

Beschreibung von Textsortenwandel: ein methodischer Ansatz im Erwerb von Textkompetenz

1 Linguistische Ausgangspositionen und didaktische Überlegungen

Die Arbeit mit dem Text steht im Zentrum des Deutschunterrichts (vgl. z.B. RLP 2006, 9). Dies verwundert nicht, denn produktive und rezeptive Textkompetenzen sind weit über den Deutschunterricht hinaus in allen Fächern als Schlüsselkompetenz gefragt. Dazu gehört im Rahmen der fachbezogenen Kompetenzen das Lesen, Erschließen und Bewerten literarischer und pragmatischer Texte und u.a. auch die Fähigkeit, „die Vielfalt von Texten wahrzunehmen, Textsorten in ihren Varianten und Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen und ihre Strukturmerkmale in deren Funktion zu analysieren“. (Ebd., 10) In den Lehrmaterialien wird außerdem mehrfach auf das Erschließen der Entstehungsbedingungen von Texten verwiesen und darauf, Texte u.a. in deren historischen, gesellschaftlichen, politischen Zusammenhängen zu beschreiben und zu deuten. (Vgl. ebd.) „Epochenverständnis“ wird damit auch für pragmatische Texte vorausgesetzt (HINWEISE 2007, 7). Mit Recht wird also im vorliegenden Band die Perspektive des (Sprach-)Wandels auch auf Texte projiziert. (Vgl. SIEHR und BERNER in diesem Band.) In der Textlinguistik wird dieser Forschungstrend auch mit dem Begriff der kulturellen Geprägtheit von Textsorten und deren Muster verbunden. Es geht dabei also nicht nur um die historische Determiniertheit von Texten an sich, sondern der Blick wird auf ein und dieselbe Textsorte gerichtet, um zu ergründen, wie und warum sich ihre Strukturen und deren Elemente im Rahmen sich ändernder kommunikativer Anforderungen und Bedingungen ebenfalls in einem ständigen Entwicklungsprozess befinden. Diesen kommunikativen Wandel an konkreten Texten vorzuführen und zu zeigen, welche Möglichkeiten sich daraus für die Entwicklung von Textkompetenz ergeben, ist Anliegen dieses Beitrages.

Der Begriff Textsorte kann hier als weitgehend bekannt vorausgesetzt werden. Er wird im Allgemeinen definiert als jeweils komplexes Muster für kommunikatives Handeln, das sich historisch für je spezifische kommunikative Anforderungen herausgebildet hat und auch weiterhin Veränderungen unterworfen ist. In dieser Begriffsbestimmung liegt bereits das Untersuchungsinteresse dieses Beitrages begründet. Herausheben muss man aber, dass in Abhängigkeit davon, was man unter Text versteht, auch die Beschreibungsmöglichkeiten eben dieses Wandels unterschiedlich komplex ausfallen können. In der Textlinguistik stimmt man inzwischen weitgehend überein, von einem Mehrebenenmodell des Textes auszugehen. Das bedeu-

tet zu unterscheiden zwischen einer Sprachhandlungsebene (illokutiven Ebene), einer thematisch-inhaltlichen Ebene (propositionalen Ebene) und einer stilistischen Ebene (Formulierungsebene). Dass auch Bilder sehr häufig ein wesentliches Element der Textstruktur und Voraussetzung für Sinnzuschreibungen sind, ist ebenfalls nicht neu. Nichtverbale Elemente in den Texten sind aus der Perspektive des Wandels ein wichtiger Beschreibungsaspekt, etwa der Wandel von zu bestimmten Zeiten bevorzugten Bildern in Werbetexten, aber auch in Buchillustrationen usw. In der jüngeren Forschungsliteratur wird zudem immer nachdrücklicher darauf hingewiesen, dass auch das „Gewand“ bzw. „Kleid“ des Textes (im Sinne von STÖCKL 2004) Bedeutung hat. „Bedeutsam“ sind z.B. die Typographie, die Papierqualität, die möglicherweise nicht angebrachte Verwendung von kariertem Papier, nicht eingehaltene Zeilen, die Art der Aufteilung der Fläche, Ausrufezeichen als Drohbärde, nicht notwendige Abkürzungen usw. Diese semiotische Sicht auf Texte kann für Schülerinnen und Schüler in Anbetracht der Gestaltungsmöglichkeiten mit Hilfe moderner Medien sogar sehr bedeutsam sein.

Das hier angedeutete komplexe Herangehen an Texte impliziert nunmehr eine ganze Reihe von Beschreibungsmöglichkeiten für deren kommunikativen Wandel, so z.B.:

- der Grad der Explizitheit von Sprachhandlungen, z.B. des Berichtens, des Begründens, des Argumentierens (vgl. u.a. die Begründungen in den Gesuchen M 1, 2, 3; den Lebenslauf Zilles vgl. M 7, Explizitheit der Verordnungen vgl. M 4 und 5; natürlich stellt sich hier auch der Zusammenhang zum Thematisch-Inhaltlichen her)
- notwendige bzw. variierbare thematische Entfaltungen in den Textsorten; bevorzugte Themen, tabuisierte Themen (vgl. Werbeanzeigen in Kap. 2.5.1)
- die große Fülle sprachstilistischer Vergleiche sowohl für den Text bedeutsamer einzelner Stilelemente, aber auch von übergreifenden Stilqualitäten; vgl. M 1 und 2; stilistische Charakterisierung der Selbstdarstellung des Textproduzenten sowie der Beziehungsgestaltung zum Rezipienten, zum Thema, zur Sprache.

Weitere Ansätze lassen sich aus der Beschaffenheit der konkreten Text ableiten, z.B. Metaphorik, Typographisches, Bilder.

Auch wenn letztlich die Komplexität der Texte nicht aus dem Auge verloren werden darf, ist es dennoch zweckmäßig, Texte nicht nur ganzheitlich zu beschreiben, sondern es ist oft übersichtlicher, sich je nach Situation und Textspezifik auch einzelnen Aspekten der Textstruktur in ihrem Wandel zuzuwenden. Um ein Beispiel vorwegzunehmen: Auf stilistischer Ebene der beigefügten Anträge/Gesuche an eine übergeordnete Person oder Institution fallen die unterschiedlichen Anredeformen sofort auf:

M 1 aus dem Jahre 1806:	<i>Allerdurchlauchtigster Großmächtigster König,</i> <i>Allernädigster König und Herr</i>
M 3 aus dem Jahre 1912:	<i>Hochlöblicher Verwaltungsausschuss!</i>
Texte aktuell:	<i>Sehr geehrte Damen und Herren</i> oder <i>Lieber Herr X</i>

Unschwer ist zu erkennen, dass mit den verschiedenen Formen unterschiedliche Grade der Ehrerbietung ausgedrückt werden, von Devothet auf der einen und der Tendenz zur Gleichberechtigung der Kommunikationspartner auf der anderen Seite. Wir werden noch sehen, wie damit auch unterschiedliche Vorgehensweisen im Thematisch-Inhaltlichen der Texte für die Begründung des Anliegens korrelieren.

