

“nostro fratello Umberto”. Die Nomination zwischen Anthroponym und
Klassifikation – eine kritisch-diskursanalytische Untersuchung zur
printmedialen Repräsentation von Umberto Agnelli als
Führungspersönlichkeit am Beispiel des italienischen Mediendiskurses

Julia Kuhn
Österreich

Zusammenfassung

Soziale Akteure in diskursiven Repräsentationen können mit deren Personennamen (*Umberto Agnelli*) angeführt werden oder die Referenz kann mittels Nomination erfolgen (*Il senatore della Fiat*). Nomination ist eine spezielle Form von Referenz, bei der über Art und Weise der sprachlichen Bezugnahme auf Außersprachliches eine bestimmte Einstellung bzw. bewertende Perspektive der Sprachverwender gegenüber der Person, auf die sie referieren, kundgegeben wird. (vgl. Reisigl 2003). Nominations sind immer mit einer bestimmten Haltung verbunden, die dem jeweils verwendeten Nominationsausdruck denotativ oder konnotativ eingeschrieben ist. (Kritisch-diskursanalytische Zugänge zur Nomination sozialer AkteurInnen (vgl. van Leeuwen 2006, Wodak / Reisigl 2001).

Am Beispiel der Nomination von Umberto Agnelli in Zeitschriftenartikeln wird illustriert, welche machtlegitimierenden oder kritisch-destruktiven Perspektiven gegenüber Umberto Agnelli in italienischen Printmedien zum Ausdruck gebracht werden.

1. Einleitung

Führerpersönlichkeiten werden im medialen Diskurs nicht neutral sondern zumeist evaluierend dargestellt, etwa um deren gesellschaftliche Führungsposition und deren Anspruch darauf zu legitimieren. Dies gilt auch für Führungspersönlichkeiten aus der Wirtschaft. In diesem Beitrag soll die Darstellung eines Mitglieds der italienischen Unternehmerfamilie Agnelli in Hinblick auf die inhaltliche Aufladung der medialen Repräsentation bzw. der medial konstruierten Identität betrachtet werden: Umberto Agnelli, *il terzo Agnelli* (Z 244), *il senatore della Fiat* (Z 353).¹

Hierbei wird das Hauptaugenmerk auf die Nomination als wertende Benennung einer Person mittels Eigennamen und Klassifizierung gelegt und deren Rolle bei der medialen Identitätskonstruktion analysiert.

Die Untersuchung steht in der Tradition der kritischen Diskursanalyse (van Leeuwen 2005, Fairclough 2003) und den Cultural Studies (CS) (Dyer 1998, Fiske 1996), die wiederum auf der Funktionalen Linguistik (Halliday 1994) basieren. Diskurs und diskursive Praxis werden hier sowohl als sozial konstitutiv wie auch als sozial konstituiert verstanden.² Diskurs kann Identität konstruieren, wobei Identität als prozedurales Phänomen verstanden wird, das Veränderungen unterliegt und durch diskursive Leistung konstituiert wird (Schmidt 2000: 113–115, Chouliaraki/Fairclough 1999: 96–98).³ So stellt Schmidt (2000: 115) Identität als „kommunikatives Konstrukt“ dar. Rezente Mediengesellschaften produzieren semiotisch-diskursiv „Images“ und verfolgen damit kalkuliert die Strategie „folgenreicher Aufmerksamkeit“ (Schmidt 2000, 235) für Personen (wie hier Umberto Agnelli), Produkte oder Organisationen zu erregen

(vgl. u.a. Hellmann 2005, Hellmann 2003, Fairclough 2002: 163, Chouliaraki / Fairclough 1999: 96, Schmidt 2000: 235).

