

*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
eMail: 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

Zwischen Terminologie und Allgemeinsprache

Fachdiskurse haben eine „Mittlere Schicht“¹

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.*²

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 alltagssprachlichen 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, [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 Wirtschaftsdiskurse, 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 ²1984, 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 Register³: 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 Allgemeinsprache 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 Forner⁴. 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),⁵ 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 Wirtschaftsdiskursen⁶

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“⁷ 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:⁸

- 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.

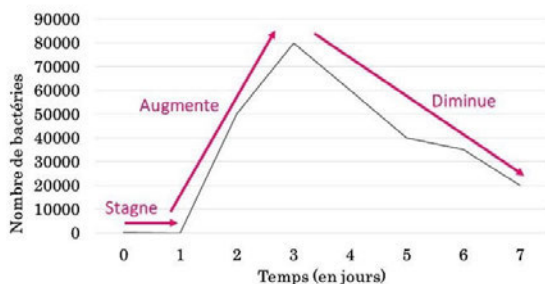


Abb. 1: Kurvengraphik – steigen – fallen – gleichbleiben

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*).⁹ 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.

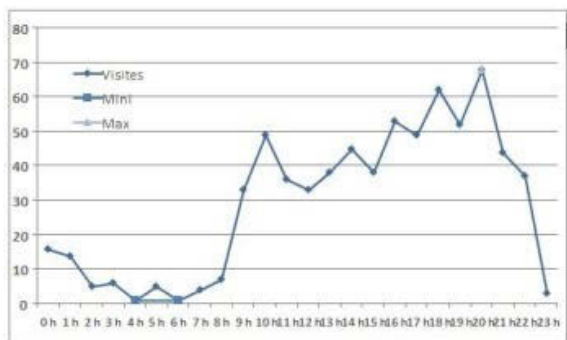


Abb. 2: Beispiel einer Kurvengraphik vom Typ „Bergkette“

Quelle: <http://astuces.jeanviet.info/bureautique/excel-2007-creer-des-graphiques-qui-reagissent-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.¹⁰ 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

vertauscht werden: *6 milliards de dépenses*. Die Präposition *avec* erscheint, wenn der Wert in Form einer Apposition hinzugefügt wird: *Seule la Suisse, avec 3 %, se voit attribuer un score meilleur*. Ein Sonderfall ergibt sich, wenn ein und derselbe Wert mittels zweier unterschiedlicher Zahlen ausgedrückt wird, einer absoluten Zahl und eines Prozentsatzes. Der Standard-Ausdruck ist in diesem Fall *soit*: *4 milliards d'euros, soit 3,6 % du PIB*. Handelt es sich um einen Einheits- oder Durchschnittswert, z. B. einen Wert pro Einwohner oder pro Tag, dann verwendet man *par*: *23 800 US dollars par tête d'habitant*. Interessant sind auch die Ausdrücke für Approximation: *de l'ordre de*, *environ*, *autour de*, aber auch *plus de* und *moins de* sowie dessen Äquivalent *près de*, letztere für Annäherungen von oben oder von unten. Und nicht zuletzt verfügt das Französische über eine systematische Reihe von approximativen Zahl-Substantiven: *dizaine*, *douzaine*, *quinzaine*, *vingtaine*, *trentaine*, *quarantaine*, *cinquantaine*, *soixantaine*, *centaine* und *millier*.

Nach diesem kurzen Exkurs zur Syntax der numerischen Werte ganz allgemein kommen wir nun zum Steigen und Fallen zurück und werden die in diesem Bereich ganz spezifische (Präpositional-)Syntax beschreiben. Der Steigen-und-Fallen-Frame umfasst grundsätzlich drei numerische Elemente (Abb. 3): den Ausgangswert (A), den Endwert (B) und die Differenz (C).

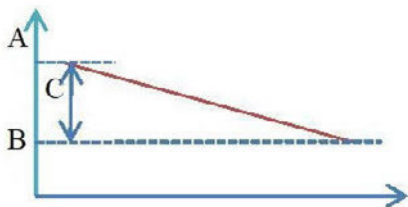


Abb. 3: Steigen/Fallen: Ausgangswert (A), Endwert (B), Differenz (C)

Quelle: Eigengraphik (E.L.)

Das Deutsche hat für jeden dieser drei Werte eine spezifische Präposition: *steigen / fallen von A auf B um C*; *von* ist für den Ausgangswert zuständig, *auf* für den Endwert, und *um* für den Unterschied zwischen den beiden. Im Französischen ist die Sache allerdings nicht so einfach, denn dieser Sprache stehen in demselben Bereich nur zwei Präpositionen, *de* und *à*, zur Verfügung. Für eine/n Germanophone/n erscheint das als eine echte sprachliche Lücke, denn sie zwingt die französische Sprache zu einer Reihe von Umschreibungen und komplizierten Konstruktionen (die, nebenbei gesagt, LernerInnen erhebliche Schwierigkeiten bereiten). So muss das Französische, wenn es alle drei Elemente

gleichzeitig nennen will, auf Kombinationen von zwei verschiedenen Verben zurückgreifen: *augmenter de 6 points pour s'inscrire à 20 % / pour se fixer à 20 % / passant ainsi à 20 %*. Konkret sieht das System aus wie folgt:

- *de* ist die Standard-Präposition für die Differenz C: *s'accoître de 3 %, se réduire de 3 millions de dollars*;
- Will man den Ausgangs- und den Endwert, also A und B, ausdrücken, kann man daher eben gerade nicht auf *de* und *à* zurückgreifen, weil *de* ja schon vergeben ist; daraus ergeben sich übrigens sogar Schwierigkeiten, wenn man den Endwert mit *à* einleiten will.¹¹ Die einzige praktikable Lösung bietet die Verwendung eines Spezialverbs; *passer* ist in der Tat das einzige Verb, das man mit den Präpositionen *de* und *à* verbinden kann, um Ausgangs- und Endwert anzugeben: *passer de A à B*. Auffällig ist, dass das Verb die Richtung der Veränderung offen lässt – diese geht ja ohnehin aus den Werten A und B hervor. Wenn man es genau nimmt, ist *passer* mit dieser seiner Besonderheit doch nicht ganz allein, denn auch *revenir de A à B* und *être ramené de A à B* (beide im Sinne einer Verringerung) funktionieren mit dem Präpositionen-Paar *de* und *à*.
- Die Ausdrücke des Typs *augmenter de 6 points pour s'inscrire à 20 % / pour se fixer à 20 % / passant ainsi à 20 %* entsprechen einem gängigen Verwendungstyp von *de...à*, bei dem *à* den Endpunkt B einleitet, *de* allerdings auf die Differenz C beschränkt bleibt; der Ausgangspunkt A wird dabei nicht genannt, er kann allerdings aus den beiden anderen Werten erschlossen werden.

Wir gehen nun zur Analyse eines semantischen Feldes über, das mit den quantitativen Ausdrücken verwandt ist und bei dem sich die Sport- und die Wirtschaftssprache treffen.

