

### III. ЯЗЫКОВАЯ И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИА-ДИСКУРСА

**Bernd Spillner (BRD, Duisburg)**

#### HYBRIDISIERUNG VON DEUTSCHEN ZEITUNGS-TEXTSORTEN

Die Geburtsankündigungen werden häufig in Zeitungen veröffentlicht, die oft als bimodale Texte im sprachlichen Diskurs Bilder oder andere nonverbale Abbildungen kombinieren. Elemente der Texttypen sind in dieser Werbung mit textuellen Konventionen aus verschiedenen Textarten gemischt. Als Ergebnisse sind hybride Texte meist von Metaphern oder durch grafische Elemente erstellt.

*Stichwörter: nonverbale Abbildungen, hybridisierte Texte, grafische Elemente, Deutsch, Hybridisierung, Stilistik, Presse*

1. Die Analyse von Textsorten wurde entscheidend begründet in einer von Barbara Sandig im Jahre 1972 vorgenommenen Klassifikation von konventionalisierten Textformen der Alltagskommunikation und der Fachsprachen. Dieser Ansatz der Textlinguistik hat sich als überaus fruchtbar erwiesen und zu einer breiten Differenzierung von Textsorten geführt (Sandig 1972, Adamzik 2000 und 2008, Fandrych 2011). In der neuesten Forschung haben aber nicht nur die verschiedenen Typen und Untertypen von Textsorten im Zentrum der textwissenschaftlichen Untersuchung gestanden, sondern auch die Mischformen und spielerischen Überschneidungen von unterschiedlichen Merkmalen von Textsorten. Solche Formen sind unter anderem als ‚Hybridisierung‘ bezeichnet worden (Hauser/Luginbühl 2015).

Die Zeitungs- oder Pressesprache ist in Kommunikationswissenschaft, Linguistik und der Zeitungs- und Medienwissenschaft bereits Gegenstand einer Reihe von Untersuchungen gewesen (Eich 1959, Lück 1963, Harweg 1968, Peters 1984, Lüger 1985, Bucher 1986, Lüger <sup>2</sup>1995, Adamzik/Schmitter 1986). Dabei lassen sich als berufsbezogene Sprache von Journalisten einzelne Pressetextsorten unterscheiden, Kommunikationsintentionen wie Informationsübermittlung, Popularisierung von Fachkenntnissen, Kommentare; Berichterstattung, Propagierung von Meinungen usw. analysieren (Lüger <sup>2</sup>1995). Es sind in Analysen auch Stilelemente wie Metaphorik, Antithese, Parallelismus oder der lexikalische Wechsel des Ausdrucks durch Synonymie oder Paraphrase beschrieben worden. Etwas einseitig ist dabei der Schwerpunkt auf die Textproduktion von Journalisten/Redakteuren gelegt worden.

Es gibt aber in Zeitungen auch Texte bzw. Teiltexthe, die nicht von Journalisten stammen: Leserbriefe, Interviews und sehr unterschiedliche Typen von An-

zeigen. So gehören zum Bereich ‚Sprache in der Presse‘ sehr wohl auch Anzeigen jeder Art. Traditionell werden bei den Inseraten 5 Typen unterschieden: „1. Amtliche Anzeigen, 2. Vereinsanzeigen, 3. Familienanzeigen, 4.- Finanz- und Geschäftsanzeigen, 5. Kleine Anzeigen“, wobei der Begriff ‚Kleine Anzeigen‘ „(...) durchaus unbestimmt ist“ (Frey 1939, 9). Heute reicht die Spanne von Rubriken ‚An- und Verkauf‘ bis hin zu privaten Familienanzeigen und zu den soziologisch interessanten Kontaktanzeigen.

Zwar hat sich ein Teil des Anzeigenmarktes (z.B. im Automobilbereich) in den letzten Jahren ins Internet oder in kostenlose Anzeigenblätter verlagert, aber immer noch machen die Anzeigen quantitativ einen beträchtlichen Anteil im Bereich der Printmedien aus. Schließlich finanzieren sich Tageszeitungen und Illustrierte nicht über den Verkaufserlös (Abonnements, Einzelverkauf, Lesezirkel), sondern zum guten Teil durch die Einnahmen aus Anzeigen. In der BRD sorgen nicht zuletzt die großen Discounter mit zweimal wöchentlich erscheinenden Großanzeigen für den Fortbestand der regionalen Tageszeitungen.

