

**3. Internationales Kolloquium ‚Kontrastive Medienlinguistik‘  
*Innovation – Spiel – Kreativität. Presstextsorten jenseits der ‚News‘.*  
Medienlinguistische Perspektiven  
4.-6.3.2010, Universität Salzburg  
ABSTRACTS**

---

Andrea Bachmann-Stein (Bayreuth)

***Informationsangebote für junge Leser: Innovative Darstellungsformen in der Presse.***

Bedingt durch die Veränderungen in der Medienlandschaft sind Zeitungen und Zeitschriften immer mehr darauf angewiesen, ihre Leserschaft an sich zu binden. Dies erfolgt zum einen durch die stärkere Orientierung der Redaktionen an den jeweiligen Zielgruppen, zum anderen aber auch durch den Versuch, auch junge Leser gezielt anzusprechen und sie schon frühzeitig für das jeweilige Blatt zu gewinnen. Zu diesem Zweck bieten einige Zeitungen und Zeitschriften in jüngerer Vergangenheit verstärkt bestimmte Seiten an, die für junge Leser kreiert und die auf bestimmte Altersgruppen der Nachwuchsleserschaft abgestimmt sind (vgl. z.B. die „Kinderzeit“ im Wochenzeitung DIE ZEIT oder „jetzt.de“ in der Süddeutschen Zeitung). Der Beitrag greift diese Entwicklung auf und untersucht, auf welchen Ebenen der Textgestaltung die Zeitungen und Zeitschriften vom „klassischen“ Layout des jeweiligen Mediums abweichen, um Leseanreize zu geben, z.B. durch spezielle, über das herkömmliche Informationsangebot hinausgehende Textangebote (neue Textsorten wie beispielsweise der „Fragebogen“ in der ZEIT), durch stärkere Visualisierung von Informationen, durch eine Veränderung des Zusammenspiels von Text und Bild. Darüber hinaus wird untersucht, auf welche Weise Inhalte und Themen altersgerecht präsentiert werden und auf welche sprachlichen Mittel die Redaktionen zurückgreifen, um die Nachwuchs-Leserschaft im Interesse einer langfristigen Bindung anzusprechen.

**Literatur**

- Burger, Harald (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien.* Berlin, New York: de Gruyter.
- Fix, Ulla (2006): Was heißt Texte kulturell verstehen? Ein- und Zuordnungsprozesse beim Verstehen von Texten als kulturellen Entitäten. In: Blühdorn, Hardarik/Breindl, Eva/Waßner, Ulrich H. (Hg.). *Text – Verstehen. Grammatik und darüber hinaus. Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2005.* Berlin, New York: de Gruyter, 254-276.
- Sandig, Barbara (2006): *Textstilistik des Deutschen.* Berlin, New York: de Gruyter.
- Schmitz, Ulrich (2004): *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen.* Berlin: Schmidt.

Gabriele Blaikner (Salzburg)

### ***Das Phänomen Sarkozy.***

Der derzeitige französische Staatspräsident Nicolas Sarkozy, früherer Innenminister und Ehemann von Carla Bruni, ist nicht einer jener „farblosen“ Politiker, die medial kaum registriert werden, vielmehr steht er im Zentrum nationaler und internationaler Berichterstattung, insbesondere in der Wahlzeit und der EU-Präsidentschaft. Mit großer Sicherheit ist er auch selbst extrem daran interessiert, wahrgenommen zu werden.

Dieser Beitrag will - auf der Basis eines breiten printmedialen Corpus - eine kontrastive Analyse (Französisch-Deutsch) vornehmen, die allerdings primär auf Stereotypen-Wahrnehmung eingeschränkt ist, zugleich aber, jedenfalls flankierend, die selbst induzierte mediale Präsenz Sarkozys berücksichtigt. Des Weiteren soll Sarkozys Bekanntheit an Hand der Benennungen festgemacht werden, welche in den Printmedien zirkulieren. Schließlich muss auch die mediale Rolle der Präsidentengattin Carla Bruni erfasst werden, die fast zeitgleich mit dem höchsten Staatsamt funktional in Erscheinung getreten ist.

#### **Quellen**

Laufend: *Le Monde hebdomadaire*  
*Salzburger Nachrichten*

#### **Literatur**

- Bassewitz, Susanne von (1990), *Stereotypen und Massenmedien: zum Deutschlandbild in französischen Tageszeitungen* .
- Bizeul, Yves (2007), „Sarkozys politischer Stil zwischen Moderne und Postmoderne – ein Essay.“ In: *Lendemains* 126/127 (2007). 19-26.
- Bourdieu, Pierre (1990), *Was heißt sprechen? Die Ökonomie des sprachlichen Tausches*.
- Frank, Hartwig (1999), *Prominenz als Zugpferd?: Rezeption amtlicher Umweltberichterstattung in ausgewählten Salzburger Printmedien; Beispiele der (Nicht- ) Berichterstattung*.  
*Lendemains* 126/127 (2007): „Im Westen viel Neues? Das französische Wahljahr 2007.“ 5-88.
- Linden, Peter/ Christian Bleher (2000), *Glossen und Kommentare in den Printmedien*.
- Neumann, Sandra (2009), *Imageanalyse der Austragungsländer Schweiz und Österreich Euro 2008 in ausgewählten deutschsprachigen Printmedien*.
- Plaickner, Andrea (2004), *Medienjournalismus – Medien PR: Strukturwandel der Medienberichterstattung in den Printmedien; dargestellt anhand von Theorie und Empirie*.
- Reza, Yasmina (2007), *L'aube le soir ou la nuit*.
- Stöckl, Hartmut (2005), „'The people behind the voices' – Portraits of politicians. A media genre under scrutiny.“ In: Wolfgang Thiele/ Joachim Schwendt/ Christian Todenhagen (Hrsg), *Political Discourse : Different Media - Different intentions – New Reflections*.

***Der Kommentar: eine korpuslinguistische Analyse typischer Sprachgebrauchsmuster im kontrastiven Vergleich Deutschland und Schweiz.***

Die bedeutenden methodischen Fortschritte in der Korpuslinguistik wirken sich grundlegend auf text- und diskurslinguistische Analyseverfahren aus. Einerseits stehen immer größere digitale Korpora zur Verfügung sowie die notwendige Infrastruktur, um diese in nützlicher Zeit maschinell zu verarbeiten; andererseits bestärkt die Korpuslinguistik die text- und diskurslinguistische Perspektive auf Sprache: Eine Perspektive, die den Fokus auf die sprachliche Oberfläche und den Sprachgebrauch legt, also auf die Parole statt auf die Langue.

Gerade für die Medienlinguistik ergeben sich mit einer korpuslinguistischen Textanalyse neue

Chancen. Bei der Analyse genügend großer Textmengen, so die These, können textstrukturelle Besonderheiten empirisch auf der sprachlichen Oberfläche nachgewiesen werden. Denn es handelt sich bei diesen sprachlichen Mustern um signifikante Cluster von Indikatoren der Textoberfläche – Kombinationen von Wortformen, Lemmata („Multi Word Units“) und/oder Wortarten („Colligations“) – die statistisch messbar sind.

Wir wollen in unserem Beitrag der Frage nachgehen, welche musterhaften sprachlichen Oberflächenphänomene es sind, die einen Kommentar zum Kommentar machen. Dabei greifen wir auf ein induktives Verfahren der Musteranalyse zurück: In großen Textmengen wird mit statistischen Verfahren „corpus driven“ berechnet, welche Sprachgebrauchsmuster typisch für Kommentare sind, wenn diese Textsorte mit anderen Textsorten verglichen wird. Die so als statistisch signifikante Sprachgebrauchsmuster erkannten Oberflächenphänomene werden in einem zweiten Schritt kategorisiert und auf ihre pragmatische Funktion und diskursive Formung hin untersucht, wobei hier eine Mehrebenenanalyse angewendet wird. Wir demonstrieren die Verfahren – das korpusanalytische hinsichtlich oberflächenstruktureller Phänomene und das mehrebenenanalytische hinsichtlich tiefenstruktureller Phänomene – an einem Zeitungskorpus bestehend aus Texten verschiedener deutscher und schweizerischer Medien, um auch prüfen zu können, ob im kontrastiven Vergleich kultur- oder medien-spezifische Sprachgebrauchsmuster feststellbar sind. So ließe sich auch der Frage nachgehen, inwiefern Direktheit und Indirektheit bezüglich vorgenommener Bewertungen innerhalb von Kommentaren kulturell divergieren und sich sprachlich manifestieren. Kontrastiv angelegt ist die Studie zudem auch, da Kommentare zu einem ganz bestimmten Diskurs, dem öffentlich-politischen Bioethik-Diskurs um Stammzellforschung, mit Kommentaren zu anderen Themen verglichen werden.

Der Beitrag möchte damit nicht nur erste Resultate der Studie präsentieren, sondern vor allem ein methodisches Verfahren vorschlagen: Ein Verfahren der korpuslinguistischen Textanalyse vor dem Hintergrund eines linguistischen Paradigmenwechsels, mit dem die sprachliche Oberfläche als Produkt diskursiver Kräfte ernst genommen wird.

### **Literatur**

Belica, Cyril/Steyer, Kathrin (2006): Korpusanalytische Zugänge zu sprachlichem Usus. In: AUC (Acta Universitatis Carolinae), Germanistica Pragensia XX.

Bubenhofer, Noah (2008a): Diskurse berechnen? Wege zu einer korpuslinguistischen Diskursanalyse. In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene,

- hg. v. Jürgen Spitzmüller u. Ingo Warnke, Berlin/New York: de Gruyter, 407-434. (Linguistik – Impulse & Tendenzen; 31).
- Bubenhofer, Noah (2008b): „Es liegt in der Natur der Sache...“ Korpuslinguistische Untersuchungen zu Kollokationen in Argumentationsfiguren. In: Studien zur Phraseologie aus textueller Sicht, hg. v. Carmen Mellado Blanco, Hamburg: Kovač, S. 53–72 (Philologia – Sprachwissenschaftliche Forschungsergebnisse; 112).
- Bubenhofer, Noah (im Druck): Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse. Berlin, New York: de Gruyter (Sprache und Wissen; 4).
- Bubenhofer, Noah/Klimke, Martin/Scharloth, Joachim: semtracks Political Tracker, U.S. Presidential Campaign '08: A Semantic Matrix Analysis. Elektronische Ressource, Heidelberg, 2008.  
<http://semtracks.com/politicaltracker/>
- Fix, Ulla (2008): Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Berlin: Frank & Timme.
- Perkuhn, Rainer (2007): „Corpus-Driven“: Systematische Auswertung automatisch ermittelter sprachlicher Muster. In: Sprach-Perspektiven. Germanistische Linguistik und das Institut für Deutsche Sprache, hg. v. Ludwig M. Eichinger u. Heidrun Kämper, Tübingen: Narr, S. 465–491 (Studien zur deutschen Sprache; 40).
- Spieß, Constanze (2008): Linguistische Diskursanalyse als Mehrebenenanalyse – Ein Vorschlag zur mehrdimensionalen Beschreibung von Diskursen aus forschungspraktischer Perspektive. In: Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene, hg. v. Jürgen Spitzmüller u. Ingo Warnke, Berlin/New York: de Gruyter, 237-259. (Linguistik – Impulse & Tendenzen; 31).
- Tognini-Bonelli, Elena (2001): Corpus Linguistics at Work. Amsterdam: Benjamins (Studies in Corpus linguistics; 6).

***Faktizität, Visualität, Emotion - Bild/Text-Relationen in Stierkampfzeitschriften.***

Die Gestaltung von Stierkampfzeitschriften ist vor allem in der Textsorte der *crónica taurina* zu gleichen Teilen visuell und textuell. Es stellt sich dabei die Frage, inwiefern Text- und Bildanteile voneinander getrennt wirken und möglicherweise als konkurrierende Informationsangebote und alternative Imaginationswege für die (textuell oder visuell ausgerichteten) Rezipienten zu verstehen sind.

Gerade für den historisch gewachsenen und mit Symboliken und Werten konnotierten Stierkampf bietet es sich jedoch vielmehr an, gerade auch der Frage nachzugehen, wie diese Bild-Text-Koordinationen zueinander in Beziehung stehen. Es lassen sich hierbei zunächst einige generelle Tendenzen beschreiben: a) Fotografien werden dort eingesetzt, wo Referenzen des Textes nicht hinreichend sind; b) fotografische Bilderserien generieren einen „stimmungsvollen“ Gesamteindruck der *corrida*; welcher die Komplexität der Textebene reduziert und generalisiert; c) die Bildebene wird als Evidenzserie von z.T. emblematischen Fotografien vorgeführt, zu welcher auf der Textebene eine Kommentierung und (Be-)Wertung erfolgt.

Um jedoch diese funktionalen Perspektiven operationalisieren zu können, sollen hier nun die Aspekte der Faktizität (also die Darstellung objektiver Wahrheit) bzw. der Visualität (ikonisch/bildsymbolisch oder sprachlich) angewendet werden. Hierfür muss der kommunikative Zweck dieser multimodalen Texte besonders unter emotiven Aspekten betrachtet werden. Dieser Zweck liegt im Gegensatz zur *crónica taurina* der Tagespresse nicht allein in der objektivierten Berichterstattung, sondern gerade auch in der Erzeugung einer gemeinsamen Stierkampfleidenschaft (*afición*) und somit einer soziokulturellen Gruppenbildung auf der Basis kollektiver Wertmuster, die dem Regelwerk des Stierkampfrituals immanent sind und durch visuelle und textuelle Muster konstruiert werden.

## **Literatur**

- Altmann, Werner (2000): "Stierkampf. Versuch einer kulturhistorischen Rechtfertigung". In: *Hispanorama* (89), S.67-76.
- Buch, Steffen (2007): „Überlegungen zu einem metaphorischen Konzept ‘Politik ist Stierkampf’“. In: *Romanistik in Geschichte und Gegenwart*, 13,1. 81-101.
- Eckkrammer, Eva Martha / Held, Gudrun (Hrsg.): (2006): *Textsemiotik: Studien zu multimodalen Texten*. Frankfurt am Main [u.a.] Lang.
- Cossío, José María de (2000): *Los Toros: tratado técnico e histórico*. (Bände 1 & 2). Madrid: Espasa.
- Flusser, Vilém (<sup>3</sup>2003 [1996]): *Kommunikologie*. Frankfurt: Fischer.
- Forneas, María Celia (1998): *La crónica taurina actual: un texto informativo, literario y de opinión*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gil, Juan Carlos (2007): *Evolución histórica y cultural de la crónica taurina: de las primitivas reseñas a la crónica impresionista*. Madrid: Visión Net.
- Pérez Arroyo, Olga (2000): "Historia, evolución y teoría de la crónica taurina en prensa escrita". In: *Anuario de la Universidad Internacional SEK*, 225-236.
- Schmid Noerr, Gunzelin; Eggert, Annelinde (1986): "Die Herausforderung der Corrida". In: Lorenzer, Alfred (ed.): *Kulturanalysen. Psychoanalytische Studien zur Kultur*. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch, S.99-162.
- Stöckl, Hartmut (2004): *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text*. Berlin [u.a.]: de Gruyter.

***Kuentos, krusigramas, rechetas de gizado: Sefardische Presstextsorten jenseits von 'News'.***

Während die nicht-territoriale Sprache Sefardisch über elektronische Medien insgesamt gestützt wird, ist die in Printmedien einst prosperierende sefardophone Presse heute in Print- und in elektronischen Medien vergleichsweise wenig präsent. Innerhalb der häufig realisierten Presstextsorten haben - in der Tradition von Minderheiten-Publikationen - besonders auch Nicht-News einen hohen Stellenwert. Identitätsstiftenden und -stützenden Elementen dieser Textsorten wird in diesem Beitrag aus diskursanalytischer Sicht aus synchroner und diachroner Perspektive nachgegangen, wobei neben i.e.S. sprachbezogenen Aspekten besonders jene der Relevanz über die Tagesaktualität hinausgehender Werte für eine im Kern ethnische LeserInnen- (und z.T. SchreiberInnen-)Gemeinschaft thematisiert wird.

