

Ernst- Moritz- Arndt Universität Greifswald
Philosophische Fakultät
Institut für Deutsche Philologie
Deutsche Sprache

***Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen***

Hausarbeit im Rahmen der Ersten Staatsprüfung
für das Lehramt Gymnasium

vorgelegt von
Theres Werner

Themenstellerin: Frau Prof. Dr. Christina Gansel
Zweitgutachter: Herr Prof. Dr. Jürgen Schiewe

Greifswald, 02. Oktober 2008

INHALT

1	Einleitung	4
2	Theoretische Vorüberlegungen	5
2.1	Forschungsstand.....	5
2.2	Flyer – Textsorte oder Medium? Eine Begriffsdefinition.....	6
2.3	Systemtheoretische Grundlagen.....	10
2.4	Textlinguistische Grundlagen	15
2.4.1	Text und Textsorte.....	15
2.4.2	Textsortenlinguistische Grundlagen.....	16
2.4.2.1	Klassifikation und Typologisierung von Textsorten.....	16
2.4.2.2	Textexterne und -interne Merkmale	18
2.4.2.2.1	Situativität	20
2.4.2.2.1.1	Kommunikationsbereiche	25
2.4.2.2.1.2	Leistung von Textsorten	26
2.4.2.2.2	Funktionalität.....	27
2.4.2.2.2.1	Textfunktion	28
2.4.2.2.2.2	Bereichsfunktion.....	30
2.4.2.2.2.3	Bewirkungsfunktion	30
2.4.2.2.2.4	Illokutive Handlung	30
2.4.2.2.3	Thematizität.....	31
2.4.2.2.4	Formulierungsadäquatheit.....	32
2.4.2.2.4.1	Formulierungsadäquatheit/ Stil.....	32
2.4.2.2.4.2	Funktionalstil.....	36
2.4.2.2.5	Visuelle Merkmale	40
3	Empirische Untersuchung	42
3.1	Korpus und Korpuszusammenstellung	42
3.2	Merkmale der Texttypologisierung.....	42
3.2.1	Situativität	42
3.2.1.1	Kommunikationsbereiche	46
3.2.1.2	Leistung von Textsorten	47

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

3

3.2.2	Textfunktion und Bewirkfunktion	49
3.2.3	Thema und Funktionalstil	54
3.2.4	Visuelle Merkmale	61
3.3	Klassifikation und Typologisierung	67
4	Schlussbetrachtung	69
4.1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	69
4.2	Exkurs: Praktikabilität und Relevanz von Textsorten für den Deutschunterricht	70
	Siglenverzeichnis	71
	Abbildungen- und Tabellenverzeichnis	72
	Bibliografie	73
	Internetquellen	79
	Anhang	80
	Erklärung nach § 10 Absatz 4 der Rechtsordnung	88

1 Einleitung

*Sprache entsteht zum Sprechen,
sie entsteht als
Medium mündlicher Kommunikation.*
NIKLAS LUHMANN, 1998, 249

Die Kommunikation - als elementare Grundlage einer Gesellschaft - steht im Fokus dieser Arbeit. Es wird die Kommunikation, speziell die Leistung und Funktion der Kommunikation auf Flyern in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen analysiert.

Zu Beginn soll die Betrachtung des Forschungsstandes Aufschluss auf bisherige Untersuchungen zum Flyer geben. Im Anschluss folgt eine Definition des Flyers. Hinzugezogen wird die etymologische Betrachtung des Flyerbegriffes und mit Hilfe von verschiedenen Ansätzen folgt eine eigene Begriffsbestimmung. Es schließt ein Teil an, der die textlinguistische Grundlage zur Beschreibung und Analyse von Textsorten liefert. Hierbei werden die Textsorten auf den Flyern hinsichtlich der Klassifikation und Typologisierung untersucht und es werden die vier Merkmale *Funktionalität, Situativität, Thematizität* und *Formulierungsadäquatheit* zur Betrachtung von Textsorten dargestellt und um die Kategorie der *visuellen Merkmale* ergänzt. Im zweiten Teil der Arbeit erfolgt die empirische Analyse. Ihr voran geht eine kurze Erklärung zum Korpus und seiner Zusammenstellung. Der Untersuchungsschwerpunkt liegt auf der Funktion und der Leistung von Flyern und auf deren Textsorten, sodass vor allem die Funktionalität, die Situativität und die Merkmale, die weiteren Aufschluss über Funktion und Leistung geben, zu analysieren sind. Abschließend werden die Untersuchungsergebnisse zusammengefasst und in einem Exkurs die Bedeutung und der Nutzen von Textsorten im Deutschunterricht konstatiert.

Mit dem eingangs genannten Zitat von NIKLAS LUHMANN wird auch die Herangehensweise an die vorliegende Arbeit verdeutlicht. Aus systemtheoretischer Sicht werden einige textsortenlinguistische Aspekte, vor allem die Funktionalität und die Situativität beleuchtet, um weitere Erkenntnisse zu gewinnen.

Die Arbeit orientiert sich an den folgenden Hypothesen:

1. Der Flyer ist ein Medium.
2. Flyer können in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen vorkommen.
3. Die unterschiedlichen Kommunikationsbereiche sind durch bestimmte Stile und Stilmerkmale gekennzeichnet.

2 Theoretische Vorüberlegungen

2.1 Forschungsstand

So weit verbreitet die heutige Nutzung von Flyern ist, so lückenhaft ist der gegenwärtige Forschungsstand.

Um Flyer diachron zu betrachten, muss auf traditionelle Begriffe wie Handzettel, Flugblatt oder Flugschrift zurückgegriffen werden. Dies berücksichtigt, gibt es eine Vielzahl von Sammlungen und Untersuchungen zu Flugblättern und Flugschriften zu einzelnen Epochen bzw. historischen Ereignissen beispielsweise zur Reformationszeit¹, zur Frühen Neuzeit², zu dem Jahre 1848³, zum Zweiten Weltkrieg⁴ oder zu den Studentenunruhen Ende der sechziger Jahre in der Bundesrepublik Deutschland⁵. L. GOERTZ weist ebenfalls darauf hin, dass der größte Teil der Forschungsarbeiten von Flyern sich mit Handzetteln und Flugblättern als Quelle historischer Sachverhalte beschäftigt.⁶

Synchrone Untersuchungen zum Flyer sind kaum vorhanden. Es gibt nur vereinzelt Literatur, die das Flugblatt als Medium in den Mittelpunkt stellt.⁷ Ebenso fehlen empirische Arbeiten zur Wirkung und Nutzung des Flugblattes. Einen ersten Versuch unternimmt L. GOERTZ, der in seinem Werk *Reaktionen auf Medienkontakte* die Selektion und Rezeption von Handzetteln erforscht und unter Berücksichtigung der Untersuchungsergebnisse einen Leitfaden für Handzettelherausgeber entwirft.⁸ Begrenzt ist außerdem die Anzahl der Literatur zur Herstellung⁹ von Handzetteln. Einen sehr sorgfältigen Leitfaden zur Produktion von Flyern hat A. WEINBERGER herausgegeben, der Hinweise zu Konzepten, Strukturen, Texten, Grafik Design und Produktion gibt.¹⁰ Die derzeitig aktuellsten Sammlungen von Flyern stammen aus den Jahren 2000 bzw. 2005 und sind in *Flyermania*¹¹ und *Flyer Soziotope*¹² zu finden.

¹ H.-J. KÖHLER, 1981; A. LAUBE/ A. SCHNEIDER, 1983

² W. HARMS/ M. SCHILLING, 1998

³ S. WEIGEL, 1979; G. OTRUBA, 1978

⁴ K. KIRCHNER, 1978-2007

⁵ J. MIERMEISTER/ J. STAADT, 1980

⁶ L. GOERTZ, 1992, 46

⁷ ebd.

⁸ L. GOERTZ, 1992

⁹ A. WEINBERGER, 2007; H. GUTSCH/ C. NEITZKE-SENGER, 1982

¹⁰ A. WEINBERGER, 2007

¹¹ DIE GESTALTEN, 2000

¹² M. RIEMEL, 2005

Untersuchungen zu Flyern aus textlinguistischer Sicht sind sehr spärlich. Nur von J. ANDROUTSOPOULOS liegen zwei Artikel vor: *Die Textsorte Flyer*¹³ und *Zur Beschreibung verbal konstituierter und visuell strukturierter Textsorten: das Beispiel Flyer*¹⁴. Er betrachtet Flyer im Rahmen jugendkultureller Aspekte und schreibt ihnen Textsortencharakter zu.¹⁵ Die Ansicht, ob Flyer als eigenständige Textsorte zu verstehen sind, wird als ein Teilschwerpunkt in der vorliegenden Arbeit untersucht.¹⁶

Eine Untersuchung zu Party- Flyern aus dem Bereich der Jugendkultur liegt bereits von J. LANDEN vor, der in seiner Diplomarbeit *Phänomen Flyer: Von der Illegalität zum Kommerz*¹⁷ den Schwerpunkt auf historische und theoretische Grundlagen legt und daher empirische Forschung gänzlich fehlt.

Auch hier setzt diese Arbeit an und analysiert, ob Flyer in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen ihren Einsatz finden und wie sich dies stilistisch äußert.

Weiterhin konstatiert J. ANDROUTSOPOULOS in seinen Untersuchungen, dass Flyer appellative, informative und ästhetische Funktionen übernehmen.¹⁸ Dieses Ergebnis ist durch die Betrachtung von Party- Flyern determiniert und daher nur eingeschränkt übertragbar, sodass eine Analyse von Flyern aus mehreren unterschiedlichen Kommunikationsbereichen notwendig ist, welche weitere Erkenntnisse hervorbringen kann.

2.2 Flyer – Textsorte oder Medium? Eine Begriffsdefinition

Flyer werden laut Rechtschreibduden¹⁹ als *Handzettel* oder *Werbezettel* definiert²⁰ und sind synonym mit *Faltprospekt*, *Flugblatt*, *Informationsblatt*, *Prospekt* und *Reklamezettel*²¹. Einen sehr knappen etymologischen Ansatz zum Begriff des Flyers bietet das Dudenfremdwörterbuch. Demnach kommt *Flyer* aus dem Englischen von *to fly* mit der Bedeutung *fliegen* oder *eilen* und bedeutet u. a. *Flieger* oder auch *Prospektblatt*.²²

¹³ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a

¹⁴ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b

¹⁵ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 175; 2000b, 345

¹⁶ siehe dazu Kap. 2.2

¹⁷ J. LANDEN, 1999

¹⁸ vgl. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 184f

¹⁹ Der Begriff des Flyers mit der Bedeutung *Handzettel* bzw. *Werbezettel* wird das erste Mal in der 22. Auflage des Rechtschreibdudens erwähnt. (DUDEN, 2000, 384)

²⁰ vgl. DUDEN, 2006, 413

²¹ vgl. DUDEN, 2007b, 386

²² vgl. DUDEN, 1994, 476

Um den Begriff des Flyers ausführlicher zu betrachten, muss man auf die traditionellen Begriffe wie Flugblatt oder Flugschrift zurückgreifen. Auf Grund geringer Unterschiede zwischen Flugblättern und Flugschriften werden diese in der Literatur selten gesondert betrachtet. So sind sowohl das Flugblatt als auch die Flugschrift Druckerzeugnisse, „die drucktechnisch aus einem Blatt bestehen, auch wenn sie beidseitig bedruckt sind (Fb.) bzw. aus ungebundenen und ohne Deckel versehenen mehreren Blättern (Fs.), deren gemeinsame Funktion es ist, zu aktuellen und umstrittenen Themen des Gemeinwohls Stellung zu nehmen, Meinungen zu formen und eventuell zu Handlungen aufzurufen.“²³

Betrachtet man die Begriffe des Flugblatts bzw. der Flugschrift etymologisch, so ergibt sich eine für uns treffendere Entsprechung. Beide Begriffe stammen von dem französischen *feuille volante* ab, was *fliegendes Blatt*, *fliegende Schrift* bedeutet.²⁴ Ursprünglich war der lose „Zustand der Zeitungsblätter und Streitschriften im Gegensatz zum gebundenen Buch, dann aber auch ihre schnelle Verbreitung“ gemeint.²⁵

Nach J. ANDROUTSOPOULOS, der sich umfassender mit der Kommunikationsform²⁶ Flyer beschäftigt hat, ist der Flyer oder auch „Party-Flyer“ ein „*Handzettel* für jugendliche Tanzveranstaltungen“.²⁷ Weiterhin bezeichnet er Flyer als „eine eindeutig multimediale, reichhaltig gestaltete, in ihrer sozialen Reichweite eingeschränkte Textsorte.“²⁸ Auch M. HEINEMANN ordnet den Flyer als Textsorte ein: „Textsorten des inoffiziellen (halb-) öffentlichen Bereichs: [...] Spickzettel, Graffiti, Flyers.“²⁹ Doch ist der Flyer tatsächlich eine Textsorte oder eher ein Medium?

