere Metaphorisierungen hinzukommen. Den grundlegenden metaphorischen Prozess dabei beschreibt Schifko (1992, 560-562):

Der entscheidende Schritt von der direkten zu einer metaphorischen Ausdrucksweise geschieht durch die Projizierung der quantitativen Äußerung in den Raum. [...] Die erste Stufe, bei der nicht immer klar entscheidbar ist, ob es sich um eine metaphorische handelt, ist die Transposition des Mehr- bzw. Wenigerwerdens in ein Größer- bzw. Kleinerwerden, d.h. die Sicht der Anzahl als räumliche Dimension. [...]

Bei Aufwärtsbewegungen geht es mit den Meßzahlen ‚nach oben‘ [...], bei Abwärtsbewegungen ‚nach unten‘ [...], wohl einem menschlichen Urempfinden entsprechend, welches auch bei den die Daten begleitenden Graphiken zum Ausdruck kommt [...]. Die Bewegung kann abstrakt oder konkretisiert als Fliegen, Tauchen, Klettern, Graben, etc., in Erscheinung treten.

Wenn man es genauer betrachtet (Abb. 1), erkennt man allerdings, dass die Basismetapher über die simple Vertikalität hinausgeht und einem wesentlich komplexeren Schema entspricht. Der Schlüssel liegt in jenen Graphiken, die bereits von Schifko (s. o.) erwähnt werden: Das Steigen und Fallen von Werten wird im Allgemeinen in Form von Kurvengraphiken visualisiert, mit der Zeit auf der X-Achse und den Werten auf der Y-Achse. Auf genau diese Art von Graphiken beziehen sich die entsprechenden sprachlichen Ausdrücke.

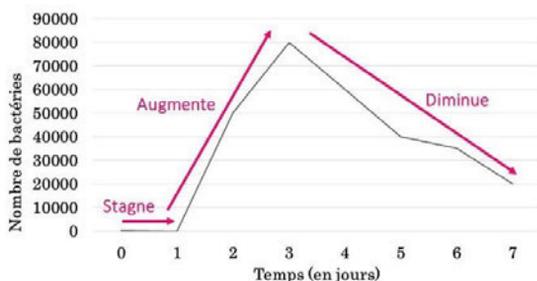


Abb. 1: Kurvengraphik – steigen – fallen – gleichbleiben

Quelle: <http://lelabodanissa.blogspot.com/2015/11/analyser-un-graphique.html> [30/12/2018]

Es gibt übrigens noch eine weitere sekundäre Metaphorisierung (Abb. 2), die diese graphische Darstellung überlagern kann: Wenn die Fluktuationen der Werte eine Zeichnung ergeben, die einer Gebirgslandschaft ähnelt, dann kann man das so interpretieren, dass die Werte klettern (*grimpent*) oder einen Gipfel erreichen (*atteignent un sommet*).<sup>9</sup> Ich möchte an dieser Stelle betonen, dass **die Metapher der Kurvengraphik für sämtliche Teildisziplinen der Wirtschaftswissenschaft absolut fundamental ist**. Wahrscheinlich ist sie es auch noch für eine Reihe anderer Fächer, nämlich für all jene, in denen Statistiken eine wichtige Rolle spielen. **Die auf die Kurvengraphik referierenden sprachlichen Mittel zu analysieren, ist daher unabdingbar für jede Beschreibung der Wirtschaftssprache wie auch für deren Unterricht – und das, obwohl die entsprechenden Ausdrücke nicht als terminologisch angesehen werden können.** Diese Feststellung unterstreicht die Bedeutung der „Mittleren Schicht“ für das Verständnis der grundlegenden kognitiven Strukturen der betreffenden Fächer.

9 Diese „Gebirgstopologie-Metapher“ wurde bereits von Jäkel (1994, 99 und 1997, 237-241) beschrieben und illustriert. Er erkennt allerdings nicht die viel allgemeinere mathematisch-graphische Metapher, die diesem Sonderfall zugrundeliegt.

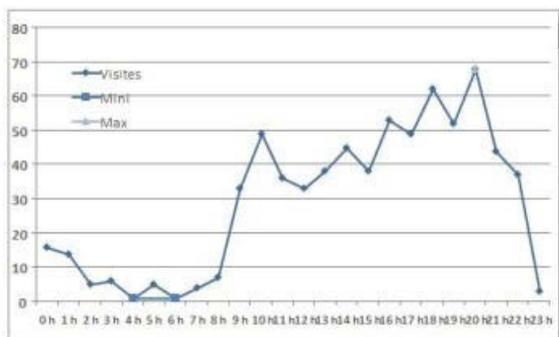


Abb. 2: Beispiel einer Kurvengraphik vom Typ „Bergkette“

Quelle: <http://astuces.jeanviet.info/bureautique/excel-2007-creer-des-graphiques-qui-re-agissent-a-vos-donnees.htm> [30/12/2018]