**Literatur**

- Amado, A.: El ladino en stampa, radio, Internet. In: Guastalla, S. (Hg.) 2007: 181-185.
- Benbassa, E./ Rodrigue, A.: Die Geschichte der sephardischen Juden. Von Toledo bis Saloniki. Übersetzt von Lilli Herschhorn. Bochum 2005.
- Calderón, M.: Sentros de la produksión eskrita aktuala en ladino en los nuevos medios de komunikación. In: Domínguez, M.J. (Hg.): Centro y periferia. Actas del XII Simposio hispano-austríaco [Arbeitstitel], in Druck.
- Gini De Barnatán, M.: El ladino en las Komunikaciones. In: Guastalla, S. (Hg.) 2007: 187-196.
- Guastalla, S. (Hg.): In giudeo-spagnolo (ladino). Cultura e tradizione sefardita tra presente, passato e futuro. Judeo-Spanish (Ladino). Sephardic culture and tradition: present, past and future. El djudeo-espanyol (ladino). Kultura i tradisión sefaradí entre prezente, pasado i futuro. Atti del Convegno - Proceedings of the Conference - Aktas del Kongreso Livorno 2005, Livorno 2007.
- Hetzer, A.: Sefardisch. Judeo-español, Djudezmo. Eine Einführung in die Umgangssprache der süd-osteuropäischen Juden. Wiesbaden 2001.
- Pano, A.: Dialogar en la Red. La lengua española en chats, e-mail, foros y blogs. Frankfurt am Main etc. 2008.
- Perahyá, K.; El rolo de la Prensa en la evolucion del djudeo-espanyol. *El Shalom i El Amaneser*. In: Guastalla, S. (Hg.) 2007: 201-204.
- Quintana Rodríguez, A.: Geografía Lingüística del Judeoespañol. Frankfurt am Main etc. 2006.
- Rehrmann, N./Koechert, N.: Spanien und die Sefarden. Tübingen 1999.
- Roumani, Judith: Uzos del ladino en la América de oy. In: Guastalla, S. (Hg.) 2007: 213-220.
- Varol, M.-C.: Manuel de judéo-espanyol. Langue et culture. Paris 2004.

***Die Textsorte „journalistisches Porträt“ - Kontrastive Untersuchungen zur Personendarstellung an Beispielen aus deutschen und portugiesischen Printmedien.***

Die wissenschaftliche Erforschung von Textsorten, vor allem von denen, die jedem alltäglich zur Verfügung stehen – z.B. Telefongespräche, Briefe oder E-Mails, Flyer, Zeitungsannoncen, Gebrauchsanweisungen, u.v.a. –, gewinnt immer mehr an Interesse, weil der Schwerpunkt in der Analyse der „Sprache in der Verwendung“ festgesetzt wird und dadurch „real existierende Texte Gegenstand der Untersuchung sein müssen“ (Sommerfeldt/Schreiber 2001, S. 3). Der Begriff „Textsorte Porträt“ bezeichnet meist das literarische Porträt, aber es kann auch „eine in sämtlichen Medien und journalistischen Tätigkeitsfeldern beheimatete Gattung“ sein (Ueding 1996, S. 139).

Bis heute gibt es wenige wissenschaftliche Untersuchungen zum Thema „journalistisches Porträt“, obwohl diese Textsorte – trotz vieler Gemeinsamkeiten mit der Biographie – eine selbständige Textsorte ist. Schon 1986 beschäftigte sich Eva Hornei mit dem journalistischen Porträt, indem sie „erste Feststellungen, die zu erweitern sind“, vorlegte (Hornei 1986, S.144). Seit diesem Beitrag sind innerhalb der textlinguistischen Forschung kaum weiteren Untersuchungen zur Textsorte „journalistisches Porträt“ erschienen, vorhandene Untersuchungen widmen sich überwiegend dem literarischen Porträt. Auch das Potential des zwischensprachlichen Vergleichs von Texten wurde bisher im Rahmen der linguistischen Forschung eher selten genutzt (vgl. Krause 2000, S. 55). Der Fokus der kontrastiven Textsortenforschung liegt meist noch „auf fachspezifischen Textsorten, massenmediale und Unterhaltungstexte bleiben weitgehend unberücksichtigt“ (Androutsopoulos 2001, S. 34).

Ziel der kontrastiven Analyse im Rahmen meiner Dissertation ist, die Textsorte „journalistisches Porträt“ zu beschreiben und einen (eventuell vorhandenen) Typus anhand eines repräsentativen Textkorpus aus deutschen und portugiesischen Druckmedien zu charakterisieren. In der Arbeit wird eine ausführliche sprachliche und stilistische Analyse ausgewählter Porträts aus dem Untersuchungszeitraum 1999-2001 durchgeführt. Besonderes Gewicht soll innerhalb der Analyse auch auf die pragmatischen Aspekte der journalistischen Porträts gelegt werden. Intention, Tendenz und Funktion(en) eines journalistischen Porträts bzw. dessen Autors stehen dabei im Vordergrund.

Im Mittelpunkt der Präsentation stehen die Untersuchungen zur Textsorte „journalistisches Porträt“ und das Arbeitskonzept, dem sie unterliegen. Anschließend wird versucht, erste Überlegungen zur Bearbeitung eines Porträt-Typus zu thematisieren.

## **Literatur**

- Androutsopoulos, Jannis K. (2001): Textsorten und Fankulturen. In: Zur Kulturspezifik von Textsorten. Hg. von Ulla Fix/Stephan Habscheid/Josef Klein (2001). Tübingen: Stauffenburg. (Textsorten; Bd.3). S. 33-50.
- Hornei, Eva (1986): Zu einigen Merkmalen der Textsorte journalistisches Porträt. In: Linguistische Studien Reihe A, Arbeitsberichte, Bd. 145. Berlin. S. 143-146.
- Krause, Wolf-Dieter (2000): Text, Textsorte, Textvergleich. In: Textsorten. Reflexionen und Analysen. Hg. von Kirsten Adamzik (2000). Tübingen: Stauffenburg. (Textsorten; Bd.1). S. 45-76.
- Sommerfeldt, Karl Ernst / Schreiber, Herbert (Hrsg.) (2001): Textsorten des Alltags und ihre typischen sprachlichen Mittel. Frankfurt/M: Lang. (Sprache; Bd. 39).
- Ueding, Gert (1996): Rhetorik des Schreibens. Eine Einführung. Weinheim: Beltz Athenäum. (Beltz Athenäum Studienbücher. Literaturwissenschaft).

### ***Gefällt Ihnen die Frisur des Preisüberwachers? Originelle Textsorten in Gratiszeitungen.***

Ausgehend von der These, dass Gratiszeitungen den Druck auf die Konkurrenz in der Presse-landschaft erheblich erhöhen und damit zu mehr Unterhaltung in der Tagespresse führen, wird mein Referat der Frage nachgehen, ob die Gratiszeitungen selber sich durch eine besondere Originalität auszeichnen.

In einer Analyse soll grob aufgezeigt werden, welche Textsorten in unterschiedlichen Gratiszeitungen vorkommen und wie sich die einzelnen Titel überhaupt unterscheiden, bzw. inwiefern sie eben „originell“ sind. Die Vermutung liegt dabei nahe, dass die Unterscheidung nicht über klassische journalistische Textsorten erfolgt. Falls es überhaupt Unterscheidungsmerkmale gibt, so liegen diese eher in den „unterhaltenden“, spielerischen Textsorten, insbesondere in „interaktiven“ Formen, wo die Rezipientenschaft um Mitwirkung gebeten wird.

Dabei liegt das Potenzial zur Originalität nicht nur in der Textsorte, sondern auch in der Realisierung derselben. Als Beispiel dazu die Rubrik „Voting“ aus dem „Blick am Abend“:



Umfragen in Form von kurzen Fragen, welche mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können, sind für Online-Zeitungen bereits seit längerem bekannt. Die Gratiszeitung „Blick am Abend“ enthält ebenfalls eine solche Umfrage. Inhaltlich weicht sie von der Textsortennorm ab, da über Themen abgestimmt wird, über die eigentlich gar nicht abgestimmt werden kann. Zwar lassen sich die Antworten zur Frage „Gefällt Ihnen die Frisur des Preisüberwachers?“ sammeln, aber aus der Statistik resultiert weiter nichts. Selbst wenn der Mehrheit der Leserschaft die Frisur nicht gefallen würde, hätte dies kaum Konsequenzen.

Fragen können aber auch aus einem Bereich kommen, den die Lesenden überhaupt nicht bewerten können, wie die Frage danach, ob die Finanzkrise bald zu Ende ist. Weitere Fragen sind beispielsweise: „Kommt jetzt der Frühling?“ oder „Essen Sie Hundefutter?“. Die Originalität liegt im letzten Fall in der Themenauswahl, wobei es scheint: Je absurder desto besser.

Zweck dieser abgewandelten Textsorte ist es nicht mehr, (politische) Strömungen aufzuspüren, sondern eine Plattform für die Selbstdarstellung zu bieten. Diese Tendenzen werden von weiteren Textsorten belegt, beispielsweise der Rubriken „Die Kolumne“ von Blicklesenden, welche von der Leserschaft täglich aus ihrem Amt abgewählt werden können, „Die Singles des Tages“ (Partnersuche), „Streetstyle“ / „Was tragen Sie heute?“ (Foto mit Beschreibung der aktuellen Kleidung, inkl. Kaufort und Preis) oder „Der Schnügel des Tages“ (Tierfotos).



## **Literatur**

Fix, Ulla (2008): Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Berlin: Frank & Timme (=Sprachwissenschaft, Band 5).

Göpferich, Susanne (2002): Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers. Tübingen: Stauffenburg.

Sommerfeldt, Karl-Ernst (Hg.) (2003): Textsorten und Textsortenvarianten. Frankfurt: Peter Lang.

Willke, Martin / Willke, Jürgen (Hg.) (2008): 400 Jahre Zeitung. Die Entwicklung der Tagespresse im internationalen Kontext (=Presse und Geschichte, Band 22).

***Leserbriefe deutsch-, polnisch- und ungarischsprachiger Presse in einem internationalen Diskurs: Eine diachrone sprach- und kulturkontrastive Untersuchung.***

Die Textsorte *Leserbrief* ist sprach- und kulturkontrastiv noch kaum erforscht. Die meisten einschlägigen (text)linguistischen Beiträge sind einzelsprachig ausgerichtet (vgl. z.B. Bucher 1989; Fix 1993, 2008; Robert 2002; Püschel 1993). Das anvisierte Referat setzt sich zum Ziel, Ergebnisse zweier synchronen sprach- und kulturkontrastiven Untersuchungen, einer aus dem Jahr 1999 und einer, die zehn Jahre später erfolgte, in einer diachronen Perspektive vorzustellen.

Die Grundlage der Untersuchung bilden zwei Korpora: ein Korpus mit 120 Leserbriefen, die jeweils drei deutsch-, polnisch- und ungarischsprachigen Tages- und Wochenzeitungen bzw. Magazinen aus dem Jahre 1999 entnommen wurden, und ein genauso umfangreiches Korpus aus dem Jahre 2009, dessen Quelle dieselben deutsch-, polnisch- und ungarischsprachigen Presseorgane bilden.

Den Ausgangspunkt der Paralleltextanalyse des dreisprachigen Leserbriefkorpus aus dem Jahr 1999 (vgl. Drewnowska-Vargáné 2001, 2007<sup>2</sup>) bildete ein Vergleich unter den Aspekten des intertextuellen Bezugs und des strukturellen Aufbaus (der festen Briefkomponenten). Die Ergebnisse dieses Vergleichs ließen bestimmte Schlussfolgerungen für zwei weitere Aspekte zu, welche im Zentrum der Analyse stehen und mit Hilfe entsprechender textlinguistischer, universeller Kategorien untersucht wurden: das Kohärenzmanagement – durch den Vergleich der metakommunikativen Äußerungen; die Art des Bezugs der Emittenten der Leserbriefe zu den Autoren der vorausgegangenen Beiträge und/oder zu allen anderen Rezipienten/-Adressaten – durch den Vergleich der Anredeformen. Die festgestellten textsortenstrukturellen und -pragmatischen Kontraste wurden als spezifische Kennzeichen der Textsorte *Leserbrief* in der jeweils anvisierten deutsch-, polnisch- und ungarischsprachigen Diskursgemeinschaft aufgefasst. Die Analyse der Leserbriefe aus dem Jahre 2009 verläuft nach Aspekten, nach denen die Analyse des Korpus aus dem Jahre 1999 durchgeführt wurde.

Die Ergebnisse der Paralleltextanalyse der Leserbriefe aus dem Jahre 1999 werden nun mit den Ergebnissen der Paralleltextanalyse des Korpus aus dem Jahre 2009 verglichen. Dabei lautet die zentrale Fragestellung, ob und inwiefern sich die Gestaltung der Textsorte *Leserbrief* in den drei Diskursgemeinschaften in den letzten 10 Jahren verändert hat.

#### **Literatur**

Bucher, Hans-Jürgen (1989): Zeitungen und Leser im Dialog. Ein Beitrag zur kommunikativen Analyse von Preetexten. In: Weigand, Edda/ Hundsnurscher, Franz [Hrsg.]: Dialoganalyse II. Referate der 2. Arbeitstagung Bochum 1988. Bd. 1, Diskussion. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, S. 287-303.

Drewnowska-Vargáné, Ewa (2001, 2007<sup>2</sup>): Kohärenzmanagement und Emittent-Rezipient-Konstellationen in deutsch-, polnisch- und ungarischsprachigen Leserbriefen. In: Fix, Ulla/ Habscheid, Stephan/Klein, Josef [Hrsg.]: Zur Kulturspezifik von Textsorten Tübingen: Stauffenburg 2001 (= Textsorten; Bd. 3), S. 89-108. [Nachdruck der ersten Auflage: Tübingen: Stauffenburg 2007]

- Fix, Ulla (1993): Medientexte diesseits und jenseits der „Wende“. Das Beispiel 'Leserbrief'. In: Biere, Bernd, Ulrich/Henne Helmut [Hrsg.]: Sprache in den Medien nach 1945 (Reihe Germanistische Linguistik, Bd.135). Tübingen: Niemeyer, S. 30-55.
- Fix, Ulla (2008): Leserbriefe. Öffentliche Debatte „im Kleinen“. In: Fix Ulla: Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. Berlin: Frank & Timme (= Sprachwissenschaft; Bd. 5), S. 307-333.
- Püschel, Ulrich (1993): Zwischen Modernität und Tradition. Die Anfänge der Leserbriefkommunikation in der Zeitung. In: Heringer, Hans-Jürgen/Stötzel, Georg [Hrsg.]: Sprachgeschichte und Sprachkritik. Festschrift für Peter von Polenz zum 65. Geburtstag. Berlin – New York: de Gruyter, S. 69-88.
- Robert, Valérie (2002): Briefformen in der Presse. In: Adamzik, Kirsten [Hrsg.]: Texte · Diskurse · Interaktionsrollen: Analysen zur Kommunikation in öffentlichen Raum. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH (= Textsorten; Bd. 6), S. 61- 115.

***Wissenschaftspopularisierung als multimodale Aufgabe: ein Brückenschlag zwischen Textsemiotik und Cognitive Load Theory etc. dargestellt anhand von medizinischen Texten verschiedener Sprachkulturen.***

Medizinische Information für den Laien erfolgt in unterschiedlichen Medien seit der Antike über verschiedene semiotische Codes, die aufeinander Bezug nehmen, um dem interessierten Rezipienten bestmöglich Wissen zu vermitteln. Dass es in diesem Fall um Rezeptionsleistungen geht, die mit Lernprozessen vergleichbar sind, steht außer Zweifel. In diesem Beitrag geht es darum auf der Basis eines Korpus zeitgenössische laienmedizinische Textualität des WWW textsemiotisch zu durchleuchten und die dabei generierten Erkenntnisse (Separierbarkeit der Codes, präferierte Darstellungsmodi, konkrete intermodale Bezugssysteme etc.) in eine Verbindung zur Cognitive Load Theory (Chandler/Sweller 1991) sowie zur Kognitiven Theorie des Multimedialen Lernens (Mayer 2001) zu bringen. Damit soll eine Auslotung der theoretischen wie praktischen Leistungskraft eines solchen Brückenschlags zwischen Pädagogik und Textwissenschaft erfolgen, der als zusätzliche Perspektive jene des Sprachvergleichs (v.a. Spanisch, Französisch, Deutsch, Italienisch) inkludiert, welcher aus pädagogischer Perspektive bisher wenig Berücksichtigung fand, für die Rezeption multimodaler Textprodukte jedoch eine Schlüsselkomponente darstellt.