Es steht nun eine Definition des Mediengriffes aus, der aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive betrachtet wird. Der Medienbegriff, so konstatiert G. MALETZKE, sei sehr vieldeutig.³⁰ Er bezeichnet in der Kommunikationswissenschaft „die technischen Mittel oder Instrumente, die der

²³ J. SCHWITALLA, 1999, 802

²⁴ vgl. DUDEN, 2007a, 228

²⁵ ebd.

²⁶ Der Begriff der Kommunikationsform, den J. ANDROUTSOPOULOS ebenfalls verwendet, tritt jedoch quantitativ seltener als der der Textsorte auf. vgl. dazu J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 175 und J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 343ff

²⁷ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 175

²⁸ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 345; Schon der Titel des Artikels „Die Textsorte Flyer“ weist auf die Einordnung des Flyers als Textsorte hin. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 175.

²⁹ M. HEINEMANN, 2000, 610

³⁰ vgl. G. MALETZKE, 1998, 50

Verbreitung von Aussagen dienen³¹. Diese breit gefasste Definition wird daher noch einmal differenziert, sodass die Unterteilung in primäre, sekundäre und tertiäre Medien vorgenommen wird.³² Unter primären Medien versteht man „die Medien des ‚menschlichen Elementarkontaktes‘ [...], [bei denen] ‚[...] kein Gerät zwischen Sender und Empfänger geschaltet ist und die Sinne der Menschen zur Produktion, zum Transport und zum Konsum der Botschaft ausreichen‘³³, wie Sprache, nonverbale Vermittlungsinstanzen und Körperhaltung.³⁴ Zu den sekundären Medien zählen Medien, die „auf der Produktionsseite ein Gerät erfordern, nicht aber beim Empfänger zur Annahme der Mitteilung“³⁵. Damit sind sowohl Rauchzeichen, Flaggensignale, Flugblätter, Plakate, Bücher und Zeitungen gemeint.³⁶ Die tertiären Medien umfassen alle Kommunikationsmittel, „zu denen technische Sender und technische Empfänger gehören“³⁷ wie z. B. Telefon, Rundfunk, Film und Fernsehen.³⁸

Die Zuordnung des Flyers fällt nach dieser differenzierten Definition nicht schwer. Er wird als sekundäres Medium bestimmt, da auf der Produktionsseite des Flyers Gerätschaften notwendig sind.

Die eingangs formulierte erste Hypothese, *der Flyer ist ein Medium*, wird ebenfalls dadurch bestärkt, dass mit Beginn der Industrialisierung die Massenproduktion von Flugblättern³⁹ möglich wurde. Erst durch die simple Produktion und Distribution konnten eine Vielzahl unterschiedlichster Produzenten auf das Medium Flugblatt/ Flyer zurückgreifen, etwa für (politische) Propagandazwecke, für theologische Inhalte oder zur Information und Werbung.⁴⁰ Diese verschiedenen Inhalte trugen dann möglicherweise zur Differenzierung von Textsorten auf Flyern bei.

Die Ansicht, dass Flyer Medien sind, wird ferner durch die einschlägigen Werke wie das vom Hans-Bredow-Institut herausgegebene Handbuch *Medien von A bis Z*⁴¹ oder

³¹ G. MALETZKE, 1998, 51

³² Differenzierung der Medien nach PROSS, 1972; vgl. G. MALETZKE, 1998, 53;

³³ PROSS, 1972 zitiert nach G. MALETZKE, 1998, 53; bei G. MALETZKE fehlt die Literaturangabe zu PROSS, 1972

³⁴ vgl. G. MALETZKE, 1998, 53

³⁵ ebd.

³⁶ vgl. ebd., 53f

³⁷ ebd., 54

³⁸ vgl. ebd.

³⁹ E.- M. BANGERTER- SCHMID, 1999, 785

⁴⁰ vgl. E. STRABNER, 1999, 794

⁴¹ J. POPP, 2006, 120ff

W. FAULSTICHS *Mediengeschichte von den Anfängen bis 1700*⁴² gestützt, da auch sie das Flugblatt als ein Medium einordnen.

Eine sehr sorgfältige Definition des Handzettels leitet L. GOERTZ her, der auf die einzelnen möglichen Definitionskriterien eingeht, sie in einer Matrix erfasst und diese im Hinblick auf ähnliche Medien wie Prospekte oder Broschüren vergleicht und ggf. verwirft.⁴³ So ergibt sich nach L. GOERTZ folgende Definition: „Handzettel sind nicht-periodische Druckerzeugnisse vom Umfang eines Bogens, der höchstens einmal gefaltet sein darf. Sie werden an öffentlichen Plätzen einem dispersen Publikum zur Mitnahme angeboten.“⁴⁴ Weiterhin weist L. GOERTZ darauf hin, dass der Begriff des Handzettels in der Alltagssprache wie auch in der fachwissenschaftlichen Betrachtung als Oberbegriff zum Reklamezettel und zum Flugblatt betrachtet werden kann.⁴⁵

Da der Flyer in der Textlinguistik einerseits als Medium und andererseits als Textsorte definiert wird, ist eine Positionierung notwendig.

In dem Definitionsansatz von L. GOERTZ wird der Aspekt des Mediums berücksichtigt, sodass sich die hier vertretene Meinung an seiner Handzetteldefinition orientiert. Daher kann die Definition eines Flyers wie folgt aussehen: das Medium Flyer ist ein nicht regelmäßig erscheinendes Druckerzeugnis vom Umfang eines Bogens, das maximal einmal gefaltet ist, thematisch unterschiedliche Inhalte behandelt und einer interessensspezifischen Rezipientengruppe an öffentlichen Plätzen zur Mitnahme angeboten wird.

Dieser der Arbeit zu Grunde gelegte Flyerbegriff wird als Medium definiert. Auf diesem Medium wiederum befinden sich verschiedene Textsorten. In der vorliegenden Arbeit werden daher die Flyer und insbesondere deren Textsorten als Teil des Flyers untersucht.

⁴² W. FAULSTICH, 2006, 140

⁴³ vgl. L. GOERTZ, 1992, 49 ff

⁴⁴ ebd., 59

⁴⁵ vgl. ebd., 50f, 58

2.3 Systemtheoretische Grundlagen

Dass der linguistische Ansatz nicht immer ausreicht und der Rückgriff auf die Systemtheorie und deren Terminologie sehr ergiebig sein kann, verdeutlicht CH. GANSEL in *Textlinguistik und Textgrammatik* (2007) und in *Textsorten und Systemtheorie* (2008a). Die Anwendungsmöglichkeiten der Systemtheorie lassen sich in der Textlinguistik vor allem dort realisieren, „wo wissenschaftliche Objekte als System konzeptualisiert werden“⁴⁶. In der Textlinguistik ist dies bei den Kommunikationsbereichen möglich. Die unterschiedlichen Kommunikationsbereiche korrelieren mit dem Begriff der sozialen Systeme,⁴⁷ sodass z. B. sich die Textsorte *Hausarbeit* nur im sozialen System *Wissenschaft* finden lässt.

In diesem Abschnitt werden in gebotener Kürze systemtheoretische Grundlagen erläutert, die dann in einzelnen Kapiteln ausgeweitet werden und die jeweiligen linguistischen Betrachtungen bereichern.

Ausgangspunkt der Systemtheorie ist das Problem der Komplexität.⁴⁸ „*Komplexität*“ meint die *Überfülle der Möglichkeiten des Erlebens und Handelns*, von denen in einer gegebenen Situation immer nur eine beschränkte Auswahl verwirklicht werden kann.⁴⁹ Diese Komplexität kann durch Beobachtungen⁵⁰ eines Beobachters⁵¹ reduziert werden. Beobachtungen legen so einen Schwerpunkt und differenzieren etwas voneinander. Solch eine Unterscheidung ist auch grundlegend für den Systembegriff.

Der Systemtheoretiker NIKLAS LUHMANN geht von einem Systembegriff aus, der nur in Differenz zu seiner Umwelt existiert.⁵² Als System ist das zu verstehen, „worauf die Unterscheidung eines Innen [das System] und eines Außen [die Umwelt] anwendbar ist“⁵³. „Ein System *ist* Differenz zur Umwelt. Umwelt gibt es nur *durch* das System. Die Umwelt ist die ‚Außenseite‘ des Systems.“⁵⁴ Die Differenzierung zwischen System und Umwelt kann in das System hineinprojiziert werden: „Das System setzt seine Unterscheidung

⁴⁶ CH. GANSEL, 2008a, 7

⁴⁷ Vgl. CH. GANSEL, 2008a, 7

⁴⁸ vgl. W. L. SCHNEIDER, 2005, 251

⁴⁹ W. L. SCHNEIDER, 2005, 251; Hervorhebung durch W. L. SCHNEIDER

⁵⁰ „Beobachtung heißt einfach [...] Unterscheiden und Bezeichnen“ GEGE, 1998, 69 zitiert nach M.

BERGHAUS, 2004, 44

⁵¹ Es wird darauf hingewiesen, dass es Beobachtung erster, zweiter und dritter Ordnung gibt. vgl. dazu M.

BERGHAUS, 2004, 49 und D. KRAUSE, 2001, 111f

⁵² SoSy, 1993, 35

⁵³ D. KRAUSE, 2001, 207

⁵⁴ M. BERGHAUS, 2004, 42; Hervorhebung durch M. BERGHAUS

[Unterscheidung von System und Umwelt] als System voraus, um sich als System unterscheiden zu können.⁵⁵ „Dieser Wiedereintritt der Grenze *zwischen* System und Umwelt *in* das System bezeichnet Luhmann nach George Spencer Brown als `re-entry` (oder auch `reentry`).⁵⁶ Die Basis für den *reentry* bildet die Unterscheidung *Selbstreferenz* und *Fremdreferenz*.⁵⁷ Selbstreferenz und Fremdreferenz treten als binäres Phänomen auf. Jede Selbstreferenz legt zugleich Fremdreferenz fest. Fremdreferenz als das, „was nicht selbst bezeichnet wird“⁵⁸.