Die Mittel, die zur diskursiven Repräsentation medialer Identitätskonstrukte in Hinblick auf Figuren herangezogen werden können, sind vielfältig und können sich auf die Bezugseinheit (die mediale Figur oder Marke), aber auch darüber hinaus auf persönliche Beziehungen der Person sowie deren Handlungen beziehen. Ein Mittel zur diskursiven Konstruktion der Bezugseinheit ist die Nomination, die mit Reisigl (2003) als spezielle Form von Referenz verstanden werden kann, bei der über Art und Weise der sprachlichen Bezugnahme auf Außersprachliches eine bestimmte Einstellung, Haltung bzw. bewertende Perspektive der Sprachverwender gegenüber der Person, auf die sie referieren, kundgegeben wird. Nominationen umfassen bestimmte Einstellungen, die der jeweils verwendeten Nominationsausdruck denotativ oder konnotativ⁴ umfasst (vgl. Reisigl 2003 mit Girnth 1993). Kritisch-diskursanalytische Zugänge zur Nomination sozialer Akteure (van Leeuwen 1996, Reisigl 2003, Reisigl/Wodak 2001) unterscheiden *Eigennamen* vs. *Klassifikation*, die Bezeichnung der Entität über ein als „essentiell“ geltendes Merkmal, das etwa das Äußere eines Menschen, seine inneren Überzeugungen, seine gesellschaftliche Stellung, seine Funktion o.ä. betreffen kann.⁵ Ein anderer Bereich, aus dem Nominationen entstammen können, ist der Bereich der diskursiven Darstellung zwischenmenschlicher Beziehungen, etwa im familiären Rahmen und die Isotopie der Gleichheit oder Differenz (vgl. Reisigl 2003, van Leeuwen 1996). Bei der diskursiven Repräsentation des Handelns spielen die „Activation“ vs. „Passivation“ sozialer Akteure (vgl. van Leeuwen 1996) eine Rolle, sowie die indirekte Repräsentation von diskursivem Handeln etwa in Zitatform (vgl. Fairclough 2003, van Leeuwen 2005), wobei immer die Frage nach dem Sprecher/Sender, von Bedeutung ist, da dies Aufschluss über die Perspektivierung gibt. In der folgenden Untersuchung werden die printmedialen Nominationen für Umberto und Gianni Agnelli zusammengestellt und in Hinblick auf die Repräsentation der Akteure kontrastierend analysiert.

2. Empirischer Teil

Die Agnellis als glamouröse, skandalumwitterte, mit dem italienischen Adel verquickte Familie ziehen das öffentliche Interesse auf sich. Entsprechend dem oben beschriebenen Identitätskonzept werden die Mitglieder der Familie in den Medien diskursiv repräsentiert und konstruiert. Die Presse wird nicht müde, über die Familienmitglieder zu berichten. Im Rampenlicht steht derzeit besonders der junge Clanchef John Jacob Elkan und dessen Bruder Lapo Elkan, Enkel des legendären Gianni Agnelli. Doch erfolgte die Machtübernahme durch den derzeitigen Clanchef John Elkan nicht direkt vom Großvater auf den Enkel. Als Nachfolger waren zunächst Gianni Agnellis Sohn und nach dessen frühem Tod, Gianni Agnellis Neffe, Umberto Agnellis Sohn Giovannino vorgesehen, der allerdings ebenfalls jung und zu früh für die Machtübernahme verstirbt. Die Enkelgeneration ist zum Zeitpunkt des Todes Gianni Agnellis noch zu jung für die Nachfolge, und so folgt, der ursprünglich nie dafür vorgesehene jüngere Bruder Umberto seinem älteren Bruder Gianni in der Rolle als Clan-Chefs nach. Umberto stand kaum im Rampenlicht und war eine weit weniger schillernde Persönlichkeit als Gianni. Umberto kam unerwartet an die Clanspitze und es war somit eine Aufgabe des medialen Diskurses, aus dem unbekanntem jüngeren Bruder die *hyperreal figure* (Fiske 1996) eines legitimen Nachfolgers und würdigen Clanchefs zu konstruieren. Welche Rolle der Nomination bei dieser Identitätskonstruktion zukommt, wird im Folgenden dargestellt.

2.1 Nomination in Hinblick auf Gianni Agnelli

Gianni, der legendäre *capo* war mit vielfältigen Nominationen im printmedialen Diskurs präsent, so wurde er in der Zeitschrift „La Repubblica“ im Zeitraum 2003–2008 mit den folgenden Nominationen benannt: Auf seine Fähigkeiten als legitimer (An)Führer spielen die folgenden