**Literatur**

- Chandler, Paul / John Sweller (1991): Cognitive Load Theory and the Format of Instruction. In: Cognition and Instruction Vol. 8/4, 293-332.
- Mayer, Richard E. (2001): Multimedia Learning. Cambridge: University Press.

***SCHAMLOSER PLUNDER als Italiens causa prima im Vorfeld der EU-Wahl 2009.***

*Ciarpame senza pudore* (schamloser Plunder)

Dieser verächtliche, aber nicht vulgäre, heute sogar wenig gebräuchliche Ausdruck bildet den Brennpunkt der Erklärung, die Veronika Lario, noch Gattin Berlusconi, am 28 April 2009 der Presseagentur Ansa gegeben hat.

Damit öffnete sie die Büchse der Pandora des *velinismo politico*, konkret geworden in der Kandidatur von Showgirls (*neue und frischer Gesichter* nach Brüssel) bei der Wahl zum Europäischen Parlament 2009. So wurde in aller Öffentlichkeit jene unsaubere Verquickung von Regierungsmacht und Privatangelegenheiten geprägt, die für den *berlusconismo* typisch ist, ein politisches System, für das es eine weitgefächerte Auswahl von Definitionen gibt, die von *Medienregime* bis *Sultanat* reicht. Diesmal handelt es sich nicht mehr um die schon üblichen „Possen und Streiche“ des *Cavaliere*, sondern vielmehr um eine private Krise, die zur Staatsaffäre wird (*Affaire Veronica, Noemigate, Barigate, etc.*), welche ein gewaltiges Medienecho auslöst und eine heftige politische Debatte, um die staatlichen Institutionen und das Ansehen Italiens im Ausland zu schützen. Dieses beunruhigende Schulbeispiel von Politik als Show (*politica-spettacolo*) hat eine Wahlkampagne geprägt, die insofern eine Themenverfehlung war, als sie die wahren Probleme der Bürger völlig außer Acht ließ.

Um diese und das Phänomen des *velinismo* zu beschreiben, in dessen Mittelpunkt der mächtigste Mann Italiens *im Schatten jünger Mädchenblüte* steht, haben die italienische und die internationale Presse ihrer Kreativität freien Lauf gelassen und - mit interessanten interkulturellen Varianten – Ausdrücke und Formulierungen für die boccacciohafte Episode der *veline* und *das Ding Berlusconi* (J.Saramago) gefunden.

### **Quellen**

Italienische u. internationale Presse (April –Juni 2009 )

### **Literatur**

Belpoliti, Marco (2009), *Il corpo del capo*. Milano: Guanda.

Sartori, Giovanni (2009), *Il sultanato*. Bari: Laterza.

Ulla Fix (Leipzig)

***Leserbriefe – die mediale Konstruktion von Diskursgemeinschaften.***

Der Beitrag soll vorstellen, wie sich sowohl die thematische Orientierung (bis hin zur Zuspitzung) als auch die Diskursgemeinschaft selbst (bis hin zur Formierung „feindlicher Lager“) im Laufe des öffentlich geführten Gesprächs interaktiv strukturieren und differenzieren. Analysegegenstand wird die möglichst vollständig erfasste Leserbriefdiskussion eines brisanten Themas in einer regionalen Zeitung sein. Untersucht werden Stile, Argumentationsweisen, sprachliche Mittel der Interaktion, des Herstellens von Parteiungen bzw. von Gemeinschaft

**Literatur**

Fix, Ulla (2007): Leserbriefe. Öffentliche politische Debatte „im Kleinen“. In: Habscheid, Stephan; Klemm, Michael (Hrsg.): Sprachhandeln und Medienstrukturen in der politischen Kommunikation. Tübingen, 213-238.

***Textkohärenz und Sinnkonstruktion in Hyperstrukturen: eine kontrastive Analyse Deutsch-Französisch am Beispiel kostenloser Tageszeitungen.***

Es ist wohl noch zu früh, um die Auswirkungen der Erscheinung so genannter kostenloser Tageszeitungen (*Metro*, *Direct soir* oder *20 minutes* in Frankreich, *20 Minuten* in der Schweiz, *Heute* oder *Neue Express* in Österreich) auf die Medienlandschaften der betroffenen Länder richtig einschätzen zu können. Nichtsdestoweniger scheint es nicht unmöglich, schon jetzt deren Schreibstrategien zu untersuchen sowie die Art und Weise zu hinterfragen, wie sie die informative Funktion der Presse, welche sie in den Vordergrund stellen, realisieren. Im Mittelpunkt dieser Überlungen steht also die Frage, ob diese Zeitungen traditionelle Praktiken durch neue ersetzt haben.

In diesem allgemeinen Rahmen stellt sich der Beitrag zum Ziel, die Relevanz des Hyperstruktur-Begriffs, der von Adam und Lugrin (Adam & Lugrin 2000, 2006; Lugrin 2000) für die traditionelle Presse erarbeitet wurde, für diese neuen Zeitungen zu überprüfen. An diese Frage wird auf der Basis eines 2-sprachigen Korpus (deutsch-französisch) herangegangen, wobei der kontrastive Blickwinkel es ermöglichen sollte, der Frage nach der Kulturspezifität dieser Presse nachzugehen.

Als Ausgangspunkt der Analyse fungieren die festgestellten Wahlverwandtschaften zwischen den in der Forschungsliteratur anerkannten Funktionen von Hyperstrukturen und den anvisierten Zielen dieser Zeitungen: schneller Zugang zur Information für alle, schnelle und selektive Lektüre, klares und ‚pädagogisch‘ angelegtes Layout. So scheint eine der letzten Definitionen von Hyperstrukturen, und zwar die von Adam & Lugrin (2006, 129)<sup>1</sup>, für das untersuchte Korpus besonders relevant zu sein.

Methodologisch geht der Beitrag von der These einer Aufteilung der Information in mehrere Module, oder Szenen, aus und stellt die Frage danach, wie der Leser sich zwischen diesen Modulen bewegt, wobei der Vergleich mit multimedialen Hypertexten nicht umgangen werden kann. Welche Indizien ermöglichen es also dem Leser, sein eigenes ‚Leseprogramm‘ zu definieren und somit den der Hyperstruktur zu Grunde liegenden Sinn zu rekonstruieren? Dabei wird einerseits auf den Kohärenz-Begriff, einen der Schlüsselsteine der Textlinguistik (de Beaugrande & Dressler 1981) zurückgegriffen und nach deren Markierern im Text gesucht, die mehr oder weniger wie Hyperlinks funktionieren, und andererseits auf den Frame-Begriff, dank dessen der Leser die auf mehrere Module verteilten Informationen auch kognitiv verarbeiten und miteinander verbinden kann.

## **Literatur**

Adam, Jean-Michel et Gilles Lugrin, 2000. "L'hyperstructure: un mode de présentation privilégié des événements scientifiques?" dans: Cusin-Berche, Fabienne (Ed.), 2000. *Rencontres discursives entre sciences et politique dans les médias: spécificités linguistiques et constructions sémiotiques*. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle, 133-149.

Adam, Jean-Michel et Gilles Lugrin, 2006. "Effacement énonciatif et diffraction co-textuelle de la prise en charge des énoncés dans les hyperstructures journalistiques", dans: Rabatel, Alain et Andrée Chauvin-Vileno (Ed.), 2006. *Énonciation et responsabilité dans les médias*. Besançon: Presses Universitaires de Franche-Comté, 127-144.

---

<sup>1</sup> "[...] structure co-textuelle regroupant, au sein d'une aire scripturale n'excédant pas la double page, un ensemble de textes-articles accompagnés la plupart du temps par des iconotextes photographiques et/ou infographiques" (Adam & Lugrin 2006, 129)

- De Beaugrande, Robert et Wolfgang Dressler, 1981. *Introduction to Text Linguistics*. London; New York: Longman.
- Lugrin, Gilles, 2000. "Le mélange des genres dans l'hyperstructure", dans: Adam, Jean-Michel et Thierry Herman (Ed.), 2000. *Genres de la presse écrite et analyse de discours*. Besançon: Presses Universitaires de Franche-Comté, 67-99.



***All the news that's fit to understand: Über Gründe, Wirkungsweisen und Konsequenzen für emotionale (subjektive und narrative) Darstellungsformen und Themen in der Qualitäts-  
presse.***

Die klassische Konzeption insbesondere des Mantels beziehungsweise der Politik-, aber auch der Wirtschaftsberichterstattung in der Qualitätspresse sieht die strikte Trennung von Hard und Soft News vor; die Darstellung ist demnach ausschließlich der Objektivität verpflichtet. Tatsächlich aber setzen auch Qualitätszeitungen regelmäßig auf eine narrative und subjektiv-persönliche Aufbereitung ihrer Themen; bei der Themenwahl werden Soft News etwa aus dem Privatleben der Politiker nicht mehr vermieden. Der Hauptunterschied zu anderen Medien liegt vor allem in der Länge der Beiträge. Die lange Form erlaubt gerade auf Grund der Einbeziehung emotionaler Faktoren ein tieferes Verständnis von Zusammenhängen.

Der Verzicht einer strikten Befolgung der ‚klassischen Konzeption‘ ist nur selten theoretisch begründet, sondern häufig intuitiv. Offenbar haben die entsprechenden Journalisten sowohl ein Selbst-, als auch ein Leserbild, das dies erlaubt. Inzwischen gibt es Erkenntnisse insbesondere der Neurowissenschaften, die eine Begründung dafür bieten; diese werden zunächst dargestellt. Umgekehrt zwingt das Verhalten der Journalisten wie auch die neurologische Begründung die Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie Fächer im Umfeld zu einer Neubewertung traditioneller normativer Postulate; dies wird in der Folge diskutiert.

### **Literatur**

- Barnhurst, Kevin G; Mutz, Diana (1997). American Journalism and the Decline in Event-Centered Reporting. In: *Journal of Communication* 47 4: 27 – 53.
- Blumler, Jay G.; Kavanagh, Dennis (1999), "The Third Age of Political Communication: Influences and Features", *Political Communication*, 16: 209-230.
- Bragg, Rick (2000): Weaving storytelling into breaking news. *Nieman Reports*. Fall 2000.
- Damasio, A. R. (1999): *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*, Harcourt: Harvest.
- DeSilva, Bruce (2002). The inverted pyramid makes endings impossible. *Nieman Reports*. Spring 2002.
- Eibl, M. / Reiterer, H. / Stephan, P. F. / Thissen, F. (2005, Hrsg.): *Knowledge Media Design. Theorie, Methodik, Praxis*. München: Oldenbourg.
- Giessen, H. W. (2004), *Medienadäquates Publizieren. Von der inhaltlichen Konzeption zur Publikation und Präsentation*. Berlin; Heidelberg: Spektrum.
- Goleman, D (2009) Über Emotionale Intelligenz. In: Giessen, H. (Hg.), *Medienpädagogik: Emotionale Intelligenz in der Schule*. Weinheim: Beltz.
- Hatchen, William A. (2001). *The Troubles of Journalism. A Critical Look at What's Right and Wrong with the Press*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum.
- Kramer, Mark (2000): Narrative journalism comes of age. *Nieman Reports*. Fall 2000.
- Manzella, Joseph C. (2002). *The Struggle to Revitalize American Newspapers*. New York: Mellen.
- McCombs, Maxwell (2004) *Setting the Agenda*, Cambridge: Polity Press.
- McNair, Brian (1995), *An Introduction to Political Communication*, New York: Routledge.
- Meyer, Philip; Ki, Koang-Hyub (2003). *Quantifying Newspaper Quality 'I know it when I see it'*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Peter Clark, Roy (2000). The False Dichotomy and Narrative Journalism. *Nieman Reports*. Fall 2000.
- Talese, Gay (2002). Writing about ordinary lives. *Nieman Reports*. Spring 2002.

Van Zooner, Liesbet (2006), "The personal, the political and the popular", *European Journal of Cultural Studies*, 9: 287-301.

### ***Berichte über das Bergsteigen: vom heroischen Pathos zur kreativen Ästhetik?***

Ereignisse am Berg sind für die Massenmedien meist dann wert berichtet zu werden, wenn sie mit negativen Vorzeichen behaftet sind, wie Bergunfälle oder Lawinenunglücke. Andere Berichte entspringen der touristischen PR-Maschinerie, die ihre eigenen, positiv konnotierten Mythen über den Berg transportiert. Diese Situation hat Höfler (2009) vermutlich zur Aussage verleitet, Bergsteigen sei in der breiten Öffentlichkeitswahrnehmung als "Alpenrosengipfelkreuzsonnenuntergangshollaredullijöh-Kitsch" und/oder eine Art "heldische, lebensgefährliche Verrücktheit" verankert.

Der Beitrag, den der Diskurs über das Bergsteigen in den alpinistischen Fachzeitschriften bzw. anderen alpinistischen Publikationen zu dieser ambivalenten Sehweise leistet, ist, zumindest was den heldischen Anteil betrifft, unbestreitbar. Das Heroische und Heldische, die Gefahr oder der Kampfzwang gegen den Berg, die Wand, die feindliche Natur, aber auch gegen sich selbst, die vor dem angeblich Glück verheißenden Ziel stehen, ist ein Merkmal zahlloser Berichte und zieht sich quer durch die gesamte Alpinliteratur (Peskoller 2001).

Neben dieser Diskurstradition scheinen sich zuletzt andere Kommunikationsstile entwickelt zu haben, die mit der Entstehung neuer Formen des Bergsteigens, die etwas ungenau unter dem Begriff des Sportkletterns subsumiert werden, zu tun haben dürften. Diese Formen streben nach Abgrenzung vom etablierten Bergsteigen nicht nur in ihren äußerlichen Merkmalen, sondern auch im Diskurs ihrer Proponenten. Diesem ist zumindest bei der Benennung von Routen eine charakteristische kreative Ästhetik eigen, wie z.B. 'Locker vom Hocker', 'Easy warm up', 'Der Name der Hose'. Dem gegenüber wirken die Bezeichnungen klassischer Routen mittels topografischer Koordinaten, wie Eiger Nordwand oder Große Zinne Südwand (die bestenfalls durch die Namen der Erstbesteiger, z.B. Heckmair-Route) ergänzt werden, ästhetisch belanglos.

Zentrales Anliegen des Beitrages ist eine Analyse der Vertextungsmuster, die Alpinautoren benutzen, um ihre Berichte über Besteigungen, Kletterprojekte etc. einer bergsteigerisch interessierten Leserschaft näher zu bringen. Das Untersuchungskorpus sind Berichte über Unternehmungen am Berg, die Extrem- bzw. Grenzerfahrungen thematisieren, also keine Berichte über Bergwanderungen. Die Texte sind Alpin-Zeitschriften bzw. Alpin-Jahrbüchern entnommen, Aussagen zu kulturspezifischen Besonderheiten sollen durch den Vergleich englischsprachiger und deutschsprachiger Publikationen (*American Alpine Journal*, *ÖAV- und DAV-Mitteilungen*, *Bergsteiger*), Kontinuitäten und Diskontinuitäten durch Stichproben aus den vergangenen 40 Jahren ermöglicht werden.

#### **Literatur**

Höfler, Horst (2009) Junger alter Mann. Von einem Bild und seinem Fotografen. Fragwürdigkeiten im Alpinismus Teil 9, in: *Bergsteiger* Nov. 2009, 102-107.

Klarer, Mario (1990) Locker vom Hocker. Die Benennung von Sportkletterrouten, in: *Berg '90. Alpenvereinsjahrbuch* 1990, 91-98.

Peskoller, Helga (2001) *Extrem*. Wien: Böhlau.