Auch die schon oben erwähnte *Beobachtung* ist für den Systembegriff relevant. „[Systeme] bestehen nicht an sich, sondern sind Ergebnis von wirklichen Beobachtungen als Unterscheidungen und Bezeichnungen des Unterschiedenen eines Beobachters oder eines beobachtenden [Systems].“⁵⁹

N. LUHMANN unterscheidet drei Systemarten: biologische Systeme, „bezogen auf Organismen, Zellen, Nervensysteme, Immunsysteme“⁶⁰, psychische Systeme, „bezogen auf das menschliche Bewusstsein“⁶¹ und soziale Systeme.⁶²

Alle drei Systemarten operieren in Differenz zu ihrer Umwelt und sind autopoietisch.⁶³ Dies bedeutet, dass z. B. das biologische System durch Leben operiert und sich so von der Umwelt, die unbelebt ist, differenziert.⁶⁴ Autopoietisch meint, dass das System die Elemente, aus denen es besteht, durch eben *diese* Elemente selbst produziert und reproduziert.⁶⁵ Die Autopoiesis angewendet auf das biologische System heißt nun, dass das biologische System sich nur durch das Produzieren von Leben erhält. Zu ergänzen ist, dass Systeme operativ geschlossen und umweltoffen sind und sein müssen.⁶⁶ Operativ geschlossen bedeutet, dass ein System sich gegen seine Umwelt und andere Systeme abgrenzt, indem nur systemeigene Operation möglich ist. Also kann das biologische System nur Leben als Operation produzieren. Umweltoffen meint die Möglichkeit der Beeinflussung des Systems durch seine Umwelt. Ein wild lebendes Huhn als biologisches

⁵⁵ D. KRAUSE, 2001, 191

⁵⁶ M. BERGHAUS, 2004, 44; Hervorhebung durch M. BERGHAUS

⁵⁷ vgl. ebd.

⁵⁸ D. KRAUSE, 2001, 192

⁵⁹ ebd., 208

⁶⁰ M. BERGHAUS, 2004, 32

⁶¹ ebd.

⁶² vgl. D. KRAUSE, 2001, 217

⁶³ vgl. M. BERGHAUS, 2004, 62

⁶⁴ vgl. ebd.

⁶⁵ vgl. D. KRAUSE, 2001, 25, 208

⁶⁶ vgl. M. BERGHAUS, 2004, 56ff

System ist z. B. durch das Nahrungsvorkommen – hier als Umwelt – in seiner Umgebung beeinflusst und wird auf die Nahrung zurückgreifen müssen, welche vorzufinden ist.

Der Fokus bei N. LUHMANN, wie auch in dieser Arbeit, liegt auf den sozialen Systemen. „Soziale Systeme sind, was sie tun: sie `kommunizieren“⁶⁷. Soziale Systeme sind Kommunikationssysteme, weil sie in Form von Kommunikation operieren.

Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff soll im Folgenden kurz dargelegt werden. N. LUHMANNs Kommunikation setzt mindestens zwei psychische Systeme in Form von Person A (Alter/ Sender) und Person B (Ego/ Empfänger) voraus.⁶⁸ Der Begriff der Kommunikation ist eine Synthese aus drei Selektionen.⁶⁹ Eine Selektion je aus Information, Mitteilung und Verstehen.⁷⁰ Bei der Selektion der Information, vorgenommen vom Alter, wird durch die Beobachtung⁷¹ eine Information konstituiert und durch Selektion zur Information gemacht.⁷² Durch die Selektion der Mitteilung, die ebenfalls durch Alter erfolgt, wird eine Entscheidung getroffen, welche Information mitgeteilt wird und gleichzeitig findet auch eine Entscheidung gegen eine Vielzahl von Informationen statt, die nicht mitgeteilt werden, da nicht *alles* mitgeteilt werden kann.⁷³ Hinzu kommt die Selektion, in welcher Form und in welchem Medium die Mitteilung gesendet werden soll.⁷⁴ Hier finden sowohl eine Selektion hinsichtlich des WAS´, was wird mitgeteilt, und des WIE´, in welcher Form und in welchem Medium, statt.⁷⁵ Die dritte Selektion betrifft das Verstehen und Annehmen. Das Verstehen, welches bei Ego stattfindet, ist ein Verstehen von Differenz zwischen Information und Mitteilung.⁷⁶ Ego versteht Alters Selektionen von Information und Mitteilung und erkennt, dass es sich um eine Mitteilung handelt.⁷⁷ „Kommunikation kommt tatsächlich erst mit ihrem Abschluß im Verstehen zustande.“⁷⁸ Doch ist die Kommunikation nie abgeschlossen, denn sobald „der Kommunikationsfluss abreißt, hört das soziale System auf zu existieren“⁷⁹. Wie oben

⁶⁷ ebd., 61

⁶⁸ vgl. D. KRAUSE, 2001, 152

⁶⁹ vgl. GEGER 1, 1998, 190

⁷⁰ vgl. ebd.

⁷¹ „Beobachtung heißt einfach [...] Unterscheiden und Bezeichnen“ GEGER, 1998, 69 zitiert nach M. BERGHAUS, 2004, 44

⁷² vgl. M. BERGHAUS, 2004, 74f

⁷³ vgl. ebd., 80f

⁷⁴ vgl. ebd., 81

⁷⁵ vgl. ebd.

⁷⁶ vgl. ebd., 82f

⁷⁷ vgl. ebd.

⁷⁸ GEGER 1, 1998, 259

⁷⁹ M. BERGHAUS, 2004, 97

schon erwähnt, ist ein System autopoietisch, es produziert und reproduziert seine Elemente, aus denen es besteht, selbst. Das bedeutet für das soziale System, welches Kommunikation produziert und reproduziert, dass sich an nahezu jede Kommunikation weitere Kommunikationen anschließen.⁸⁰ In diesem Zusammenhang wird von Anschlusskommunikation gesprochen. Es wird eine vierte Art von Selektion eingeführt, die hingegen nicht zum Kommunikationsprozess gehört, sondern außerhalb dessen steht.⁸¹ Diese vierte Art der Selektion ist die Anschlusskommunikation, „die Annahme bzw. Ablehnung der mitgeteilten Sinnreduktion“⁸². Wenn also Ego „das mitgeteilte Sinnangebot als Information benutzt, um daraufhin wieder selber etwas mitzuteilen“⁸³, wird Ego zu Alter. Auf diese Weise wird also die Anschlusskommunikation zu einer neuen Kommunikationseinheit.⁸⁴

Die schon oben genannten sozialen Systeme können weiter unterteilt werden in *funktional ausdifferenzierte Teilsysteme*, *Interaktionssysteme*, *Organisationssysteme* und *andere Sozialsysteme*. Ein Schema soll dies verdeutlichen:

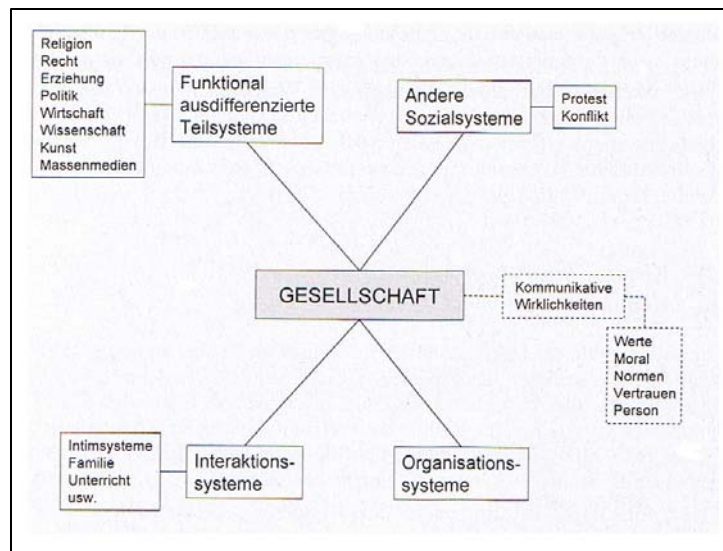


Abbildung 1: Soziale Systeme⁸⁵

⁸⁰ vgl. ebd.

⁸¹ vgl. SoSY, 1993, 203

⁸² vgl. ebd.

⁸³ M. BERGHAUS, 2004, 100

⁸⁴ vgl. ebd.

⁸⁵ D. KRAUSE, 2001, 33

Jedes dieser sozialen Systeme zeichnet sich ferner durch Funktion, Leistung, Medium, Code, Programm, Kontingenzformel, institutionellen Kern u. a. aus.⁸⁶ Vor allem Leistung und Funktion der sozialen Systeme sind relevant für die vorliegende Arbeit.⁸⁷

D. KRAUSE weist darauf hin, dass jedes funktionspezifische gesellschaftliche Teilsystem für die Gesellschaft eine bestimmte Funktion übernimmt.⁸⁸ So erzeugt die Wissenschaft neues Wissen oder die Erziehung nimmt die Selektion von Karrieren vor.⁸⁹ Die Leistung eines Teilsystems ist die Leistung, die tatsächlich erbracht wird.⁹⁰ Auf der Ebene der Leistung lassen sich Austauschbeziehungen zwischen den jeweiligen partizipierenden Systemen beobachten.⁹¹ Diese Beziehungen sollen nun kurz dargestellt werden.

Die Systembeziehungen werden auch als Kopplungen bezeichnet.⁹² Es wird unterschieden zwischen losen, festen, operativen und strukturellen Kopplungen.⁹³ Die strukturelle Kopplung wird hier genauer betrachtet, da vermutet wird, dass sie für die Textlinguistik von großer Bedeutung ist. Die strukturelle Kopplung „betrifft die medial vermittelten Beziehungen von autopoietischen Systemen zu ihren Nichtsystem- und Systemumwelten“⁹⁴. Es wird z. B. im Wirtschaftssystem mit dem Medium Geld, im Rechtssystem mit Recht bzw. Rechtsprechung operiert. Kommt es zu einer Erfüllung einer Zahlung auf Grund eines Verstoßes gegen geltendes Recht, z. B. das Bezahlen der Gebühr auf Grund eines falsch geparkten Pkws – hier als Ordnungswidrigkeit –, entsteht eine strukturelle Kopplung zwischen dem System Wirtschaft und Recht.

Dieser systemtheoretische Exkurs soll als Grundlage genügen.

⁸⁶ vgl. ebd.

⁸⁷ Sie werden in den Kap. 3.2.1.2 und 3.2.2 aus textsortenlinguistischer Perspektive untersucht.

⁸⁸ vgl. D. KRAUSE, 2001, 45

⁸⁹ vgl. D. KRAUSE, 2001, 43

⁹⁰ vgl. ebd., 46

⁹¹ vgl. ebd.

⁹² vgl. ebd., 56

⁹³ vgl. ebd., 161

⁹⁴ vgl. ebd.

2.4 Textlinguistische Grundlagen

Bevor es zur empirischen Untersuchung kommt, werden die elementaren Grundlagen dargelegt, um Textsorten klassifizieren, beschreiben und analysieren zu können.