Methodisch bedeutet das, von Auffälligem, von Besonderem in den Texten auszugehen und von dort aus zu fragen, ob daraus eine übergreifende Textstrategie abgeleitet werden kann. Ein solches zunächst eher hypothetisch formuliertes Urteil kann sehr gut durch weitere Texte, die die Schüler individuell bzw. in Projektarbeit ergänzen, verifiziert und auch differenziert werden. In der Auswertung der Befunde stellt sich die Frage nach dem historischen Umfeld für diese oder jene Ausdrucksweise bzw. Textstrategie. Auf diesem Weg wird auch der Blick geschärft für das Besondere und damit Wichtige, und das gilt auch für Gegenwärtiges. Vergleichende Arbeit in der Texterschließung erleichtert es Lehrenden und Schülern, interessante Beobachtungen am Text zu machen, sich über Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu verständigen und damit auch das Gewordensein aktueller Texte zu begreifen. Vor allem bei Texten, die auch für Schüler bedeutsam sind, mit denen sie eigene produktive bzw. rezeptive Erfahrungen haben, kann die historische Sicht bereichernd sein. Das gilt im Besonderen auch für Texte, die offensichtlich kaum Spielraum in der Ausprägung des Musters haben. Für selbständiges Arbeiten der Lernenden, etwa in der Form von Hausarbeiten oder Vorträgen, sollten die zu untersuchenden Texte verhältnismäßig überschaubar und leicht zugänglich sein. Als gut geeignet haben sich z.B. erwiesen: Glückwünsche zu verschiedenen Anlässen (die leider oft mehr als langweilig sind), die verschiedenen Arten von Anzeigen von Stellengesuchen über Werbeanzeigen bis zu Geburtsanzeigen, aber interessant sind auch Schulordnungen und Verordnungen aller Art, auch Kochrezepte usw. Das Betätigungsfeld ist groß. Indem Wahrnehmungsfähigkeit geschult wird, kann in der Arbeit an den Texten nachdrücklich Freude geweckt werden, die insbesondere im eigenen Entdecken liegt. Auf diese emotionale Seite in der Textarbeit wird in den Lehrmaterialien leider kaum Bezug genommen. Aus dem Gespür für Textsorten und ihre Entwicklungstendenzen kann der Bezug zur Textproduktion hergestellt werden: intensiveres Nachdenken über Varianten des Musters, Freude an Individualisierungen in der Textgestaltung im Rahmen der Spielräume des Musters, Spielen mit den Mustern, Herstellen intertextueller Bezüge (z.B. Parodien schreiben). Im Interesse der Lebendigkeit des Unterrichts können solche vergleichenden Aspekte immanent in die Textarbeit einbezogen werden.

2 Beispiele für die Beschreibung von Textsortenwandel

2.1 Textsortenwandel in der Ausprägung der jeweils dominierenden Sprachhandlung am Beispiel von Anträgen/Gesuchen

Als Beispiel soll die schul- und praxisrelevante Textsorte Antrag/Gesuch ausgewählt werden. Wir schauen, unter welchen kommunikativen Bedingungen die jeweilige Sprachhandlung ausgeführt wird. Das Wesen der Sprachhandlung BEANTRAGEN ist, dass ein Textproduzent den Adressaten für sich einnehmen will, um die Erfüllung eines persönlichen Bedürfnisses, eines Anliegens, erreichen zu können. (Vgl. ROLF 1993, 256.)

Jemand	Individuum/Institution (sich nur benennen/sich mehr oder weniger umfassend darstellen)
beantragt	dominierende Sprachhandlung (auch: bitten, ersuchen, anfragen, ein Anliegen haben, mit inhaltlicher Spezifizierung: sich bewerben)
bei jemandem (mit Befugnis ausgestattet)	Individuum/Institution (nur benennend, ihm/ihr mehr oder weniger Respekt erweisend)
etwas	Verhaltensermöglichung, Produkt u. v. a. m.
mediale Bedingung	schriftliche Kommunikation, Formularantrag/formloser Antrag
spezif. Bedingungen für die Zielrealisierung	Erläuterung kausaler, modaler, finaler Zusammenhänge, die in der Person/in der Situation liegen: untergeordnete Sprachhandlungen: informieren, begründen, versprechen u. a.
raum-zeitliche Situierung des Geschehens	

Diese Beschreibung erfasst das allen Exemplaren der Textsorte Gemeinsame. Sie führt zu verallgemeinernden Auffassungen über die Textsorte Antrag sowohl für die diachrone als auch synchrone Perspektive. Die Frage ist also, ob man in den Mittelpunkt das in verschiedenen Anträgen Übereinstimmende rückt oder auch das Individuelle, das die Texte unterscheidet und damit auch den Einzeltext in seiner Individualität und Spezifik beschreibt. Das sind Eigenschaften des Textes, die er nicht mit den anderen Vertretern seiner Sorte teilt, weil ein und dieselbe kommunikative Anforderung in unterschiedlichen historischen Epochen oder in verschiedenen kommunikativen Zusammenhängen unterschiedlich realisiert, d.h. das Allgemeine im konkreten Text spezifiziert wird. Die Verschiedenheit und damit auch der Wandel der Texte kann auf jeder Ebene der Textstruktur erklärt werden. Für die ausgewählte Textsorte ist z.B. vergleichbar, wie sich die unterschiedlichen sozialen Rollen der Kommunikationspartner auf die Texte auswirken, und auch, welchen kommunikativen Aufwand der Beantragende auf Grund seiner asymmetrischen Beziehung zur vorgesetzten Person/Behörde betreibt bzw. betreiben muss, um sich seiner Meinung nach beste Voraussetzungen für die positive Beantwortung seines Anliegens zu schaffen. Für diese Absicht des Überzeugens, Überredens

wird auch der Begriff Persuasion (Adj. persuasiv) benutzt. Für diesen Untersuchungsansatz werden nunmehr einige Methoden ausgewählt.

2.2 Beschreibung der Form in Anträgen/Gesuchen

Große Bedeutung haben hinsichtlich einer normgemäßen äußeren Form die Submissionsstriche oder nach RAMMLER (1853, 76) der „Respects=Platz“. Das ist der freie Platz zwischen dem fortlaufenden Text und der Unterschrift. „Je tiefer man den Abstand vom Empfänger des Schreibens bezeichnen will, desto größer muß der Zwischenraum bleiben.“ (Ebd.) Zwar führen Regelabweichungen in der Form nicht unweigerlich zur Nichtbearbeitung von Anträgen, dennoch ist die äußere Form ein wichtiger Aspekt der Selbstdarstellung und Beziehungsgestaltung, indem sich die Antragstellenden als höflich-respektvoll, gebildet, regelsicher und damit auch als ernst zu nehmende Kommunikationspartner vorstellen. Und es ist ein Ausdruck der Identifizierung mit der sozialen Rolle, die im konkreten Kommunikationsereignis eingenommen wird. Das gilt auch für andere Formmerkmale der Texte, und es gilt heute nach wie vor, auch wenn gesellschaftliche Hierarchisierungen nicht mehr so stark zum Ausdruck gebracht werden. Fragenbogenanträge umgehen einige dieser Probleme.