5 Rankings in Sport- und in Wirtschaftsdiskursen¹²

Zu Beginn dieser Präsentation der Ranking-Diskurse möchte ich auf eine entsprechende Passage aus unserem Beispiel (1) zurückgreifen:

- 11) *Londres est la plus grande place financière mondiale. [...] Elle est la première place mondiale pour le marché des changes [...]. 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*

11 Man findet gelegentlich, aber sehr selten, Beispiele des Typs *augmenter à 10 %*.

12 Vgl. Lavric/Weidacher (2014, 2015a und b, 2017 sowie im Druck).

palmarès mondial (derrière New-York) pour les emprunts internationaux [...] Elle [...] est la seule place financière européenne vraiment globale. [...] Paris est la deuxième ville la plus chère d'Europe, derrière Londres [...].

Rankings sind ein konzeptuelles Feld,¹³ das für eine ganze Reihe von Fachdiskursen konstitutiv ist: vom Sport über die Wirtschaft, die Musik, das Verlagswesen und die Politik, bis hin zu den Universitäten und wissenschaftlichen Zeitschriften, die es sich alle gefallen lassen müssen, nach Leistung oder „Qualität“ gerankt zu werden. Ausgangspunkt soll hier ein konzeptuelles Modell des Rankings sein, also eine Art Frame oder Szenario, mit prototypischen Beteiligtenrollen, den Beziehungen zwischen diesen Rollen und den Handlungen und Prozessen, die charakteristischerweise zwischen ihnen ablaufen.

Den Elementen einer Grundgesamtheit (Ländern, Regionen, Firmen, Produkten, Personen, insbesondere Sportlern oder Teams) werden über ein Kriterium (Punktwertung, Rennzeit, Wirtschaftsleistung, Marktanteil, Arbeitslosenrate, Einschaltquote etc.) numerische Werte zugeordnet. (Manchmal geschieht die Zuordnung bzw. Be-Wertung durch eine Instanz wie eine Rating-Agentur oder einen Schiedsrichter.) Aufgrund dieser Werte werden dann die Elemente gereiht, d.h. es erfolgt eine Zuordnung zu den Zahlen von 1 bis n (n = Anzahl der Elemente der Grundgesamtheit).¹⁴ Die so entstandene Rangordnung hat ein gutes und ein schlechtes Ende. Meist ist Rang 1 das gute und Rang n das schlechte Ende, aber wenn es sich bei dem, was bewertet wird, um Negatives wie z. B. Korruption, Krankheiten etc. handelt, ist es umgekehrt. Ist das Kriterium eine Art von Leistung, dann wird im Sport (und in der Wirtschaft metaphorisch) an die ersten drei ein Preis vergeben, und sie steigen auf das Siegerpodest, um eine Trophäe zu erhalten.

Im Französischen und in anderen Sprachen gibt es spezielle Ausdrücke für das Ranking selbst, für jeden einzelnen der Rangordnungs-Plätze und für diejenigen, die diesen Rang einnehmen. Es gibt auch eine eigene Kriteriums-Syntax (*premier en termes de PIB*) und Adjektive, die die Grundgesamtheit angeben (*troisième producteur mondial de [...]*).

Jedes Element der Grundgesamtheit hat einen bestimmten Rang; sie können über diesen Rang verglichen werden, aber auch über die Werte, die sie beim

13 Die kognitive Theorie definiert das konzeptuelle Feld (*champ conceptuel*) als « un espace de problèmes ou de situations-problèmes dont le traitement implique des concepts et des procédures de plusieurs types en étroite connexion, ainsi que les représentations langagières et symboliques susceptibles d'être utilisées pour les représenter ». (Vergnaud 1981, 217)

14 Mathematischer ausgedrückt: eine Abbildung auf das Intervall der natürlichen Zahlen [1, n].

Kriterium erreichen, z. B. kann der Abstand zwischen Erstem und Zweitem gemessen werden. Innerhalb des Rankings können außerdem Untergruppen gebildet werden, z. B. die Spitzengruppe, das Mittelfeld, die Schlusslichter – und für all das gibt es eine jeweils eigene Syntax wie auch eigene idiomatische Ausdrücke und Kollokationen.

Das ist der statische Aspekt des Rankings. Zusätzlich gibt es aber noch einen sehr wichtigen dynamischen Aspekt: Man erkennt ihn z. B. im Gegensatz zwischen dem Sieger (*vainqueur*), der ein für alle Mal feststeht (das ist der „perfektive“ Aspekt), und dem Führenden (*leader*), der lediglich zu einem ganz bestimmten Zeitpunkt das Klassement anführt („imperfektiver“ Aspekt). Das Ranking entwickelt sich also in der Zeit, weil sich über einen gewissen Zeitraum hinweg die Kriteriums-Werte jedes Elements der Grundgesamtheit ändern und damit auch die Rangordnungs-Plätze verschieben. Damit wird das Ranking zum (dynamischen) Wettrennen/Wettkampf, dessen Elemente meist als konkurrierende Akteure konzeptualisiert werden, wie das im Wettkampf-Sport tatsächlich zutrifft. Jedes einzelne Ranking wird damit zur Momentaufnahme in einem dynamischen Konkurrenz-Feld, was jedenfalls die Darstellung deutlich dramatisiert und in journalistischen Texten weidlich ausgeschlachtet wird. In diesem Bereich der Veränderungen über die Zeit ist es schwer, neutrale, nicht-metaphorische Bezeichnungen zur Beschreibung des Ranking-Schemas zu finden. Gewisse Teile des Schemas sind nämlich besonders „metaphern-anfällig“, insbesondere der erste und in geringerem Maße der letzte Platz, sowie eben die Konkurrenz um die Erstreichung. Der Kampf zwischen Führendem und Verfolger oder Verfolgern ist es, der bei Rankings vor allem die Aufmerksamkeit auf sich zieht, wie ja auch schon unser Beispiel (1)=(11) zeigt. In den Beschreibungen dieses „Wettkampfs“ häufen sich die Metaphern; die sprachlichen Mittel dafür sind extrem vielfältig und oft sehr originell, wie wir in der Folge sehen werden. Dabei werden wir uns hier vor allem mit den verschiedenen Elementen des Ranking-Frames beschäftigen und gleichsam en passant die interessanten metaphorischen Konzeptualisierungen mitnehmen.

Die Vorgangsweise ist dabei zunächst dezidiert onomasiologisch; sie gewinnt eine semasiologische Seite dazu, weil Texte aus dem Internet untersucht und darin systematisch die Ranking-Ausdrücke erhoben werden.¹⁵ Die daraus

15 Alle Beispiele dieses Kapitels stammen aus dem Internet, und zwar von Juni 2013. Sie wurden so ausgewählt, dass die Quellen soweit nachvollziehbar von muttersprachlichen AutorInnen stammen und journalistischen Artikeln entsprechen. Das gilt nicht nur für die nummerierten Beispiele mit Quellenangabe, sondern auch für jene, die ohne Quellenangabe im Fließtext kurz zitiert werden. Die Suche verlief nach einer Art Schneeballsystem: Begonnen wurde mit wohlbekanntem Ranking-Ausdrücken wie

hervorgegangene Sammlung illustriert den Reichtum dieses Feldes und seine interessanten metaphorischen Konzeptualisierungen.