2.4.1 Text und Textsorte

Der Mensch ist ein kommunizierendes Wesen. Er kommuniziert, um (über-) leben zu können. „Die Verständigung [als Kommunikation] wird fast ausschließlich mittels strukturierter Zeichenketten, mit Hilfe von **Texten** also, erreicht, so dass Texte – hier in erster Annäherung und ganz allgemein – als Instrumente kommunikativen Handelns der Menschen bezeichnet werden können.“⁹⁵ Diese Herangehensweise einer Textdefinition erfolgt hier aus kommunikationsorientierter Sicht. Der Ansatz der kommunikationsorientierten Textlinguistik, die Anfang der siebziger Jahre entstand, rückt sowohl die Kommunikationssituation als auch die am Kommunikationsprozess beteiligten Produzenten und Rezipienten in den Mittelpunkt.⁹⁶ Doch wurde diese Ansicht nicht immer vertreten. Die sprachsystematisch ausgerichtete Textlinguistik, basierend auf der strukturalistischen Linguistik und der generativen Transformationsgrammatik, orientierte sich am *Satz*, der als oberste linguistische Bezugseinheit gilt.⁹⁷ Mit diesen beiden Auffassungen soll in einem integrativen Ansatz der Textbegriff definiert werden: „Ein Text ist eine in sich kohärente Einheit der sprachlichen Kommunikation mit einer erkennbaren kommunikativen Funktion und einer in spezifischer Weise organisierten Struktur.“⁹⁸

Der Textsortenbegriff kann ebenfalls sowohl vom sprachsystematischen als auch vom kommunikationsorientierten Forschungsansatz her betrachtet werden.⁹⁹ Die der Arbeit zu Grunde liegenden Position orientiert sich an der kommunikationstheoretischen Perspektive und bestimmt Textsorten als „konventionell geltende Muster für komplexe sprachliche Handlungen und lassen sich als jeweils typische Verbindungen von kontextuellen (situativen), kommunikativ- funktionalen und strukturellen (grammatischen und thematischen) Merkmalen beschreiben.“¹⁰⁰

⁹⁵ M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 2; Hervorhebung durch M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN

⁹⁶ vgl. K. BRINKER, 2005, 15

⁹⁷ vgl. ebd., 13

⁹⁸ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 51

⁹⁹ vgl. K. BRINKER, 2005, 144

¹⁰⁰ vgl. ebd.

2.4.2 Textsortenlinguistische Grundlagen

2.4.2.1 Klassifikation und Typologisierung von Textsorten

Dass es bei der Klassifikation und Typologisierung von Texten Probleme gibt, ist unter anderem der Vielzahl von Textlinguistiken geschuldet. Ein sehr häufiges Problem ist das der uneinheitlich genutzten Terminologie.¹⁰¹ CH. GANSEL thematisiert dieses Problem und bietet einen Lösungsansatz an, der Übersicht verschafft und brauchbare Terminologie zur Verfügung stellt.¹⁰² Oft werden Begriffe wie Textsorte und Textklasse synonym verwendet.¹⁰³ Vor allem CH. GANSEL weist auf das Problem der Klassifikation und Typologisierung in der *Textlinguistik und Textgrammatik*¹⁰⁴ hin. Die Differenzierung zwischen diesen beiden Begriffen ist an A. GROBET und L. FILLIETTAZ angelehnt.¹⁰⁵ Entscheidend für diese Differenzierung ist der Aspekt des menschlichen Handelns.¹⁰⁶ Textsorten sind Produkte konventioneller sprachlicher Handlungen.¹⁰⁷ Aus den konventionalisierten sprachlichen Handlungen haben sich Textmuster ergeben, die sich dann zu ausdifferenzierten Textsorten herausbilden können.

Der Unterschied zwischen der Klassifikation und Typologisierung besteht nun vorrangig auf der Betrachtungsebene. Die zweidimensionale Betrachtung von Texten wird wie folgt schematisch dargestellt:

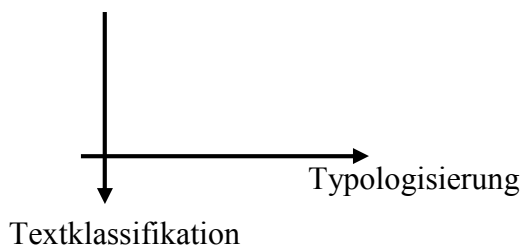


Abbildung 2: Schematische Darstellung von Textklassifikation und Typologisierung¹⁰⁸

Während bei der Textklassifikation eine hierarchische Anordnung von Bedeutung ist, werden bei der Typologisierung von Texten Merkmale auf vertikaler Ebene betrachtet.

¹⁰¹ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 65f

¹⁰² ebd., 65ff

¹⁰³ ebd., 66

¹⁰⁴ ebd., 65

¹⁰⁵ vgl. ebd., 68

¹⁰⁶ vgl. A. GROBET/ L. FILLIETTAZ, 2000, 79

¹⁰⁷ vgl. ebd.

¹⁰⁸ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 68

CH. GANSEL orientiert sich bei der Textklassifikation an einer, aus der Biologie bekannten Einteilung wie Klasse, Ordnung, Familie, Gattung und Art.¹⁰⁹ So ergibt sich folgendes Schema:

Klasse	-	Textklasse
Gattung	-	Textsorte
Art	-	Textsortenvariante

Abbildung 3: Schematische Übersicht der Einteilung in Biologie und Textsortenlinguistik¹¹⁰

Bei der Typologisierung, ungeachtet auf welcher Ebene (siehe Abb. 2) der Klassifikation sich Texte einordnen lassen, werden u. a. Merkmale wie Stil, Medium und Themenentfaltung/ Vertextungstyp untersucht, sodass gleiche Texttypen wie deskriptiver oder informierender Art in verschiedenen Textsorten und Kommunikationsbereichen auftreten können.¹¹¹

Daraus ergibt sich, dass sich Texte sowohl klassifizieren als auch typologisieren lassen, sodass eine Klassifizierung und eine Typologisierung von Texten parallel möglich ist.

Da der Flyer als Medium und nicht als Textsorte eingeordnet wird, ist eine Klassifizierung und damit eine Hierarchisierung nicht möglich. Für die einzelnen, sich auf den Flyern befindenden Textsorten wird im Kap. 3.3 eine Klassifikation vorgenommen.

Die Typologie betreffend, wird der Flyer nach J. ANDROUTSOPOULOS als eine „sozial spezifizierte Flugblatt- Variante“¹¹² eingeordnet. Ob dieser Position zuzustimmen ist, muss in Kap. 3.2 vorab untersucht werden.

¹⁰⁹ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 69

¹¹⁰ Diese Darstellung ist an CH. GANSELS Systematik angelehnt, CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 72

¹¹¹ vgl. CH. GANSEL/ JÜRGENS, 2007, 69

¹¹² J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 345

2.4.2.2 Textexterne und -interne Merkmale

Die schon oben angesprochene Vielfalt der zur Verfügung stehenden Textlinguistiken¹¹³ erschwert einerseits den Überblick und so auch den Umgang mit Fachtermini, andererseits werden dadurch verschiedene Schwerpunkte, Texte zu betrachten, gelegt. Um mit den Fachtermini arbeiten zu können, sollen in diesem Abschnitt die Merkmale, die zur Typologisierung von Textsorten hilfreich sind, dargelegt werden. Dabei wird sich an der Terminologie von CH. GANSEL/ F. JÜRGENS (2007), M. HEINEMANNS/ W. HEINEMANNS (2002), W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER (1991) und K. BRINKER (2005) orientiert.

CH. GANSEL/ F. JÜRGENS sprechen von textinternen und textexternen Merkmalen, welche im Folgenden kurz dargelegt werden.

Textinterne Merkmale sind laut CH. GANSEL vor allem die Kohäsion, die Kohärenz, die Strukturiertheit, die Formulierungsmuster, die spezifische Lexik, der Stil, auch das Medium, Vertextungstypen sowie die Themenentfaltung, eben die grammatischen und semantisch- inhaltlichen Merkmale.¹¹⁴ Um die schon oben angekündigte systemtheoretischen Anregungen auch hier mit einzubeziehen, kann im Zusammenhang mit der Modifizierung von textinternen Merkmalen von der Reflexivität gesprochen werden. Reflexivität im systemtheoretischen Sinne meint die prozessuale Selbstreferenz.¹¹⁵ Reflexivität liegt vor, „wenn die Unterscheidung von *Vorher* und *Nachher* elementarer Ereignisse zu Grunde liegt“¹¹⁶. Die Reflexivität, nun angewendet auf das Produzieren von Flyern, kann verstanden werden als das Modifizieren von Formulierungsmustern, spezifischer Lexik und dem Stil des Flyers hinsichtlich seiner Wirkung auf den Rezipienten. Durch die reflexive Betrachtung der Wirkung von Formulierungsmustern, spezifischer Lexik und einem bestimmten Stil können sogenannte Textmustervarianten entstehen. Bevor jedoch diese Merkmale durch Reflexivität verändert werden, ist eine Untersuchungen, wie sie L. GOERTZ (1992) unternahm, erforderlich.

Zu den textexternen Kennzeichen gehören die situativ- kommunikativen Komponenten wie Teilnehmerzahl, Verhältnis der Teilnehmer zueinander sowie Charakterisierungen wie Alter und Bildung; das Kommunikationsmedium, Ort, Zeit und

¹¹³ KIRSTEN ADAMZIK gibt in ihrer Textlinguistik einen kurzen Überblick über die existierenden Merkmale. 2004, VII

¹¹⁴ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 57f, 69

¹¹⁵ vgl. D. KRAUSE, 2001, 192

¹¹⁶ SOSY, 1993, 601; Hervorhebung durch N. LUHMANN

Dauer des Kommunikationsaktes; Öffentlichkeitsgrad und Thema der Kommunikation.¹¹⁷ Auch den textexternen Merkmalen können systemtheoretische Merkmale gegenübergestellt werden und zwar der Begriff des Systems. Ein System wird durch die textexternen Merkmale wie soziale Rolle der Teilnehmer oder Thema der Kommunikation erst als z. B. Wissenschaftssystem klassifiziert.

Die Unterteilung in textinterne und textexterne Merkmale ist nicht immer eindeutig¹¹⁸, sodass die Zuordnung hier vernachlässigt wird. Stattdessen soll eine Merkmalszusammenstellung erfolgen, die sich an den Termini M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN (2002) orientiert.¹¹⁹ Diese arbeiten mit folgenden vier Begriffen: Funktionalität, Situativität, Formulierungsadäquatheit sowie Thematisierung/Strukturiertheit¹²⁰. Doch weist M. HEINEMANN darauf hin, dass die Merkmale keinen Anspruch auf universelle oder absolute Lösung zur Textklassifikation und –typologisierung haben.¹²¹

Die eben genannten Merkmale werden in den anschließenden Abschnitten genauer betrachtet und dessen jeweilige Kennzeichen zur Beschreibung und Analyse von Textsorten dargelegt.

Weder M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN¹²² noch W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER¹²³ begründen ihre Entscheidung für das Positionieren der Funktionalität an erster Stelle. Doch K. BRINKER versucht zum einen unter Berücksichtigung der Textsorten in der Alltagssprache und zum anderen im Rahmen der Textsortenlinguistik mit der Hierarchisierung der Merkmale einen Orientierungsrahmen zu geben.¹²⁴ Er begründet seine Entscheidung, „die Textfunktion als Basiskriterium zur Differenzierung von Textsorten“¹²⁵ zu betrachten, damit, dass die Textfunktion den Kommunikationsmodus festlegt.¹²⁶ Zum einen besitze das Thema lediglich eine spezifizierende Bedeutung und zum anderen gebe die Situation den Rahmen der Realisierung des kommunikativen Kontakts vor.¹²⁷

¹¹⁷ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 59f

¹¹⁸ siehe dazu CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 60; vgl. Fußnote 2

¹¹⁹ Die Termini nach M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN (2002) werden gebraucht, da sie eine gute Orientierung zur Textsortenbeschreibung und –analyse bieten.