Der Lehrer und Organist aus Zwenkau (M 2) beherrscht aus seiner persönlichen Sprachbiographie heraus natürlich diese Konventionen, einschließlich der Regel, links breiten Raum zu lassen für mögliche Bearbeitungsvermerke der vorgesetzten Behörde.

2.3 Anrede und Beziehungsgestaltung in Anträgen/Gesuchen

Persuasiv bedeutsam ist die Anrede am Textanfang und im laufenden Text sowie die Unterschrift am Ende des Textes. Je nach Adressat und Anlass des Antrages drücken ritualisierte Formen Devotion oder Ehrerbietung und Höflichkeit aus. Zum Anredeverhalten liegt insgesamt umfangreiche Literatur vor, auch für gegenwärtige Verhältnisse, in der die über sich hinausweisende Symbolkraft ritualisierter Formen beschrieben wird (vgl. BESCH 1996), so dass ich mich hier auf einiges Wesentliches beschränke.

In den Bittgesuchen des 19. Jh. werden durch Anrede und Grußform ständische Unterschiede deutlich markiert. Die Anrede in M 1 ist streng ritualisiert. Ich zitiere:

„In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts lautete die briefliche Anrede des Königs korrekt: ‚Allerdurchlauchtigster, Großmächtigster König, Allergnädigster König und Herr?. Und man unterschrieb [...] mit der Formel: ‚In tiefster Ehrfurcht ersterbend Euer Königlichen Majestät allerunterthänigster, treu gehorsamster Diener?.‘“ (KRABS 2004, 42)

1848 wurden in Sachsen und Preußen für weltliche Behörden die Titulaturen abgeschafft. „Davor galten folgende Anreden: Hoch, Hochpreislich, Hochverordnet für Königliche Behörden, Hochlöblich für Provinzialbehörden und wohlloblich für Ortsbehörden.“ (CHERUBIM u.a. 1987, 159) Der Brief Franz Kafkas (M 3) zeigt das Fortleben der Anrede *Hochlöblich* bis in das vorige Jahrhundert, zumindest in der habsburgischen Monarchie. Der Brief des sächsischen Organisten (M 2) ist respektvoll, aber nicht devot in der Anrede, am Ende wird auf jede Form der Ehrerbietung verzichtet und nur mit der Angabe des Berufes gezeichnet. Diese Entwicklung der abnehmenden Kennzeichnung von Hierarchisierungen setzt sich bis in die Gegenwart fort, was aber nicht mit Unhöflichkeit verwechselt werden darf. Ein Blick in heutiges Material zeigt: teilweise ohne Anrede und nur mit entsprechender Betreffzeile, überwiegend *sehr geehrt* und mit entsprechender Grußformel: teilweise *hochachtungsvoll*, häufiger *freundliche Grüße*. Die zunehmende Verbreitung der Anrede *Hallo, Frau X* auch in offiziellen Briefen ist auf jeden Fall sprachkritisch zu diskutieren, ebenso die in diesem Zusammenhang oft abgekürzte Grußformel *MfG* (Mit freundlichen Grüßen).

In engem Zusammenhang mit der Selbstdarstellung und Beziehungsgestaltung durch das Anredeverhalten stehen auch Fragen, wie sich der Schreiber im Text selbst bzw. wie er den Adressaten bezeichnet. Es geht um Textreferenz durch den Verfasser und den angesprochenen Adressaten. In der Literatur heißt es dazu:

„Die sprachliche Markierung des Produzenten kann direkt, indirekt oder ausweichend sein oder sie kann auch völlig fehlen. Unter direkter Markierung wird im folgenden die Markierung durch die Pronomina (Personal- und Possessivpronomina der ersten Person) und durch den Eigennamen des Produzenten verstanden. Als indirekt werden solche substantivischen Bezeichnungen verstanden, die die jeweilige Rolle des Textproduzenten signalisieren. [...] Der Produzent kann auch einen direkten Bezug auf sich selbst vermeiden und trotzdem mitgemeint sein.“ (PITULAINEN 2001, 160f.)

Die Selbstdarstellung in den Bittgesuchen, so auch im Text 1, ist persönlich und direkt bestimmt mit dem Personalpronomen *ich*. Kafkas Selbstbezeichnung im Text ist durchgängig die unpersönliche Form *der Gefertigte*, es fehlt eine abschließende Grußform, es folgen nur Name und Dienststellung. Zusammen mit der inhaltlichen Ausgestaltung ist dies ein Ausdruck zunehmender Sachlichkeit in den Gesuchen.

2.4 Aspekte der Explizitheit/Ausführlichkeit von Sprachhandlungen in Anträgen/Gesuchen
Die Lebensumstände dieses Ichs als Begründung für das Gesuch in M 1 (*der ärmste Colonist im ganzen Lande, mit Hand arbeit keinen Heller verdienen, wenige Land oder Morast, keinen Krug Buchweizen eingeerntet*) werden sehr ausführlich und emotional geschildert, auch die seiner Frau (*alt, ungesund*), die alles in allem Mitleid erheischen. Der persuasive Aufwand in der Selbstdarstellung ist

sehr groß, um den Rezipienten für sich einzunehmen. Gleichzeitig wird das Versprechen abgegeben, mit *einer milden Beisteuer* so umzugehen, dass der Schaden abgewandt wird. Das korreliert mit dem Hinweis unter 2.1, dass die Nachdrücklichkeit des BEANTRAGENS durch Integrieren weiterer Sprachhandlungen verstärkt wird.

Die Tendenz der abnehmenden Devotheit in den Texten ist verknüpft mit der Tendenz zunehmender Förmlichkeit. Statt emotionaler Stützung auf inhaltlicher und stilistischer Ebene überwiegen mehr und mehr sachlich vorgetragene Argumente. Auffällig ist aber auch bei Franz Kafkas Gesuch die nach wie vor ausführliche und sehr konkrete Begründung für das Anliegen, stilistisch allerdings nicht mehr expressiv, sondern stark sachbezogen, einschließlich des Verweises auf das beigefügte ärztliche Zeugnis.

Die Detailliertheit der Begründung gilt für Text 2 nicht. Der Organist benennt kurz und knapp sein Anliegen. Die Verwendung von Fachwörtern stützt diese Tendenz zur Verknappung, so dass der persuasive Aufwand gering gehalten werden kann. Der Organist baut auf gemeinsames Wissen für den Umstand, 2 Söhne auf dem Seminar zu haben. Diese sich bis heute fortsetzende Tendenz führt in der Regel zu immer knapperen Anträgen, die sich auf notwendige Daten und Fakten beschränken, wie sie mitunter in Formularen nur noch angekreuzt werden (vgl. GROSSE/MENTRUP 1980).

Wenn einerseits die zunehmende Sachlichkeit als Ausdruck der Demokratisierung der Gesellschaft positiv zu beobachten ist, so besteht andererseits – Material lässt sich schnell finden – gelegentlich die Gefahr, dass die sozialen Beziehungen kippen und sich die Antragstellenden in die Position der Fordernden begeben. Anträge muten auch in der Form gelegentlich eher als schnell hingeschriebene Notizen an. Zusammenfassend erscheint mir wichtig, dass auch Texte aus dem Bereich Recht und Verwaltung interessante Ansätze für den Wandel und die Entdeckung von Variationsmöglichkeiten bieten (vgl. auch den Lebenslauf in M 7).