Nominationen an: *capo* (I 26), *leader* (I, Z 206), *senatore a vita* (I 30), *uomo di stato* (Z Z 215); er wurde gar mit einem Monarchen verglichen: *il re di Torino* (Z 216), *il vero delfino* (I 30), *il vero re* (I 26), *il re senza corona* (Z 185), *sovrano* (I 30), *sovrano costituzionale* (Z Z 206), *successore per antonomasia* (Z 206), *patriarca* (I 2), *principe* (I 44), *monarca in forza* (I 40); seiner Rolle als Industrieboss wurden die folgenden Nominationen gerecht: *campione dell'imprenditoria italiana* (I 32), *capitano d'industria* (I 30), *capo* (I 26), *il faro della classe imprenditoriale* (I 218), *padrone della Fiat* (I 30); die Neigung zum schönen Leben wird mittels folgender Nominationen zum Ausdruck gebracht: *play boy* (I 30), *signore del mare* (I 42), *simbolo nel mondo* (I 31), *imprenditore cosmopolita* (Z 210), *gentiluomo* (I 30); als politische Figur wird Gianni mittels folgender Nominationen dargestellt: *senatore a vita* (I 30) und *uomo di stato* (Z 215); seine Liebe zur Familie wird mittels folgender Nominationen ausgedrückt: *padre* (I 207), *capofamiglia (nel senso più antico e più classico)* (I 51), *la guida del gruppo di famiglia* (Z 202), *erede* (I 25), *ereditiere* (I 30), *il patriarca* (I 2), *anziano patriarca* (Z 244), *legendario capo*; Gianni wird als Garant und Hoffnungsträger konstruiert: *filo di speranza* (I 27); er wird als zentrale Figur bei den Agnellis dargestellt: *figura centrale* (I 27), *personaggio legendario* (I 42), *personaggio più coraggioso* (I 51), *grande protagonista della vita italiana* (I 32), *grande statista* (Z 215), *protagonista consapevole del secolo* (I 46), *rappresentante del secolo, rappresentante più conosciuto* (I 32); Gianni gilt als verehrungswürdige Figur und als Ikone: *l'icona (di tutto ciò che si può sognare)* (I 31), *mito* (I 31); andererseits wird Gianni aber auch als "einer von uns" konstruiert: *uno di noi* (Z 210); und seine *italianità* wird mittels der folgenden Nominationen betont: *torinese DOC* (I 28), *il grande italiano* (I 32), *grande protagonista della vita italiana* (I 32), *un torinese melangé* (Z 214), *il re di Torino* (Z 216), *rappresentante più conosciuto dell'Italia industriale* (I 32), *il vero re d'Italia* (I 26); Gianni wird mittels Nomination als ehrwürdige Persönlichkeit konstruiert: *Persona benemerita* (I 41), *Pilastro fondamentale* (I 28), *vecchio saggio* (Z 185); er wird in Hinblick auf seine ehrenvollen Funktionen bei Fiat repräsentiert: *Presidente onorario della Fiat* (I 27, 28); seine Bedeutung für den Fußball wird mittels Nennung seiner Funktionen bei Juventus konstruiert: *proprietario* (I 42), *presidente* (Z 349), *azionista* (I 42), *tifoso vero* (I 42); sein Spitzname repräsentiert ihn als respektvolle Persönlichkeit: *Avvocato* (I 30).⁶

2.2 Gianni und Umberto

Im Vergleich zu seinem Bruder Gianni (1921–2003), dem *vero re d'Italia* (I 26), gestaltet sich die Identitätskonstruktion Umberto Agnellis⁷, dem *principe ereditario* (I 63), ganz anders. Hinter Gianni bleibt Umberto die Nummer zwei: "Era già tutto marcato dal destino. E l'aveva accettato: Gianni era il Numero Uno, lui il Numero Due. Gianni era l'Avvocato, lui "il Dottore" (...) nonostante la laurea in legge. Gianni era l'Irresistibile (...), lui lo sgobbone, nonostante avesse dimostrato (...) di sapere stare nelle stanze dei bottoni" (Z 352).

Auch in der Nomination wird diese Isotopie der Differenz zu Umbertos älterem Bruder deutlich: Umberto ist der *Fratello minore* (Z 352), *Le petit frère devenu grand* (Le Monde nach Z 251), *Il numero due* (Z 349), *L'altro Agnelli* (Z 349) und gilt in Hinblick auf den FIAT Gründer Giovanni (1866–1945) Agnelli und hinter Gianni Agnelli als *il terzo Agnelli* (Z 244).

Umberto steht sein Leben lang im Schatten seines Bruders Gianni "per l'intera vita all'ombra del fratello maggiore" (Z 80).

Äußere Zeichen wie die Größe der Häuser der Brüder untermauern die Unterschiede plastisch, sind griffig und für den Leser gut nachzuvollziehen und werden auch im medialen Diskurs dargestellt: "(...) il grosso del pacchetto azionario era di Giovanni e non suo [di Umberto]. Una diversità decisiva feudale per cui il re stava sulla collina di Torino [...] e il principe ereditario alla Mandria nella pianura pedemontana (...) dove anche i fiumi delle valli di Lano diventano riserve private della famiglia regnante. Si erano formate, come durante il regno

savoiaro, due casate: la più numerosa e potente al seguito di Giovanni l'Avvocato, un'altra di minor numero e di minor potere di Umberto“ (I63).

Der mediale Diskurs konstruiert auch die Konkurrenz zwischen den beiden Brüdern als omnipräsent: „Ai gran premi, comunque cominciò ad andare solo dopo la scomparsa del fratello. Non amava il doppio palcoscenico; pure allo stadio arrivava venti minuti dopo“ (Z 358).

Sogar nach Gianni Tod wird Umberto noch an ihm gemessen. Neben der diskursiven Darstellung Umbertos als verantwortungsvoller und geschätzter Clan-Führer, werden auch kritische Stimmen diskursiv repräsentiert, die Umberto in Vergleich mit Gianni Agnelli setzen: „Per noi (Gianni Agnelli) era l'ultimo filo di speranza, l'uomo che poteva ancora dare una svolta. Umberto non è Gianni, sappiamo che ha un'idea diversa del settore auto“ (I 27).