***Mechanismen der Humorerzeugung in Zeitungswitzen: ein britisch-österreichischer Vergleich.***

Ausgehend von den drei großen Humorthorien, d.h. der Inkongruenz-, Aggressions- bzw. Überlegenheits-, und der Abfuhrtheorie, ist es das Ziel dieses Papers, die Anwendung dieser Theorien in der Praxis, konkret bezogen auf Zeitungswitze zu überprüfen und zu exemplifizieren.

Bislang wurde der Textsorte Witz in der linguistischen Forschung mäßige Aufmerksamkeit zu teil. In der Presse steht er ebenso im Abseits wie die übrigen Textsorten jenseits der ‚News‘.

Dieser Vortrag rückt den Witz ins Zentrum und versucht Antworten auf folgende Forschungsfragen zu liefern:

- 1) Mit welchen sprachlichen Mitteln wird Humor in Zeitungswitzen typischerweise erzeugt?
- 2) Gibt es Unterschiede im Hinblick auf die angewandten Humorthorien und praktischen Humorerzeugungsstrategien zwischen deutschen und englischen Witzen?
- 3) Welche thematischen Schwerpunkte werden gesetzt?
- 4) Welche Bedeutung/Funktion(en) hat der Witz im Zeitungscotext?

Zur Beantwortung dieser Fragen soll ein selektives, synchrones Korpus bestehend aus in ausgewählten österreichischen und britischen Zeitungen publizierten Witzen dienen.

**Literatur**

Alexander, Richard (1997) *Aspects of verbal humour in English*. Tübingen: Narr.

Attardo, Salvatore (1994) *Linguistic theories of humor*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Chiaro, Delia (1992) *The language of jokes: analysing verbal play*. London: Routledge.

Marfurt, Bernhard (1977) *Textsorte Witz: Möglichkeiten einer sprachwissenschaftlichen Textsorten-Bestimmung*. Tübingen: Niemeyer.

Ritchie, Graeme (2004) *The linguistic analysis of jokes*. London: Routledge.

Röhrich, Lutz (1977) *Der Witz: Figuren, Formen, Funktionen*. Stuttgart: Metzler.

### ***Die Pressezeichnung zwischen Spiel und Argumentation.***

Der zunehmende Einsatz des Bildes als Informationsmedium (Stöckl 1997, 2004) hat nicht nur zur Entwicklung neuer Textsorten (Androutsopoulos 2000) und Textdesign (Sachs-Hombach 2005) geführt, sondern auch die Stellung und Modalitäten tradierter, visuell strukturierter Kommunikate wie die Pressezeichnung geändert.

Als Ausdruck *objektiver Subjektivität* ermöglicht die Pressezeichnung durch innovative Interaktion von Bild und Text ihrem Autor, Position zu beziehen ohne selbst als Informationsquelle aufzutreten, so Kerbrat-Orecchioni (1980, 82). Zu den Mitteln dieser indirekten Kommunikationsform des *Infotainments* (Klein 1997) gehört daher der Rückgriff auf fremden Diskurs, d.h. Zitierung bzw. Anspielung (Hammer 2002) und ihre kreativ-argumentative Einbettung in neue, unerwartete Kontexte.

In einer empirischen Beispiel-Analyse der Karikaturen von Plantu in der Tageszeitung *Le Monde* (2006-2009) wird versucht, das Zusammenwirken inter- und intrasemiotischer *Zitiervverfahren* zur unterhaltsamen Argumentationsverdichtung und spielerischen Persuasion zu beschreiben. Es wird eingegangen auf die Rolle

- der Phraseologie (Lüger 1992, Wirrer 1999, Hammer 2002),
- der Kognition und der Doxa des umlaufenden Diskurses (Paveau 2007) und
- der Interaktionen visueller Medien (Popelard 2007).

Die argumentative Unterhaltsamkeit der Pressezeichnung hängt, wie es sich zeigen läßt, von der empathischen Dekodierung auf der Basis sozio-kultureller Gemeinsamkeiten eines komplexen Gefüges visueller und sprachlicher, spielerisch und indirekt vermittelter Informationen ab. Die mehrfache Adressierung und Kontextabhängigkeit des Bild-Text-Kommunikats birgt durch diese Komplexität in sich die Gefahr des Miß- oder Unverständnisses bzw. andererseits der Verflachung der Kritik zu Gunsten der Unterhaltung (Päge 2007).

#### **Literatur**

- Androutsopoulos, J., K. (2000). Zur Beschreibung verbal konstituierter und visuell strukturierter Textsorten: das Beispiel Flyer. In Fix, U./Wellmann H. (Hrsg.) *Bild im Text — Text und Bild*, 343-369. Heidelberg : Winter.
- Hammer, F. (2002). Mit fremden Federn argumentieren. In Bastian, S. /Hammer, F. (Hrsg.) *Aber wie sagt man doch so schön, Beiträge zur Metakommunikation und Reformulierung in argumentativen Texten*, 117-128. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Hoffmann, M. (2001). Der gezeichnete Witz und der ästhetische Code — Über Text-Bild und andere Beziehungen in der Scherzkommunikation. In Jakobs, E.-M. / Rothkegel, A. (Hrsg.): *Perspektiven auf Stil*, 127-151. Tübingen: Niemeyer.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1980). *L'énonciation : De la subjectivité dans le langage*. Paris : Armand Colin.
- Klein, J. (1997). Kategorien der Unterhaltsamkeit, Grundlagen einer Theorie der Unterhaltung mit kritischem Rückgriff auf Grice. In Eckard, R. (Hrsg.) *Pragmatik, Implikaturen und Sprechakte*, 176-189. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Päge, H. (2007). *Karikaturen in der Zeitung Engagierter Bildjournalismus oder opportunistisches Schmuckelement?*. Aachen : Shaker Media.
- Paveau, M.-A. (2007). *Les prédiscours — sens, mémoire, cognition*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle.
- Popelard, M.-D./Wall, A. (Hrsg.) (2005). *Citer l'autre*. Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- Sachs-Hombach, K. (Hrsg.) (2005). *Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung*. Köln : Herbert von Halem.

Stöckl, H. (2004). *Die Sprache im Bild — Das Bild in der Sprache*. Berlin, New York : de Gruyter.

***Presstextsorten der Sportberichterstattung - Entwicklungen zwischen Hybridisierung und Ausdifferenzierung.***

Basierend auf einem umfangreichen Datenkorpus, das Presstexte aus den 50er Jahren bis in die Gegenwart enthält, befasst sich der Beitrag mit verschiedenen Aspekten der Entwicklung von Presstextsorten im Bereich der Sportberichterstattung. Zur Geschichte der Sportberichterstattung in der Presse gibt es zwar zahlreiche (insbesondere aus der Publizistikwissenschaft stammende) Studien (u.a. Wipper 2003, Beck 2006, Sattlecker / Dimitriou 2009), die sich jedoch mehrheitlich der Methode der Inhaltsanalyse bedienen und dabei typischerweise die Ebene der Textsorten weitgehend ausblenden. Allerdings gilt es auch für die medien- und text(sorten)linguistische Literatur, dass breit angelegte Untersuchungen bislang fehlen, die sich mit der Textsortenevolution in der Sportberichterstattung der Presse beschäftigen.

Der Beitrag geht von der Textsorte „Bericht“ aus und zeigt zunächst verschiedene Entwicklungslinien und Veränderungsprozesse, die sich in der Sportberichterstattung der Tagespresse seit den 50er Jahren bemerkbar machen (bspw. die Entwicklung von monothematischen hin zu plurithematischen Berichten oder der Wandel von der Ereignisdarstellung hin zu vermehrter Hintergrundberichterstattung). Dabei zeichnet sich ab, dass gewisse Entwicklungen den allgemeinen Trends der jüngeren Pressegeschichte folgen, während andere Veränderungen in besonderer Weise charakteristisch für die Sportberichterstattung sind. Beim Versuch die Textsortenentwicklung im Hinblick auf interne und externe Differenzierungsprozesse zu unterscheiden, zeigt sich allerdings, dass eine isolierte Betrachtung einer einzelnen Textsorte verschiedene Fragen aufwirft, die den Wandel und das Zusammenspiel verschiedener Textsorten des ganzen Zeitungsressorts (Sport) betreffen. Es gilt also auch Veränderungen in der Struktur des gesamten Textsortenfeldes im Auge zu behalten.

Wenn es um die gegenwärtigen Trends in den Massenmedien geht, werden zumeist der schnelle Wandel, die zunehmende Vielfalt sowie die vielfältigen Mischformen und die fließenden Übergänge zwischen verschiedenen Textsorten betont. Diese Einschätzung soll mit der Frage konfrontiert werden, ob es zutrifft, „dass speziell die Tagespresse sich als weitgehend resistent gegenüber dem Textsortenwandel erweist“ (Lüger / Lenk 2008, 21). Welche Veränderungen in der Sportberichterstattung beobachtbar sind und inwiefern dieser Wandel als ein Prozess der Ausdifferenzierung zu werten ist bzw. in welchen Bereichen der Textsortenausgestaltung Formen der Hybridisierung anzusetzen sind, soll abschließend thematisiert werden.

**Literatur**

- Bachmann-Stein, Andrea (2008): Infotainment und Häppchenjournalismus. Sprach- und medienhistorische Überlegungen zum Wandel von Presstexten. In: Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, 79 – 94.
- Beck, Daniel (2006): Der Sportteil im Wandel. Die Entwicklung der Sportberichterstattung in Schweizer Zeitungen seit 1945. Bern, Stuttgart, Wien.
- Lüger, Heinz-Helmut / Lenk, Hartmut E. H. (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen. In: dies. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, 11- 28.
- Sattlecker, Gerold / Dimitriou, Minas (2009): Neue Vielfalt bei Sportevents. Der Wandel der Themenstruktur in der Sportberichterstattung anhand der Fussball-Europameisterschaft 2004 in Portu-

gal. In: Beck, Daniel / Kolb, Steffen (Hrsg.): Sport & Medien. Aktuelle Befunde mit Blick auf die Schweiz. Zürich, Chur, 35-49.

Wipper, Herdin (2003): Sportpresse unter Druck. Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Printmedien. Eine komparative Studie am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaften 1990 und 1998. Diss. Berlin. URL: [http://www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS\\_thesis\\_000000001057](http://www.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_000000001057) (18.6.2009)



***Kreativität im Journalismus der DDR – Kolumnen, Porträts und Interviews der Zeitschrift „Film Spiegel“ als Beispiel.***

Auch in der DDR gab es einen Journalismus jenseits der ‚News‘, und es gab – dies muss eigens erwähnt werden, da es häufig ausgeblendet wird – einen Journalismus jenseits von Agitation und Propaganda – einen Journalismus der Freiräume. Ressorts wie Kultur oder Sport und selbst der satirische Journalismus unterlagen zwar auch der Zensur, waren aber weniger von ideologischer Reglementierung betroffen. Günstige Rahmenbedingungen für die Entfaltung von journalistischer Kreativität boten die Publikumszeitschriften – mehr als 50 Titel für rund 16 Millionen Leserinnen und Leser (vgl. Schrag 2006). Das Ressort Kultur wurde u. a. von der Zeitschrift „Film Spiegel“ (1954 – 1991) bedient. Die Ausrichtung auf ein breites, am Medium Film interessiertes Publikum wird an zahlreichen Formen des kreativen Umgangs mit den Mustern journalistischer Textsorten erkennbar. Das Spektrum reicht nach vorläufiger Recherche von Maskottchen-Kolumnen über Leser-Interviews bis zu Namensspiel-Porträts.

Der Auswertung der genannten Zeitschrift geht eine Bestimmung des Begriffs Kreativität in seiner Eingrenzung auf die Prozesse der Textkommunikation voraus. Textkommunikative Kreativität wird bestimmt als eine kommunikative Leistung, die auf Textkompetenz (bzw. Text- und Medienkompetenz) beruht und in der Realisierung neuartiger (origineller / phantasievoller / ideenreicher) Lösungswege bei der Bearbeitung kommunikativer Aufgaben bzw. Probleme besteht. Es handelt sich folglich um einen performativen Begriff, der insbesondere in der medienlinguistischen/-semiotischen Perspektive auf den funktionalen Begriff ‚Unterhaltung‘ (wie bei Hoffmann 2008) beziehbar ist. Um der Vielfalt an Erscheinungsformen textkommunikativer Kreativität Rechnung zu tragen, sind Differenzierungen des Begriffs in mehrfacher Hinsicht erforderlich:

Erforderlich ist erstens eine Differenzierung zwischen sachtext- und phantasiertextbezogener Kreativität, um grundlegend verschiedene Kommunikationszusammenhänge berücksichtigen zu können. Kreativität ist sachtextbezogen häufig eine kommunikative Zusatzleistung, für Phantasiertexte hingegen ist sie texttypkonstituierend. Die Frage, wie mit Textmustern und Textmustervarianz (Hoffmann 2005) umgegangen wird, welche Textmustervarianten erschaffen werden, stellt sich insbesondere bei Sachtexten, die Frage, welche fiktionalen Textwelten entworfen werden, vor allem bei Phantasiertexten (Adamzik 2004).

Erforderlich ist zweitens eine Differenzierung zwischen textproduzentenseitiger und textrezipientenseitiger Kreativität, da Kreativität auch vordergründig als Rezipientenleistung in Erscheinung treten kann. Speziell geht es dabei um das Finden von Lesarten bei bedeutungsoffenen oder rätselhaften Texten, d. h. Texten, die der Interpretation bedürfen (vgl. etwa Fix 2007).

Erforderlich ist drittens eine Differenzierung zwischen textthematischer und textgestalterischer Kreativität, mithin die Berücksichtigung verschiedener Kommunikationsebenen. Textthematische Kreativität erfasst kommunikative Leistungen im Hinblick auf Themenfindung und -bearbeitung. Textgestalterische Kreativität kann sich auf das Zusammenwirken verschiedener semiotischer Kommunikationsmedien (Schneider 2006) erstrecken und ein Textdesign hervorbringen.

Auf dem Hintergrund der vorgenommenen Differenzierungen wendet sich der Vortrag sachtextbezogener, textproduzentenseitiger und textgestalterischer Kreativität zu.

## Literatur

- Adamzik, Kirsten (2004): Textlinguistik. Eine einführende Darstellung. Tübingen: Niemeyer.
- Fix, Ulla (2007): Zugänge zu Textwelten. Linguistisch-literaturwissenschaftliche Möglichkeiten, in die Geschlossenheit eines Erzähltextes einzudringen. In: Fritz Hermanns / Werner Holly (Hgg.): Linguistische Hermeneutik. Theorie und Praxis des Verstehens und Interpretierens. Tübingen: Niemeyer, S. 323-356.
- Hoffmann, Michael (2005): Spielarten des journalistischen Porträtierens. Ein intramedialer Vergleich. In: Hartmut E. H. Lenk / Andrew Chesterman (Hgg.): Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim u. a.: Olms, S. 203-222.
- Hoffmann, Michael (2008): Wenn die Zeichen auf Froh-Sinn stehen ... Infotainment-Analysen am Beispiel des James-Bond-Diskurses. In: Heinz-Helmut Lüger / Hartmut E. H. Lenk (Hgg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau: Empirische Pädagogik, S. 55-77.
- Schneider, Jan Georg (2006): Gibt es nichtmediale Kommunikation? In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 44, S. 71-90.
- Schrag, Wolfram (2006): Medienlandschaft Deutschland. München: Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit.

### ***Der Fußballbericht: eine hybride Textsorte***

Die vorliegende Studie hat zum Ziel, Entwicklungen in der Fußballberichterstattung, die mit der Vormachtstellung des Fernsehens zusammenhängen, aufzuzeigen. Dabei soll die Berichterstattung von je zwei österreichischen und zwei britischen Tageszeitungen unterschiedlicher Qualität und verschiedener Perioden verglichen werden.

Fernsehen und Rundfunk haben gegenüber den Printmedien den Vorteil, dass sie dem Konsumenten ein unmittelbares Miterleben ermöglichen. Die Berichterstattung in der Presse hat hingegen den Nachteil, dass sie meist erst am nächsten Tag erscheint und so nur ein Nacherleben gestattet (Wipper 2003: 7).