2.5 Textsortenwandel als thematisch-inhaltlicher Wandel am Beispiel von Werbeanzeigen
Werbegeschichte lässt sich „als kommunikativ realisierte Geschichte von Thematisierungen gesellschaftlichen Wertewandels beschreiben“ (BOLTEN 1997, 289). Das bedeutet, dass Textsortenwandel auch aus dem Blickwinkel des Themenwandels in den Texten erfasst werden kann. Als Werte, die auch unsere Lebensziele bestimmen, werden in der empirischen Sozialforschung u.a. genannt: Arbeit/Beruf, Gesundheit, Familie, politisches Engagement, Chancengleichheit, Selbstentfaltung, Mitbestimmungsrecht, Schutz der Umwelt. Es gibt Untersuchungen zu Werten und Wertewandel, die mit der Entwicklung moderner Industriegesellschaften überhaupt zusammenhängen, etwa die zunehmende Bedeutung des Wertes Indivi-

dualisierung. Man kann sehr gut diskutieren, welchen Platz in einem solchen Wandelprozess heute die Werte Hilfsbereitschaft, Höflichkeit, Bescheidenheit u. a. haben. Einen hohen Prestigewert haben gegenwärtig auch Umwelt und Umweltbewusstsein.

Gesellschaftliche Werte bündeln sich in der Kommunikation als Schlüsselwörter, die in je konkreten Situationen die Diskussion und damit Texte bestimmen. Textsortenwandel lässt sich dann u. a. auch an dem Vorkommen eben dieser Schlüsselwörter in Texten, in ihrer Häufigkeit und Dominanz, festmachen, bis zur Vermeidung vormaliger Schlüsselwörter, wenn sie durch gesellschaftlichen Wertewandel stigmatisiert sind. Jede Zeit hat also die für sie charakteristischen Schlüsselwörter, da sie die jeweiligen gesellschaftlichen Wertvorstellungen und gesellschaftlichen Bedürfnisse widerspiegeln

Dieses „wortstrategische Operieren“ (KLEIN 1991, 50), wie es die politische Semantik ausführlich erklärt, soll nunmehr in Textzusammenhängen betrachtet werden, wie also bestimmte Begriffe bestimmte Textsorten „besetzen“ und strukturieren. Werbeanzeigen sind dafür gut geeignet, weil ja gerade diese Textsorte auf gesellschaftliche Bedürfnisse sehr stark reagiert und damit auch Textsortenwandel gut zu beobachten ist. Methodisch kann man in zwei Richtungen gehen.

- a) Man beobachtet, mit welchen Begriffen (Konzepten) in bestimmten Zeiten dominant für ein Produkt geworben wird, – z. B. in der Autowerbung oder, wie hier vorgeführt, in der Sparkassenwerbung – und auch, welche Begriffe vermieden werden. Konzeptwandel widerspiegelt den Wertewandel.
- b) Man beobachtet, wie sich ein und derselbe Begriff in den Texten entfaltet, d. h., es geht um Konzeptausprägungen. Das soll am Beispiel des Konzepts Umwelt an Hand von Autowerbungen vorgeführt werden.

Wir beschränken uns jeweils auf wenige Beispiele, denn gerade historische Darstellungen zur Werbung bieten sehr viel Material, dass auch Schüler selbständig das Untersuchungsproblem vertiefen können. (Vgl. die Materialien in KELLNER/KURTH/LIPPERT 1995; KRIEGSKORTE 1995; TIPPACH-SCHNEIDER 1999.)

2.5.1 Konzeptwandel in Texten als persuasive Strategie am Beispiel von Sparkassenwerbungen
Sparkassen bekennen sich zur „Förderung des Sparsinns, zur Darbietung von Spargelegenheiten und zur gerechten Verteilung der Sparmittel als Kredit“ (SPARKASSEN 1995, 89). Diesen Zielen sind auch die Werbestrategien untergeordnet und wir fragen, welche Konzepte in den Werbeanzeigen zu verschiedenen Zeitabschnitten als Argumentationshilfen genutzt werden. Wir beschreiben zunächst verschiedene Werbeanzeigen¹ und heben dann die Konzepte heraus.

¹ Alle Beispiele aus SPARKASSEN 1995.

Im Jahr 1939

Schlagzeile	Das Sparen der Frau ist Dienst am Volk!
<i>Visualisiert</i>	<i>in Großaufnahme über die ganze Seite eine Hausfrau (mit Schürze), in der Hand eine Geldbörse, im Hintergrund eine Ansammlung von Menschen als Volk, darunter auch Uniformierte</i>
Slogan	Städtische Sparkasse Konstanz 1839 100 Jahre 1939 öffentliche mündelsichere Sparkasse

Im Jahr 1973

Schlagzeile	Mit Kredit von uns fährt man gut. Und Sie?
<i>Visualisiert</i>	<i>ein verwirrendes Autobahnkreuz</i>
Slogan	Wenn's um Geld geht – Sparkasse

Im Jahr 1991

<i>Visualisiert</i>	<i>Zwischen zwei Fingern wird das zerfressene, geschädigte Blatt eines Baumes gehalten, nimmt zwei Drittel der Seite ein</i>
Schlagzeile	Die Zukunft steht auf einem anderen Blatt
Slogan	Wir fördern Initiativen zum Schutz der Umwelt – Sparkasse

Folgende Konzepte bestimmen also die Sparkassenwerbungen:

- 1939: Sparkasse – Volk
- 1973: Sparkasse – Reise/Autobahn
- 1991: Sparkasse – Umweltschutz

Bereits diese kleine Auswahl liest sich wie ein Geschichtsbuch. So war z.B. gerade **Volk** ein zentrales Schlüsselwort der Ideologie während des Nationalsozialismus. Das Wort hat durch Komposita und Ableitungen ein umfangreiches Begriffsnetz ausgebildet: *volkhaft, völkisch, Volksgemeinschaft, Volksgenosse, Volkskörper, Volkskrieg, Volksseele, Volkssturm, Volksverderber, Volksverführung* und viele andere. (Vgl. u.a. das Register in SIEHR 2001, 300f.) Wenn also auch Sparen mit dem Argument des Dienstes am Volk begründet wird, so wird dafür eine hohe emotionale Akzeptanzstützung erwartet. Es wird generalisiert, auf konkrete Begründungen wird verzichtet. Hervorhebenswert ist zudem, dass dieses Argument sowohl verbal als auch visuell genutzt wird.