Bezüglich der Metaphern ist der Sport die Schlüsselldomäne der Rankings, bei der sich alle anderen Fächer, und insbesondere die Wirtschaft, ihre Konzeptualisierungen gleichsam „ausborgen“.¹⁶ Aber nicht alle Sportarten sind als Bildspender gleich wichtig: Die wichtigste metaphorische Konzeptualisierung ist das Wettrennen, dessen Konzepte auf andere Sportarten sowie auf wirtschaftliche Zusammenhänge übertragen werden.

Ich präsentiere hier nur einen kurzen Überblick über die wichtigsten sprachlichen Mittel, mit denen Rankings im Französischen ausgedrückt werden sowie über die gängigsten Metaphorisierungen in diesem Bereich; in den Beispielen¹⁷ wird sich zeigen, dass die Ranking-Ausdrücke in den Sport- und in den Wirtschaftsdiskursen – und auch in den Diskursen der verschiedensten Sportarten – sehr ähnlich sind. Ich beginne (5.1) mit den Ausdrücken für den statischen Aspekt und werde dann zum dynamischen Aspekt der Rankings fortschreiten (5.2).

5.1 Der statische Aspekt

Im Zusammenhang mit dem statischen Aspekt kann man die Ausdrücke anführen, die das Ranking selbst bezeichnen (*classement, liste, ranking*, vgl. Bsp. 12, *palmarès*, aber auch *le top 100, le top 10*, etc.); begleitet werden sie oft von Adjektiven, die die Grundgesamtheit angeben (*classement mondial, classement des meilleurs*) oder von Ausdrücken, die das Kriterium benennen (*en termes de valeur, en termes de volume*).

Wichtig sind auch die Wörter, die Plätze im Ranking bezeichnen (*place, position, rang*); sie werden von Ordinalzahlen begleitet (*à la 17e place, en 26e position*). Aber diese Zahlen werden auch oft substantiviert und bezeichnen dann

classement, place, vainqueur etc. In unmittelbarer Nähe eines Ranking-Ausdrucks finden sich dann meist weitere Ranking-Ausdrücke, die ihrerseits wiederum in die Suche einfließen.

- 16 Die Sport-Metaphern sind viel seltener untersucht worden als die Wirtschafts-Metaphern, für welche man u. a. folgende AutorInnen anführen kann: Schmitt (1988), Hübler (1989), Hennet/Gil (1992), Jäkel (1994 und 2003), Koller (2004) sowie, für den besten und differenziertesten Überblick, Richardt (2005).
- 17 Es wurden ganz bewusst längere Beispiele gewählt, Auszüge aus Texten, um zu zeigen, wie sich verschiedenste Ausdrücke ergänzen, um eine umfassende Beschreibung eines Rankings zu ergeben. Jedes der Beispiele kombiniert mehrere Elemente des Frames und häufig auch verschiedene Metaphern, die nicht unbedingt immer gut zusammenpassen. In den Beispielen stammen Hervorhebungen von mir (E.L.); grundsätzlich werden sämtliche Ranking-Ausdrücke fett gedruckt; diejenigen, die im speziellen Kontext gerade „gemeint“ sind, sind außerdem noch unterstrichen.

den Inhaber¹⁸ des jeweiligen Ranges (*le premier, le deuxième*); im Französischen gibt es außerdem eine Konstruktion mit dem Numerale (als Bezeichnung des Rang-Inhabers) als « attribut du sujet » (*être deuxième, arriver troisième, se classer quatrième, finir cinquième*).

- 12) HEC, une première place incontestée
*Dans le célèbre **ranking** du quotidien britannique Financial Times, le MBA d'HEC **arrive 18e**, celui de l'Insead, **7e**. En ce qui concerne le **classement** 2007 du FT des meilleurs business schools européennes, HEC **arrive sur la première marche du podium avant** London Business School.*¹⁹

Zu erwähnen sind auch die Ausdrücke für die ersten drei Plätze und deren InhaberInnen: Dafür steht metonymisch das Siegerpodest (*podium*, vgl. Bsp. 12, gelegentlich auch *piédestal*), das typischerweise mit dem Verb *se hisser* auftritt: eine Vertikalitäts-Metapher (Bsp. 13).

- 13) *Cavalier de haute précision*
*(Steve Guerdat) A l'automne, un titre **acquis** au Grand Prix de Rio de Janeiro permet au trentenaire de **se hisser**, durant un mois, **à la première place du classement** Rolex Ranking de la FEI. **Rejoignant sur ce piédestal** ses prédécesseurs et compatriotes Markus Fuchs et Pius Schwizer, Steve Guerdat **confirmait ainsi la force de frappe de l'équitation helvétique sur l'échiquier mondial**.*²⁰

Das Französische verfügt über einen besonderen Reichtum an Verben, die diese Platz-Zuweisungen einleiten,²¹ und zwar sowohl aktiv (*arriver quatrième, se classer deuxième, occuper le troisième rang, obtenir la deuxième place, finir dernier*) als auch passiv (*la troisième place est occupée par / est attribuée à..., être classé deuxième*). Die originellsten davon betonen die aktive Rolle des Teilnehmers (*se hisser au troisième rang, se positionner quatrième, prendre/décrocher les trois*

18 Um die Dominanz maskuliner Formen im Korpus widerzuspiegeln, sehe ich im Folgenden in den Beispielen und metasprachlichen Zitaten vom Gendern ab.

19 Quelle: <http://entreprise.lefigaro.fr/hec-classement.html>.

20 Quelle: http://www.lemonde.fr/sport/article/2013/04/25/cavalier-de-haute-precision_3166564_3242.html. Dieses Beispiel endet mit einem Durcheinander verschiedener Metaphern, denn der Reitsport wird tatsächlich zuerst mit der Armee verglichen (*la force de frappe*) und dann sofort mit dem Schachspiel (*sur l'échiquier mondial*) – wobei vielleicht die Idee des Wettkampfs die beiden Bereiche verbindet.

21 Bemerkenswert ist, dass alle diese Verben den Teilnehmer in Subjektsposition stellen, während sein Rang entweder in der Position eines direkten Objekts, eines Präpositionalobjekts oder manchmal auch eines «attribut du sujet» steht.

premières places, émerger/pointer au quinzième rang). Das folgende Beispiel illustriert die Verwendung von mehreren der hier beschriebenen Verben:

- 14) *Google, Apple, Samsung ou Sony, quelles sont les marques les plus réputées ? La marque bavaroise BMW **arrive en tête du** classement pour la deuxième année consécutive avec un résultat de 78.39/100. Son compatriote germanique Daimler (Mercedes-Benz) **pointe à la 5e place** (76.58/100) et Volkswagen **à la 13e place** (74.38/100). **La première entreprise américaine** est The Walt Disney Company, **seconde du classement** avec une note de 77.76/100 tandis que la manufacture horlogère helvétique Rolex **ferme le podium en prenant la troisième place** avec 77.23 points.²²*

In derselben Gruppe, die nämlich den Teilnehmer als aktiv darstellt, findet man *s'adjuger un titre*, als ob der Sportler seine eigene Jury wäre; die Darstellungsweise ähnelt der bei *ravir* (z. B. *ravir la première place*, vgl. Bsp. 16), aber *s'adjuger* ist sozusagen „legitimistischer“.