Grund für das Spannungsverhältnis der beiden Brüder ist bereits in den 1970er Jahren zu suchen, als Umberto aus der Fiat Geschäftsleitung entlassen wird: „Inizia questo momento l'emarginazione di Umberto in Fiat. Da allora Umberto dovette progressivamente rassegnarsi ad un ruolo di secondo piano, fino alla rinuncia agli incarichi operativi nel 1980 e all'estromissione definitiva nel '98“ (I68).

Nach seinem Ausscheiden aus der Geschäftsleitung von Fiat wechselt Umberto zum IFIL (*Instituto Finanziario Industriale*), wo er dann seinen Spitznamen *Dottore* (Z 350, Z 351, Z244) erhält, ein Name, der eine Facette Umbertos als intelligenter und gebildeter Mann konstruiert. Sein Bruder Gianni hatte einen ähnlich gearteten Spitznamen, er war der *Avvocato* (I30). Interessant zu sehen ist, dass die diskursive Darstellung in der Presse zur Legitimation dieser Nomination Umbertos die „Genehmigung“ dieses Spitznamens durch Giovanni „anche per Giovanni“ (Z 354) repräsentiert, wodurch wiederum Umbertos Stellung als Zweiter hinter seinem Bruder wieder unterstrichen wird.

Ausgehend von der Position Umbertos als Nummer 2 hinter seinem Bruder, sowie der zunächst verwehrtten Nachfolge, muß sich die diskursive Repräsentation Umberto Agnellis allerdings wandeln, um ihn zum Familienoberhaupt, Clanchef und Präsident von FIAT zu stilisieren. Wie bereits erwähnt, sah Gianni Umberto ja zunächst nicht als seinen unmittelbaren Nachfolger an. Zunächst hatte er seinen eigenen Sohn Edoardo (1954–2000)⁸ und dann Umbertos Sohn Giovannino als Nachfolger vorgesehen und erst nach deren frühem Tod wurde Umberto doch zum Nachfolger bestimmt. Dementsprechend wurde diskursiv zunächst eine Identität Umbertos als verhinderter Präsident konstruiert, wie Nominationen wie *il mancato presidente* (Z 244) zeigen. Umberto bleibt neben seinem Bruder, dem *re*, in der ewigen Prinzenrolle, so die Nomination *il principe* (I63), und wird an seinem Durchbruch gehindert.

Als Nachfolger wird Umberto durch seinen Bruder im Jahr 2003 legitimiert, in der diskursiven Repräsentation wird Gianni wie folgt legitimierend für Umbertos Herrscheranspruch zitiert: „Adesso tocca a te' gli aveva detto il fratello Giovanni, l'avvocato, poche ore prima di morire, nel gennaio 2003“ (Z 350).

Erst nach Gianni Tod wird Umberto zum Clanchef *il capo della casata* (I 68): „Ma è solo dopo la morte di Gianni, nel gennaio 2003, che Umberto riesce a diventare il capo della casata e il timoniere del gruppo Fiat“ (I 68).

Die Machtübergabe, wird als ein starkes Zeichen nach außen repräsentiert: „Il passaggio a Umberto della presidenza (...) (dà) un segnale forte al mercato, all'opinione pubblica e (è) un impegno chiaro per il futuro dell'azienda“ (I 27).

Umberto wird diskursiv als völlig überraschter Nachfolger dargestellt, der gar nicht mehr mit der Machtübernahme gerechnet hat, und der erst realisieren muss, dass er jetzt allein an der Spitze des Unternehmens als *presidente* (Z 244) steht: „Adesso il ‚dottore‘ per la prima volta dopo oltre dieci anni di scilio si rende conto che è arrivata l'ora di tornare al Lingotto. Dal presidente“ (Z 244).

2.3 *Umberto presidente*

Umbertos neue Position als Clanchef zwingt den Mediendiskurs zu einer Imagekorrektur, die diskursive Repräsentation muß Umberto in diesem Moment von seiner Rolle als ewige Nummer Zwei befreien und ihn zum ernstzunehmenden, verantwortungsvollen Familienoberhaupt und Firmenchef stilisieren. Diese diskursive Konstruktion eines neuen Images und die Legitimation Umbertos als Clanchef und Fiatpräsident geschieht auf verschiedenen Ebenen: Die Nomination Umbertos stellt direkt seine neue Funktion dar. Jetzt wird er diskursiv als *Umberto Agnelli presidente* (Z 230, I 27), *Capo del clan* (Z 118), *Nuovo sovrano di casa Fiat* (I 27), *pilota* (Z118), *nuovo presidente Umberto* (Z 277) und *Senatore della Fiat* (Z 353), benannt.