Aus Freude an der Vielfalt der fachsprachlichen Mittel möchte ich hier eine Auswahl an weiteren sekundären Metaphern anschließen, die die Kurvengraphik- oder jedenfalls Vertikalitäts-Metapher überlagern und sich teilweise auf sie stützen. Diese Metaphern sind unterschiedlich, je nachdem ob die Entwicklung positiv oder negativ bewertet wird, und sie sind überall dort zahlreicher, wo eine Evaluierung stattfindet und nicht einfach eine neutrale Berichterstattung; vgl. die Ausdrücke *s'envoler* und *bondir* im Vergleich zu *exploser*, aber auch das nicht ganz so dynamische *s'alourdir* (z. B. über Schulden), alle im Sinne der Vertikalität.<sup>10</sup> Häufig wird die Steigerung auch als eine Beschleunigung (*accélération*) dargestellt, die Verringerung dementsprechend als Verlangsamung (*ralentissement*, z. B. der wirtschaftlichen Aktivität), das entspricht der Interpretation der Kurve als Bewegung. Dabei besteht ein Zusammenhang mit den Maschinen- und insbesondere mit den Verkehrsmittel-Metaphern (*les moteurs de la croissance, un coup de frein aux exportations*). Architektur-Metaphern (der Vertikalität) kommen vor, wenn ein Grenzwert (*un plafond / un plancher*) über- oder unterschritten wird. Dazu gibt es auch eine Bewegungs-Metapher aus dem Bereich der Seefahrt: *passer le cap des mille milliards de dollars*. Nicht zu vergessen natürlich die anthropomorphischen oder generell die Lebewesen-Metaphern, die so gut wie immer eine positive oder negative Evaluierung mit sich führen: *le gonflement des carnets de commandes* versus *une cure d'amaigrissement de la fonction publique, le ramollissement des critères de convergence* versus le

10 Die positive oder negative Evaluierung wird aber auch gerne mittels Wetter-Metaphern (*embellie*) ausgedrückt.

*redressement de l'emploi, l'entreprise XY redresse la tête après plusieurs exercices difficiles* versus *le fléchissement de la conjoncture*; auch hier ist fast immer oben positiv.

Wozu aber sind all diese Metaphern gut? Warum werden sie so gerne eingesetzt und unendlich variiert? Meines Erachtens dienen sie vor allem der stilistischen Variation – denn im Wirtschaftsjournalismus geht es ja eigentlich immer um dieselbe Art von Fakten, um ein Steigen oder Fallen des Wachstums, der Beschäftigung, der Exporte etc. für ein Land, bzw. des Personalstands, der Gewinne, der Marktanteile für ein Unternehmen. Was kann man tun, um sich da nicht endlos zu wiederholen? Vor dieses Dilemma gestellt, sind die JournalistInnen wenn schon nicht um Innovation, dann doch zumindest um größtmögliche Variaton bemüht. Nur sehr selten stößt man in der Tat auf wirklich Originelles, oft allerdings auf extreme Vielfalt, die aus dem reichen Fundus der Steigen-Fallen-Ausdrücke schöpft und so die Lektüre der Wirtschaftsberichte mit einer Prise von Infotainment zu würzen versteht.

Bevor wir nun zu einem verwandten und von denselben stilistischen Variations-Zwängen geprägten Bereich übergehen – den Ranking-Ausdrücken im Sport und in der Wirtschaft –, möchte ich noch einige interessante syntaktische Aspekte beleuchten, die mit den Steigen-Fallen-Ausdrücken verbunden sind. Konkret soll beschrieben werden, wie sich rund um die verbalen und nominalen Ausdrücke des Steigens und Fallens herum der Ausdruck wichtiger „Frame“-Elemente gestaltet; zu diesem „Frame“ gehören ja z. B. die Variable, die am Steigen und Fallen ist (diese ist ein Pflicht-Element), die Ursache bzw. der Urheber der Veränderung (fakultativ) und vor allem auch (hochfrequent), der Umfang der beobachteten Veränderung in Form einer Zahl, häufig eines Prozentsatzes. Wir werden uns ganz besonders diesem letzteren Element zuwenden, das sich in einer speziellen Syntax ausdrückt, die (jedenfalls im Vergleich zum Deutschen) allerlei Überraschendes zu bieten hat.

Vorher sei uns noch ein kleiner **Exkurs** zur allgemeinen **Syntax der Ausdrücke für Zahlen und Werte** im Französischen gestattet, also ausnahmsweise ohne Bezug auf das Steigen oder Fallen. Die Angabe eines Wertes ohne Erwähnung einer Veränderung geschieht mit Hilfe von speziellen verbalen Ausdrücken, die jeweils eine eigene Präposition (meist *de* oder *à*) regieren: *s'élever à, être de, correspondre à, se chiffrer à...* Es gibt aber auch transitive Verben, die den Wert als Objekt nehmen, wie z. B.: *l'Autriche connaît une inflation de 2,1 %, ce pays compte 8 millions d'habitants, il enregistre une croissance de 2 %* etc. Wenn der Wert oder Prozentsatz ein Nomen ergänzt, geschieht das mittels der Präposition *de*, manchmal auch mit *à hauteur de*: *des dépenses de 6 milliards, des recettes à hauteur de 8 milliards*; aber die Rollen können auch