Mit der starken Verbreitung des Fußballs im Fernsehen zu Beginn der neunziger Jahre übernahmen die Zeitungen mehr und mehr eine Art Komplementärfunktion, indem sie sich von einer primär ergebnisorientierten Berichterstattung hin zu einer vielschichtigen Präsentation der Ereignisse entwickelten. Der Journalist ist darum bemüht, das Geschehen auf dem Rasen dramaturgisch zu inszenieren (Hauser 2009: 245), d.h. als spannende und unterhaltsame Erzählung zu präsentieren.

Um die Neuorientierung der Printmedien zu analysieren, soll den folgenden Hypothesen nachgegangen werden:

- 1) Die Textsorte Sportbericht hat sich von einem homogenen Texttyp 'Deskription' (mit der Funktion Ereignisdarstellung) zu einer hybriden Textsorte entwickelt, in der sich fließende Übergänge zwischen verschiedenen Vertextungsstrategien (nach Werlich 1983 als Texttypen bezeichnet) feststellen lassen.
- 2) Neben der Deskription erfüllt die 'Narration' eine wesentliche Funktion, in dem sie die Ereignisse dramaturgisch (emotional) herausarbeitet.
- 3) Immer stärker ist in der Berichterstattung die 'Explikation' vertreten, in der komplexe kausale Relationen zwischen verschiedenen Teilereignissen des Spiels hergestellt werden. Es werden Gründe für Sieg und Niederlage angeführt und das taktische Verhalten einzelner Spieler analysiert. Durch die Explikation wird die Grundlage für das Verständnis der Gesamtsituation des Spiels geschaffen.
- 4) Aufbauend auf der Explikation werden Schlussfolgerungen gezogen, die schließlich zur 'Evaluation' des Spiels bzw. einzelner Spieler führen.

Dabei soll an Hand authentischer Textexemplare analysiert werden, welche Vertextungsstrategien obligatorisch bzw. optional und ob diese ineinander verflochten bzw. sequentiell angeordnet sind.

Weiters soll untersucht werden, wie sehr sich der Umfang der Fußballberichterstattung im Laufe der Jahre ausgeweitet hat, angesichts des steigenden Interesses immer breiterer Gesellschaftsschichten am Fußball.

Welche Unterschiede zeigen sich in Bezug auf Darstellungsart (sprachliche Mittel) der Berichterstattung zwischen Boulevardpresse und Qualitätszeitungen? Lässt sich die These von der allgemeinen Boulevardisierung der Sportpresse (z.B. Sensationsmache, Starkult) stützen? Durch die Gegenüberstellung österreichischer Tageszeitungen mit englischen sollen auch kulturspezifische Unterschiede herausgearbeitet werden.

Zuletzt ist der Frage nachzugehen: wie sehr haben die durch die elektronischen Medien neu entstandenen Rahmenbedingungen die Fußballberichterstattung verändert?  
Insgesamt zielt die Studie darauf ab, Trends aufzuzeigen, welche die aktuelle Fußballberichterstattung charakterisieren.

### **Literatur**

- Beck, Daniel (2006): Der Sportteil im Wandel. Die Entwicklung der Sportberichterstattung in Schweizer Zeitungen seit 1945. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt.
- Hauser, Stefan (2009): Aspekte des Performativen in der Live-Berichterstattung von Sportereignissen. In: Theatralität des sprachlichen Handelns, hg. von Mareike Buss, München: Fink, S.243-259.
- Lavric, Eva, Pisek, Gerhard, Skinner, Andrew, Stadler, Wolfgang (eds.) (2008): The Linguistics of Football. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Perrin, Daniel (2004): Journalistisches Schreiben. Coaching aus medienlinguistischer Perspektive. In: Angewandte Linguistik. Ein Lehrbuch, hg. von Gerd Antos et al., Basel/Tübingen: A. Francke Verlag, S. 255-275.
- Werlich, Egon (1983): A Text Grammar of English. Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Wipper, Herdin (2003): Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Printmedien. Vergleich Fußball WM 1990 und 1998. Diss. URL <[http://www.diss.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS\\_thesis\\_00000001057](http://www.diss.diss.fu-berlin.de/diss/receive/FUDISS_thesis_00000001057)> (18.6.2009).

### ***Der Reiseerlebnisbericht – Analyse eines Genres***

Mit zunehmender Bedeutung der Tourismuswirtschaft rückten einschlägige Textsorten, wie Reiseführer, schon vor längerer Zeit ins Blickfeld des medienanalytischen und textlinguistischen Interesses. Eine in diesem Zusammenhang jedoch nur wenig untersuchte Textsorte stellen Reiseberichte in Zeitungen dar. In diesem Beitrag werden mehrere Reiseberichte aus der englischen Tageszeitung *Observer* analysiert. Es sollen dabei genre-typische Eigenheiten dieser Gattung aufgezeigt und eine Abgrenzung zur traditionellen Gattung des Reiseführers bzw. zu dessen Internet Version, der tourist information web-site, vorgenommen werden. Besonderes Interesse gilt dabei der Frage, wie sich die Autoren ihren Lesern gegenüber positionieren. Dabei soll untersucht werden, in wie weit sich Autoren als objektive Berichterstat-ter präsentieren und den Eindruck der subjektiven Wiedergabe ihrer Wahrnehmungen vermeiden. Dies soll besonders durch eine Analyse der interpersonellen Ressourcen nach Halliday (1994) und Martin & White (2005) erreicht werden. Dabei werden vor allem folgende Parameter untersucht:

- Modality: Qualität und Quantität der Modalausdrücke
- Evaluation / Appraisal analysis: Judgement, Appreciation, Affect
- Force: Superlative und Pseudosuperlative

Neben der qualitativen Analyse einzelner Reiseberichte wird ein quantitativer Abgleich der gefundenen Phänomene mit Texten eines Korpus aus englisch-sprachigen Tourismus-Websites vorgenommen.

#### **Literatur**

Halliday, M.A.K. (1994) *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.

Martin, J.R. & White, P.R.R. (2005) *The Language of Evaluation, Appraisal in English*. London & New York: Palgrave Macmillan.

***„Senses of Humor“: Karikaturen in deutschen, englischen und finnischen Zeitungen.***

„Die politische Karikatur ist eine graphische oder graphisch-textliche Verfremdung von Aktualität, wobei die Verfremdungsanalyse durch den Betrachter zu einer Denk- bzw. Kombinationsleistung drängt, die dank der Verwendung komischer Verfremdungsmittel oft mit Lachen betont wird“ (Schneider 1988: 4). Sie ist „ein visueller Kommentar und damit eine meinungsbetonte journalistische Darstellungsform. [...] Formal ist die politische Karikatur ein verfremdendes und verdichtendes bildkünstlerisches Verfahren, das sich durch primär handgraphische Technik, eine graphisch-satirische Verkehrssprache und die Anwendung von Witztechniken auszeichnet. [...] Auf Seiten des Publikums fördert sie die (politische) Meinungs- und Willensbildung und dient zudem der Unterhaltung und Rekreation“ (Knieper 2002: 98). Obwohl Karikaturen in vielen Zeitungen nahezu täglich erscheinen, ist das Interesse der Medien- und der Sprachwissenschaft(en) an dieser Textsorte bislang vergleichsweise gering. Dies gilt insonderheit für vergleichende, kulturkontrastive Untersuchungen (als bescheidenen Versuch vgl. Häussler 1999). Ein Grund dafür liegt in der nötigen interdisziplinären Vorgehensweise. Die Berücksichtigung bildlicher Darstellungen in der linguistischen Textanalyse hat, nach der Pionierarbeit von Muckenhaupt (1986), allerdings erst in jüngerer Zeit durch Stöckl (2003) weitere Impulse erfahren.

In dem Vortrag sollen Ergebnisse einer empirischen Analyse der Textsorte politische Karikatur vorgestellt werden, die folgende Fragen klären will:

- **Frequenz:** Wie häufig sind Karikaturen in den untersuchten Zeitungen aus verschiedenen Ländern?
- **Ressorts:** Welchen (Klassen von) Themen sind sie gewidmet?
- **Bildsorte:** Welche Eigenschaften sind für die Karikaturen in den untersuchten Zeitungen typisch? (Für Grundsätzliches vgl. Stöckl 2004: 136-149.)
- **Sprachvorkommen:** Auf welchen Kommunikationsebenen (nach Fiedler 2003: 48-64) wird Sprache in den Karikaturen eingesetzt?
- **Sprache-Bild-Relation:** Welche „Gebrauchsmuster“ (nach Stöckl 2004: 252-300) dominieren beim Verhältnis von Sprache und Bild?
- **Komik:** Welche Formen des Humors kommen in den Karikaturen vor?

Die psychologische Kategorie ‚sense of humor‘ bezieht sich auf individuelle Persönlichkeitseigenschaften (vgl. Cann/Calhoun 2001, Yip/Martin 2006). Hier soll sie auf Kommunikationsgemeinschaften übertragen werden: Lassen sich in den Zeitungskarikaturen aus verschiedenen Ländern Unterschiede hinsichtlich bevorzugter komischer Ausdrucksmittel ausmachen?

Als Korpus dienen die Karikaturen einer Woche aus mehreren deutschen, englischen und finnischen Tageszeitungen.

### **Literatur**

Cann, Arnie / Calhoun, Lawrence G. (2001): Perceived personality associations with differences in sense of humor: Stereotypes of hypothetical others with high or low senses of humor. In: Humor 14-2, 117-130.

Fiedler, Sabine (2003): Sprachspiele im Comic. Das Profil der deutschen Comic-Zeitschrift Mosaik. Leipzig: Universitätsverlag.

- Häussler, Ulrike: Linguistische Aspekte der Pressekarikatur. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 1999, 36, 42-63.
- Knieper, Thomas (2002): Die politische Karikatur. Eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten. Köln: Halem.
- Muckenhaupt, Manfred (1986): Text und Bild. Grundfragen der Beschreibung von Text-Bild-Kommunikationen aus sprachwissenschaftlicher Sicht. Tübingen: Narr.
- Schneider, Franz (1988): Die politische Karikatur. München: Beck.
- Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte – Theorien – Analysemethoden. Berlin / New York: de Gruyter.
- Yip, Jeremy A. / Martin, Rod A. (2006): Sense of humor, emotional intelligence, and social competence. In: Journal of Research in Personality 40, 1202-1208.

***Gratwandern zwischen Information und Provokation: Journalistisches Porträtieren.***

In dem Maße, wie Tendenzen des Infotainments die mediale Berichterstattung bestimmen, gewinnt auch die Personalisierung politischer Sachverhalte, verbunden mit zahlreichen rhetorisch-stilistischen Mitteln und Verfahren, zunehmend an Bedeutung. In diesem Rahmen spielen ebenso Porträtbeiträge eine wichtige Rolle. Sie sind in aller Regel informations- und/oder meinungsbetont, insofern kann man sie – je nach konkreter Ausgestaltung – zwei unterschiedlichen Textklassen zurechnen.

Journalistische Porträts liefern nicht nur objektive Lebensdaten zu einer für bekannt oder wichtig gehaltenen Person, sie enthalten ebenso Angaben über Werthaltungen, Urteile, Ziele oder Selbst- und Fremdbilder. Bezeichnend ist dabei eine deskriptive oder narrative Art der Themenentfaltung (Hoffmann 2005). Gleichzeitig stehen Porträts vielfach im Dienst der Unterhaltungsfunktion, was sich nicht zuletzt in kommentierenden, komisierenden, distanzierenden oder intimisierenden sprachlichen Ausdrücken und Handlungen manifestieren kann (vgl. u.a. Hoffmann 2003, Schäfer 2005, Sandig 2006).

Im Vortrag soll es in erster Linie darum gehen, die unterschiedlichen Ebenen der Textkonstitution darauf zu untersuchen, auf welche Weise Aufmerksamkeits- und Hervorhebungseffekte erzielt, wie Erwartungsbrüche, Anspielungen oder zusätzliche Ästhetisierungen realisiert werden.

Spezielles Augenmerk gilt in dem Zusammenhang bildhaften und phraseologischen Ausdrücken. Ihnen kommt – im Zusammenspiel mit anderen sprachstilistischen Maßnahmen – offenbar eine wichtige unterstützende Funktion zu. Ähnlich wie in journalistischen Kommentaren und Glossen trägt der Einsatz von Metaphern und Phraseologismen dazu bei, „nebenbei“ geäußerte Wertungen, zusätzliche Einstellungskundgaben, zu transportieren, Engagement und emotionale Beteiligung anzudeuten, Sachverhalte in prägnanter Weise auf den Punkt zu bringen, pointiert formulierte Kritik wiederzugeben oder besondere Vernetzungen im Text herzustellen (vgl. Lüger 2006).

Ein weiterer Aspekt soll der interlinguale, sprachkontrastive Vergleich sein, und zwar anhand deutscher und französischer Beispiele. Als Textgrundlage dienen dabei Porträtbeiträge aus der Tagespresse und aus verschiedenen Nachrichtenmagazinen.

**Literatur**

Hoffmann, M. (2003): Über den satirischen Journalismus und seine Version der Medientextsorte „Porträt“. In: Deutsche Sprache 31, 318-333.

Hoffmann, M. (2005): Spielarten des journalistischen Porträtierens. Ein intramedialer Vergleich. In: Lenk, H.E.H. / Chesterman, A. (Hrsg.): Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim u.a., 203-222.

Lüger, H.H. (2006): Phraseologismen und ihre Vernetzung im Text. In: Breuer, U. / Hyvärinen, I. (Hrsg.): Wörter – Verbindungen. Festschrift für Jarmo Korhonen. Frankfurt/M., 213-227.

Sandig, B. (2006): Textstilistik des Deutschen. Berlin, New York.

Schäfer, P. (2005): Porträts in der Regionalpresse. Ein deutsch-französischer Vergleich. In: Lenk, H.E.H. / Chesterman, A. (Hrsg.): Presstextsorten im Vergleich – Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim u.a., 223-242.



***Die Inszenierung von Nähe in Zeitungs-Reportagen und Fernseh-Korrespondentenberichten: Ein intermediärer und interkultureller Vergleich.***

Nachrichtenmedien müssen Authentizität inszenieren, um glaubwürdig wirken zu können. Vergleicht man Korrespondentenberichte bzw. „packages“ von Fernsehnachrichtensendungen wie der Schweizer „Tagesschau“ und den amerikanischen „CBS Evening News“, so zeigt sich, dass die Inszenierung von „Nähe“ eine zentrale Rolle bei der Inszenierung von Authentizität spielt (Luginbühl 2009). Nähe bedeutet in diesem Zusammenhang (inszenierte) lokale und temporale Nähe zum berichteten Ereignis, aber auch emotionale Nähe zum Publikum. Die stilistische Ausgestaltung dieser Nähe-Inszenierung ist nun aber in den verglichenen Sendungen unterschiedlich, und zwar in einer diachronen Perspektive innerhalb der einzelnen Sendungen als auch im Vergleich der beiden Sendungen. So kann etwa lokale, temporale und emotionale Nähe inszeniert werden, um den Charakter des Ganz-nah-Dabeiseins zu vermitteln oder es kann eine pointiert distanzierte Darstellung realisiert werden.

Mit diesen Phänomenen verbunden sind zentrale Fragekomplexe der Kontrastiven Textologie einerseits und der Debatte um die Globalisierung von Medientexten andererseits: Unterscheidet sich die Ausgestaltung der Texte und damit deren kulturelle Gebundenheit auf nationale Räume oder andere (translokale oder lokale) kulturelle Räume? Sind Medientexte zunehmend gleichförmig gestaltet - oder ist (gerade im Gegenteil) ein Prozess der „Lokalisierung“ von Textmustern zu beobachten (Winter 2003, Rathje 2006)?