Das Beispiel Autobahn in einem Begriffsnetz **Reisen** von 1973 als bestimmendes Bildelement der Werbeanzeige verweist auf das Problem, dass Konzepte auch stigmatisiert werden können und es zu einem späteren Zeitpunkt unmöglich wäre, sie weiterhin als Argument zu verwenden, weil `Autobahn` heute semantisch u.a. auch mit den Begriffen Abgase, Umweltschäden, Ozonloch, Waldsterben, Verkehrskollaps vernetzt ist. Wir kommen darauf im Zusammenhang mit der Autowerbung noch einmal zurück. Stattdessen arbeitet die Sparkasse nunmehr mit einem Gegenbegriff, dem Begriff **Umweltschutz**. Der Begriff ist in der Anzeige emotional mit dem zerfressenen Blatt in ein Bild gesetzt. Da Umweltschutz ursächlich mit den Aufgaben der Sparkassen nichts zu tun hat (vgl. oben), wird das Versprechen

abgegeben, dafür etwas tun zu wollen, und ist somit Mittel der Selbstdarstellung. Viele weitere interessante Beispiele lassen sich in der oben genannten Literatur finden.

2.5.2 Konzeptausprägung in Texten als persuasive Strategie am Beispiel der Autowerbung

Es soll gezeigt werden, wie ein zu einem bestimmten Zeitpunkt bevorzugtes Konzept der Werbung nunmehr in verschiedenen Anzeigen ausgestaltet ist. Es geht also um das Thematisch-Inhaltliche in der Textstruktur. Wir wählen das Konzept **Umwelt** in der Autowerbung.

Den Darlegungen liegt die Auffassung zugrunde, dass Begriffe nicht isoliert in unserem Gedächtnis abgespeichert sind, sondern über semantische Relationen (R) mit anderen verknüpft sind, die einen gemeinsamen Assoziationsraum bilden. Diese Verknüpfungen lassen sich relativ systematisch als Wissensrahmen (frame) darstellen, auch wenn zugestanden werden muss, dass ein solcher Rahmen je nach individuellen Wissensvoraussetzungen auch ein bestimmtes Maß an Individualität aufweist. Aber die framesemantische Darstellung erlaubt, auch einzelne und damit individuelle Assoziationen als für die Verwendung des Begriffs bedeutsam einzuordnen, im Vergleich zu stark verallgemeinernden Beschreibungen in den Wörterbüchern.

Aspekte eines Frames **Auto**:

Hyper-/Hyponymie-R:	Fahrzeug, Autotypen ...
Spezifizierungs-R:	Ausstattung: ABS, Airbag, Motor, Lenkung ... Form: Limousine, Fünftürer, Dreitürer ...
Lokal-R:	Straßen, Wege, Autobahnen ...
Handlungsträger-R:	Personen, die fahren: junge Männer, Frauen ...
Ziel-/Zweck-R	fahren, Lasten/Personen transportieren ...
Instrumental-R:	Benzin, Diesel ...
Folge-R (des Fahrens):	Abgase, Schadstoffe, Umweltverschmutzung, dichter Verkehr, Stau ... Reparaturen ...
Attribut-R:	teuer, schnell, Farbgebungen ...

Aspekte eines **Frame Umwelt**:

Hyper-/Hyponymie-R/	Natur – Wasser: Flüsse, Seen, Meere, Regen ... – Luft: Sauerstoff ... – Wald: Pflanzen, Bäume, Blätter ... – Wiesen, Felder ... – Tiere im Wasser, in der Luft, im Wald ...
Attribut-R	gesund ... grün (Wälder, Wiesen) ... blau (Wasser, Luft) ...
Ziel-/Zweck-R	atmen, sich erholen, trinken, sich ernähren, Umwelt schützen und erhalten ...
Folge-R (infolge d. Nutzg.)	Umwelt in Gefahr ...

Frühere Autowerbungen haben dominierend technische Details in den Mittelpunkt ihrer Werbestrategien gestellt. Seit Umweltbewusstsein öffentlich stark reflektiert wird – es gibt ein nahezu unüberschaubares Begriffsnetz mit den Komponenten Bio-, Öko-, Umwelt- – nutzt auch die Autowerbung diesen emotional positiv besetzten Begriff für sich.

Beispiel 1 (Renault)

- Schlagzeile: Entworfen nach einem uralten Prinzip: Ein Renault.
Visualisiert: auf hellgelbem Untergrund drei Ahornblätter, das erste in der Farbe grün, das zweite rötlich herbstlich gefärbt, das letzte graubraun verwesend
- Fließtext: Die Natur denkt in Kreisläufen. Und wir auch. Darum ist jeder Renault von heute dank seines modernen Fertigungskonzepts fast vollständig recycelbar. Ein kleines Beispiel für die Kreativität unserer Ingenieure.
- Slogan: Kreativität macht Sinn.
Renault. Auto zum Leben

Beispiel 2 (Ford) (Vgl. das Bild in M 8.)

- Schlagzeile: Grüne Autos in **allen** Farben.
Visualisiert: auf blauem Untergrund, einen großen Teil der Seite einnehmend, ein stilisiertes Auto ganz in grünes Gras eingewickelt; drei Grasballen als Auspuffwölkchen
- Fließtext: Heute erfüllt Ford die D4-Abgasnorm mit Grenzwerten für 2005. Ein weiteres Zeichen setzt Ford mit serienreifem Brennstoffzellenantrieb ab 2004
- Slogan Ford. Die tun was.

Diese wie auch viele andere Beispiele zeigen, wie die Autowerbung auf das Konzept Umwelt setzt, um Sympathie und Akzeptanz zu erlangen. Eine große Rolle spielen die Visualisierungen von Umwelt, die in vielen Anzeigen auch dominant sind: klares Wasser, gesunde Tiere, das Grün, unberührte Landschaften, Blumen, menschenleerer Meeresstrand. Werden im Fließtext Einzelinformationen über technische Details vermittelt, dann nimmt der Bezug zum Umweltschutz einen breiten Raum ein und ist nahezu obligatorisch, um mögliche negative Assoziationen zu Auto abzumildern. Reduzierung des Schadstoffausstoßes, Abgasnorm, bessere Luft sind wichtige Informationen. Auch in den Schlagzeilen werden Begriffe aus dem Konzept Umwelt aktualisiert: Kreislauf der Natur, grün, atmen. Für eine positive Selbstdarstellung sorgen auch die Sprachspiele: „Grüne Autos in allen Farben.“ nutzt die Mehrdeutigkeit von grün als Farbe und grün als umweltbewusst.

Es wird deutlich, dass das umweltfreundliche Auto verbal und visuell gegenwärtig in der Werbung höchste Priorität hat, auch auf die Gefahr hin, dass damit eine Simplifizierung des Problems `Auto` einhergeht. Wenn man ganz aktuellen Anzeigen glauben will, könnte sich ein erneuter Konzeptwandel andeuten, indem im Sinne der Spaßgesellschaft gehäuft Begriffe verbal und visuell verwandt werden, die einen entsprechenden Begriffsrahmen bilden.

Ohne nähere Erklärungen seien Beispiele angeführt:

Toyota: Nichts ist unmöglich. Der Toyota RAV4. Lebe Deine Freiheit.

SAAB: Sie wollen aus Konventionen ausbrechen? Hier ist Ihr Fluchtwagen.

Mazda: warum langweilig, wenn es fahrspaßig gibt?

3 Materialien

Material zur Textsorte Antrag/Gesuch

Im Vergleich mit heutigen Anträgen/Gesuchen ist als durchgängige Entwicklungstendenz eine Demokratisierung der von Hause aus asymmetrischen Kommunikation zwischen den Kommunikationspartnern zu beobachten. Zunehmende Sachlichkeit äußert sich in der Verwendung von Fachwortschätzen.