¹²⁰ vgl. M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 147

¹²¹ vgl. M. HEINEMANN, 2000, 524f

¹²² vgl. M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 144ff

¹²³ vgl. W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 145ff

¹²⁴ vgl. K. BRINKER, 2005, 141ff

¹²⁵ ebd., 145

¹²⁶ vgl. ebd., 143

¹²⁷ vgl. ebd.

CH. GANSEL hingegen positioniert situative Aspekte als Basiskriterium. Kommunikationsbereiche seien *die* Dominante für die hierarchische Textklassifikation, da Menschen in bestimmten Handlungsrollen, in Kommunikationsbereichen, kommunikativ agieren.¹²⁸ Erst aus der schon vorgegebenen Kommunikationssituation ergeben sich weitere Textproduktionsmerkmale. Der Kommunikationsbereich *Schule und Erziehung* gibt z. B. vor, dass Leistungsbeurteilungen oder didaktische Texte verfasst werden können, jedoch werden Textsorten wie Arztrezepte oder Parteitagsbeschlüsse in diesem nicht verfasst.

CH. GANSELS Position ist zuzustimmen, sodass sich die Reihenfolge der Merkmale in den anschließenden Abschnitten daran orientiert.

2.4.2.2.1 Situativität

Die Situativität als bedeutendes Merkmal zur Beschreibung und Klassifizierung von Texten meint die „Bezogenheit von Texten auf bestimmte sozial normierte Situationen, die im sozialen Handlungssystem verankert sind“¹²⁹. Sowohl der Sinn als auch die Bedeutung eines Textes werden weitgehend über die Situation mitbestimmt.¹³⁰ W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER stellen folgende situative Faktoren zusammen, die bei auftretender Kommunikation zu berücksichtigen wären: die Tätigkeitssituation, die soziale Organisation der Tätigkeiten, die Anzahl der Partner, die sozialen Rollen der Interagierenden und die Umgebungssituation mit den Aspekten Ort und Zeit.¹³¹ M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN wie auch K. BRINKER vervollständigen diesem Ansatz um das Medium¹³², denn die „Kommunikationssituation wird entscheidend durch das Medium bestimmt“¹³³. Der Flyer als ein Medium wurde oben bereits diskutiert. Hier soll es nun um das Medium an sich gehen, dass aus systemtheoretischer Perspektive betrachtet wird.

Der Begriff des Mediums ist problematisch, da er unterschiedliche Bedeutungen hat, worauf N. LUHMANN hinweist.¹³⁴ Daher soll der Begriff in drei Medienbegriffe gegliedert werden. Doch vorweg muss noch bemerkt werden, dass Medien immer in Verbindung mit

¹²⁸ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 70

¹²⁹ M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 99

¹³⁰ vgl. ebd., 95

¹³¹ vgl. W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 155

¹³² vgl. M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 147

¹³³ K. BRINKER 2005, 147

¹³⁴ SoA 3, 2005, 32

Form zu denken sind¹³⁵. Das bedeutet, dass ein Medium sich allein in Formen entfalten kann.¹³⁶ Die Formen sind das, was vom Medium wahrnehmbar ist.¹³⁷ Das Medium selbst ist nicht wahrnehmbar. M. BERGHAUS verdeutlicht dies mit dem Beispiel der Sprache: „Sprache ist als Medium nicht beobachtbar; beobachtbar sind nur sprachliche Formen: Ausrufe, Sätze, Texte, Gedichte.“¹³⁸ Es wird ergänzt, dass Medien nicht verbraucht, „sondern im Gegenteil erneuert und wieder verfügbar gemacht“¹³⁹ werden. Hinzu kommt, dass „Medien und Formen jeweils von Systemen aus konstituiert werden“¹⁴⁰, indem sie beobachtet werden.

Näher betrachtet werden soziale Systeme, deren Operation die Kommunikation ist, sodass hier von Kommunikationsmedien gesprochen wird. Diese Kommunikationsmedien werden in *Sprache*, *Verbreitungsmedien* und *symbolische generalisierte Verbreitungsmedien* unterschieden.¹⁴¹ Die Sprache „benutzt symbolische Generalisierungen, um Wahrnehmungen zu ersetzen, zu vertreten, [...] und die damit anfallenden Probleme des übereinstimmenden Verstehens zu lösen“¹⁴². „Auf Grund von Sprache haben sich *Verbreitungsmedien*, nämlich Schrift, Druck und Funk entwickeln lassen.“¹⁴³ Durch die *Verbreitungsmedien* wird eine immense Ausdehnung der Reichweite des Kommunikationsprozesses gewährleistet.¹⁴⁴ Die dritte Art von Medien, die *symbolische generalisierten Verbreitungsmedien*, ist auf die einzelnen sozialen Systeme funktional ausgerichtet. In der folgenden Tabelle wird dies deutlich.

soziales System	symbolisch generalisierte Verbreitungsmedien
Religion	Glaube, Gott-Seele-Differenz
Recht	Recht (Rechtssprechung)
Erziehung	Lebenslauf (Kind)
Politik	Macht
Wirtschaft	Geld
Wissenschaft	Wahrheit

¹³⁵ vgl. M. BERGHAUS, 2003, 111

¹³⁶ vgl. ebd., 112

¹³⁷ vgl. GLU, 2003, 58

¹³⁸ M. BERGHAUS, 2003, 112

¹³⁹ ESGE, 2002, 84

¹⁴⁰ KUGE, 1995, 166

¹⁴¹ SOA 3, 2005, 32f

¹⁴² ebd., 32

¹⁴³ SOSY, 1993, 221; Hervorhebung durch N. LUHMANN

¹⁴⁴ vgl. ebd.

Kunst	Formbildung, Kunstwerke
Massenmedien	„Informationen“
Protestbewegung	Besorgnis, Betroffenheit, Angst
Familie	(Liebe)
Intimbeziehung	Liebe
Werte	Werte (Grundwerte)
Moral	Moral
Normen	(Normen)

Tabelle 1: Soziales System - Medium¹⁴⁵

N. LUHMANN nennt Medien nun „evolutionäre Errungenschaften, die an jenen Bruchstellen der Kommunikation ansetzen und funktionsgenau dazu dienen, Unwahrscheinliches in Wahrscheinliches zu transformieren“¹⁴⁶. Doch was genau ist mit der Transformation in Wahrscheinliches gemeint? Ausgangspunkt ist die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation.¹⁴⁷ Denn, wie oben schon bemerkt, besteht die Kommunikation aus drei Selektionen und diese Selektionen sind kontingent, d. h., dass die Selektion so oder auch anders ausfallen kann. So entstehen auf den drei Selektionsebenen drei Unwahrscheinlichkeitsniveaus.¹⁴⁸ Diese werden jedoch durch die Medien in wahrscheinliche Kommunikation transformiert.¹⁴⁹

Kommunikation als Synthese dreier Selektionen	Unwahrscheinlichkeit	Wahrscheinlichkeit durch Medien
Selektion der Information	Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation, also dass sie sich überhaupt vollzieht	durch Sprache wahrscheinlich
Selektion der Mitteilung	Unwahrscheinlichkeit, dass die Mitteilung den Adressaten erreicht	durch Verbreitungsmedien wahrscheinlich
Selektion des Verstehens	Unwahrscheinlichkeit, dass Kommunikation akzeptiert/angenommen wird	durch symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien/ „Erfolgsmedien“ ¹⁵⁰ wahrscheinlich

Tabelle 2: Selektion – Unwahrscheinlichkeit – Wahrscheinlichkeit¹⁵¹

¹⁴⁵ gekürzte Darstellung nach D. KRAUSE, 2001, 43

¹⁴⁶ SoSY, 1993, 220

¹⁴⁷ vgl. GEGE 1, 1998, 193

¹⁴⁸ vgl. GLU, 2003, 93

¹⁴⁹ vgl. ebd.

¹⁵⁰ GEGE 1, 1998, 202

Der Flyer wird als ein Verbreitungsmedium eingeordnet. Das heißt, dass er dazu beiträgt, die Kommunikation wahrscheinlicher zu machen, also, dass die Mitteilung den Adressaten erreicht. Dies ist sehr einleuchtend, vor allem wenn berücksichtigt wird, dass einer situationsspezifischen Rezipientengruppe die Flyer an öffentlichen Plätzen zur Mitnahme angeboten werden. Das bedeutet jedoch nicht, dass die Kommunikation dann schon als geglückt bzw. angenommen gelten kann.

Da zwei psychische Systeme, Ego und Alter, an der Kommunikation beteiligt sind und beide somit auch „ihre Selektionen wechselseitig als kontingent beobachten“¹⁵², wird hier von *doppelter Kontingenz* gesprochen. „Jede Selektion hängt sowohl von Ego als auch von Alter ab“¹⁵³. Der Flyer als Verbreitungsmedium reguliert nun diese doppelte Kontingenz in dem Sinne, dass die Kommunikation, also das Erreichen der Mitteilung beim Adressaten, wahrscheinlicher wird.

Eine Überlegung bezüglich der Beziehung zwischen doppelter Kontingenz und Stil soll kurz angefügt werden. Es stellt sich die Frage, ob der Stil bzw. der Funktionalstil auch doppelte Kontingenz regulieren könne und somit die Kommunikation wahrscheinlicher machen würde. Es bleibt zu prüfen, auf welchem Unwahrscheinlichkeitsniveau dieser anzusiedeln ist.

Ergänzend muss angeführt werden, dass gewisse Parallelen zwischen den drei Unwahrscheinlichkeitsniveaus und den drei generellen Erfolgsbedingungen (GEB)¹⁵⁴ für illokutive Handlungen¹⁵⁵ gezogen werden können. W. MOTSCH nennt für die Konstruktion von Illokutionsstrukturen drei GEBs: die Verstehens-, Akzeptierungs- und Ausführbarkeitsbedingung.¹⁵⁶ Sowohl die generellen Erfolgsbedingungen als auch die Unwahrscheinlichkeitsniveaus zielen darauf ab, Kommunikation erfolgreich werden zu lassen. In einer Tabelle soll die Zuordnung erfolgen.

¹⁵¹ eigene Darstellung

¹⁵² GLU, 2003, 37

¹⁵³ ebd., 38

¹⁵⁴ vgl. W. MOTSCH, 1987, 58

¹⁵⁵ siehe Kap. 2.4.2.2.4

¹⁵⁶ vgl. W. MOTSCH, 1987, 58

Unwahrscheinlichkeitsniveaus	generelle Erfolgsbedingung (GEB)
1. Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation, also dass sie sich überhaupt vollzieht	-
2. Unwahrscheinlichkeit, dass die Mitteilung den Adressaten erreicht	-
3. Unwahrscheinlichkeit, dass Kommunikation akzeptiert/ angenommen wird	Verstehensbedingung: Der Hörer versteht die Absicht, die der Sprecher mit der Äußerung \ddot{a} verfolgt.
-	Akzeptierungsbedingung: Der Hörer akzeptiert die vom Sprecher verfolgte Absicht. Er ist bereit, die intendierte Reaktion herbeizuführen.
(Anschlusskommunikation?)	Ausführbarkeitsbedingung: Der Hörer ist in der Lage, die vom Sprecher intendierte Reaktion auszuführen.

Tabelle 3: Unwahrscheinlichkeitsniveaus – generelle Erfolgsbedingungen¹⁵⁷

Es ist deutlich, dass nur dem 3. Unwahrscheinlichkeitsniveau eine generelle Erfolgsbedingung, die Verstehensbedingung, zugeordnet werden kann. Die jeweiligen anderen beiden Ebenen haben kein Pendant. Der Ausführbarkeitsbedingung könnte die Anschlusskommunikation entsprechen.