Nach zeitungswissenschaftlicher Definition handelt es sich bei Inseraten um „(...) Kommunikation einer einseitigen Information, bei der der Rezipient (Individuum oder Gruppe) keine aktive Rolle spielt: sie dient zur Bekanntmachung irgendeiner Gegebenheit (...)“ (Silbermann 1982, 15). Dazu gehören vor allem die unterschiedlichen Familienanzeigen.

2. Geburtsanzeigen können als briefliche Nachricht versandt werden. Sie werden gegenwärtig jedoch ganz überwiegend in Tagesanzeigen geschaltet und sehr häufig als bimodaler Text gedruckt, d. h. als Text, der sowohl verbale als auch non-verbale (bildliche) Textelemente enthält, z.B.:



Bild 1. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 22.06.2001, 101/25)

In dieser Geburtsanzeige wird die Geburt des Kindes Jan mit den konventionellen Angaben (Geburtszeit, Gewicht, Größe) von den Eltern und den beiden Großelternpaaren mitgeteilt. Im non-verbalen Textteil (Abbildung) erscheint zusätzlich eine semiotische Metapher: der verbale Ausdruck ‚ein Kind wird geboren‘ wird visualisiert durch die Vorstellung aus dem traditionellen deutschen Aberglauben ‚ein Kind wird durch den Storch gebracht‘. Dieses Storchmotiv ist in gegenwärtigen Geburtsanzeigen sehr geläufig; es kann rein verbal metaphorisch auftreten:

Hipp, hip, hurra,  
der Klapperstorch war da!  
(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 16.10.2001, 101/28)  
Nach 14tägigem Klapperstorch-  
Fluglotsenstreik endlich sicher  
gelandet!  
(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 16.10.2001, 101/28)

Im letzten Beispiel ist das Storchmotiv noch um die Landungsmetapher erweitert und scherzhaft als Streikmeldung hybridisiert. Meistens wird es in Geburtsanzeigen bildlich verwendet.

Das Motiv lässt sich in bimodalen Anzeigen aber auch semantisch umdrehen:



Bild 2. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 29.11.2001, 101/57)



Bild 3. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 09.10.2001, 101/55)

Das metaphorische Bild des 'Kind bringenden Storch' wird also bildlich scherzhaft umgekehrt einmal in den 'erlegten Storch' und einmal in das 'den Storch bringende Kind'. Das Verstehen der Textsorte Geburtsanzeige setzt also die Kenntnis der Storch-Metapher und das Nachvollziehen der semantischen Umkehrung voraus.

Das in den Geburtsanzeigen beliebte bildliche Motiv des erlegten Storches ist allerdings keineswegs neu. Bereits in der entwicklungsgeschichtlichen Untersuchung der deutschen Geburtsanzeigen von Karin Frese sind für das Jahr 1984 zwei bildlich mit der obigen Anzeige identische Darstellungen belegt (Frese 1987: 328, 343).

Sender der Geburtsanzeige sind normalerweise die Eltern des Neugeborenen, es können aber auch die Großeltern sein, z.B.:

Mit Freude gebe ich  
die Geburt meines  
1.Enkelkindes bekannt.

**Maurice**

18.08.2002

**Beate Saini**

Es gratulieren

*Urgroßeltern, Sascha, Stefan,*

*Ulrike, Richard, Tim, Simona*

*und Angelina*

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 20.08.2002, 101/32)

Aber auch bereits geborene Geschwister des Neugeborenen können die Geburt anzeigen:

*Ab sofort bin ich, Fabian, der große Bruder:*

*Jannik, ist da*

*\* 1. 2. 2001*

*4.150 g, 55 cm*

*Mit mir sind riesig glücklich meine Eltern*

*Nicole und Detlef Buttner*

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 03.02.2001, 101/29)

Häufiger jedoch ist der neugeborene Erdenbürger selbst derjenige, der fiktiv den Anzeigentext formuliert:

Schon vor meiner Ankunft habe ich

bei den Freundinnen meiner Mami

für viel Gesprächsstoff gesorgt!