Wir kommen nun zu den Ausdrücken, die den ersten Platz im Klassement bzw. metonymisch den Erstplatzierten bezeichnen: Hier finden sich wenig überraschend *le premier rang, la première place, la première marche du podium* (vgl. Bsp. 12). Aber der Ausdruck, der selbst an der Spitze steht, wenn es darum geht, über den ersten Platz zu sprechen, ist das französische Äquivalent von ‚an der Spitze‘, nämlich *en tête*. Es wird mit einer ganzen Reihe verschiedener Verben kombiniert und bestätigt so die Beobachtung, dass das Französische bei Rankings vor allem die verbale Kategorie besonders gut ausgebaut hat. Man findet also *être en tête, arriver en tête, courir en tête, se positionner en tête*, aber auch (ohne Präposition) *garder la tête, prendre la tête*. In den meisten dieser Ausdrücke kann *tête* eine Erweiterung beinhalten, die das ‚Klassement als Ganzes‘ oder die ‚Gruppe der Mitbewerber‘ bezeichnet, z. B. *en tête du classement, en tête de peloton* (Radfahr-Metapher) und andere. Die Metapher erscheint auf den ersten Blick simpel: ein Anthropomorphismus, wie er im Buche steht, kombiniert mit dem Schema von Lakoff/Johnson 1980 OBEIN = POSITIV, UNTEN = NEGATIV. Aber die Dinge liegen dann doch nicht so einfach. Denn das Gegenteil von *en tête de peloton*, ist nicht etwa **aux pieds du peloton*, sondern: *en queue de peloton*! Wir müssen also zunächst einmal unsere ganze Geometrie umdrehen, denn hier haben wir ein horizontales und nicht ein vertikales Schema: VORNE = POSITIV, HINTEN = NEGATIV. Und außerdem müssen wir auf biologischer Ebene umschalten, denn der Kopf von *en tête de* gehört nun

22 Quelle: www.cnetfrance.fr/news/google-apple-samsung-ou-sony-queelles-sont-les-marques-les-plus-reputees-39789572.htm.

plötzlich nicht mehr einem Menschen, sondern einem Tier – einem Tier, das läuft.

Es ist nun an der Zeit, in einem **Exkurs** über die beiden geometrischen **Achsen** nachzudenken, die **vertikale** und die **horizontale**. Beide spielen eine wichtige Rolle bei der Konzeptualisierung von Rankings. Das Prinzip **OBEN = POSITIV, UNTEN = NEGATIV**, also die vertikale Achse, hängt vor allem in der Wirtschaft (s. o., Kap. 4) mit den Graphiken zusammen, die die Entwicklung eines Indikators über die Zeit darstellen. Auch im Sport und bei den Sportmetaphern ist diese Achse wichtig, weil sie dem Siegerpodest und der Reihenfolge der drei Besten entspricht. Aber die wichtigere der beiden Achsen ist bei Rankings, im Sport wie überall anders, eigentlich die horizontale, also die Konzeptualisierung **VORNE = POSITIV, HINTEN = NEGATIV**. Es geht um das Bild des Siegers, der vorne, an der Spitze (*en tête*) liegt, während der Letzte den Schwanz darstellt (*la queue*), und die Menge der Mitbewerber das Feld (*le peloton*). Die Grundmetapher ist die des Wettrennens, das für *tête* und *queue* noch einmal metaphorisiert wird, nämlich, wie schon erwähnt, als ein Tier, das läuft. Beim *peloton* hat ursprünglich das Stricken die Armee inspiriert, die ihrerseits das Radrennen inspiriert hat, und dieses inspiriert nun seinerseits alle anderen Bereiche. Im Sport wird übrigens die Metapher des Wettrennens auch in all jenen Sportarten angewandt, die eigentlich kein Wettrennen enthalten (von Ski über Tennis bis Fußball), denn man hat ja immer eine (Leistungs-)Rangordnung, die in Bewegung, in Veränderung, begriffen ist; in der Wirtschaft und in vielen anderen Lebensbereichen wird die Wettrennen-Metapher ebenfalls auf sämtliche Indikatoren angewandt, solange sie nur ein Ranking ergeben können.

5.2 Der dynamische Aspekt (Wettrennen-Metapher)

Die Konzeptualisierung als Wettrennen leitet nun endgültig zur dynamischen Seite der Rankings über. Das Wettrennen ist dabei im Übrigen ein sehr allgemeines Konzept, es konkretisiert sich manchmal als Wettlauf, manchmal als Autorennen, manchmal als Pferderennen und sehr oft als Radrennen. Beim Pferderennen existiert (Bsp. 15) ein besonders origineller Ausdruck, der die verbale und metaphorische Kreativität des Französischen illustriert. Um nämlich eine Führung zu beschreiben, die völlig unbestritten ist, kann man vom Protagonisten sagen, *il caracole en tête des concurrents*.²³ Dieser Ausdruck *caracoler en tête*, also wörtlich vielleicht ‚lässig und souverän an der Spitze herumtänzeln‘, entspricht der Vorstellung einer mühelosen und absolut sicheren Führung,

23 Man findet den Ausdruck mehr als eineinhalb Millionen Mal auf *Google*, mit sehr vielen Bildern, die sämtlich nicht ein Pferd zeigen, sondern einen Menschen oder eine Gruppe, der/die gerade einen sehr großen Erfolg errungen hat.

während die Konkurrenten sich mächtig anstrengen und den Führenden doch niemals erreichen können. Vom Ersten wird auch gesagt (Bsp. 15): *il sème ses concurrents*. Das ist das Bild des Führenden, der den anderen davonläuft oder davonfährt, während die Konkurrenten hinten bleiben; aber weil jeder unterschiedlich schnell ist, verteilen sie sich auf seiner Spur wie Körner, die er ausgesät hätte.

- 15) *Audiences TV : R.I.S. Police scientifique **caracole en tête** sur TF1
JEUDI 21 FEVRIER – Avec 24 % de parts de marché, la série policière de TF1 **sème ses concurrents**. France 2, France 3 et M6 **forment le reste du peloton** avec des audiences **au coude à coude**.
Avec 6,4 % de parts de marché, TMC **prend la tête** des chaînes de la TNT.²⁴*

Dieses Beispiel (15) leitet gleichzeitig vom Pferderennen über zum Radrennen, denn es ist darin die Rede vom *reste du peloton*. Das ist übrigens auch die dominierende Metapher, wenn es um dynamische Rankings im Französischen geht – man könnte beinahe sagen, *la course cycliste caracole en tête des sources d'images pour les classements*. Oder, um eine Radsport-Metapher zu bemühen: Der Radsport trägt das gelbe Trikot, *le maillot jaune*, der Bildspenderbereiche.

Dieses *maillot jaune*, eine im Französischen in allen sportlichen wie ökonomischen Bereichen hochfrequente metaphorische Bezeichnung, die selbstverständlich vom *Tour de France* kommt, kombiniert sich mit einer beeindruckenden Palette von Verben (*obtenir, endosser, revêtir, décrocher, remporter, arborer, détenir, garder, être, rester le maillot jaune*), aber auch Substantiven (*le maillot jaune des dépenses, des villes où il fait bon vivre, des villes les mieux décorées, des élus locaux, des entreprises nationalisées*). Es bezeichnet metaphorisch den ersten Platz, aber per Metonymie dann auch fast ebensooft denjenigen, der diesen Platz innehat. Im Radsport ist das *maillot jaune* das Trikot des Führenden, es gehört also zum imperfektiven Aspekt; aber metaphorisch wird der Ausdruck auch oft für perfektive Tatsachen, nämlich für vollendete Siege, verwendet.