M 1: Gesuch eines Siedlers zu Beginn des 19. Jahrhunderts²

<p>Mohrdorf, d. 6. Jan. 1806</p> <p>Allerdurchlauchtigster Großmächtigster König, Allergnädigster König und Herr</p> <p>Der Colonist Gerd Folkers zu Mohrdorf betr.</p> <p>ich bin gewiß der ärmste Colonist im ganzen Lande, denn ich bin wie Stadt und Land kundig äußerst contract, und kann mit Hand arbeit keinen Heller verdienen, imgleichen ist meine alte Frau ungesund und eben wenig im Stande ein Stück Brod zu erwerben. Mein geringes Colonat ist dermaßen verschuldet, daß ich keinen Groschen darauf borgen kann, und das wenige Land oder Morast was dabey ist äußerst mager, weil ich solches nicht bedüngen kann. Im abgewichenen Jare, kann ich mit Wahrheit sagen, habe ich kein Krug Buchweizen eingeerntet, und die wenigen Cartoffeln, welche</p>	<p>Gott mir noch bescheret, sind bereits verzehret, und es mangelt uns anjetzt an alle Lebensmittel</p> <p style="text-align: right;">weil</p> <p>Weil wir hier in Mohrdorf kein Milch für Geld kaufen können. So müßen wir fast vor Hunger und Kummer vergehen.</p> <p>An Eur. Königliche Majestät höchstpreisl. Krieges- und Domainen-Cammer unterwinde ich mich meine allerunthänigste Bitte dahin gelangen zu laßen, mir armer verlaßener Mann mit einer milden Beisteuer zu helfen, um eine Kuh kaufen zu können, alsdann bin ich mit meine alte Frau geborgen, denn wenn wir Milch haben, so haben wir doch etwas zur Erquickung.</p> <p>Hoffnungsvoll ersterbe in niedrigster Ehrfurcht</p> <p style="text-align: right;">Eur. Königliche Majestät</p> <p style="text-align: right;">Gerd Folkers allerunterthäniger Knecht</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

² Abschrift im Moormuseum Moordorf/Ostfriesland

M 2: Gesuch eines Lehrers Ende des 19. Jahrhunderts³

Eingeg., den 13. Novbr. 1894

An
den Schulvorstand
zu
Zwenkau

Den geehrten Schulvorstand bitte ich um Gewährung der vorletzten Alterszulage. Hieran erlaube ich mir noch die weitere Bitte anzuschließen, mir jetzt noch einen Teil von der letzten Zulage, welche ich erst nach 5 Jahren erhalte, zu bewilligen; weil ich immer noch 1 ½ Jahr 2 Söhne auf dem Seminar habe, also jetzt das Geld notwendiger brauche, als später. Einem günstigen Bescheide hoffnungsvoll entgegensehend, zeichnet

K. Org.

Zwenkau, d. 5. November 1894

M 3: Gesuch Franz Kafkas zu Beginn des 20. Jahrhunderts

Hochlöblicher

Verwaltungsausschuss!

Der ergebenst Gefertigte leidet seit längerer Zeit an krankhaften nervösen Zuständen, die sich vor Allem in fast ununterbrochenen Verdauungsstörungen und in schlechtem Schlafe äussern. Der Gefertigte ist daher gezwungen, sich in einem Sanatorium einer rationellen Kur zu unterziehen und bittet einen hochlöblichen Vorstand um gütige Gewährung eines einwöchentlichen Krankenurlaubes, den der Gefertigte an seinen Erholungsurlaub anschliessen und für jene Sanatoriumskur verwenden würde.

Das beigelegte ärztliche Zeugnis bestätigt die obige Begründung des Gesuches.

Prag, am 17. Juni 1912

Dr. Franz Kafka.
Konzipist

³ Abschrift: Sächsisches Staatsarchiv Leipzig, Stadtarchiv Zwenkau

Material zur Textsorte Ordnung

Diese Textsorten haben ihren Platz in dem Kausalzusammenhang, dass bestimmte Voraussetzungen oder Umstände des Zusammenlebens ein bestimmtes Verhalten der Beteiligten notwendig oder wünschenswert machen. Das Nichtbeachten dieser Verhaltensweisen hat bestimmte Folgen. Diese Zusammenhänge sind auch der Ansatz für Vergleiche, einschließlich des Vergleichs der sprachstilistischen Gestaltung, die dominierend autoritär oder Achtung indizierend sein kann. Es ist leicht nachvollziehbar, dass das Verhältnis von Nähe und Distanz zwischen den Kommunikationspartnern einem ständigen Wandel unterworfen ist. Vergleiche mit heutigen Ordnungen, auch Schulordnungen, sind sehr interessant. Auch die Textsorte Lebenslauf (M 7) ist situationsspezifisch ausgeprägt.

M 4: Auszüge aus der „Mädchenhaus Ordnung für das Militär Mädchen Waisenhaus in Pretzsch/Elbe vom 1. Juli 1912“⁴

- 54 Wer unentschuldigt nicht pünktlich zum Antreten zur Stelle ist oder fehlt, ist grundsätzlich zu maßregeln oder zu bestrafen.
- 63 Das Antreten zum Unterricht erfolgt klassenweise im Spielsaal unter Aufsicht der Erzieherin vom Frühdienst. Die Klassenaufseherinnen haben dieser vor dem Abrücken ihre Klassen zu melden.
- 64 Während der Schulpausen (mit Ausnahme der Frühstückspause) führen die Lehrer bzw. Lehrerinnen wochenweise die Aufsicht. Bücher dürfen während der Pausen nicht mitgenommen werden; das Lärmen während dieser Zeit, ebenso das Spielen in der Frühstückspause ist verboten. Das Verlassen der Klassen und das Wiedereintrücken in diese hat stets geschlossen und ruhig zu geschehen.
- 65 Auf unbedingte Schonung der Bücher und Lehrmittel ist jederzeit zu achten; jeder Mißbrauch, Werfen mit solchen u. s. w. ist verboten.
- 67 Während der Freizeit kann jeder Zögling sich nach Belieben mit sachgemäßen Spielen beschäftigen oder freiwillige und bestellte Handarbeiten anfertigen. Das Spielen darf jedoch nie in zu übermäßiges Lärmen ausarten, vielmehr sollen die Zöglinge sich stets anständig und gesittet betragen. Alle zwecklosen, schädlichen und gefährlichen Dinge sind verboten; ebenso ist jedes eigenmächtige Verschenken, Vertauschen und Verkaufen von Gegenständen untersagt.
- 68 Während des Aufenthalts auf dem Hofe ist es verboten, Wände oder Gegenstände zu bekritzeln oder zu beschädigen, [...] sich mit den in der Anstalt beschäftigten Personen zu unterhalten bzw. sie zu belästigen. Fußballspiel, Reiterspiel, das Werfen mit Steinen, das Klettern oder Liegen auf den Bänken und die Verwendung von Taschentüchern als Peitschen oder zum Schlagen ist untersagt. [...]
- 72 Das Verhalten auf den Wohnsälen soll ein ruhiges sein. Die Zöglinge dürfen sich mit Anfertigung von Handarbeiten, mit Lesen, Lernen, Gesellschaftsspielen und dergleichen beschäftigen. Verunreinigung der Räume, Bekritzeln oder Beschädigungen der Wände und Utensilien, lautes Schreien, Pfeifen, Sehen aus den Fenstern oder Werfen von Gegenständen aus denselben, wildes Umherrennen, Klettern über Tische und Bänke, Hinaufsteigen auf Spinde und Fensterbretter ist verboten. [...]