Ausgehend vom erwähnten Vergleich von Korrespondentenbeiträgen werde ich der Frage nachgehen, wie in Reportagen bzw. "feature articles" von verschiedenen Zeitungen aus der Schweiz und den USA Nähe inszeniert wird. Datengrundlage werden Zeitungstexte aus der "New York Times", der "Los Angeles Times", aus "The San Diego Union-Tribune", der "Neuen Zürcher Zeitung" und dem "Tages-Anzeiger" sein. Verschiedene Faktoren sind dabei in Betracht zu ziehen, so etwa die unterschiedliche Medialität der verglichenen Texte, aber auch die unterschiedlichen Einbindungen der entsprechenden Texte in Medieninstitutionen, Mediensysteme und Medienmärkte. Ein besonderes Augenmerk wird der Frage gelten, wie die „Kulturalität“ (Fix 2002) der untersuchten Texte zu konzeptualisieren ist. Ich werde argumentieren, dass sich das Konzept der „journalistischen Kulturen“ (Hahn/Schröder 2008) eignet, um die beobachteten Phänomene fassen zu können. Dieses Konzept erlaubt es, Differenzen innerhalb von Texten aus derselben Nation/Einzelsprache ebenso zu fassen wie auch Parallelen, die nationaler, transnationaler oder translokaler Natur sind. Zudem steht dahinter eine Konzeption von Kultur, die nicht mehr von einem essentialistischen Kulturbegriff ausgeht, sondern von einem, welcher die semiotische Praxis von Zeichenbenutzern ins Zentrum stellt (Günthner/Linke 2006).

Methodische Fragestellungen werden insbesondere im Hinblick auf die gängige Paralleltextanalyse diskutiert (Lüger 2005).

### **Literatur**

Fix, Ulla (2002): Sind Textsorten kulturspezifisch geprägt? Plädoyer für einen erweiterten Textsortenbegriff. – In: Wiesinger, Peter (Hrsg.): Akten des X. Internationalen Germanistenkongresses Wien 2000 "Zeitenwende - die Germanistik auf dem Weg vom 20. ins 21. Jahrhundert". Band 2. Frankfurt am Main, Berlin, Bern: Lang (= Jahrbuch für internationale Germanistik. Reihe A, Kongressberichte 2), S. 173-178.

Günthner, Susanne / Linke, Angelika (2006): Einleitung: Linguistik und Kulturanalyse. Ansichten eines symbiotischen Verhältnisses. – In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 2, S. 1-27.

- Hahn, Oliver / Schröder, Roland (Hrsg.) (2008): Journalistische Kulturen. Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine. – Köln: Herbert von Halem.
- Lüger, Heinz-Helmut (2005): Kontrastive Text(sorten)analyse. Voraussetzungen, Probleme, Perspektiven. In: Jahrbuch der ungarischen Germanistik 2004. S.169-184.
- Luginbühl, Martin (2009): Closeness and distance: The changing relationship to the audience in the American TV news show “CBS Evening News” and the Swiss “Tagesschau”. In: Contrastive Pragmatics, 9,1, S. 124–143.
- Machin, David / van Leeuwen, Theo (2007): Global media discourse. A critical introduction. Abingdon: Routledge.
- Rathje, Stefanie (2006): What's real? - Die Chimäre internationaler Werbepstandardisierung am Beispiel der Coca-Cola Real-Kampagne. – In: Boenigk, Michael (Hrsg.): Innovative Wirtschaftskommunikation: interdisziplinäre Problemlösungen für die Wirtschaft. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag (=), S. 161-182.
- Winter, Rainer (2003): Globale Medien, kultureller Wandel und die Transformation des Lokalen: Der Beitrag der Cultural Studies zu einer Soziologie hybrider Formationen. – In: Beck, Ulrich / Sznaider, Natan / Winter, Rainer (Hrsg.): Globales Amerika? Die kulturellen Folgen der Globalisierung. Bielefeld: Transcript (=), S. 263-283.

### ***Vom Insider-Blatt zum Style-Magazin: Die Entwicklung der Fachzeitschriften für Trendsportarten***

Trendsportarten beginnen nicht als solche, sondern entwickeln sich üblicherweise aus Ideen und Basteleien einzelner Individuen, die von ihrer sportlichen Umgebung zunächst belächelt werden. Aus diesem Lächeln wird später häufig ein Konkurrenzkampf, der damit endet, dass arrivierte Sportarten Ideen der neuen Trendsportarten übernehmen, um nicht selbst unterzugehen. Wird eine Trendsportart allzu arriviert, dann entwickeln sich neue Tochttersportarten oder zumindest neue (Retro-)Spielarten, die es ermöglichen, die Entwicklungsspirale wieder neu als Avantgardist zu beginnen.

Entsprechendes lässt sich zu den Fachzeitschriften für Trendsportarten feststellen: Üblicherweise nehmen sie ihren Anfang als billig produzierte, unregelmäßig erscheinende Ratgeber. Mit zunehmender Verbreitung der Sportart werden mehr Zeitschriften herausgegeben, und zwar mit deutlich höherem redaktionellem und drucktechnischen Aufwand. Der Style-, Reise- und Modeaspekt wird immer wichtiger (auch ablesbar an der Art der Werbeanzeigen), bis das Produkt sich kaum noch von üblichen Hochglanzmagazinen für gelangweilte Besserverdiener unterscheidet. An diesem Punkt setzt häufig eine Retro-Bewegung ein: Man bemüht sich, auch in Druck und Layout, zu den heroischen Anfängen zurückzukehren, oder aber man gründet eine neue Zeitschrift für Tochttersportarten, in denen noch eine Aufbruchsstimmung herrscht.

Im Vortrag sollen diese Entwicklungen am Beispiel von Windsurf- und Snowboard-Magazinen aus deutsch- und romanischsprachigen Ländern aufgezeigt werden.

#### **Literatur**

- Allmer, H. (Hrsg.) (1990): *Sportberichterstattung: die neue Qualität des Mediensports*. Sankt Augustin: Richarz (Brennpunkte der Sportwissenschaft; 1990,1).
- Bizer, Peter (1988): *Neue Medienstrukturen - neue Sportberichterstattung?* Baden-Baden.
- Born, Joachim; Lieber, Maria (2006): „Geschichte der Sprache des Sports in der Romania/Histoire du langage du sport dans la Romania“. In: Ernst, Gerhard (Hrsg.) (2006): *Romanische Sprachgeschichte*. Berlin: de Gruyter.
- Born, Joachim; Lieber, Maria (Hrsg.) (2008): *Sportsprache in der Romania*. Wien: Praesens Verlag.
- Brinkmann, Thomas (2000): Sport und Medien - Die Auflösung einer ursprünglichen Interessengemeinschaft. Online-Zeitschrift *Media Perspektiven* 11/2002.
- Bucher, Hans-Jürgen (1996): Textdesign - Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium. In: Hess-Lüttich, Ernest W.B.; Holly, Werner (Hrsg.), *Textstrukturen im Medienwandel*, Frankfurt a.M. (o.V.), S.31-59.
- Bucher, Hans-Jürgen (1998): Vom Textdesign zum Hypertext. Gedruckte und elektronische Zeitungen als nicht-lineare Medien. In: Holly, Werner; Biere, Bernd Ulrich (Hrsg.), *Medien im Wandel*, Wiesbaden (o.V.), S.67-102.
- Dahmen, Wolfgang (Hrsg.) (2006): *Historische Pressesprache: Romanistisches Kolloquium XIX*. Tübingen: Narr.
- Gleich, Uli (2000): Merkmale und Funktionen der Sportberichterstattung. Online-Zeitschrift *Media Perspektiven* 11/2002.
- Grosse, Ernst Ulrich (1996): Annexe: Critères linguistiques: information vs. opinion. In: Grosse, Ernst Ulrich; Seibold, Ernst (Hrsg.), S. 59-60.
- Grosse, Ernst Ulrich; Seibold, Ernst (1996): Typologie des genres journalistiques. In: Grosse, Ernst Ulrich; Seibold, Ernst (Hrsg.), S. 32-58.

- Grosse, Ernst Ulrich; Seibold, Ernst (1996, Hrsg.): *Panorama de la presse parisienne*. 2. Aufl., Frankfurt a.M./Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Peter Lang.
- Grosse, Ernst-Ulrich (1996): *La vitrine des journaux: sémiotique de la une*. In: Grosse, Ernst-Ulrich; Seibold, Ernst (Hrsg.), *Panorama de la presse parisienne*. 2.Aufl. Frankfurt a.M.: Peter Lang, S.173-199.
- Hagenah, Jörg (2004): *Sportrezeption und Medienwirkung : eine dynamisch-transaktionale Analyse der Beziehungen zwischen Sportkommunikatoren und -rezipienten im Feld des Mediensports*. München : Fischer (*Medien-Skripten*; 41).
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1988): *Neue Medienstrukturen - neue Sportberichterstattung?*. Baden-Baden [u.a.]: Nomos (*Symposien des Hans-Bredow-Instituts*; 9).
- Horak, Roman; Penz, Otto (Hrsg.) (1992): *Sport: Kult & Kommerz*. Wien: Verl. für Gesellschaftskritik (Ausser der Reihe).
- Huber, Frank (Hg.) (2008): *Randsportarten erfolgreich vermarkten: Gestaltung von Fernsehformaten mit Prominenten*. Wiesbaden : Gabler (*Gabler Edition Wissenschaft*).
- Kleinjohann, Michael (1987): *Sportzeitschriften in der Bundesrepublik*. Frankfurt (o.V.).
- Helfrich, Uta & Klöden, Hildegard (Hrsg.) (1998): *Mediensprache in der Romania*. Wilhelmsfeld: Egert (pro lingua Bd. 30).
- Lavric, Eva et al. (Hrsg.) (2008): *The linguistics of football*. Tübingen: Narr.
- Lüger, Heinz-Helmut (1995<sup>2</sup>): *Pressesprache*. Tübingen (Niemeyer).
- Motschenbacher, Heiko (2006): *"Women and Men Like Different Things"?: Doing Gender als Strategie der Werbesprache*. Marburg: Tectum-Verlag.
- Mozetic, Gerald (1992): *Was man nicht sehen kann, muß man beschreiben und erzeugen: Probleme der Beschreibung und medialer Präsentation sportlichen Handelns*. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* (o.Nr.), S.92-105.
- Müller, Jochen (2004) : *Von Kampfmaschinen und Ballkünstlern : Fremdwahrnehmung und Sportberichterstattung im deutsch-französischen Kontext ; eine Presse- und Fernsehanalyse*. St. Ingbert: Röhrig-Univ.-Verl..
- Müller-Lancé, Johannes (1998): *Die Verwendung absoluter Konstruktionen in französischen Printmedien*. In: Helfrich, Uta & Klöden, Hildegard (Hrsg.), *Mediensprache in der Romania*. Wilhelmsfeld: Egert (pro lingua Bd. 30), S.257-277.
- Roelcke, Thorsten (1999): *Fachsprachen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Roters, Gunnar (Hrsg.) (2001): *Sport und Sportrezeption*. Baden-Baden: Nomos (*Schriftenreihe Forum Medienrezeption*; 5).
- Schaffrath, Michael (Hg.) (2009): *Sport ist Kommunikation: Festschrift für Professor Dr. Dr. h.c. Josef Hackforth*. Münster; Berlin (Journalismus ; 14).
- Schauerte, Thorsten (2007): *Was ist Sport in den Medien?: Theorien, Befunde, Desiderate*. Köln: Strauß (*Sport-Medien-Gesellschaft*; 6).
- Schramm, Holger (Hrsg.) (2004): *Die Rezeption des Sports in den Medien*. Köln: Halem (*Sportkommunikation* ; 3).
- Schwier, Jürgen (Hg.) (2006): *Wettbewerbsspiele : die Inszenierung von Sport und Politik in den Medien*. Frankfurt; New York : Campus (*Interaktiva*; Bd. 3).
- Schwier, Jürgen (Hg.) (2008): *Soziologie des Mediensports*. Köln: Strauß (*Sport - Medien - Gesellschaft*; 8).
- Schwier, Jürgen (Hrsg.) (2002): *Mediensport: ein einführendes Handbuch*. Schneider-Verl. Hohengehren.
- Steen, Rob (2008): *Sports journalism: a multimedia*. London; New York: Routledge.
- Steiner, Udo (Hrsg.) (1990): *Sport und Medien*. Heidelberg: Müller (*Recht und Sport*; 13).
- Trosien, Gerhard (Hrsg.) (1999): *Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit?: Authentizität - Inszenierung – Märkte*. Aachen: Meyer & Meyer.

### ***Die Interikonizität als Gestaltungsstil und Werbestrategie in den Titelbildern.***

Während zum Phänomen der Intertextualität eine lange und fundierte literaturwissenschaftliche und linguistische Forschungsdebatte und -ergebnisse vorliegen, scheint die Interikonizität (z.B. Zuschlag 2006) bzw. Interbildlichkeit (z.B. Rose 2006) als ein separater Gegenstand in diesen Disziplinen nicht genug untersucht zu werden. Ein Grund dafür ist nicht zuletzt, dass man Bezüge zwischen materiellen Bildern (Fotos, Gemälde, Piktogramme, Zeichnungen, literarische Illustrationen), häufig in einen sprachlichen Kontext eingebettet, im Rahmen der alles deckenden Intertextualität interpretiert hat. Trotzdem bestehen dabei Schnittpunkte zwischen Bezügen auf Prätexte und Präbilder, wenn z.B. ein Gesamttext jeweils auf eine bildliche und textuelle Quelle semantisch referiert oder wenn formale Anspielungen auf ein anderes Textdesign vorhanden sind.

Darüber hinaus lässt sich methodologisch zwischen der Interikonizität und Intertextualität vermitteln. So kann man mit einem Beschreibungsinstrumentarium der Intertextualität auch Bild-Bild-Beziehungen interpretieren. Ein solcher Versuch wird in der Kontakttextsorte „Cover“ unternommen, die stets als eine Visitenkarte jedes Magazinheftes funktioniert. Die Interikonizität erweist sich dann als eine Werbestrategie für ein Einzelheft und ferner für das ganze Magazin. Da die Leser bzw. Betrachter der Titelbilder in „fremde“ Bildwelten geführt werden und eine große sympraktische Arbeit erbringen müssen, greifen Cover-Gestalter oft nach diesem effizienten Mittel der Rezipientenansprache. Dementsprechend zeigt sich die Interikonizität als ein Gestaltungsstil der Titelbilder, die zusammen mit begleitenden Headlines eine kreative und innovative Qualität der Covers hervorbringen.

#### **Literatur**

- Rose, Margaret A. (2006): *Parodie, Intertextualität, Interbildlichkeit*. Bielefeld: Aisthesis-Verlag.
- Zuschlag, Christoph (2006): Auf dem Weg zu einer Theorie der Interikonizität. In: Horstkotte, Silke/Leonhard, Karin (2006) (Hg.): *Lesen ist wie Sehen. Intermediale Zitate in Bild und Text*. Köln, 89-99.

***Wie das Vergnügen in die Texte kommt. Perspektiven prozeduraler Medienlinguistik***

Wie kommt das Vergnügen in den Text? – Dieser Beitrag beschreibt Strategien, mit denen Journalistinnen und Journalisten darauf zielen, ihre Schreibprozesse und ihre Textprodukte vergnüglicher zu gestalten. Er stützt sich auf empirische Daten eines nationalen Forschungsprojekts, die er einer Zweitauswertung unterzieht. Der Beitrag gliedert sich in fünf Teile:

Teil 1 stellt scharf auf die Forschungsfrage: Was tun Journalistinnen und Journalisten beim Schreiben für ihr eigenes Vergnügen und das Vergnügen des Publikums?

Teil 2 fasst den Forschungsstand zusammen; Normatives aus Praxis und Wissenschaftsdisziplinen ist vorhanden, kaum aber empirische Studien.

Teil 3 beschreibt die angewandte Methode zur Datenerhebung am journalistischen Arbeitsplatz und umreißt das untersuchte Sample.

Teil 4 zeigt und ordnet Befunde aus einzelnen Fallstudien und fasst die Faktoren zusammen, die dort vergnügliches Schreiben ausmachen.

Teil 5 unterscheidet in Interpretation der vorliegenden Daten fünf Rollen für Schreiber, die auf Vergnügen zielen: den Beobachter, den Vorführer, den Verkäufer, den Halbsager und den Märchenerzähler.

**Literatur**

Druick, Z. (2009). Dialogic Absurdity: TV News Parody as a Critique of Genre. *Television New Media*, 10(3), 294-308.