Zusammenfassend können die generellen Erfolgsbedingungen als Fortsetzung der Unwahrscheinlichkeitsniveaus zum Gelingen von Kommunikation betrachtet werden. Die Steigerung zum Gelingen von Kommunikation findet lediglich auf anderen Ebenen statt: bei den generellen Erfolgsbedingungen in der Sprache, durch die Analyse von Illokutionsstrukturen, und bei den Unwahrscheinlichkeitsniveaus auf der medialen Ebene. Dieser Exkurs sollte zeigen, dass auf mehreren Ebenen das Gelingen von Kommunikation und dementsprechend die Regulierung der doppelten Kontingenz untersucht werden kann. In dieser Arbeit wird das Medium zum Gelingen von Kommunikation untersucht.

¹⁵⁷ eigene Darstellung

2.4.2.2.1.1 Kommunikationsbereiche

Der Kommunikationsbereich, als ein Indikator für Situativität, soll im Folgenden betrachtet werden, da von ihm aus weitere Erkenntnisse zu einzelnen Funktionalstilen zu erwarten sind.

Nach W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER sind Kommunikationsteilnehmer in der Lage, „in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen, die sie als Kontext einer bestimmten Klasse kogniziert haben, situativ wie auch sozial angemessen zu handeln“¹⁵⁸.

Kommunikationsbereiche beschreiben demnach „gesellschaftliche Bereiche, für die jeweils spezifische Handlungs- und Bewertungsnormen konstitutiv sind [...] [und somit können sie] als situativ und sozial definierte `Ensembles` von Textsorten beschrieben werden“¹⁵⁹.

M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN zählen folgende Kommunikationsbereiche auf: Rechtswesen, Verwaltung, Gesundheitswesen, Wissenschaft und Hochschulen, Erziehung und Bildung, Handel und Dienstleistungen, Verkehrswesen, Kultur, Politik, Post und Telekommunikation, Medien, religiöse Institutionen, Alltagskommunikation.¹⁶⁰

Diese Kommunikationsbereiche können, worauf auch schon CH. GANSEL hinweist¹⁶¹, sozialen Systemen zugeordnet werden, wie in folgender Tabelle dargestellt wird:

Kommunikationsbereiche in Schrifttexten nach K. BRINKER¹⁶²	soziale Systeme nach N. LUHMANN¹⁶³
Alltag	-
Massenmedien	Massenmedien
Verwaltung	-
Wirtschaft und Handel	Wirtschaft
Rechtswesen und Justiz	Recht
religiöser und kirchlicher Bereich	Religion
Schule	Erziehung
Hochschule und Wissenschaft	Wissenschaft
Medizin und Gesundheit	Medizinsystem/ System der Krankenbehandlung ¹⁶⁴

¹⁵⁸ W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 129

¹⁵⁹ K. BRINKER et al., 2000, XX

¹⁶⁰ vgl. M. HEINEMANN/ W. HEINEMANN, 2002, 203

¹⁶¹ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 70, 74ff

¹⁶² vgl. K. BRINKER et al., 2000

¹⁶³ vgl. D. KRAUSE, 2001, 43

¹⁶⁴ nach GLU, 2003, 115ff

Sport	-
politische Institutionen	Politik
Militärwesen	-
-	Kunst

Tabelle 4: Kommunikationsbereiche – soziale Systeme¹⁶⁵

Kommunikationsbereiche geben, wie oben schon erwähnt, den Rahmen der Kommunikation vor, sodass nur in bestimmten Kommunikationsbereichen bestimmte Textsorten vorherrschen. So wird die Textsorte *Examensarbeit* nicht im Kommunikationsbereich Sport vorkommen. Das Verhältnis zwischen Kommunikationsbereich und Textsorte ist demzufolge ein sich gegenseitiges bedingendes.¹⁶⁶

Da Flyer Medien sind, können sie in verschiedenen Kommunikationsbereichen und somit auch in verschiedenen Systemen vorkommen.¹⁶⁷

2.4.2.2.1.2 Leistung von Textsorten

Bei dem Begriff der Leistung – nach CH. GANSEL auch Bereichsfunktion – geht es um „die Leistung von Textdiskursen in übergeordneten sozialen Handlungen für ein System und dessen Interaktion mit anderen Systemen der Gesellschaft“¹⁶⁸. Diese Darstellung soll ergänzt werden durch die systemtheoretische Perspektive auf den Begriff.

Eine Leistung ist eine „allgemein besondere Form der Beziehung zwischen Systemen“¹⁶⁹. „Systeme stellen anderen Systemen [Leistungen] zur Verfügung“¹⁷⁰. Zum Beispiel stellt das rechtliche System Rechtssicherheit oder das wissenschaftliche System Wissen zur Verfügung.¹⁷¹ Leistung ist also dadurch gekennzeichnet, dass sie einen Bezug nach außen, zu anderen Systemen, hat. Sie wird von N. LUHMANN auch als „die Beobachtung anderer Systeme“¹⁷² bezeichnet. Um expliziter zu werden: „Der Begriff der *Leistung* ergibt sich demgegenüber durch die *systemrelative Spezifizierung* der generalisierten Funktionen. Am Beispiel: Die gesellschaftliche *Funktion* von Wissenschaft ist die *Erzeugung neuen*

¹⁶⁵ eigene Darstellung

¹⁶⁶ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 69f

¹⁶⁷ Dies wird in Kap. 3.2.2 aufgezeigt.

¹⁶⁸ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2002, 60

¹⁶⁹ D. KRAUSE, 2001, 166

¹⁷⁰ ebd.

¹⁷¹ vgl. D. KRAUSE, 2001, 166; Weitere Leistungen von Systemen sind bei D. KRAUSE in tabellarischer Form dargestellt. 2001, 43

¹⁷² GEGE 2, 1998, 757

Wissens. Die daraus resultierenden *Leistungen* für die einzelnen Funktionssysteme fallen demgegenüber sehr unterschiedlich aus.¹⁷³ Zum Beispiel für das Wirtschaftssystem Leistung in Form von Entwicklung neuer Technologien oder für das Interaktionssystem Familie die Leistung der Familienberatung.¹⁷⁴

Das heißt, dass zu untersuchen sein wird, was die einzelnen Textsorten aus den jeweiligen Kommunikationsbereichen für andere soziale Systeme bzw. Kommunikationsbereiche leisten.

Erleichtert wird die Untersuchung der Leistung durch die drei von CH. GANSEL unterschiedenen Leistungstypen von Textsorten.

Sie spricht erstens von *Kerntextsorten*, die „in einem kontextuellen Rahmen fungieren, der systemtheoretisch als Interaktion, Organisation oder funktional ausdifferenziertes gesellschaftliches Teilsystem beschrieben wird. Kerntextsorten sind konstitutiv für derartige soziale Systeme“¹⁷⁵. Weiterhin nennt sie zweitens *Textsorten der konventionalisierten, institutionell geregelten Anschlusskommunikation*, „die die Reaktion auf das Kommunikationsangebot des eigenen Systems bedeuten und diese erfordern“¹⁷⁶. Und schließlich drittens die *Textsorten der strukturellen Kopplung*, die „zur Kommunikation fester Beziehungen zwischen Systemen“¹⁷⁷ dienen.

2.4.2.2 Funktionalität

In diesem Teilabschnitt geht es um die Funktion von Texten. Vorab steht eine Begriffsbestimmung von Funktion. Anschließend werden verschiedene Funktionstypen vorgestellt und erläutert.

Der Begriff der Funktion wird schon bei W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER systemtheoretisch verstanden: „Funktion [...] als Beitrag eines Elements zum Funktionieren des vollständigen Systems.“¹⁷⁸ G. MICHEL u. a. setzt bei seiner Funktionsdefinition einen stärkeren Akzent auf dessen Endzweck: „Die Zielgerichtetheit

¹⁷³ W. L. SCHNEIDER, 2005, 367; Hervorhebung durch W. L. SCHNEIDER

¹⁷⁴ vgl. WIGE, 1992, 637

¹⁷⁵ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 78

¹⁷⁶ ebd.

¹⁷⁷ ebd.

¹⁷⁸ W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 148

von Tätigkeiten und die Zweckbestimmtheit der Instrumente/ Mittel von Tätigkeiten nennen wir ihre Funktion.“¹⁷⁹

2.4.2.2.1 Textfunktion

Die Definition der Textfunktion orientiert sich an der Begriffsbestimmung der Funktion. K. BRINKER folgend, ergibt sich, dass Textfunktion als „der Sinn, den ein Text in einem Kommunikationsprozeß erhält, bzw. als der Zweck, den ein Text im Rahmen der Kommunikationssituation erfüllt“¹⁸⁰, definiert werden kann. In Ahnlehnung an U. GROBES Textfunktionsbegriffs wird dieser noch spezifischer dargestellt: „Der Terminus ‘Textfunktion’ bezeichnet die im Text mit bestimmten, konventionell geltenden, d. h. in der Kommunikationsgemeinschaft verbindlich festgelegten Mitteln ausgedrückte Kommunikationsabsicht des Emittenten.“¹⁸¹ Hier wird einerseits der Schwerpunkt deutlich, der auf die Absicht des Emittenten gelegt wird, andererseits ist sichtbar, dass die Textfunktion ein textinternes Merkmal ist.

Als Voraussetzung für die Textfunktion¹⁸², so K. BRINKER, gilt das Organon-Modell von K. BÜHLER mit der dreifachen Leistung der menschlichen Sprache und zwar dem Ausdruck, dem Appell und der Darstellung.¹⁸³

K. BRINKER entwirft auf der Grundlage des kommunikativen Kontakts und ausgehend von J. R. SEARLES Illokutionstypologie eine eigene Aufstellung von Grundfunktionen, die folgende fünf Textfunktionen beinhaltet: die Informationsfunktion, die Appellfunktion, die Obligationsfunktion, die Kontaktfunktion und die Deklarationsfunktion.¹⁸⁴ K. BRINKER weist darauf hin, dass die poetische bzw. ästhetische Funktion, „die in literarischen Texten dominiert und primär Gegenstand literaturwissenschaftlicher Untersuchungen ist“¹⁸⁵, noch zu ergänzen wäre, spart sie jedoch in seiner ausführlichen Übersicht aus.¹⁸⁶

In einer tabellarischen Darstellung sollen nun die einzelnen Textfunktionen mit ihren Charakteristika aufgezeigt werden, um auch die Analyse zu erleichtern.¹⁸⁷

¹⁷⁹ G. MICHEL, 1985, 14 zitiert nach CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 82