Der Führungsstil des *nuovo presidente Umberto* wird gelobt: „Dopo l'ingresso del nuovo presidente Umberto Agnelli, avvenuta a marzo, Fiat ha fatto due passi avanti“ (Z 277).

Seine fachliche Qualifikation als Firmenchef wird durch die Aufzählung der Nominationen *Presidente di Fiat Sai, Fiat France e Piaggio, vicepresidente e amministratore delegato di Fiat, presidente di Fiat Auto, senatore* in Hinblick auf seine Vortätigkeiten untermauert: „in quarant'anni Umberto Agnelli ha concentrato il suo impegno in Fiat e fuori. Presidente di Fiat Sai, Fiat France e Piaggio sul piano operativo, vicepresidente e amministratore delegato di Fiat e presidente di Fiat Auto su quello manageriale, (...) attività e incarichi che non gli hanno impedito di assolvere altri importanti ruoli in organismi internazionali“ (Z 244).

Darüber hinaus wird zur Legitimation und Festigung seiner Stellung Umberto als Garant für Stabilität repräsentiert, wobei diese Stabilitätsgarantie durch den Familiennamen *Agnelli* gewährleistet wird. Umberto als Träger des Namens *Agnelli* übernimmt die Firma in einer unsicheren Zeit und rettet diese. Umberto wird als *L'ultimo leader della dinastia torinese* (Z 354) und *L'ultimo patriarca* (Z 354) repräsentiert, der seine neue Aufgabe, seinem Namen *Agnelli* verpflichtet, voll Verantwortungsbewußtsein übernimmt: „(...) è entrato altro: Il abauo senso di responsabilità e del dovere. Il senso della Fiat e di quel che significava per Torino e per il Paese e di quanto indissolubile fosse ancora, il cognome Agnelli“ (Z 354).

Auch an anderer Stelle wird der Familienname *Agnelli* diskursiv als Legitimation repräsentiert, wie die Nomination Umbertos *un Agnelli, il terzo dopo il nonno fondatore e il fratello Giovanni* zeigt: „(...) riporta un Agnelli, il terzo dopo il nonno fondatore e il fratello Giovanni, alla guida del gruppo di famiglia in un momento particolarmente difficile della centenaria storia dell'azienda“ (Z 200).

Es wird dargestellt, wie berechtigt der Herrschaftsanspruch des dritten Agnelli, *terzo Agnelli*, ist, zumal Umberto die Stellung des Präsidenten, die ihm zusteht, schon mehrfach nur knapp entging: „Il terzo Agnelli alla presidenza della Fiat in poco più di cent'anni. Dopo il uomo fondatore dell'impero e il fratello Gianni, Umberto Agnelli conquista quella poltrona di comando che avrebbe potuto occupare da tempo e che gli era stata sottratta più volte dai ginocchi di potere di bacche e uomini“ (Z 244).

Daraus resultierend wird Umberto als frustriert und womöglich nach Rache sinnend dargestellt, so wird Spannung aufgebaut, und die Angst geschürt, ob denn die Führung Umbertos, des *fratello minore*, überhaupt gut für das Unternehmen sein kann: „Si possono immaginare le frustrazioni accumulate in tanto tempo dal fratello minore, gli sgarbi che ha subito dai dignitari di quella stranissima corte, il desiderio di rivincita che lo anima nel momento in cui la sorte gli conferisce il bastone del comando“ (Z 80). Erst später werden die Befürchtungen, dass Umberto, *il Dottore*, nach Rache sinnen könnte, widerlegt, indem als Umbertos Hauptanliegen einzig und allein das Wohl Fiats dargestellt wird: „il Dottore (...) era preoccupato di tutto ciò che potesse ostacolare il rilancio della Fiat“ (Z 351). In diese Richtung geht auch Umbertos Auto-Repräsentation im medialen Diskurs: „Il mio impegno sarà cercare di garantire una prospettiva a coloro che lavorano e credono nella Fiat. (...) Mi metto a disposizione della Fiat“ (Z 349).

Umbertos Ziele als Präsident werden in dem folgenden Zitat ausgedrückt: „Agnelli poi spiega l’obiettivo della sua presidenza: ‘Innanzitutto la difesa della Fiat, dei suoi uomini, del suo futuro e restituendo orgoglio e voglia di riscatto a un gruppo prima sfalsato‘“ (Z 354).