Genau genommen – und das ist nun ein weiterer **Exkurs** – sind die beiden Aspekte, der perfektive (*vainqueur*) und der imperfektive (*leader*) nur schwer zu trennen, denn – um mit Camus zu sprechen – **alle Siege sind immer nur provisorisch**. Ein Sportler, der heute ein Rennen oder einen Renndurchgang gewinnt, kann auf diese Weise seine Position im Gesamt-Weltcup oder in der Weltrangliste verbessern. Andererseits kann der Weltranglisten-Führende bei Rennen X oder der Tour-de-France-Führende bei Etappe Y irgendwo im Mittel-

24 Quelle: <http://www.metronews.fr/culture/audiences-tv-r-i-s-police-scientifique-caracole-en-tete-sur-tf1/mmbv!TDYx6GIVa48hM/>.

feld liegen und also vom Tagessieger überholt werden. Noch provisorischer sind Bestplatzierungen in der Wirtschaft, wo es ja nicht jährlich abgehaltene Meisterschaften oder Turniere gibt, sondern ständig sich erneuernde und verändernde Erhebungen und Statistiken, die jeweils nur eine Momentaufnahme eines Feldes einfangen, das in ständiger Bewegung und Umordnung begriffen ist. Wenn aus einer Statistik also dieses oder jenes Unternehmen als bestes hervorgeht, dann kann das nichts anderes sein als eine momentane Führung. Im Sport ist es übrigens ganz ähnlich, denn Meister ist man immer nur für ein oder zwei Jahre, und auch die Weltrangliste kann niemand für immer anführen.

Der Erstplatzierte eines bestimmten Rankings ist damit, trotz fix errungenen Sieges, eigentlich nichts als ein momentan Führender. Der dynamische Aspekt der Rankings entsteht sehr häufig dadurch, dass bei der Darstellung des aktuellen Rankings die Veränderungen gegenüber dem vorjährigen mit-thematisiert werden (*par rapport à l'année dernière, depuis l'année dernière,...*). Durch den Vergleich zweier Momentaufnahmen, die ein Jahr auseinanderliegen, entsteht eine Dynamik in der Reihenfolge, die wiederum den Positionsveränderungen in einem Wettrennen nahekommmt. So kann ein Konkurrent z. B. *progresser d'une place, passer de la 5e place à la 12e, gagner/perdre une place, être relégué* (dieses Verb ist immer negativ) *à la 2e place*. Kurioserweise findet man in solchen Texten dann auch vergleichsweise oft Konzeptualisierungen auf der vertikalen Achse, also Steigen und Fallen: So kann ein Protagonist *évoluer (= monter) de 4 rangs, monter au 9e rang, remonter à la 3e place, tomber à la 2e place, chuter de la 6e à la 8e position*; man spricht auch von *une ascension* oder *une chute*.

Jene, die länger unschlagbar an der Spitze bleiben, die *leaders incontestés*, werden mit metaphorischen Ausdrücken bezeichnet, die auf eine soziale Hierarchie anspielen: *X domine; X règne sans partage sur le marché mondial; X règne en maître; X a pris les commandes du Grand Prix*.

- 16) TNT : D8 **ravit la première place** à TMC sur une semaine [...] *Tout un symbole. La semaine dernière, D8 s'est offert le luxe de **détrôner** TMC **du podium** des petites chaînes de la TNT. Sur l'ensemble de la semaine, elle totalise 3,5% de part d'audience, un **record historique** pour la chaîne rachetée par Canal+ en octobre dernier. En face, TMC (groupe TF1) fait 3,4% de part d'audience. D8 **ne dépasse** TMC **que d'un cheveu**, et seulement sur une semaine, mais c'est la première fois qu'elle **détrône** TMC qui **règne en maître** sur la TNT **depuis trois saisons, occupant ainsi la position de cinquième chaîne nationale**.*²⁵

25 Quelle: <http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/medias/actu/0202788503594-petit-es-chaines-de-la-tnt-d8-ravit-la-premiere-place-a-tmc-sur-une-semaine-569666.php>.

Die Verben *régner* und *détrôner* in diesem Beispiel sind ganz eindeutig dem Bildspenderbereich ‚Monarchie‘ entlehnt. Die Monarchie wird offensichtlich als der Prototyp einer stabilen sozialen Rangordnung empfunden. Für eine länger andauernde dominierende Position werden daher gerne Monarchie-Metaphern bemüht; allerdings sind diese im Französischen weniger häufig und weniger vielfältig als im Italienischen und Spanischen, wo es in den Rankings nur so von Kaisern und Königen, Thronen, Zeptern und Kronen wimmelt. Sollte es der République française tatsächlich gelungen sein, in die Vorstellungswelt ihrer BürgerInnen demokratischere Bilder einzuschleusen?

Im Rahmen des dynamischen Aspekts, also des Wettrennens, gibt es bei den Verben einerseits solche, die einen Zustand beschreiben (*sivre, être/se placer/se situer devant/derrière*) (perfektiver Aspekt) und andererseits solche, die eine Veränderung wiedergeben, eine Neuordnung des Feldes der Konkurrenten (imperfektiver Aspekt): Ein Teilnehmer am (wirklichen oder metaphorischen) Rennen kann einen anderen z. B. *devancer* oder *doubler*, also überholen; er kann *passer devant* oder *s'imposer devant lui*. Durch Passivierung ergibt sich dabei ein Perspektivenwechsel vom Führenden zum Verfolger: *X dépasse Y / devance Y* versus *Y est devancé par X, Y se voit devancé par X, Y se fait doubler/dépasser par X*. Und umgekehrt kann es sein, dass *X retombe derrière Y*, mit einem aktiven Verb, das die Perspektive des Verlierers ausdrückt. **Diese horizontale Wettlauf-Metapher, mit den Positionen vor oder hinter einem Konkurrenten und den ständigen Veränderungen in der Reihenfolge, steht im Zentrum des Ranking-Frames und des dynamischen Aspekts der Rangordnungen.**

- 17) Samsung **dépasse** Nokia et **talonne** Apple
 [...] Suite à une progression fulgurante sur le marché, le coréen atteint les 19,2 millions de smartphones vendus au 2e trimestre, et **se place donc entre** Apple (20,3 millions), et Nokia (16,7 millions). **Le combat pour la première place va donc faire rage entre** Samsung et Apple, le premier comptant sur la sortie de son Galaxy SII sur le marché nord-américain, tandis que l'autre **espère garder la tête** avec son futur iPhone 5 et la sortie de son iCloud, une solution de cloud computing pour mobile.²⁶

Dieses Beispiel (17) illustriert zwei sehr interessante Aspekte: erstens, den Ausdruck *talonner* für ‚sehr nahe folgen‘ – eine anthropomorphe Metapher aus dem Bereich des Laufens, zu der es übrigens einen äquivalenten Ausdruck gibt, für den das Radrennen Pate gestanden hat: *sucer la roue*. Dieser bezieht sich auf die Technik des ‚im Windschatten Fahrens‘ (cf. Gabillon 2009): Ähnlich

26 Quelle: <http://www.silicon.fr/samsung-depasse-nokia-et-talonne-apple-57662.html>.

wie Zugvögel platzieren sich die Fahrer während des Rennens in einer Art V-Formation, so dass sie durch den jeweiligen Vordermann vor dem Wind geschützt sind und sich weniger anstrengen müssen. Nur der Vorderste muss dabei mehr Energie aufbringen, daher wechseln einander die Rennfahrer in dieser Position meist ab. Die Vorstellung vom Saugen erklärt sich durch die physische Nähe des Vordermannes, aber auch durch das Konzept des Vorteils, des Schmarotzens. In der Wirtschaft wird diese Metapher konsequenterweise dort verwendet, wo ein Unternehmen die Produkte der anderen kopiert.