¹⁸⁰ K. BRINKER 2005, 88

¹⁸¹ ebd., 100

¹⁸² vgl. K. BRINKER 2005, 107

¹⁸³ vgl. K. BÜHLER 1999, 28

¹⁸⁴ vgl. K. BRINKER 2005, 113

¹⁸⁵ vgl. ebd. siehe Fußnote 75

¹⁸⁶ vgl. ebd., 113ff

¹⁸⁷ siehe Kap. 3.2.2

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

Textfunktion	Paraphrase der Textfunktion	Texte/ Textsorten	Indikatoren
Informationsfunktion	1. Ich (der Emittent) informiere dich (den Rezipienten) über den Sachverhalt X (Textinhalt). 2. Ich (der Emittent) werte/ empfinde als positiv/ negativ, dass...; Es ist positiv/ negativ, dass...	- Nachricht (Zeitung, Rundfunk, Fernsehen) - Bericht - Beschreibung (Untersuchungsbefund, Sachbuch, u. a.)	- <u>performative Formeln mit Verben wie: informieren, mitteilen, melden, eröffnen, berichten, benachrichtigen, unterrichten</u> u. a.
Appellfunktion	1. Ich (der Emittent) fordere dich (den Rezipienten) auf, die Einstellung (Meinung) X zu übernehmen/ die Handlung X zu vollziehen.	- Werbeanzeige - Propagandatext - Kommentar (Zeitungsk., Fernseh., Rundfunk.) - Arbeitsanleitung - Gebrauchsanweisung - Rezept - Gesetzestext - Gesuch - Antrag - Bittschrift - Predigt u. a.	- <u>performative Formeln mit Verben wie (eher selten in Texten vor-kommend): auffordern, anordnen, befehlen, bitten, raten, empfehlen, fragen, beantragen, verlangen, beauftragen</u> u. a. - Imperativsätze - Infinitivkonstruktionen - Interrogativsätze - Satzmuster mit: a) <i>sollen/ müssen</i> + Infinitiv b) <i>haben + zu</i> + Infinitiv c) <i>sein + zu</i> + Infinitiv u. a.
Obligationsfunktion	1. Ich (der Emittent) verpflichte mich (dem Rezipienten gegenüber), die Handlung X zu tun.	- Vertrag - (schriftliche) Vereinbarung - Garantieschein - Gelübde - Gelöbnis - Angebot u. a.	- <u>performative Formeln mit Verben wie: versprechen, sich verpflichten, schwören, übernehmen, sich bereit erklären, garantieren, sich verbürgen, wetten, anbieten</u> u. a.
Kontaktfunktion		- Danksagung - Gratulations- und Kondolenzbrief (bzw. -karte) - Ansichtskarte und Kontaktbrief (Liebesbrief) u. a.	- <u>performative Formeln mit Verben bzw. verbalen Fügungen wie: danken, um Entschuldigung bitten, beglückwünschen, gratulieren, sich beschweren, willkommen heißen, Beleid aussprechen, verfluchen</u> u. a.
Deklarationsfunktion	1. Ich (der Emittent) bewirke hiermit, dass X als Y gilt.	- Ernennungsurkunde - Testament - Schuldspruch - Bevollmächtigung - Bescheinigung u. a.	<u>durch feste, ritualisierte und explizite Formeln wie:</u> - Person XY wird hiermit zu ... ernannt. - Es wird hiermit bescheinigt, dass... - Ich bevollmächtige hiermit ...

Tabelle 5: Textfunktionen¹⁸⁸

¹⁸⁸ vgl. K. BRINKER, 2005, 113ff

2.4.2.2.2 Bereichsfunktion

CH. GANSEL untergliedert den Begriff der Funktion. Sie spricht u. a. von einer Bereichsfunktion. Diese wird verstanden als Leistung¹⁸⁹, welche für andere Systeme erbracht wird.¹⁹⁰ In dieser Arbeit wird der Begriff der Bereichsfunktion vernachlässigt. Stattdessen wird mit dem der Leistung gearbeitet.

2.4.2.2.3 Bewirkungsfunktion

Der Terminus der Bewirkungsfunktion, ebenfalls nach CH. GANSEL, legt den Fokus auf den Rezipienten und meint den Kommunikationseffekt.¹⁹¹ C. CHRISTOPH fügt hinzu, „dass die Bewirkungsfunktion auch für den Emittenten eine Rolle spielt – nämlich dann, wenn dieser im Zuge seiner Kommunikationsstrategie mögliche Bewirkungsfunktionen bewusst zu antizipieren versucht“¹⁹².

Die Bewirkungsfunktion kann keine definitiven Angaben über die Wirkung der Texte auf die Rezipienten machen, doch können durchaus konventionalisierte Bewirkfunktionen¹⁹³ festgestellt werden wie sie z. B. C. CHRISTOPH nennt: „So wird eine Mahnung in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle beim Rezipienten eine andere Wirkung erzielen als eine Gutschrift. [...] Allerdings gilt die Einschränkung, dass die Bewirkfunktion nur dann absehbar ist, wenn der Rezipient in dem gesellschaftlichen Teilsystem bzw. dem Kommunikationsbereich agiert, den der Produzent vermutet.“¹⁹⁴.

2.4.2.2.4 Illokutive Handlung

Die Analyse der illokutiven Handlung in Texten soll Aufschluss über die Textfunktion geben.

Der aus der Sprechakttheorie stammende Begriff der Illokution meint die sprachliche Handlung einer Äußerung. Die Basis zur Annahme von illokutiven Handlungen in Texten lässt vermuten, dass „ganze Texte als Handlungseinheit fungieren können“¹⁹⁵. Diese

¹⁸⁹ siehe den Begriff der Leistung in Kap. 2.4.2.2.1.2

¹⁹⁰ vgl. CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 81

¹⁹¹ vgl. ebd., 82

¹⁹² C. CHRISTOPH, 2008, 51f

¹⁹³ K. FURTHMANN, 2006, 185

¹⁹⁴ C. CHRISTOPH, 2008, 51f

¹⁹⁵ W. MOTSCH, 1987, 57

Handlungseinheiten sind aus elementaren Einheiten zusammengesetzt, die in bestimmter Weise, koordinativ oder subordinativ, verknüpft sind.¹⁹⁶ Die elementaren Einheiten bilden sog. illokutive Handlungen IH, welche ein Quadrupel mit folgenden Eigenschaften bildet: $IH = \langle \ddot{a}, int, kond, kons \rangle$.¹⁹⁷ Dabei steht *ä* für die Äußerung eines bestimmten sprachlichen Ausdrucks zu einem bestimmten Zeitpunkt, *int* meint die Absicht des Produzenten mit *ä* ein bestimmtes Ziel zu erreichen, *kond* steht für die Menge von Bedingungen, die in der Situation, in der die Äußerung *ä* mit der Absicht *int* geäußert wird, erfüllt sein müssen, damit die illokutive Handlung IH erfolgreich sein kann, d. h. damit das Ziel erreichbar ist und *kons* meint die Menge von Konsequenzen, die mit dem Vollzug von IH verbunden sein kann.¹⁹⁸ Zu ergänzen sind die Grundtypen der IH: Aussage (Deklarativsatz), Frage (Interrogativsatz) und Aufforderung (Imperativsatz).¹⁹⁹ Mit dieser vereinfachten Struktur von $IH = \langle \ddot{a}, int, kond, kons \rangle$ sowie den Grundtypen kann die Analyse der Textfunktion unterstützt werden. Die Betrachtung der Illokutionen kann zweifelsohne z. B. auf Illokutionsstrukturen²⁰⁰ mit der Einteilung in dominierende und subsidäre Illokutionen und Illokutionshierarchien²⁰¹ ausgeweitet werden. Doch im Rahmen dieser Arbeit kann die illokutive Handlung nicht untersucht werden.

2.4.2.2.3 Thematizität

Die Thematizität als ein weiteres Merkmal für die Beschreibung und Klassifizierung von Texten meint das Thema eines Textes, also den Kern des Textinhaltes.²⁰² Der Textinhalt kann sich auf Personen, Ereignisse, Sachverhalte, Handlungen u. a. beziehen.²⁰³

K. BRINKER unterscheidet vier verschiedene Grundformen thematischer Entfaltung: Deskription, Narration, Explikation und Argumentation.²⁰⁴

Die deskriptive Themenentfaltung ist vorrangig für informative Texte wie Berichte oder wissenschaftliche Abhandlungen, instruktive Texte wie Kochrezepte oder Bedienungsanleitungen und normative Texte wie Gesetze oder Verträge

¹⁹⁶ vgl. W. MOTSCH, 1987, 57

¹⁹⁷ vgl. ebd., 45ff

¹⁹⁸ vgl. ebd., 45f

¹⁹⁹ vgl. ebd., 47

²⁰⁰ vgl. W. MOTSCH, 1996a

²⁰¹ vgl. W. MOTSCH, 1996b

²⁰² vgl. K. BRINKER, 2005, 56

²⁰³ vgl. ebd.

²⁰⁴ vgl. ebd., 64

charakteristisch.²⁰⁵ In appellativen Texten wie z. B. politischen Reden kann sich die deskriptive Themenentfaltung mit der argumentativen Themenentfaltung verbinden.²⁰⁶ Für Alltagserzählungen ist die narrative Themenentfaltung kennzeichnend.²⁰⁷ Die explikative Themenentfaltung ist typisch für Texte, die eine Erweiterung des Wissens bezwecken wie Lehrbücher oder wissenschaftliche Texte.²⁰⁸ Die vierte Grundform, die argumentative Themenentfaltung ist hauptsächlich in appellativen Texten vorzufinden, in denen der Rezipient überzeugt oder zu bestimmten Handlungen veranlasst werden soll.²⁰⁹

Die Bedeutsamkeit des Themas als Typologisierungmerkmal von Texten und der damit verbundenen Vertextungsstrategie²¹⁰ fasst H.- W. EROMS bezeichnend zusammen: „Vertextungsstrategien als Filter für die Bestimmung von Stil [sind] immergültige Kategorien“²¹¹.

In dieser Arbeit wird lediglich das Thema bestimmt, da die Untersuchung der thematischen Entfaltung über den Rahmen dieser Arbeit hinaus geht. Die Themenanalyse erfolgt bei der Untersuchung des Funktionalstils, weil ein Zusammenhang zwischen Thema und Funktionalstil besteht.

2.4.2.2.4 Formulierungsadäquatheit

2.4.2.2.4.1 Formulierungsadäquatheit/ Stil

In diesem Abschnitt werden die Formulierungsadäquatheit und der Stil als Merkmale von Textsorten betrachtet. Die Formulierungsadäquatheit soll durch den Begriff des Stils ersetzt werden. Zunächst werden beide Begriffe genauer bestimmt.

Unter Formulierungsadäquatheit verstehen M. HEINEMANN / W. HEINEMANN textsortenspezifische Formulierungsmuster auf syntaktischer und lexikalischer Ebene.²¹² Die syntaktischen Spezifika können bezüglich des dominierenden Satztyps, des Verhältnisses von Haupt- und Nebensätzen, des Komplexitätsgrades, des Verhältnisses zwischen der Satzlänge und der Kürze der Sätze, der Abweichungen von üblichen

²⁰⁵ vgl. K. BRINKER, 2005, 69

²⁰⁶ vgl. ebd.

²⁰⁷ vgl. ebd.

²⁰⁸ vgl. ebd., 79

²⁰⁹ vgl. ebd., 87

²¹⁰ Thema und Strukturiertheit von Texten sind als eine Textbeschreibungsdimension bei dem Ansatz M. HEINEMANN / W. HEINEMANN zu finden.

²¹¹ H.- W. EROMS, 2008, 107

²¹² vgl. M. HEINEMANN / W. HEINEMANN, 2002, 148f

Grundstrukturen u. a. untersucht werden.²¹³ Auf der lexikalischen Ebene werden z. B. die Indikatoren der Textfunktion, der textsortenspezifische Wortschatz, Fachwörter, Kollokationen oder stereotype Satzkonstitutive analysiert.²¹⁴

Der Begriff *Stil* stammt vom lateinischen *stilus* ab und bedeutete ursprünglich „spitzer Pfahl; Stiehl, Stängel; Schreibgerät, Griffel“²¹⁵ und mit der übertragenden Bedeutung auch „Schreibart, Ausdrucksform“²¹⁶

Heute umfasst der Stil als schillernder Begriff eine Vielzahl von Merkmalen und kann so als eine *holistische Gestalt*²¹⁷ bezeichnet werden.