⁴ Archiv des Kinder- und Jugendheimes Pretzsch. In dem Schloss war das Militär-Mädchen-Waisenhaus untergebracht, bis es 1923 nach Potsdam zog

- 73 Auf den Fluren und Treppen ist jedes Lärmen und Rennen verboten. [...]
- 119 Die Mädchen haben beim Vorbeigehen an Vorgesetzten einen Knicks zu machen und in höflicher Weise mit Hinzusetzung der entsprechenden Anrede den Tagesgruß zu entbieten. Die Knaben entbieten den Tagesgruß ohne jede militärische Ehrenbezeugung.
- 120 An Türen, auf Treppen oder Fluren treten die Zöglinge, wenn ihnen ein Vorgesetzter entgegenkommt, zur Seite und bleiben, ihn ansehend, stehen, bis er vorübergegangen ist.
- 121 Betritt ein Vorgesetzter die Wohnsäle, bzw. sitzen die Zöglinge auf den Bänken im Hofe, so haben sie sich zu erheben.

M 5: Auszüge aus der ergänzenden „Strafordnung für das Königliche Militär-Mädchen-Waisenhaus zu Schloß Pretzsch“⁵

§2 Abs. 1: Die Zöglinge der Anstalt werden in 4 (vier) Führungsklassen eingeteilt. Jeder in die Anstalt eintretende Zögling kommt in die 2. (zweite) Führungsklasse. Die Versetzung in die 1. (erste) Führungsklasse erfolgt durch Konferenzbeschluß zur Belohnung für recht gutes Betragen. Die 3. (dritte) und 4. (vierte) Führungsklasse sind Strafklassen, welchen bestimmte Beschränkungen erfolgt sind

Abs. 3 Den Zöglingen der 3. (dritten) Führungsklasse werden folgende Beschränkungen auferlegt:

- a) Sie werden nicht zu den Ferien beurlaubt.
- b) Sie müssen nach den Gottesdiensten wieder ihre Alltagskleidung anlegen.
- c) Sie können bis zu 8 (acht) Schläge mit dem Rohrstock bekommen.
- d) Sie dürfen an den kleinen Vergnügungen der Anstalt z. B. Vorträgen, Konzerten usw. nicht teilnehmen.
- e) Sie müssen bei Ordnungen und Spaziergängen am Schluß ihrer Abteilung gehen.

Abs. 4 Für die Zöglinge der 4. (vierten) Führungsklasse gelten dieselben Beschränkungen, jedoch mit folgenden Verschärfungen:

- a) Sie können bis zu 10 (zehn) Schläge mit dem Rohrstock durch die Bettfrau bekommen.
- b) Sie erhalten Mittags weder Zucker und Zimt noch Backpflaumen.
- c) Sie müssen sich in den Zwischenpausen von den anderen Kindern abgesondert halten, dürfen auch sonst nicht mit ihnen sprechen oder spielen, und müssen bei Spaziergängen am Schluß des ganzen Zuges gehen.

§3: Zulässige Strafen & Strafbefugnis

Art der Strafen

Allgemeine Strafen: Verwarnung – Verweis – Eintragen eines Tadels in das Abteilungsstrafbuch – Entziehen eines Teils der Mahlzeit – Ausschließen vom Spielen usw. – Ausschließen von Vergnügungen, Vorträgen usw. – Stückeputzen (bis 20 Stück) – Verkürzen der Ferien (bis zu 2 (zwei) Tagen) – Versagen des ganzen Ferienurlaubs – Arrest bis zu 1 (einer) Stunde) – Arrest (bis zu 2 (zwei) Stunden)

Körperliche Strafen: Züchtigung mit der Rute bis zu einem Alter von 10 (zehn) Jahren – Züchtigung mit dem Rohrstockchen in die Hand (bis zu 5 (fünf) Schlägen) – Schläge mit dem Rohrstock

⁵ Ebd.

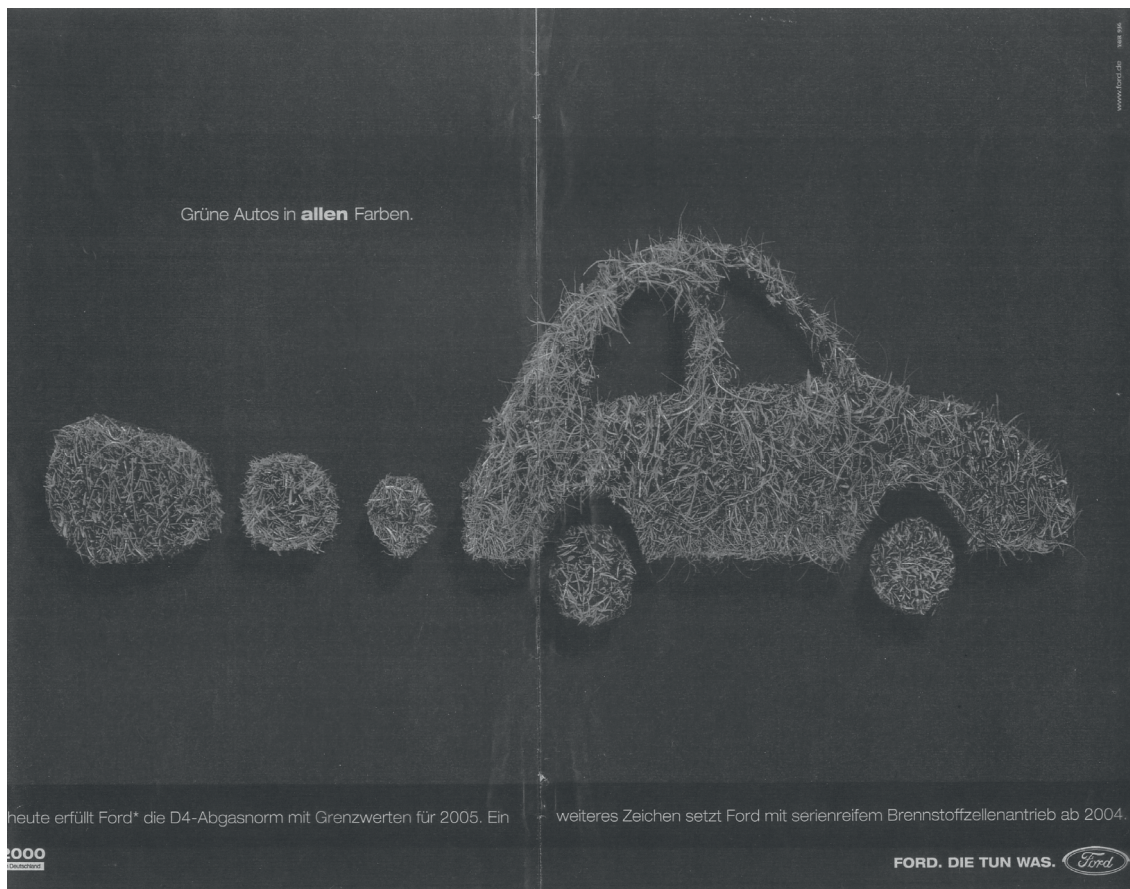
M 6: Emailschild an einer Haustür in Hamburg (bis in die 1960er Jahre) als Bestandteil einer Hausordnung Anfang des 20. Jahrhunderts

Das Spielen und Lärmen
der Kinder sowie das
Abstellen von Fahrrädern
im Treppenhaus ist untersagt.
Fahrräder sind durch den
Hausflur zu tragen.
Die Haustür ist ab 21 Uhr verschlossen
zu halten.