Der zweite interessante Aspekt in Beispiel (17) entspricht der Passage *Le combat pour la première place va donc faire rage entre Samsung et Apple*. Sie leitet über zu einem der wichtigsten und sprachlich vielfältigsten Bereiche der Rankings, nämlich der Konkurrenz zwischen dem Ersten und seinen Verfolgern. Der wichtigste Verfolger ist dabei natürlich der Zweite, der mit dem Ersten in direktem Wettbewerb um die Führung steht. Dieses Duell zwischen den beiden Spitzenreitern, *qui se disputent la première place*, zieht die Aufmerksamkeit der AnalystInnen und JournalistInnen unweigerlich auf sich, sei es nun im sportlichen oder im wirtschaftlichen Bereich:

- 18) *Apple **perd sa place de première** capitalisation boursière mondiale*
*Le groupe informatique Apple, **maltraité** cette semaine par le marché qui craint un ralentissement de sa croissance, **a perdu**, ce vendredi, **sa place de première** capitalisation boursière mondiale, **retombant** à la clôture de Wall Street **derrière** le groupe pétrolier ExxonMobil.*
***Devant** ExxonMobil en août 2011*
*[...] Apple **était passé** pour la première fois **devant** ExxonMobil en août 2011.*
*Les deux groupes **avaient bataillé pour la première place** les mois suivants, Apple **finissant par l'emporter**.²⁷*
- 19) *GP 250 : Aoyama **plus près du titre que jamais***
***Malmené** depuis trois Grands Prix, Hiroshi Aoyama **a repris l'avantage** à l'occasion de l'avant-dernière épreuve de la saison.*
*Le pilote Honda **s'est** en effet **brillamment imposé** sur le circuit de Sepang. Longtemps **devancé par** Jules Cluzel et Marco Simoncelli, Aoyama **a pris la tête** peu après la mi-course, et à la force du poignet **a réussi à semer ses adversaires**. *Derrière, Jules Cluzel **s'est mis par terre**, tout comme Mike Di**

27 Quelle: http://www.ouest-france.fr/ofdermin_-Apple-perd-sa-place-de-premiere-capitalisation-boursiere-mondiale_6346-2157451-fils-tous_filDMA.Htm.

Meglio et Alvaro Bautista. Quant à Marco Simoncelli, il **a cédé sa deuxième place sur la ligne d'arrivée** à Hector Barbera.²⁸

Bei den Metaphern findet man hier, nicht sehr überraschend, alle Varianten des Kampfes und auch des Krieges: *le combat va faire rage* (Bsp. 17), *batailler pour la première place* (Bsp. 18), *être maltraité* (Bsp. 18), *être malmené* (Bsp. 19), *se mettre par terre* (Bsp. 19). Auffällig ist auch eine Reihe von Ausdrücken, die Rangordnungswechsel als mehr oder weniger freiwillige Übertragung von Besitz konzeptualisieren: Da ist zunächst *prendre la tête* (Bsp. 19) oder *garder la tête* (Bsp. 17), *prendre la première place* (Bsp. 15), *perdre sa place de premier* (Bsp. 18), *reprendre l'avantage* (Bsp. 19), bis hin zu *céder sa place* (Bsp. 19) und *ravir la première place* (Bsp. 16). Nicht zu vergessen zwei häufige verbale Äquivalente von *gagner/vaincre*: *l'emporter* (Bsp. 18) und *s'imposer* (Bsp. 19) – das erste entspricht dem Typus ‚Übertragung von Besitz‘, das zweite dem ‚Kampf gegen einen Gegner‘, bzw. dem ‚Erringen der Macht‘.

Ich möchte diesen Beitrag mit einer Erinnerung an jene beenden, die in den Rankings nicht vorne, sondern ganz hinten kommen: *les derniers*, die Letzten. Von ihnen heißt es: *ils arrivent en dernière position, ils se classent au dernier rang, ils sont relégués en queue de peloton*. Sie haben aber ganz alleine für sich auch eine sehr schöne und sprechende Metapher: Es ist das Bild vom Schlusslicht, von der *lanterne rouge*. Das ist eine Technik-Metapher, noch präziser eine Fahrzeug-Metapher, die daher kommt, dass an einem Fahrzeug hinten ein rotes Licht angebracht sein muss:

- 20) *La filière porcine française **lanterne rouge européenne***
*Les bons résultats techniques des éleveurs de porcs français ne suffisent pas à compenser les insuffisances industrielles. Pour la compétitivité, la France **se classe au cinquième et dernier rang** des principaux producteurs de porcs en Europe selon une étude réalisée par l'ifip (Institut technique du porc).*²⁹

Wie schon bei den quantitativen Ausdrücken, so entspricht auch bei den Rankings der Reichtum an sprachlichen Mitteln paradoxerweise vielleicht gerade der Banalität der Inhalte: Alle diese Texte könnte man genau genommen auch durch nummerierte Listen ersetzen – der Kern der Information bliebe erhalten. Aber gerade da besteht die Kunst und das Können der JournalistInnen darin,

28 Quelle:
<http://www.motorevue.com/site/gp-250-aoyama-plus-pres-du-titre-que-jamais-44746.html>.

29 Quelle: http://www.ouest-france.fr/actu/AgricultureDet_-La-filiere-porcine-francaise-lanterne-rouge-europeenne_3640-2199699_actu.Htm.

aus einer solchen Rangordnung einen interessanten Text zu machen, indem man die Platzierungen vergleicht, begründet, kommentiert, und indem man – das ist der für uns interessanteste Aspekt – vor allem die sprachlichen Mittel variiert. Unsere Beispiele haben gezeigt, wie geschickt dabei die AutorInnen vorgehen, zur großen Freude ihrer LeserInnen wie auch der linguistischen Ranking-OlogInnen.

6 Schluss

Im Zentrum dieses Beitrags standen jene sprachlichen Mittel, die man als die „**Mittlere Schicht**“ der Fachsprachen bezeichnen kann. Ich hoffe, gezeigt zu haben, dass es hier einen breiten Bereich der Fachdiskurse gibt, der einer genaueren Beschreibung noch weitgehend harrt. Diese Schicht liegt, was den Fachlichkeitsgrad angeht, in der Mitte zwischen der hochspezifischen Fachterminologie der einzelnen Disziplinen einerseits und den generellen gemeinsprachlichen Mitteln andererseits, aus denen sich fachsprachliche Diskurse speisen; er ist dabei aber eindeutig fachspezifischer als die „allgemeine Wissenschaftssprache“.