Umbertos Machtanspruch wird in zweifacher Weise diskursiv zu festigen gesucht: Es wird darauf hingewiesen, dass er die Firma in einer besonders schwierigen Zeit übernimmt: Sympatie für Umberto wird diskursiv durch mitleidheischende Darstellung evoziert, so wird Umberto als letzter Patriarch, letzter Führer der Toriner Dynastie repräsentiert, *l’ultimo patriarca* (Z 354), *il terzo Agnelli* (Z244), *l’ultimo leader della dinastia torinese* (Z 354), über dessen Leben ein tragischer Schatten läge. Umberto, *l’uomo che l’ha tenuta assieme*, wird als der Mann vorgestellt, der Fiat zusammengehalten hat, als alle dachten, dass die Firma ohne Gianni Agnelli auseinanderfallen würde. Dabei fällt die Impliztheit auf. Mit „tutti pensavano“ wird die Tatsache, dass Fiat sich auflösen würde, als allgemein bekannte, unumstrittene Wahrheit repräsentiert ohne dabei explizit anzuführen, wer denn diese *tutti* seien. Man sei Umberto, dem *presidente Fiat*, zu Dank verpflichtet, da es ihm gelungen sei, das Ruder gegen die Meinung aller anderen noch einmal herumzureißen: „Ma c’è davvero una chiave tragica lungo tutta la vita, privata e professionale, del presidente Fiat. L’ultimo patriarca, l’ultimo leader della dinastia torinese. L’uomo che l’ha tenuta assieme quando tutti pensavano che senza più l’Avvocato si sarebbe divisa e dissolta“ (Z 354).

Dieses medial repräsentierte tragische Element wird diskursiv auch als Schatten über seinen Amtsantritt als Präsident von Fiat, *presidente Fiat*, konstruiert. Dieser Amtsantritt hätte der diskursiven Darstellung zufolge Jahre früher erfolgen müssen. Die Trauer über den verstorbenen Bruder, „(p)er Umberto Agnelli l’uscita di scena del fratello Giovanni coincide drammaticamente con quella assunzione di responsabilità al vertice della Fiat che avrebbe dovuto avvenire dieci anni fa in un contesto ben diverso. Senza corone di fiori, senza chiese parate a lutto, senza volti arrossati e vedove da consolare,“ (Z 199) hätte die Machtübernahme überschattet.

Nicht nur die Trauer sondern auch die schwierige Lage, in der sich Fiat befindet, gestaltet die Übernahme für Umberto schwierig, „Umberto Agnelli dovrà guidare il gruppo controllato dalla famiglia nel passaggio più difficile della sua storia ultracentenaria“ (Z 263).

Genau in dieser Situation sei Umberto nun allein – er wird als einsamer Kämpfer diskursiv repräsentiert: „Umberto Agnelli, per la prima volta nella sua vita è solo. E solo al comando della famiglia, è solo a dover dire l’ultima parola, quella decisiva“ (Z 64).

3. Conclusio

Die diskursive Konstruktion Umbertos als letzter Führer impliziert die Sorge und Angst, wie soll es mit Fiat weitergehen?, die Frage ‚was kommt danach?‘ – eine Angst, die auch durch die Vision von FIAT als Waise *Fiat Orfano* (Z 352) geschürt wird. In dieser Situation nun wird Umberto als *Garante della continuità* (Z 244) konstruiert, der die Verantwortung für die Gruppe *Responsabilità del gruppo* (Z 350) übernimmt, er wird als Familienoberhaupt repräsentiert *leader della dinastia Agnelli* (Z 362) und sein Akzeptiert-Sein in dieser Funktion wird durch ein fiktives Zitat der Familienmitglieder untermauert, die ihn als *Nostro fratello Umberto* (Z 200) bezeichnen, wobei durch Zitieren von Autoritäten, wie hier der Familie, der Inhalt der Aussage als nicht zu bestreiten dargestellt wird: „nostro fratello Umberto è pienamente legittimato a trattare e parlare in nome e per conto di tutti noi“ (Z 200).

Umberto wird als verantwortungsbewusster Friedensstifter, der sich auch der Familie widmen will, gezeichnet: „Con la cautela e la discrezione che fanno parte del suo bagaglio personale comincia a tessere la sua tela e lo fa anche all’interno della famiglia dove non tutti sentono allo stesso modo l’impegno della continuità“ (Z 244).

Die Nomination Umberto Agnellis im printmedialen Diskurs konstruiert ihn somit schließlich als würdigen Träger seines Familiennamens, als legitimes Oberhaupt von Familie und Unternehmen, der die Stabilität von Fiat garantiert.