Eine Zeit lang tanzt jetzt alles

nach meiner Pfeife !

**Joanna Jabs**

10. Dezember 2001 - 3.240 g – 47 cm

Es freuen sich

Opa Werner und Oma Heidi

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 12.12.2001, 101/56)

*Schluß mit lustig, seit dem*

*24. 9. 2002, 10.40 Uhr; bin ich*

**Dennis Hoffmann**

*da.*

*Kerngesund, 4020 g*

*und 56 cm groß.*

*Ob wir je über Schalke reden überlege ich mir noch,*

*denn der MSV soll ja mal gut gewesen sein.*

*Mit den glücklichen Eltern*

**Martina und Udo Hoffmann**

*freuen sich*

**Oma Rieke, Opa Norbert, Tante Sandra, Onkel**

**Thorsten und die Cousins Nico und Andrijan.**

*Der Dank gilt auch dem Team der Station 01*

*der Wedau-Kliniken.*

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 26.09.2002, 101/31)

Die kommunikativen Konstellationen in Geburtsanzeigen, insbesondere die Sprecherrollen, können also im Text sehr unterschiedlich realisiert sein.

3. Die Alltagssprachliche Bezeichnung ‚geboren werden‘ wird in Geburtsanzeigen häufig metaphorisch wiedergegeben. Dabei werden unterschiedliche Metaphernspender gewählt und die Textsorte ‚Geburtsanzeige‘ variiert:

#### Ankunft im Leben

Willkommen im Leben !

Finn Louis

53 cm - 3360 g

hat am 20.11.2002

das Licht der Welt erblickt.

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 23.11.2002, 101/34)

#### Weltveränderung

Ich habe mit meiner Geburt die ganze Welt verändert.

Aus **Jutta und Uwe Bode wurden Eltern.**

Aus **Mama und Papa Bode und Mama und Papa Scholzen**  
wurden **Omas** und **Opas.**

**Oma Gertrud** wurde **Uroma,**

aus **Tony** wurde ein **Onkel,**

**Kirsten** eine **Tante,**

**Marc und Maureen** wurden **Cousin** und **Cousine.**

Weitere Veränderungen werden noch folgen.

also viel Spaß mit mir.

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 09.10.2001, 101/55)

#### Welt hält Atem an / Geburt eines Sterns

Für einen Augenblick

Hielt die Welt den Atem an.

*Ein neuer Stern wurde geboren.*

*Jasmin Peifer*

Geb. 01.01.2000, 18.00 Uhr, 3 150 g

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 08.01.2000, 101/28)

#### Ankunft eines Zuges


<h2>Calvin</h2>	<h3><b>Achtung! Bahn frei!</b></h3>
3420 g · 52 cm 24. 1. 2001 · 16.42 Uhr	Der Calvin-Express ist nach 9-monatiger Reise durch die Finsternis angekommen. Die Hersteller <b>Andrea und Bernd Piplack</b> sind voller Stolz. Die Presse, verkleidet als Großeltern namens <b>Rosi und Gerald Friedrich</b> sowie <b>Traudel und Erwin Piplack</b> sind begelstert.
	Besten Dank an die Crew des Klinikum Dulsburg.

Bild 4. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 26.01.2001, 101/33)

### Schlüpfen eines Kükens

*Unser 3. Kücken ist geschlüpft !*

*Über die Geburt von*

*Arne Christoph*

*3450 g, 52 cm*

*28. Juni 2002 – 8.33 Uhr*

*freuen sich*

*Dirk und Barbel Kottenhahn*

*mit Thorben und Kim*

(Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 10.07.2002, 101/37)

Die metaphorischen Umschreibungen können also aus sehr verschiedenen Quellen stammen (Weltall, Natur, Tierbereich, Technik).