M 7: Beginn des Lebenslaufes von Heinrich Zille⁶

1872 lernte ich Lithograph und ging jede Woche zweimal abends in den Unterricht zum alten guten Professor Hosemann in die Kunstschule, die damals in der Akademie war, ebenso zweimal die Woche zum Prof. Domschke, Anatomie, der sehr grob war – und die vollste Klasse hatte.: „Wenn se noch nich mehr kenn dann setzen sie sich mit ihr Brett uff die Treppe un` nehmen nich hier die hoffnungsvollen Jünglinge, die bald nach Italien wollen, den Platz weg!“ – aber die Klasse war übervoll, die jungen freuten sich über den alten Herrn [...]

M 8: Werbeanzeige von FORD um das Jahr 2003



⁶ Handschriftlich aufgeschrieben im März 1924 für die Aufnahme in die Akademie der Künste (Ausstellung in der Akademie der Künste im März 2008).

M 9: Geburtsanzeigen⁷

Text 1

„Nach einer dreimaligen Entbindung meiner Gattin
von einer Tochter, erhöhte Gott heute durch sie
meine Vaterfreuden mit der Geburt eines jungen
Sohnes. Dieses zur Nachricht meinen theilnehmenden
Freunden und Verwandten.
Tangermünde, den 19. März 1815
Der Zolldirektor Zettow“

Text 2

Die Geburt einer Tochter
zeigen an
Dr. Willy Gotthelf,
Rechtsanwalt und Oberleutnant
d.R., z.Z. i. Felde,
und Frau Xenia Gotthelf
geb. Natter.
Berlin, den 17. Januar 1915

Literatur

- ADAMZIK, Kirsten (2001): Die Zukunft der Text(sorten)linguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund. – In: FIX/HABSCHEID/KLEIN (Hrg.), 15–30.
- BECKER-MROTZEK, Michael/SCHERNER, Maximilian (2000): Textsorten der Verwaltung. – In: BRINKER, Klaus u.a. (Hrg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband. – Berlin/New York: de Gruyter, 628–641.
- BESCH, Werner (1996): Duzen, Siezen, Titulieren: zur Anrede im Deutschen heute und gestern. – Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- CHERUBIM, Dieter/OBJARTEL, Georg/SCHIKORSKY, Isa (1987): „Geprägte Form, die lebend sich entwickelt“. Beobachtungen zu institutionsbezogenen Texten des 19. Jahrhunderts. – In: Wirkendes Wort, 27. Jg., 144–176.
- FIX, Ulla/HABSCHEID, Stephan/KLEIN, Josef (Hrg.) (2001): Zur Kulturspezifik von Textsorten. – Tübingen: Stauffenburg.
- GROSSE, Siegfried/MENTRUP, Wolfgang (Hrg.) (1980): Bürger – Formulare – Behörde. – Tübingen: Niemeyer. (= Forschungsberichte des Instituts für deutsche Sprache 51).
- HINWEISE 2007: Hinweise zum Unterricht in der Jahrgangsstufe 11 im Land Brandenburg. Deutsch. – Ludwigsfelde: Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg.
- KELLNER, Joachim/KURTH, Ulrich/LIPPERT, Werner (1995): 1945 bis 1995. 50 Jahre Werbung in Deutschland. – Ingelheim: Westermann-Kommunikation.
- KLEIN, Josef (1991): Kann man „Begriffe besetzen“? Zur linguistischen Differenzierung einer plakativen politischen Metapher. – In: LIEDTKE, Frank/WENGELER, Martin/BÖKE, Karin (Hrg.): Begriffe besetzen. Strategien des Sprachgebrauchs in der Politik. – Opladen: Westdeutscher Verlag, 44–69.

⁷ Texte aus: Vossische Zeitung“ vom 25.3.1815 (Text 1) und 15.1.1915 (Text 2), zit. nach FRESE, Karin (1987): Wie Eltern von sich reden machen. Sprachliche Analysen zu Geburtsanzeigen in Tageszeitungen zwischen 1790 bis 1985. – Heidelberg: Carl Winter.

- KRABS, Otto (2004): Von Erlaucht bis Spektabilis. Kleines Lexikon der Titel und Anreden. – München: Beck.
- KRIEGESKORTE, Michael (1995): 100 Jahre Werbung im Wandel: eine Reise durch die deutsche Vergangenheit. – Köln: DuMONT.
- PIITULAINEN, Maria-Leena (2001): Zur Selbstbezeichnung in deutschen und finnischen Textsorten. – In: FIX/HABSCHEID/KLEIN (Hrg.) (2001), 159–173.
- RLP 2006: Rahmenlehrplan für den Unterricht in der gymnasialen Oberstufe im Land Brandenburg. Deutsch. Ministerium für Bildung, Jugend und Sport Land Brandenburg.
- RAUCH, Elisabeth (1992): Sprachrituale in institutionellen und institutionalisierten Texten und Gesprächssorten. – Frankfurt/M. u. a.: Lang.
- RAMMLER, Otto Friedrich (1853): Universal-Briefsteller oder Musterbuch zur Abfassung aller in den allgemeinen und freundschaftlichen Lebensverhältnissen, sowie im Geschäftsleben vorkommenden Briefe, Documente und Aufsätze. Ein Hand- und Hülfsbuch für Personen jeden Standes (...) Nebst drei Zugaben, enthalten Deutsche Classiker, als praktisches Lehrbuch über die deutsche Sprache und insbesondere zum Declamieren; Stammbuchaufsätze und ein Fremdwörterbuch. – Leipzig (ohne Verlag).
- ROLF, Eckard (1993): Die Funktionen der Gebrauchstextsorten. – Berlin/New York: de Gruyter.
- SIEHR, Karl-Heinz (Hrg.) (2001): Victor Klemperers Werk. Texte und Materialien für Lehrer. – Berlin: Aufbau Taschenbuch.
- SPARKASSEN 1995: Sparkassen und Regionalgeschichte (1995). – Münster: Westfälisches Archivamt.
- STÖCKL, Hartmut (2004): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. – In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 41, 5–48.
- TIPPACH-SCHNEIDER, Simone (1999): Messemännchen und Minol-Pirol. Werbung in der DDR. – Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.