Anmerkungen

1. Diese Studie entstammt einem von mir geleiteten Projekt an der WU Wien zur diskursiven Repräsentation der Unternehmerfamilie *Agnelli* in Printmedien. Untersucht wurden dabei kontrastiv der printmediale Diskurs österreichischer und italienischer Medien aus den Jahren 2003–2007 (*Der Standard*, *Die Presse*, *Salzburger Nachrichten*, *La Repubblica*). Ich danke ganz besonders meiner Mitarbeiterin Lisa Blasch sowie Katharina Meier, die wertvolles Material für diese Studie zusammengestellt haben. Die Belege werden mit Siglen gekennzeichnet, die in der Bibliographie aufgeschlüsselt werden. Dabei steht „I“ für Internetseiten, „Z“ hingegen für Zeitschriftenartikel.
2. vgl. Fairclough/Wodak 1997: 264–265; Fairclough 1998; Chouliaraki/Fairclough 1999, Fairclough 1995: 18.
3. Diese Konzeption von Identität als veränderliches Phänomen steht dem statisch – homogenem Identitätsverständnis gegenüber (vgl.: Reisigl 2003, 31–48).
4. Grundlegendes Konzept der (Bedeutungs-)Konstitution ist die Konnotation (van Leeuwen 2005: 29–43), die mit Roland Barthes als mit Werten aufgeladene, sozial und kulturell bedingte Bedeutung verstanden wird: „Given the first layer of meaning, a second layer of meaning can, as it were, be superimposed, the connotation. It comes about either through the culturally shared associations, which cling to the represented people, places and things, or through specific ‘connotators’, specific aspects of the way in which they are represented, for example, specific photographic techniques“ (van Leeuwen 2005: 38).
5. Auf die starke Verwobenheit von Nomination und Prädikation weisen bereits Reisigl (2003), van Leeuwen (1996), Halliday (1994) hin.
6. Cf. Kuhn (2008 a, 2008b)
7. Neben der schlichten Verwendung des Namens Umberto Agnelli (Z 349) wird auch der Vorname Umberto (Z 220, Z222) allein gesetzt, was ein Nahverhältnis darstellt, eine reine Verwendung des Vornamens steht nicht im Corpus für Gianni Agnelli.
8. „(...) dopo il tramonto della sua presidenza annunciata s’illude che il figlio Giovannino possa sedere sulla poltrona a lui negata, ma è un’illusione che finisce tragicamente nel dicembre 1997“ (Z244).

Literatur

- Barthes, Roland. 1967a. *Elements of Semiology*. London: Jonathan Cape.
- Barthes, Roland. 1967b. *Systeme de la mode*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland. 1977. *Image, Music, Text. Essays Selected and Translated by Stephen Heath*. London: Fontana.
- Chiapello, Eve, und Norman Fairclough. 2002. Understanding the New Management Ideology: a Transdisciplinary Contribution from Critical Discourse Analysis and New Sociology of Capitalism. *Discourse and Society* 13 (2), 185–208.
- Chouliaraki, Lilie, und Norman Fairclough. 1999. *Discourse in late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Dyer, Richard. 1998. *Stars. New Edition. With a Supplementary Chapter and Bibliography by Paul McDonald*. London: British Film Inst.
- Fairclough, Norman. 2002. Language in New Capitalism. *Discourse and Society* 13(2), 163–166.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London–New York: Routledge

- Fairclough, Norman, und Ruth Wodak., 1997. *Critical Discourse Analysis*. In: A. van Dijk, Teun (Hrsg.), *Discourse as Social Interaction*. 258–284. London: Routledge.
- Fiske, John. 1996. *Media Matters. Race and Gender in U.S. Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Girnth, Heiko. 1993. *Einstellung und Einstellungsbekundung in der politischen Rede: eine sprachwissenschaftliche Untersuchung der Rede Philipp Jenningers vom 10. November 1988*, Frankfurt am Main–Wien [u.a.]: Lang.
- Halliday, M. A. K. 1978 (1994²). *Language as social semiotic*. London: Arnold.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2003. *Soziologie der Marke*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hellmann, Kai-Uwe 2005. Ausweitung der Markenzone. In: Hellmann, Kai-Uwe und Rüdiger Pichler (Hrsg.), *Die Ausweitung der Markenzone. Interdisziplinäre Zugänge zur Erforschung des Markenwesens*. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kress, Gunther. 2003. English for an Era of Instability: Aesthetics, Ethics, Creativity, and Design. *English in Australia* 134, 5–23.
- Kress, Gunther, und Theo van Leeuwen. 1990. *Reading Images*, Geelong: Deakin.
- Kress, Gunther und Theo van Leeuwen. 1992. Structures of Visual Representation. *Journal of Literary Semantics* 11 (2), 91–117.
- Kress, Gunther, und Theo van Leeuwen. 1996. (2006²). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London–New York: Routledge.
- Reisigl, Martin 2003. *Wie man eine Nation herbeiredet. Eine diskursanalytische Untersuchung zur sprachlichen Konstruktion der österreichischen Nation und österreichischen Identität in politischen Fest- und Gedenkreden*. Wien: Univ. Diss.
- Reisigl, Martin, und Ruth Wodak. 2001. *Discourse and discrimination: rhetorics of racism and anti-Semitism*. London: Routledge.
- Schmidt, Volker. 2000. *Bedingte Gerechtigkeit. Soziologische Analysen und philosophische Theorien*. Frankfurt am Main: Campus.
- Van Leeuwen, Theo. 1985. *Rhythmic Structures of the Film Text*. In: A. van Dijk, Teun (ed.), *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*. Berlin: de Gruyter.
- Van Leeuwen, Theo. 1995. Representing Social Action. *Discourse and Society* 6 (1), 81–106.
- Van Leeuwen, Theo. 1996. *The Representation of Social Actors*. In: Caldas-Coulthard, und C. R.; Coulthard, M. (Hrsg.), *Texts and Practices*. London: Routledge.
- Van Leeuwen, Theo. 2005. *Introducing Social Semiotics*. London–New York: Routledge.