Es handelt sich um nicht-terminologische sprachliche Elemente, die durch ihre Frequenz und Funktion bestimmte Fachsprachen und -diskurse kennzeichnen. Gewisse, aber nicht sämtliche, Fachdiskurse, denn das unterscheidet die „Mittlere Schicht“ von der sogenannten „allgemeinen Wissenschaftssprache“ oder dem „Fachstil“, wie er von Werner Forner und von den BeiträgerInnen zur Sammlung von Tutin 2007a beschrieben wurde. Er kennzeichnet aber gewisse Fachsprachen und -diskurse im Plural, denn meist verbinden sich mehrere verwandte Fächer in ihrer Präferenz für gewisse semantische und/oder syntaktische Elemente. Beispiele wären die Ausdrücke für das Steigen und Fallen von Werten, die in Kapitel 4 beschrieben wurden, und die nicht nur für Wirtschafts-, sondern auch für Soziologie- und Demographie-Diskurse charakteristisch sind. Wir haben außerdem gesehen, dass die Basismetapher dieses Bereichs, die Kurvengraphik, einer grundlegenden konzeptuellen Metapher der Wirtschaftswissenschaften entspricht. Die in Kapitel 5 analysierten Ranking-Ausdrücke verbinden ihrerseits die Wirtschaftssprache mit der Sprache des Sports, wobei eine ganze Reihe von Sport-Metaphern, insbesondere das Wettrennen, in eine Reihe anderer Domänen übernommen werden. In ähnlicher Weise könnte man die Ausdrücke für Ursache und Wirkung in verschiedenen Disziplinen vergleichend untersuchen: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Naturwissenschaften, Technik. All diese sprachlichen Mittel sind generell nicht einer Einzeldisziplin zugehörig (wie es ja die Terminologie ist), und auch nicht andererseits der Gesamtheit

wissenschaftlicher Disziplinen (wie die „allgemeine Wissenschaftssprache“), sondern sie bedienen Bündel verwandter Fächer, für die sie durch ihre Frequenz und Funktion charakteristisch sind. Diese typischen, präferierten sprachlichen Ausdrücke bilden die hier illustrierte und beschriebene „Mittlere Schicht“, ohne die man weder Fachdiskurse beschreiben noch Fachsprachen unterrichten kann.

Die Tatsache, dass es diese „Mittlere Schicht“ gibt, sollte uns auch zu denken geben, was die Struktur der Sprache und ihrer Varianten betrifft, und sollte uns abbringen von der Vorstellung der Fachsprachen als streng getrennter, jeweils für sich existierender Einzel-Codes, sozusagen als nicht kommunizierender Gefäße. Stattdessen hat man sie sich als Berglandschaften vorzustellen mit einzelnen Spitzen extremer Einzelfachlichkeit (z. B. in den Terminologien gewisser Fächer: Herzchirurgie, Quantenphysik, etc.), die aber aus breiten Hochebenen auftauchen, welche mehreren Disziplinen gemeinsam sind – eben die „Mittlere Schicht“ –, wobei die „allgemeine Wissenschaftssprache“ und noch weiter unten die nicht spezialisierte Allgemeinsprache als tief darunterliegende tektonische Platten zu denken sind.

Bibliographie

- Blumenthal, Peter (2007): « Sciences de l'Homme vs. sciences exactes: combinatoire des mots dans la vulgarisation scientifique », in: Tutin, Agnès (ed.): *Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques = Revue française de linguistique appliquée* 12/2, Paris, Publications linguistiques, 15-28.
- Coxhead, Averil (1998): *An academic word list*, Wellington, Victoria University of Wellington.
- Coxhead, Averil (2000): « A new academic word list », in: *TESOL Quarterly* 34/2, 213-238.
- Dominique, Philippe (1971): « Vocabulaire boursier de la hausse et de la baisse », in: *La linguistique* 7, 55-72.
- Drouin, Patrick (2007): « Identification automatique du lexique scientifique transdisciplinaire », in: Tutin, Agnès (ed.): *Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques = Revue française de linguistique appliquée* 12/2, Paris, Publications linguistiques, 45-64.
- Forner, Werner (1985): „Fachsprachliche Strukturen und ihre Didaktik“, in: Nehm, Ulrich/Sprengel, Konrad/AKS-Clearingstelle (eds.): *Berufsorientierte Sprachausbildung an der Hochschule. Dokumentation der 14. Jahrestagung des Arbeitskreises der Sprachenzentren, Sprachlehrinstitute und Fremdspracheninstitute, Dortmund, 5.-6. Oktober 1984*, Bochum, Ruhr-Universität, 204-230.

- Fornier, Werner (1988): „Fachübergreifende Fachsprachenvermittlung: Gegenstand und methodische Analyse“, in: Kalverkämper, Hartwig (ed.): *Fachsprachen in der Romania*, Tübingen, Gunter Narr, 194-217 (FFF 8).
- Fornier, Werner (1994): „Sinnstrukturen“, in: Schaefer, Burkhard (ed.): *Fachsprachen und Fachkommunikation in Forschung, Lehre und beruflicher Praxis*, Essen, Die blaue Eule, 65-81.
- Fornier, Werner (1996): « Au-delà des différences: L'invariance transculturelle de la variation linguistique », in: Schumacher, Alois (ed.): *Les enjeux de la communication interculturelle. Actes de la semaine européenne du 13 au 17 novembre 1995*, Créteil, CERE, 520-540.
- Fornier, Werner (1998): *Fachsprachliche Aufbaugrammatik Französisch. Mit praktischen Übungen*, Wilhelmsfeld, Egert.
- Fornier, Werner (2000): „Einige Vorurteile über Fachsprache“, in: Dahmen, Wolfgang/Holtus, Günter/Kramer, Johannes/Metzeltin, Michael/Schweickhart, Wolfgang/Winkelmann, Otto (eds): *Kanonbildung in der Romanistik und in den Nachbar-disziplinen*, Tübingen, Gunter Narr, 321-362.
- Fornier, Werner (2006): „Prinzipien der Funktionalstilistik. Les principes de la stylistique fonctionnelle“, in: Ernst, Gerhard/Gleißgen, Martin-Dietrich (eds): *Romanische Sprachgeschichte. Histoire linguistique de la Romania*, Berlin/New York, de Gruyter, 1907-1923 (HSK 23.2).
- Frame semantics (2013): „Frame semantics“, in: Wikipedia, [http://en.wikipedia.org/wiki/Frame_semantics_\(linguistics\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Frame_semantics_(linguistics)) [12/06/2013].
- Gabillon, Roland (2009): « Course cycliste, sport... d'entraide ? », in: *Cycle sud. Les chroniques cyclistes*, www.cyclesud.fr/chroniques/aspiration.html [15/07/2013].
- Hennet, Heidi/Gil, Alberto (1992): „Kreative und konventionelle Metaphern in der spanischen Wirtschaftssprache der Tagespresse“, in: *Lebende Sprachen* 37/1, 30-32.
- Hoffmann, Lothar (²1984): *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*, Berlin, Akademie.
- Hübler, Axel (1989): „On metaphors related to the stock market: Who lives by them?“, in: *LAUD Papers Series C*, Paper N° 19, Duisburg, LAUD.
- Jäkel, Olaf (1994): „Wirtschaftswachstum oder Wir steigern das Bruttosozialprodukt: Quantitäts-Metaphern aus der Ökonomie-Domäne“, in: Bungarten, Theo (ed.): *Unternehmenskommunikation. Linguistische Analysen und Beschreibungen*, Tostedt, Attikon, 84-101.
- Jäkel, Olaf (2003): *Wie Metaphern Wissen schaffen. Die kognitive Metapherntheorie und ihre Anwendung in Modell-Analysen der Diskursbereiche Geistestätigkeit, Wirtschaft, Wissenschaft und Religion*, Hamburg, Verlag Dr. Kovač (*Philologia* 59).
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1990): *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*, Tübingen, Niemeyer.