El Refaie, E. (2005). "Our purebred ethnic compatriots". Irony in newspaper journalism. *Journal of Pragmatics*, 37(6), 781-797.

Hartung, A. (2008). *Humor im Hörfunk und seine Aneignung durch Kinder und Jugendliche*. München: Kopaed.

Klaus, E. (2003). Produzieren für die Spaßgesellschaft. Unterhaltung als Beruf. In M. Löffelholz & T. Quandt (Eds.), *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung* (pp. 303-319). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Perrin, D. (2006). »... weil ich dachte, es sei lustig«. Strategien des Inszenierens von Vergnügen im journalistischen Schreibprozess. In M. Klemm (Ed.), *Das Vergnügen in und an den Medien. Interdisziplinäre Perspektiven* (pp. 199-222). Frankfurt am Main et al.: Lang.

### ***Die stilistisch-rhetorische Realisierung der Sprachhandlung des Bewertens in deutschen und französischen Kulturrezensionen***

Textsorten in unterschiedlichen Sprachen und Kulturen sind durch diskursive Normen und Traditionen geprägt, die sich im Laufe der Geschichte herausgebildet haben und durch das Bildungssystem tradiert und verfestigt werden. Solche interkulturellen Unterschiede manifestieren sich auf unterschiedlichen Ebenen von Texten, beispielsweise die Text- und Argumentationsstruktur und die Wahl sprachlicher Mittel zum Ausdruck bestimmter Sprachhandlungstypen betreffend.

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sind Kulturrezensionen, die im Zeitraum von März bis September 2009 in der deutschen und französischen Online-Presse erschienen sind. Aus der zentralen Funktion der Textsorte, deren Ziel es ist, kulturelle Ereignisse und Produkte (z.B. Kino- und Theateraufführungen, neu erschienene Literatur, Konzerte, Opern etc.) kritisch zu besprechen und auf ihren intellektuellen, künstlerischen oder ästhetischen Gewinn hin zu überprüfen, ergibt sich das häufige Auftreten der Sprachhandlung des Bewertens. Der Gegenstandsbereich kann dabei sowohl negativ als auch positiv evaluiert bzw. bewertet werden.

Ziel des Beitrags ist es, auf der Basis eines Textkorpus von jeweils 20 deutschen und französischen Kulturrezensionen eine Kategorisierung sprachlich-stilistischer Kategorien zu erarbeiten, die der Realisierung des Sprachhandlungstyps ‚Bewerten‘ dienen. Durch eine quantitative Auswertung soll zudem ermittelt werden, mit welcher Häufigkeit diese Strategien von den Verfassern verwendet werden. Im Zentrum dieser sprach- und kulturkontrastiven Studie sollen nicht nur Unterschiede, sondern auch sprachenübergreifende Gemeinsamkeiten stehen.

Im Mittelpunkt der theoretischen Vorüberlegungen steht eine detaillierte Diskussion der Textsortenfunktion, bevor auf der Basis des „appraisal model“ eine Klassifizierung von bewertenden bzw. evaluierenden Sprechakten vorgenommen wird. Der Darstellung der quantitativen Analyseergebnisse sowie der Besprechung illustrierender Beispiele für die einzelnen sprachlich-stilistischen Kategorien gehen grundsätzliche Überlegungen zum Sprach- und Kulturvergleich hinaus. Die Ergebnisse der Studie werden abschließend vor dem Hintergrund des aktuellen Forschungsstands diskutiert und eingeordnet.

#### **Literatur**

- Lüger, Heinz-Helmut & Lenk, Hartmut E. H. 2008. „Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen“, in: Lüger, Heinz-Helmut & Hartmut E.H. Lenk. edd. *Kontrastive Medienlinguistik*. Landauer Schriften zur Kommunikations- und Kulturwissenschaft. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Lüger, Heinz-Helmut. 1995. *Pressesprache*. Tübingen: Niemeyer. 2., überarbeitete Auflage.
- Spillner, Bernd. 1997. „Methoden des interkulturellen Sprachvergleichs: Kontrastive Linguistik, Paralleltextanalyse, Übersetzungsvergleich“, in: Lüsebrink, Hans-Jürgen & Reinhardt, Rolf edd. *Kulturtransfer im Epochenumbruch. Frankreich-Deutschland 1770 bis 1815*, 2 Bände. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Spillner, Bernd. 2005. „Kontrastive Linguistik – vergleichende Stilistik – Übersetzungsvergleich – kontrastive Textologie. Eine kritische Methodenübersicht“, in: Schmitt, Christian & Wotjak, Barbara. edd. *Beiträge zum romanisch-deutschen und innerromanischen Sprachvergleich. Akten der gleichnamigen internationalen Arbeitstagung (Leipzig, 4.-6.10.2003)*, Band 1. Bonn: Romanistischer Verlag.

- Thompson, Geoff & Hunston, Susan. 2000. „Evaluation: An introduction“, in: Hunston, Susan & Thompson, Geoff. edd. *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Tim-Mabrey, Christiane. 2002.: *Grenzen der Sprache – Möglichkeiten der Sprache. Untersuchungen zur Textsorte Musikkritik*. Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang. Regensburger Beiträge zur deutschen Sprach- und Literaturwissenschaft.



### **Zitierte Rede – Authentizitätsbeweis oder einfach Infotainment?**

Als Schlüsselement in zahlreichen Textsorten ist zitierte Rede – in Unterscheidung zur wiedergegebenen Rede (*quoted vs. reported speech* nach Halliday 1985:250 – 273) – seit jeher ein beliebtes Untersuchungsobjekt vor allem diskursanalytisch orientierter Forschungsarbeiten unter verschiedenster Perspektive (z.B. Mayes 1990, Yule 1993, Perridon 1996, Sakita 2002; Mortara Garavelli 1985, 1988; Calaresu 2004).

In Presstexten hat die Verwendung von Zitaten vorrangig die Funktion, Authentizität zu vermitteln. Direkte Rede, die Wiedergabe der eigenen Worte der Protagonisten erzeugen unvermitteltes „Mitten-drin-Sein“ im geschilderten Ereignis und dienen daher dazu, die journalistische Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft zu erhöhen. Andererseits kann direkte Rede aber auch als Distanzierungsstrategie angesehen werden, die den Journalisten gleichsam in Form eines Schutzwalls aus der persönlichen Verantwortung seines Berichtes enthebt. Zitierte Rede gilt dann weniger als darstellungsorientierter Authentizitätsnachweis, vielmehr wird sie Mittel dramatischer Inszenierung, wo Charaktere gezielt geschaffen und Ereignisse mit Spannung beladen werden. Dies entspricht dem Trend des modernen Populärjournalismus nach Infotainment und Personalisierung.

Auf diesem Hintergrund soll die Verwendung der zitierten Rede in ausgewählten Zeitungstexten der aktuellen italienischen Tagespresse näher untersucht und mit Beispielen aus dem englisch- und deutschsprachigen Raum verglichen werden. Dabei wird sich – im Kontrast zum tatsächlichen Ereignis - zeigen, dass – dem Trend zum Infotainment entsprechend – direkte Reden und durch Anführungszeichen markierte Textpassagen mit reproduzierter Realität wenig zu tun haben, sondern lediglich Spielformen journalistischer Kunst darstellen, wo durch geschickte Selektion, Kombination und Re-Kreation die Sozius-Funktion der Unterhaltung im Vordergrund steht. Die in dieser Funktion identifizierten sprachlichen, textuellen und stilistischen Mittel sollen nicht nur detailliert beschrieben, sondern auch auf ihre Medien- und Kultur-Spezifika hin genauer befragt werden.

#### **Literatur**

- Halliday, M.A.K. (1985), *An Introduction to Functional Grammar*, London, Edward Arnold.
- Perridon, H. (1996), "Reported speech in Swedish", in: *Reported Speech* (ed. by T. Janssen & W. van der Wurff), Amsterdam, John Benjamins: 165-88.
- Mayes, P. (1990), "Quotation in spoken English", *Studies in Language*, 14/2: 325-363.
- Mortara Garavelli, B. (1985), *La parola d'altri. Prospettive di analisi del discorso riportato*, Palermo, Sellerio.
- Mortara Garavelli, B. (1988), "Il discorso riportato", in: *Grande grammatica italiana di consultazione*, vol. III, (a cura di L. Renzi, G. Salvi & A. Cardinaletti), Bologna, il Mulino: 429-470.
- Sakita, T. (2002), *Reporting Discourse, Tense, and Cognition*, Amsterdam et al., Elsevier.
- Calaresu, E. (2004), *Testuali parole*, Milano, FrancoAngeli.
- Yule, G. (1993), "Vera Hayden's dilemma: Or, the indirection in direct speech", in: *Principles and Predication: The Analysis of Natural Language* (ed. by M. Eid & G. Iverson), Amsterdam, John Benjamins: 233-242.

### ***Zeitungstypografie im Wandel der Zeit. Zum Einfluss der Technik auf Inhalt und Struktur der Zeitung.***

In den vier Jahrhunderten, die zwischen dem Erscheinen der ersten noch erhaltenen „Zeitung“ im deutschsprachigen Raum, der Straßburger „Relation“ (1609), und dem heutigen Massenmedium Tageszeitung liegen, hat sich Umfang, Inhalt, Erscheinungsbild, Adressatenkreis und Verbreitungsradius dieser informativen Textsorte radikal gewandelt.

Vor knapp einem Vierteljahrhundert meinte Rehe hinsichtlich der Zeitungstypographie feststellen zu müssen: „No other mass medium uses typography so much as the newspaper. Normally, 80 to 90 percent of a daily edition consists of type, yet typography remains the weakest part of newspaper design“ (Rehe 1985: 17). Heute, im Zeitalter voll digitalisierter Zeitungsherstellung und paralleler Medienpräsenz (Zeitung als Print- und Web-Medium) trifft nur noch der letzte Teil von Rehes Feststellung zu, allerdings aus dem Grund, dass die typografische Gestaltung der Zeitung meist durch Semiprofessionelle vorgenommen wird.

Der erste Teil von Rehes Aussage ist durch die „digitale Revolution“ im graphischen Gewerbe gegenstandslos geworden: Neben dem traditionellen verbalen Text sind zunehmend mehrfarbige Abbildungen, Informationsgrafiken und sonstige Visualisierungen getreten, die den Textinhalt veranschaulichen – und somit durch multimodale Kodierung von Inhaltselementen parallel Information vermitteln –, ergänzen oder gar autonome Bedeutungskomplexe bilden.

In meinem Vortrag zeige ich anhand von Beispielen vor allem den Einfluss der technischen Entwicklung auf Inhalt und visuelles Erscheinungsbild (Aufmachung, Typografie, Layout) der Zeitung, denn sowohl die Inhaltsstruktur als auch die Nutzung nonverbaler Informationsträger und das Erscheinungsbild der Zeitung stehen in enger Wechselwirkung mit der technischen Entwicklung und den durch diese zur Verfügung stehenden Mitteln. Diese Entwicklung lässt sich grob in folgende Phasen einteilen:

1. Schaffung der Voraussetzungen für das Entstehen des Mediums Zeitung im abendländischen Kulturkreis durch Gutenbergs Erfindung des Buchdrucks mit Einzellettern.
2. Quantitative Vergrößerung von Informationsangebot und Umfang der Zeitung durch die Erfindung der Zeilensetzmaschine (O. Mergenthaler, 1876).
3. Höhere Auflagenzahl und Überwindung des lokalen Verbreitungsradius zum überregionalen Massenmedium durch Schnellpresse (F. König, 1814) und Bogenrotationsmaschine (W. Bullock, 1865) in Zusammenhang mit einer neuen Papierherstellungstechnik (Holzschliff, Zellstoff).
4. Integration von aktuellem Bildmaterial in den Text durch das 1881 von G. Meisenbach erfundene Autotypie-Verfahren.
5. Anwendung mehrerer Farben durch Einsatz von Rollenoffset.
6. Auftreten zusätzlicher Informationsmedien sowohl verbaler Art (kurze Übersichten) als auch nonverbaler Art (Visualisierungen, Informationsgrafiken) und wachsender Anteil von nonverbalen zu Ungunsten verbaler Informationselemente (z.T. Parallelität, Multimodalität) durch Digitalisierung des Herstellungsprozesses.

#### **Literatur**

- Berry, John D. (ed.) (2004): Contemporary newspaper design: shaping the news in the digital age. New York.
- Krebs, Hans F. (1995): Das Ganze – Zeitung und Design. – In: Desktop Dialog 5/1995, 40–41.

- Rehe, Rolf F. (1985): *Typography and design for newspapers*. Darmstadt.
- Schopp, Jürgen F. (2008): In *Gutenbergs Fußstapfen: Translatio typographica. Zum Verhältnis von Typografie und Translation*. – In: Klaus Kaindl & Riitta Oittinen (Hrsg.): *The Verbal, the Visual, the Translator*. META vol. 53, no 1, Montreal 2008, 167–183.
- Stöckl, Hartmut (2004): *Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*. – In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, Heft 41, Sept. 2004, 5–48.

***Strategien der Lesergewinnung in Print- und Online-Medien. Eine kultur- und medienkontrastive Studie für das Französische und das Deutsche.***

Die Konkurrenz zwischen Print- und Online-Medien ist eine unbestreitbare Realität. Daher ist Kreativität und Originalität in der Titel- bzw. Startseitengestaltung ein Faktor, der für die Lesergewinnung eine immer größere Rolle spielt. In dem vorliegenden Beitrag sollen anhand eines Vergleichs von Titelseiten (Printmedien) und Startseiten (Internet) der Nachrichtenmagazine *Fokus* und *L'Express* medien- und kulturspezifische Besonderheiten exemplarisch aufgezeigt werden.

Folgende Fragestellungen werden dabei zugrundegelegt:

- 1) Welche textlinguistischen und semiotischen Strategien kommen in den unterschiedlichen Medienformen jeweils bei der Gestaltung der Titelseite bzw. der Startseite zum Einsatz?
- 2) Welche kulturspezifischen Besonderheiten lassen sich in Bezug auf den deutsch-französischen Vergleich ermitteln?

Zur Beantwortung dieser kultur- und medienkontrastiven Fragestellungen ist es angemessen, die Möglichkeiten des Print- und Online-Journalismus zunächst kulturübergreifend darzustellen, wobei der Fokus auf visuellen und textuellen Gestaltungsmustern sowie deren Interaktion liegen soll. So werden bspw. die Formulierung der Titel/Schlagzeilen in ihrer sprachlich-strukturellen und rhetorisch-funktionalen Dimension sowie in ihrem Zusammenspiel mit dem Bildmaterial, die grafische Gestaltung, Farben, Schriftgrößen, Textlänge etc. untersucht. Im zweiten Teil der Studie stehen kulturspezifische Merkmale – im Hinblick auf den Vergleich Frankreich – Deutschland – im Vordergrund, wie bspw. die Lesererwartungen an das jeweilige Medium, gesetzliche bzw. redaktionelle Vorgaben etc. Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, aktuelle Tendenzen einer neuen, kreativen Textgestaltung von Titel- und Startseiten im Hinblick auf die Attraktivität für den Leser kontrastiv für Print- und Online-Medien exemplarisch aufzuzeigen sowie in einem weiteren Schritt diese Ergebnisse im deutsch-französischen Vergleich gegenüberzustellen.

### **Literatur**

- Balle, Francis (1997), *Médias et Sociétés. De Gutenberg à Internet*, Paris.
- Fohrmann, Jürgen/Schüttpelz, Erhard (2004), *Die Kommunikation der Medien*, Tübingen.
- Große, Ernst Ulrich / Seibold, Ernst (2003), *Presse française, presse allemande. Etudes comparatives*, Paris.
- Knape, Joachim (2005), *Medienrhetorik*, Tübingen.
- Laubier, Charles de (2000), *La presse sur Internet*, Paris.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen/Walter, Klaus Peter/Fendler, Ute/Stefani-Meyer, Georgette/Vatter, Christoph (2004), *Französische Kultur- und Medienwissenschaft*, Tübingen.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen/Walter, Klaus-Peter (2003), *Interkulturelle Medienanalyse*, St. Ingbert.
- Missomelius, Petra (2006), *Digitale Medienkultur. Wahrnehmung, Konfiguration, Transformation*, Bielefeld.
- Weischenberg, Siegfried (1998), *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*, Opladen/Wiesbaden.