4. Ähnlich wie die metaphorischen Abweichungen von Alltagssprachlichen Ausdrücken werden in Geburtsanzeigen auch fiktive Textsorten als Abweichung von geläufigen Textsortenkonventionen geschaffen. Mit solchen ‚Textsorten-Metaphern‘ wird formal eine Textsorte vorgetäuscht, die sich dann beim Lesen inhaltlich als Mitteilung einer Geburt entpuppt.

Hierbei sind einige sehr beliebte Muster entwickelt worden:

### Umzug / Fristlose Kündigung

Da mir mein Einzimmer-Appartement mit meinen 51 cm und 2940 g zu eng geworden ist, bin ich



**Michelle** am 13. 1. 2002 in eine 3½-Zimmer-Wohnung mit Familienanschluß gezogen.

Über diesen Zuzug freuen sich meine Eltern und ganz besonders mein Bruder Pascal.

Wir danken dem Team's der Praxis Dr. Körper sowie der Wedauklinik des Klinikum Duisburg, besonders der Hebamme Doris Peters.

Bild 5. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 17.01.2002, 101/19)

Der Textsorten-Abweichung liegt natürlich die lexikalische Metaphern ‚Mutterleib als Wohnung‘ zu Grunde. Dieselbe Metapher wird in der Textsorte ‚Fristlose Kündigung‘ vorausgesetzt:

## **Fristlose Kündigung**

Mir  
**Tamara Maria  
Elschner**

wurde am 23. September 2001  
nach neunmonatigem Aufenthalt  
mein 1-Zimmer-Appartement mit  
Vollpension wegen mietwidrigem  
Verhalten (habe ständig gegen die  
Wand getreten) gekündigt.



Über meinen Auszug freuen sich meine Eltern  
**Ingrid und Günther Elschner**

sowie die Großeltern

**Helmut Elschner sen.**

**Hilde und Hermann Rabener**

PS: Für alle Jungen!

Meine Traummaße: 3210 g 50 cm

Bild 6. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 25.09.2001, 101/52).

## **Produktbeschreibung Automobil**



**Unverkäufliches Sondermodell**

Typenbezeichnung

**Philip**

Zuverlässiges Gesamtgewicht: 3500 g

Länge über alles: 53 cm

Tag der Erstzulassung: 25.03.2002 • 21.40 Uhr

Antriebsart: milchgetriebener Versaugungsmotor,  
schadstoffarm, weltfreundlich, Abgastest gut.

**Planung und Herstellung:**

**Sandra & Ralf Niedzwiedz**

Es gratulieren Großtanten und Großonkel, Terry, Conny, Hedi, Bernd, Michael  
und Uroma Angela

Bild 7. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 27.03.2002, 101/40)



Das neugeborene Kind technisch als Automobilmodell darzustellen, setzt eine bestimmte Art von Humor voraus und eine tiefe Liebe zu Kraftfahrzeugen. Nicht jedermanns Geschmack mag auch die Idee zu sein, die Geburt des eigenen Kindes in der Textsorte eines Steckbriefes anzuzeigen, mit dem üblicherweise Verbrecher öffentlich gesucht werden:



## Steckbrief

**Steckbrief**

Christine und Olaf Albrecht geben Folgendes bekannt :

 **Carina** 

ist am 24.09.2002 um 18:41 aus ihrer Einzelzelle  
verschwunden.  
Sie wird verdächtigt 9 Monate keine Miete bezahlt  
zu haben.  
Bei Hinweisen zu ihrer Ergreifung, setzen Sie sich  
bitte umgehend mit ihren überglücklichen Eltern  
in Verbindung

Zur Person :  
3100 Gramm schwer  
51 cm groß  
& sehr sehr süß.

Vorsicht !!!  
Sie könnte mit einem Schnuller bewaffnet sein.