- Koller, Veronika (2004): *Metaphor and gender in business media discourse. A critical cognitive study*, Houndmills, Basingstoke/New York, Palgrave MacMillan.
- Lakoff, George/Johnson, Mark (1980): *Metaphors we live by*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press.
- Lavric, Eva (1998): „Quantitative Ausdrücke im Wirtschaftsfranzösischen“, in: Rainer, Franz/Stegu, Martin (eds): *Wirtschaftssprache: Anglistische, germanistische, romanistische und slawistische Beiträge. Gewidmet Peter Schifko zum 60. Geburtstag*, Frankfurt a. M. et al., Peter Lang, 155-174 (*Sprache im Kontext* 6).
- Lavric, Eva (2000): „Rezension von Werner FORNER, *Fachsprachliche Aufbaugrammatik Französisch. Mit praktischen Übungen*, Wilhelmsfeld: Egert, 1998“, in: *Fachsprache* 22/1-2, 89-91.
- Lavric, Eva (2001): „Expresiones cuantitativas en el lenguaje económico y en otras lenguas de especialidad“, in: Bargalló, María/Fargas, Esther/Garriga, Cecilio/Rubio, Ana/Schnitzer, Johannes (eds): *Las lenguas de especialidad y su didáctica. Actas del Simposio Hispano-Austriaco*, Tarragona, Universitat Rovira i Virgili, Departament de Filologies Romàniques, 221-234.
- Lavric, Eva (2016): « Les 'fautes de spécialité' », in: Forner, Werner/Thörle, Britta (eds): *Manuel des langues de spécialité*, Berlin, Walter de Gruyter, 343-358 (*MRL* 12).
- Lavric, Eva (2018): « L'environnement des termes: La 'couche moyenne' des discours de spécialité », in: Velicu, Anca-Marina/Berbinski, Sonia (eds): *Terminologie(s) et traduction. Les termes de l'environnement et l'environnement des termes*, Frankfurt a. M. et al., Peter Lang, 243-271.
- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (1998): “Subir, bajar, y más cosas por el estilo”, in: Padilla Gálvez, Jesús (ed.): *El lenguaje económico. Lengua de especialidad, comunicación, programas. Language of economics. LSP, communication, programme. Wirtschaftssprache. Fachsprachen, Kommunikation, Programme. Simposium internacional*, Linz, Trauner, 77-104.
- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (2014): „Heidi Siller-Runggaldier, 'Sempre in testa e con un notevole distacco!' Rankings in der italienischen Sportsprache“, in: Danler, Paul/Konecny, Christine (eds): *Dall'architettura della lingua italiana all'architettura linguistica dell'Italia. Saggi in omaggio a Heidi Siller-Runggaldier*, Frankfurt a. M. et al., Peter Lang, 451-471.
- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (2015a): “‘A la cabeza – a la cola’: Rankings in der spanischen und italienischen Wirtschaftssprache“, in: Lavric, Eva/Pöckl, Wolfgang (eds): *Comparatio delectat II. Akten der VII. Internationalen Arbeitstagung zum romanisch-deutschen und innerromanischen Sprachvergleich, Innsbruck, 6.-8. September 2012*, Frankfurt a. M. et al., Peter Lang, 223-256 (*InnTrans* 7).

- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (†) (2015b): „Spanische Sport-Rankings“, in: Anreiter, Peter/Mairhofer, Elisabeth/Posch, Claudia (eds): *Argumenta. Festschrift für Manfred Kienpointner zum 60. Geburtstag*, Wien, Praesens, 233-248.
- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (†) (2017): „Rankings in sports discourse and their metaphors“, in: Caldwell, David/Walsh, John/Vine, Elaine W./Jureidini, Jon (eds), *The discourse of sport: Analyses from social linguistics*, London, Routledge, 150-170 (*Routledge Studies in Sociolinguistics*).
- Lavric, Eva/Weidacher, Josef (im Druck): „Französische Rankings in Sport und Wirtschaft – Wettlauf real und als Metapher“, in: Calderón, Marietta/Chamson, Emil (eds): *Sprache und Mobilität. Akten des Workshops auf der 40. Österreichischen Linguistiktagung, Salzburg, 22.-24. November 2013*.
- Pecman, Mojca (2007): « Approche onomasiologique de la langue scientifique générale », in: Tutin, Agnès (ed.): *Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques = Revue française de linguistique appliquée 12/2*, Paris, Publications linguistiques, 79-96.
- Phal, André (1968): « De la langue quotidienne à la langue des sciences et des techniques », in: *Le français dans le monde* 61, 7-11.
- Phal, André (1971): *Vocabulaire général d'orientation scientifique (VGOS) – Part du lexique commun dans l'expression scientifique*, Paris, Didier.
- Richardt, Susanne (2005): *Metaphor in languages for special purposes*, Frankfurt a.M. et al., Peter Lang (*Europäische Hochschulschriften*, R. 14, Bd. 413).
- Schifko, Peter (1992): „Dynamische Metapher und metaphorische Dynamik“, in: Anschütz, Susanne R. (ed.): *Texte, Sätze, Wörter und Moneme. Festschrift für Klaus Heger zum 65. Geburtstag*, Heidelberg, Heidelberger Orientverlag, 551-569.
- Schmitt, Christian (1988): „Gemeinsprache und Fachsprache im heutigen Französisch. Formen und Funktionen der Metaphorik in wirtschaftsfachsprachlichen Texten“, in: Kalverkämper, Hartwig (ed.), *Fachsprachen in der Romania*, Tübingen, Gunter Narr, 113-129 (FFF 8).
- Tutin, Agnès (ed.) (2007a): *Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques = Revue française de linguistique appliquée 12/2*, Paris, Publications linguistiques.
- Tutin, Agnès (2007b): « Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques », in: Tutin, Agnès (ed.), *Autour du lexique et de la phraséologie des écrits scientifiques = Revue française de linguistique appliquée 12/2*, Paris, Publications linguistiques, 5-14.
- Vergnaud, Gérard (1981): « Quelques orientations théoriques et méthodologiques des recherches françaises en didactique des mathématiques », in: *Recherche en didactique des mathématiques 2/2*, 215-232.
- Wilde, Ursula (1994): *Fachsprachliche syntaktische Strukturen in der französischen Anzeigenwerbung*, Frankfurt a.M. et al., Peter Lang.