Constanze Spiess (Trier)  
siehe Noah Bubenhofer

***Die ‚Guten-Tag-Anzeige‘: zwischen bimedialer Kontakttextsorte und Familienanzeige***

Unter ‚Pressetextsorten‘ werden landläufig von Journalisten verfasste Beiträge in Printmedien verstanden. Der Terminus lässt sich aber auch derart interpretieren, dass Texte/Botschaften in der Presse publiziert werden, ohne dass sie aus der Feder von Journalisten stammen. In diesem Bereich sind vor einigen Jahren die ‚Guten-Tag-Anzeigen‘ entstanden. Sie umfassen einerseits die traditionellen Familienanzeigen (Anlässe: Geburt eines Kindes, Hochzeit, Geburtstag, Jubiläum etc.), können aber andererseits auch ganz andere kommunikative Funktionen erfüllen. Dazu gehören die Kontaktaufnahme bei unbekannter Adresse/Telefonnummer, vor allem aber die mediatisierte, d.h. öffentliche Übermittlung intimer Botschaften (z.B. Heiratsantrag, Bitte um Rückkehr nach Trennung, Entschuldigung). Die Anzeigen enthalten häufig eine bildlich-visuelle Textkomponente, die in Relation zum verbalen Textteil analysiert werden muss.

Obwohl manche Tageszeitungen im Internet Muster für diese Anzeigen veröffentlichen, zeigt das Corpus, dass sie überwiegend individuell und kreativ gestaltet werden.

Es werden Ansätze für stilistische, pragmatische und semiotische Textanalysen beschrieben und diskutiert.

### ***Der Paratext der Online-Zeitung.***

Der vorliegende Beitrag schließt an meine Untersuchung von dem Paratext der Tageszeitung (Stefani-Meyer 2005) an. Ausgehend von den Charakteristiken der typographischen Gestaltung der Zeitungsseite, die dabei isoliert wurden, möchte er einen Überblick über die Stabilität dieser Elemente bzw. über die Verschiebungen, die sie in der Online Version der großen europäischen Blätter erfahren haben. Die gewählte Perspektive ist insofern intermedial.

Der zitierte Artikel setzte sich mit dem Paratext in seinen Funktionen als Substrat einer spezifischen Form der Kommunikation, als Visualisierung ihres symbolischen Standortes im sozialen Umfeld und als Mittel zur externen Positionierung der einzelnen Zeitungen auf dem Medienmarkt auseinander. Er schloss auf eine Semantisierung der materiellen Komponente und auf die Entstehung eines autonomen semiotischen Systems, das seine Ursprünge in der Optimierung rein materieller Anpassungen des Papierträgers auf die Erfordernisse der periodischen Verbreitung von Gedankengut hatte. Besonders hervorgehoben wurde die illokutive Funktion des Paratextes als Träger der expliziten Intentionalität der diversen Zeitungstexte, seine Resistenz gegenüber neuer technischer Ressourcen und damit seine Beständigkeit als Wahrer des symbolischen Standortes und der Legitimität der medialen Aussage. Dieser letzte Aspekt erhöht die allgemeine Akzeptanz gegenüber dem Abdriften der realen Textaussage von ihrer ursprünglichen Bestimmung unter dem Druck neuer Textproduktionsverhältnisse und sichert damit die virtuelle Stabilität der Institution.

Die Online-Version der Tageszeitungen übernimmt zunächst den traditionellen Paratext, macht sich aber dann nach und nach die Ressourcen des neuen Trägers zu eigen. Unter der Auswirkung interner Faktoren wie die Hypertextualität, die fraktale Gestaltung der Aussage, die neuartige Nutzung der Lesefläche und die durch den neuen Träger hervorgerufene neue Ergonomie der Lesetätigkeit erfährt der Paratext eine Reihe von Verschiebungen. Daraus ergeben sich folgende Fragen: Welche visuelle Elemente werden beibehalten? Wie sichert der Online Paratext seine illokutive Funktion? Gibt es eine weitere Verselbstständigung des neuen semiotischen Systems gegenüber dem ersten? Bahnt sich eine Rückwirkung des zweiten auf den ersten an? Wird der diskursstabilisierende Effekt gefährdet?

#### **Literatur**

- Bittner, Johannes (2003): *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*. Berlin (Philologische Studien und Quellen;178).
- Bucher, Hans-Jürgen (1996): Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium. In: *Textstrukturen im Medienwandel*, hg. v. Ernest W. B. Hess-Lüttich, Werner Holly u. Ulrich Püschel. Frankfurt a. M. u. a., S. 31–59 (Forum Angewandte Linguistik; 29).
- Fix, Ulla (2001): Zugänge zu Stil als semiotisch komplexer Einheit. Thesen, Erläuterungen und Beispiele. In: Jakobs/Rothkegel (2001), S. 113–126.
- Spitzmüller, Jürgen (2006): Typographie. In: Christa Dürscheid: *Einführung in die Schriftlinguistik. Grundlagen und Theorien 3.*, überarb. Au., Göttingen, S. 207–238 (Studienbücher zur Linguistik; 8).
- Stefani-Meyer, Georgette (2005): Der Paratext der gedruckten Tageszeitung, in Lenk, Hartmut E. H.; Chestermann, Andrew (HG), *Presstextsorten im Vergleich*, Georg Olms Verlag, Hildesheim, S.303-321 (Germanistische Linguistik/ Monographien).

Stöckl, Hartmut (2004b): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41, S. 5–48.

### ***Nachrufe in der Presse: Textsortenprofil und Textsortenvarianten.***

Als publizistischem Genre ist dem Nachruf bislang weder von Seiten der Text-/Textsortenlinguistik noch der Pressesprachforschung die gebührende Aufmerksamkeit zuteil geworden. In den meisten Darstellungen wird der Nachruf, sofern er überhaupt erwähnt wird, als Sonderform des Porträts (vgl. z. B. Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker 2000) deklariert und entweder als Fachtextsorte (z. B. Sperber 1992, Kresta 1996) oder als literarisches Genre (z. B. Wulf-Mathies 1969, Bogner 2002) eingeordnet. Vor diesem Hintergrund verfolgt der Beitrag das Ziel, den Nachruf als personenbezogene, würdigende Presstextsorte mit den Instrumentarien der holistischen Textsortenanalyse zu untersuchen. Konkret geht es darum, die bis in die Anfänge der antiken Rhetorik zurückreichenden Wurzeln des Nachrufs aufzugreifen, ihn in den Kontext der Gedenkrhetorik (vgl. König 2000, Meyer 2001, Straßner 2001) und des „Abschieds-Journalismus“ (Brunn 1999) einzuordnen und ihn in seiner massenmedialen Gestaltung auf der Grundlage einer korpusbasierten Analyse im Hinblick vor allem auf Textfunktion und Textstruktur, Formulierungstraditionen und stilistisch-rhetorische Techniken, materielle Gestaltung zu analysieren. Zu berücksichtigen ist dabei,

- zum einen dass sich hinter der Bezeichnung „Nachruf“ in der Pressekommunikation eine erhebliche Textsortenvielfalt verbirgt: Die als „Nachrufe“ deklarierten Texte bilden eine Textwelt, die sich auszeichnet durch eine außerordentliche Variabilität, sowohl was äußere Merkmale wie Textumfang, als auch was funktionale Ausrichtung, Themastruktur oder stilistische Gestaltung angeht;
- zum anderen dass sich in den explizit als „Nachruf“ bezeichneten Texten oft typische Eigenschaften anderer journalistischer Genres wie Nachricht, Bericht und Reportage finden; infolgedessen verschwimmen mitunter die Grenzen zwischen den etablierten journalistischen Gattungen – was die Beantwortung der Frage nach textsortenkonstitutiven Eigenschaften für den Nachruf erheblich erschwert.

#### **Literatur**

- Bogner, Ralf Georg (2002): Der Nachruf als literarische Gattung. Möglichkeiten und Grenzen einer Definition. – In: Franz Simmler (Hg.): Textsorten deutscher Prosa vom 12./13. bis 18. Jahrhundert und ihre Merkmale. Akten zum Internationalen Kongress in Berlin 20. bis 22. September 1999. Frankfurt am Main u. a.: Lang (Jahrbuch für Internationale Germanistik, Reihe A, Kongressberichte Band 67), 39-51.
- Brunn, Stefan (1999): Abschieds-Journalismus. Die Nachruftkultur der Massenmedien. Münster: LIT Verlag.
- König, Peter-Paul (2000): Loben, danken, gedenken. Zur Funktion partnerbezogener Expressiva in öffentlichen Reden. In: Beckmann, Susanne/König, Peter-Paul/Wolf, Georg (Hg.): Sprachspiel und Bedeutung. Festschrift für Franz Hundsnurscher zum 65. Geburtstag. Tübingen: Niemeyer, 343-352.
- Kresta, Ronald (1996): ‚Nachrufe‘ in englischen und deutschen Fachzeitschriften der Soziologie. Untersuchungen zu einer vernachlässigten Textsorte. In: Fachsprache 18, Nr. 3-4, 118-137.
- Kurz, Josef/Müller, Daniel/Pötschke, Joachim/Pöttker, Horst (2000): Stilistik für Journalisten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Meyer, Paul Georg (2001): Wie gedenkt man richtig? Oder: Was der Unfalltod der Prinzessin von Wales mit deutschem Gedenken zu tun hat. In: Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht 32, Heft 87, 99-125.



- Sperber, Wolfgang (1992): Nekrologe in wissenschaftlichen Zeitschriften (auf der Grundlage russischer, deutscher und englischer Texte). In: Gläser, Rosemarie (Hg.): Aktuelle Probleme der anglistischen Fachtextanalyse. Frankfurt am Main u. a.: Lang, 138-141.
- Straßner, Erich (2001): „Good-bye England’s Rose“. Zur Berichterstattung deutscher Zeitungen anlässlich des Todes von Lady Diana Spencer, Princess of Wales. In: Breuer, Ulrich/Korhonen, Jarmo (Hg.): Mediensprache – Medienkritik. Frankfurt am Main u. a.: Lang, 337-355.
- Wulf-Mathies, Monika (1969): Typologische Untersuchungen zum deutschen Gelehrten-Nekrolog des 19. und 20. Jahrhunderts. Dargestellt am Beispiel des Historiker-Nachrufs. Hamburg.

### ***Werbeanzeigen, Greenwashing und Textmuster.***

Einige Werbeanzeigen sind mehr als reine Werbung. Gegenstand dieses Beitrags sind Anzeigen (im Französischen « publi-communicés » genannt), die – neben der offensichtlichen Werbebotschaft – auch einen informativen, auf den Konsumenten ausgerichteten Aspekt beinhalten. Das wissenschaftliche Recherchefundament, das unserer Arbeit zugrunde liegt, besteht hauptsächlich aus durch “Greenwashing” geprägten französischen und deutschen Anzeigen. Wie bei jeder Werbeanalyse werden die Headline, die Sub-headline, der Slogan, die Bilder und der Textkörper analysiert. Ein besonderer Fokus soll aber hierbei auf die Rolle gelegt werden, die all diese Elemente (insbesondere der Textkörper) besitzen: im Hinblick auf die Argumentation, auf die Informationsstrukturierung, auf den Informationswert – oder eben auf die Informationslücken –, auf die sprachlichen Verfahren und auf die angestrebten Ziele der Werbenden. Anhand der Analyse einiger Beispiele soll demnach abschließend auf folgende Fragen geantwortet werden: Weisen solche „Werbetexte“ bestimmte sprachliche Merkmale auf? Sind bestimmte Wesenseigenschaften zu erkennen? Kann dann von Textmuster die Rede sein?

#### **Literatur**

- Adam, J.-M. & Lugrin, G. (2000): « L’hyperstructure: un mode privilégié de présentation des événements scientifiques », in Fabienne Cusin-Berche (dir.): *Rencontres discursives entre science et politique. Spécificités linguistiques et constructions sémiotiques*, Carnets du CEDISCOR, n 6, Presses de la Sorbonne Nouvelle, pp.133-149.
- Adam, J.-M. & Lugrin, G. (2006): « Effacement énonciatif et diffraction co-textuelle de la prise en charge des énoncés dans les hyperstructures journalistiques », in *Semen*, 22, *Énonciation et responsabilité dans les médias*, URL: <http://semen.revues.org/document4381.html>.
- Battestini-Drouot, A. (2000): « Montrer et voir la science au journal télévisé », in Cusin-Berche, F. (éd.) (2000), *Rencontres discursives entre sciences et politiques dans les médias*, Carnets du Cediscor n°6, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 163-176.
- Charaudeau, P. (éd.) (1983): *Langage et discours*, Paris, Hachette.
- Charaudeau, P. (éd.) (2008): *La médiatisation de la science: Clonage, OGM, manipulations génétiques*, Bruxelles, de Boeck.
- Grosse, E.U. & Seibold, E. (1996): « Typologie des genres journalistiques », in Grosse E.U. & Seibold E. (éd.) : *Panorama de la presse parisienne*, Berne-Berlin, Peter Lang, pp. 32-60.
- Held, G. & Bendel, S. (éds.) (2008): *Werbung - grenzenlos. Interkultureller Blick auf multimodale Gestaltungskonzepte aktueller Werbetexte*. Wien, P. Lang.
- Lugrin, G. (2000): « Les ensembles rédactionnels : multitexte et hyperstructure », in *Médiatiques*, Louvain-la-Neuve, Observatoire du récit médiatique, pp. 34-36.
- Lugrin, G. (2001): « Le mélange des genres dans l’hyperstructure », in *Semen*, 13, *Genres de la presse écrite et analyse de discours*, URL : <http://semen.revues.org/document2654.html>.
- Maury-Rouan, C. (2001): Le flou des marques du discours est-il un inconvénient? Vers la notion de « leurre discursif », in *Analyse linguistique des interactions*, revue Marges Linguistiques N°2, pp.163-176 et <http://www.marges-linguistiques.com>.
- Moirand, S. (2006): « De l’aire de la page à l’hyperstructure et à l’écran : comment lire et analyser la presse quotidienne ordinaire », in *Cauce, Revista Internacional de Filología y su Didáctica* n°29, pp. 295-320.
- Mouriquand, J. (1997): *L’écriture journalistique*, Paris, PUF.
- Stöckl, H. (2008): « Was hat Werbung zu verbergen? Kleine Typologie des Verdeckens », in Pappert S., Schröter M., Fix U. (Hg.), *Verschlüsseln, Verbergen, Verdecken in öffentlicher und institutioneller Kommunikation*, Berlin, Erich Schmidt, pp.167-192.

- Stöckl, H. (2008): « Werbetypographie. Formen und Funktionen », in Held, G. & Bendel, S. (Hg.) (2008) : *Werbung - grenzenlos. Interkultureller Blick auf multimodale Gestaltungskonzepte aktueller Werbetexte*. Wien, P. Lang, pp. 13–36.
- Stöckl, H. (2008): « Werbung texten. Ein domänenspezifisches Schreibtraining », in Jakobs E.-M. & Lehnen K. (Hg.), *Berufliches Schreiben. Ausbildung, Training, Coaching*, Frankfurt/Main, Peter Lang, pp. 65–82.
- Storrer, A. (2000): « Was ist "hyper" am Hypertext? », in: Kallmeyer, Werner (Hg.): *Sprache und neue Medien*. Berlin u.a.: de Gruyter (Jahrbuch 1999 des Instituts für deutsche Sprache), pp. 222-249.
- Storrer, A. (2004): « Kohärenz in Hypertexten », in: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31.2., pp. 274-292.
- Storrer, A. (2008): « Hypertextlinguistik », in: Nina Janich (Hg.): *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen, PDF-Preprint : <http://www.studiger.fb15.uni-dortmund.de/images/Hypertextlinguistik-Preprint.pdf>.
- Vargas, E. (2009 à paraître): « Le greenwashing : la séduction entre le dit et le non-dire : étude de procédés discursifs », in *Histoires de textes, Hommage à Marie-Hélène Pérennec*, Lyon, Textures.