Bild 8. (Westdeutsche Allgemeine Zeitung: 26.09. 2002, 101/31)

Dass die Geburt von Kindern bei den Eltern und Verwandten Freude auslöst und den Wunsch, die freudige Nachricht möglichst originell mitzuteilen, ist durchaus nachvollziehbar. Erstaunlich ist jedoch, dass dabei z.T. durch ungewöhnliche lexikalische Metaphern die eigentliche Textsorte hybridisiert wird und eine mindestens auf den ersten Blick unschickliche Textsortentransferenz entsteht. Die gewählten stilistisch-metaphorischen Verfahren scheinen jedoch bei den Lesern sehr beliebt zu sein. Dies könnte erklären, warum die verwendeten Texte (wie es die Zeitungstexte um 2000 - 2005 demonstrierten) keineswegs immer originell sind, sondern sehr häufig in Aufbau, sprachlicher Gestaltung und Bebilderung einfach kopiert werden.

### **Bibliography**

1. Adamzik Kirsten / Schmitter, Peter (1986): Bibliographie zur Pressesprache, Münster: Wilhelms-Universität.
2. Adamzik Kirsten (ed.) (2000): Textsorten. Reflexionen und Analysen, Tübingen: Stauffenburg.
3. Adamzik Kirsten (2008): Textsorten und ihre Beschreibung // Janich, Nina (ed.): Textlinguistik. 15 Einführungen, Tübingen: Narr. S. 145-176.
4. Bucher Hans-Jürgen (1986): Pressekommunikation. Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht. Tübingen: Niemeyer.

5. Eich Hans (1959): Zeitungssprache und Zeitungsdeutsch. Ein Beitrag zur Klärung der Begriffe // Muttersprache 69. S. 289-299.
6. Fandrych Christian / Thurmair, Maria (2011): Textsorten im Deutschen: linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht, Tübingen: Stauffenburg.
7. Frese Karin (1987): Wie Eltern von sich reden machen. Sprachliche Analyse von Geburtsanzeigen in Tageszeitungen zwischen 1790 und 1985, Heidelberg: Winter.
8. Frey Hermann (1939): Die Anzeige. Entwicklung des Zeitungsinserats in München bis 1807, Diss. München 1939, Würzburg-Aumühle: Konrad Tritsch.
9. Harweg Roland (1968): Textologische Analyse einer Zeitungsnachricht // Replik 1/2. S. 8-12.
10. Hauser Stefan / Luginbühl, Martin (edd.) (2015): Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse, Bern: Lang.
11. Lück Hartmut (1963): Zeitungsdeutsch und Umgangssprache. Untersuchungen zur Sprache des SPIEGELS // Muttersprache 73. S. 327-337.
12. Lüger Heinz-Helmut (1995): Pressesprache, 2. Aufl., Tübingen: Niemeyer.
13. Lüger Heinz-Helmut (1985): Methode und Gegenstandskonstitution. Überlegungen zur Untersuchung von Pressesprache // Orbis. Bulletin international de documentation linguistique 34. 69-83 [ebenfalls als: L.A.U.T. Paper n<sup>o</sup> 137, Trier: Linguistic Agency University of Trier 1985].
14. Peters Robert (1984): Zeitungssprache: Untersuchungen der Wirkungen von Massenkommunikation anhand ausgewählter Leitartikelausschnitte der ‚Düsseldorfer Nachrichten‘, Essen: Verlag Die blaue Eule.
15. Sandig Barbara (1972): Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen // Gülich, Elisabeth / Raible, Wolfgang (edd.): Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht, Frankfurt a. Main: Athenäum. S. 113-124.
16. Silbermann Alphons (1982): Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung, Berlin: Spiess.

**Бернд Шпиллнер (ФРГ, Дуйсбург)**

### **ГИБРИДИЗАЦИЯ В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКИХ ГАЗЕТ**

Объявления о рождении часто публикуются в газетах как бимодальные тексты, сочетая языковой дискурс с фотографиями или другими невербальными средствами. Элементы текстотипа «реклама» смешиваются с текстовыми конвенциями из разных типов текста. Гибридные тексты в основном созданы на основе метафор или графических элементов.

*Ключевые слова: невербальные иллюстрации, гибридные тексты, пресса, графические элементы, немецкий язык, стилистика*