Quellen

- Z 152: *La famiglia Agnelli e l'Italia dei prodotti*, La Repubblica, 28.01.2003, 28.
- Z 159: Tropea, Salvatore: *Barberis alza le barricate "L'auto non sarà scorporata"*, La Repubblica 10.01.2003, 6–7.
- Z 185: D'Avanzo, Giuseppe: *L'ultimo saluto all'Avvocato*, La Repubblica 27.01.2003, 1.
- Z 198: Ricolfi, Luca: *L'altra città che guarda oltre l'auto*, La Repubblica 09.01.2003, 13.
- Z 202: Tropea, Salvatore: *La Fiat riparte da Umberto, primo vertice con Fresco*, La Repubblica 28.01.2003, 10.

- Z 206: Sofri, Adriano: *Agnelli e il carisma del leader nel paese dei fichi d'India*, La Repubblica 28.01.2003, 15.
- Z 207: Serra, Michele: *Il lutto degli operai di Torino*, La Repubblica 28.01.2003, 15.
- Z 211: Strippoli, Sara: *La sua Fiat deve rimanere qui*, La Repubblica 27.01.2003, 5.
- Z 212: Trabucco, Marco: *Silenzio, poi il gol di Del Piero, il regalo dei ragazzi all'Avvocato*, La Repubblica 27.01.2003, 6.
- Z 214: Boffano, Ettore: *I centomila al Lingotto? Perché lui incarnava Torino*, La Repubblica 27.01.2003, 7.
- Z 215: *Il Senato onora Agnelli*, La Repubblica 27.01.2003, 8.
- Z 216: De Marchis, Goffredo: *'Mi disse: il quest'aula mi trovo come in famiglia'*, La Repubblica 27.01.2003, 8.
- Z 288: Andisio, Emanuela: *Il match Agnelli-Berlusconi e quei dodici da padroni*, La Repubblica 26.05.2003, 46.
- Z 289: Luzi, Gianluca: *Berlusconi, felicità e ironia "Ecco la verifica ai rigori"*, La Repubblica 29.05.2003, 11.
- Z 321: Targo, Florio: *La Juve a Napoli. Agnelli: voglio un altro anno così*, La Repubblica 22.08.2003, 51.
- Z 349: Biagi, Enzo: *L'Italia e la Fiat, addio anche a Umberto*, La Repubblica 29.05.2004, 1.
- Z 358: Perrone, Roberto: *La Juventus, un amore sbocciato due volte*, La Repubblica 29.05.2004, 6.
- I 2: *L'Avvocato contro le speculazioni "Un mio problema personale"*, <<http://www.repubblica.it/>> 10.05.2002.
- I 26: *E la notizia della morte fa subito il giro del mondo*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 27: *Riunita la società di famiglia. Umberto diventa presidente*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 28: *È morto Gianni Agnelli*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 30: *L'Avvocato, una vita nel segno dell'azienda*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 31: *Uno stile davvero inimitabile: così l'avvocato diventò leggenda*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 32: *Agnelli, il cordoglio di Ciampi "Lascia un grande vuoto"*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 37: *È morto Giovanni Agnelli*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 38: Zucconi, Vittorio: *Era un leader, in America lo stavano ad ascoltare*, <<http://www.repubblica.it/>> 25.01.2003.
- I 40: Turani, Giuseppe: *Dopo l'Avvocato, che cosa cambia*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 42: *Juventus e Ferrari in lutto, i grandi amori restano orfani*, <<http://www.repubblica.it/>> 24.01.2003.
- I 44: Scalfari, Eugenio: *Il principe Incostante*, <<http://www.repubblica.it/>> 25.01.2003.

I 45: *Un sedile vuoto e tanti striscioni. Gli stadi ricordano l'Avvocato*,
<<http://www.repubblica.it/>> 26.01.2003.

I 46: Mauro, Ezio: *Il destino incompiuto*, <<http://www.repubblica.it/>> 25.01.2003.

I 51: Troppea, Salvatore: *Gianni, un fratello che tutti vorrebbero*, <<http://www.repubblica.it/>>
11.03.2003.

Julia Kuhn
Institut für Romanische Sprachen
Wirtschaftsuniversität Wien
Nordbergstraße 15
1090 Wien
ÖSTERREICH
jkuhn@wu-wien.acv.at