B. SANDIG bezeichnet den Stil als „das WIE, die bedeutsame funktions- und situationsbezogene Variation der Verwendung von Sprache und anderen kommunikativ relevanten Zeichentypen.“²¹⁸ Stil spielt überall dort eine Rolle, wo wir Alternativen haben.²¹⁹ Und diese Alternativen bestehen vor allem in der Produktion und Gestaltung von Kommunikation, in diesem Falle von Texten, „vor dem Hintergrund von Konventionen und Aspekten der gesamten Umstände der Kommunikation.“²²⁰

Auf den Doppelcharakter des Stils macht H.- W. EROMS aufmerksam.²²¹ Er betont, dass einerseits das Einhalten und andererseits das Durchbrechen der Norm erwartet wird.²²² Mit dem Einhalten der Norm und der dementsprechenden Übernahme von Formulierungen kann ein Kommunikationsziel durchaus adäquat erreicht werden. Jedoch bemerkt H.- W. EROMS auch, dass die Normabweichung, „immer dann wenn sie einheitlich ist, [...] Voraussetzung der individuellen Seite des Stilbegriffs [ist]“²²³.

Als Problemlösung des Doppelcharakters des Stils wird eine Synthese beider angestrebt. Doch Voraussetzung ist die Einheitlichkeit, denn Stil kennzeichnet die synchrone Verbindlichkeit.²²⁴

²¹³ vgl. M. HEINEMANN / W. HEINEMANN, 2002, 148f

²¹⁴ vgl. ebd., 149

²¹⁵ DUDEN, 2007, 814

²¹⁶ ebd.

²¹⁷ M. SELTING, 2001, 7

²¹⁸ B. SANDIG, 2006, 1

²¹⁹ vgl. B. SANDIG, 2006, 2

²²⁰ ebd.

²²¹ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 16

²²² vgl. ebd.

²²³ ebd., 38

²²⁴ vgl. ebd., 18

Hier soll ein einheitlicher Stil in den jeweiligen Kommunikationsbereichen herauskristallisiert werden. Dafür spielt das Einhalten der Norm und die Verwendung prototypischer Ausdrücke eine übergeordnete Rolle.

Sowohl mit der normbezogenen, verbindlichen Komponente als auch mit der individuellen Seite des Stils wird „die bestmögliche Verwirklichung der in einer Kommunikationssituation angestrebten Ziele“²²⁵ beabsichtigt, das mit dem Kriterium der Effektivität bezeichnet wird. Dies gilt als oberstes Moment bei dem Gebrauch eines bestimmten Stils. Hinzu kommen vier Stilanforderungen: erstens die Variation, zweitens die Sachangemessenheit, drittens die Expressivität und viertens die Sparsamkeit.

Die Variation zwischen „neutral[en], stilwertgebend[en] und stileffekterzielend[en]“²²⁶ Mitteln bewirkt eine Ausgewogenheit der Mittel und so eine Vermeidung der Monotonie.²²⁷ Als Stilwert bezeichnet H.- W. EROMS „alle Ausdrücke, die in einem Text zu erwarten sind und seine kommunikative Funktion in natürlicher und zu erwartender Weise betreffen“²²⁸. Stilneutral sind „alle Ausdrucksweisen, die auch in beliebig anderen Texten vorkommen können“²²⁹. Und Stileffekte sind Ausdrücke, „die offensichtlich nicht in einen bestimmten Text `hineingehören`, aber doch seine kommunikative Funktion unterstützen, und zwar in auffälliger Weise“²³⁰.

Die Sachangemessenheit nach H.- W. EROMS, bei E. RIESEL/ E. SCHENDELS noch als Logik, umfasst u. a. die Faktoren: „Klarheit und Sachlichkeit des Gedankengangs, Genauigkeit (Exaktheit) der Beweisführung, Abstraktionsvermögen [...]“²³¹.

Zur Expressivität wird Folgendes geäußert: „Ohne Verwendung logischer oder/ und emotionaler Mittel der Expressivität in all ihren Spielarten ist kein einziger Verständigungsbereich denkbar.“²³²

Die Sparsamkeit ist von Bedeutung, damit Texte, wie H.- W. EROMS es formuliert, nicht „in die Kategorie des Kitsches“²³³ abgleiten.

Die sprachlichen Mittel, die zu einem Stil gehören, müssen fortgeführt werden.²³⁴ Denn durch das „Fortführen wird Stil als individuelles oder konventionelles Handlungsmuster,

²²⁵ H.- W. EROMS, 2008, 15

²²⁶ ebd., 24

²²⁷ ebd.

²²⁸ ebd., 22

²²⁹ ebd.

²³⁰ ebd.

²³¹ E. RIESEL/ E. SCHENDELS, 1975, 25

²³² ebd.

²³³ H.- W. EROMS, 2008, 29

als Aspekt von Text oder Textmuster beschreibbar. Ein Stil ist deshalb beschreibbar als erwartbares Fortführen eines Zusammenhangs von Handlungs- und Äußerungsarten.²³⁵ Das Moment des Erwartbaren soll hier aus systemtheoretischer Perspektive betrachtet werden.

Erwartung ist nach N. LUHMANN „die Form, in der ein individuelles psychisches System sich der Kontingenz seiner Umwelt aussetzt“²³⁶ und damit sind Erwartungen sog. „Kondensate von Sinnverweisungen [...], die zeigen, wie eine gewisse Situation beschaffen ist und was in Aussicht steht.“²³⁷ Das heißt, wenn beim Rezipieren eines Textes z. B. der Stil der Sachlichkeit, Genauigkeit und das Verwenden von Fachtermini auffällig ist, werden die Erwartungen des Rezipienten in Richtung wissenschaftlicher Text geleitet. Damit wird auch Kontingenz reguliert, in dem Sinne, dass z. B. das Vorliegen eines literarischen Textes ausgeschlossen werden kann. „Durch Erwartungen von Erwartungen können Situationen doppelter Kontingenz geordnet werden.“²³⁸ Doppelte Kontingenz²³⁹ meint die „wechselseitige Unbestimmtheit und Unbestimmbarkeit der Beziehungen zwischen Sinnsystemen“²⁴⁰. Erwartungen von Erwartungen, auch reflexive Erwartungen genannt, sind Erwartungen, die sich auf andere Erwartungen beziehen.²⁴¹ Dies bedeutet, dass der Emittent einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit erwartet, dass der Gutachter der wissenschaftlichen Abschlussarbeit erwartet, dass der Emittent in der Abschlussarbeit wissenschaftlich arbeitet und charakteristische stilistische Merkmale des Wissenschaftsstils verwendet. Um die Komplexität aufzulösen, sollen die Erwartungserwartungen schematisch veranschaulicht werden:

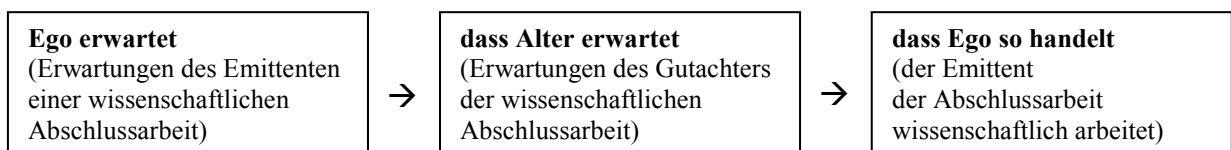


Abbildung 4: Erwartungen von Erwartungen²⁴²

²³⁴ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 30

²³⁵ B. SANDIG, 1978, 32

²³⁶ SoSY, 1993, 362

²³⁷ GLU, 2003, 45

²³⁸ ebd., 47

²³⁹ Von doppelter Kontingenz wurde bereits im Kap. 2.4.2.2.1 gesprochen.

²⁴⁰ D. KRAUSE, 2001, 121

²⁴¹ GLU, 2003, 47

²⁴² eigene Darstellung

Für die anstehende empirische Untersuchung der Flyer bedeutet das, dass diese aus bestimmten Kommunikationsbereichen bestimmte erwartbare Stilmerkmale aufweisen.²⁴³

2.4.2.2.4.2 Funktionalstil

Auf Grund des Schwerpunkts dieser Arbeit, die Funktion von Flyern, erscheint die Funktionalstilistik die geeignete Herangehensweise auf der Ebene des Stils zu sein.

Bevor es zur näheren Betrachtung der Funktionalstilistik kommt, steht eine Definition dieser aus.

Laut B. SOWINSKI ist der Funktionalstil, auch Funktionsstil oder Bereichsstil, „die `Gesamtheit der für einen gesellschaftlichen Bereich charakteristische[n] Stilzüge bzw. Stilprinzipien²⁴⁴ [...], die in den entsprechenden Texten dieses Bereichs begegnen.“²⁴⁵ Diese Differenzierung von Stilen in sogenannte Funktionalsprachen hat ihren Anfang in der Prager Schule.²⁴⁶ Schon dort wurde z.B. in die drei Funktionalsprachen *Konversationssprache*, *Fachsprache* und *Literatursprache* unterschieden.²⁴⁷

An die Funktionalstilistik kann kein globaler Erklärungsanspruch gestellt werden.²⁴⁸ Nur ein Teil des stilistischen Potentials kann erklärt und nicht jeder Bereich klar abgegrenzt werden,²⁴⁹ weil nicht jeder Funktionalstil „eigenständige sprachliche Mittel auf allen Ebenen des Sprachsystems“²⁵⁰ aufweist.

Mit einer Retrospektive auf den Stil erinnern wir uns an den normativen Aspekt des Stils: „Für den Stilbegriff ist Norm so zu verstehen, dass die Verwendungsbereiche von Sprache immer dann als normativ anzusehen sind, wenn dadurch alternative Möglichkeiten oder Varianten ausgeschlossen werden. Normen regeln also die Auswahl paradigmatischer Varianten aus dem System Sprache.“²⁵¹ Einerseits sind Normen als beschränkende Maßnahmen zu verstehen, andererseits ermöglichen sie die Überlappung der Regeln für verschiedene Verwendungsbereiche.²⁵² Diese verschiedenen Verwendungsbereiche können als Kommunikationsbereiche verstanden werden. H.- W. EROMS weist darauf hin, dass

²⁴³ Siehe dazu die Untersuchung der Funktionalstile Kap. 3.2.2

²⁴⁴ R. GLÄSER, 1974, 23 ff zitiert nach B. SOWINSKI, 1999, 75

²⁴⁵ B. SOWINSKI, 1999, 75

²⁴⁶ ebd., 32

²⁴⁷ ebd.

²⁴⁸ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 111

²⁴⁹ vgl. ebd.

²⁵⁰ A. PORSCH, 1981, 282

²⁵¹ H.- W. EROMS, 2008, 38

²⁵² vgl. ebd.

gerade durch die Überlappung der Regeln die Notwendigkeit besteht, die von ihm so genannten Verwendungsbereiche genauer zu bestimmen.²⁵³

Den elementaren Ausgangspunkt bildet die Ansicht, dass „Kommunikation [...] als soziales Verhalten der Individuen einer Gesellschaft im Hinblick auf optimale Verständigung [angesehen wird]“.²⁵⁴

Der schon in Kap. 2.3 erläuterte systemtheoretische Kommunikationsbegriff mit den drei Selektionen von Information, Mitteilung und Verstehen, kann nun dem Dreischritt, den H.- W. EROMS in seiner Stilistik darstellt, zugeordnet werden. Diese Zuordnung erfolgt in einer schematischen Darstellung.

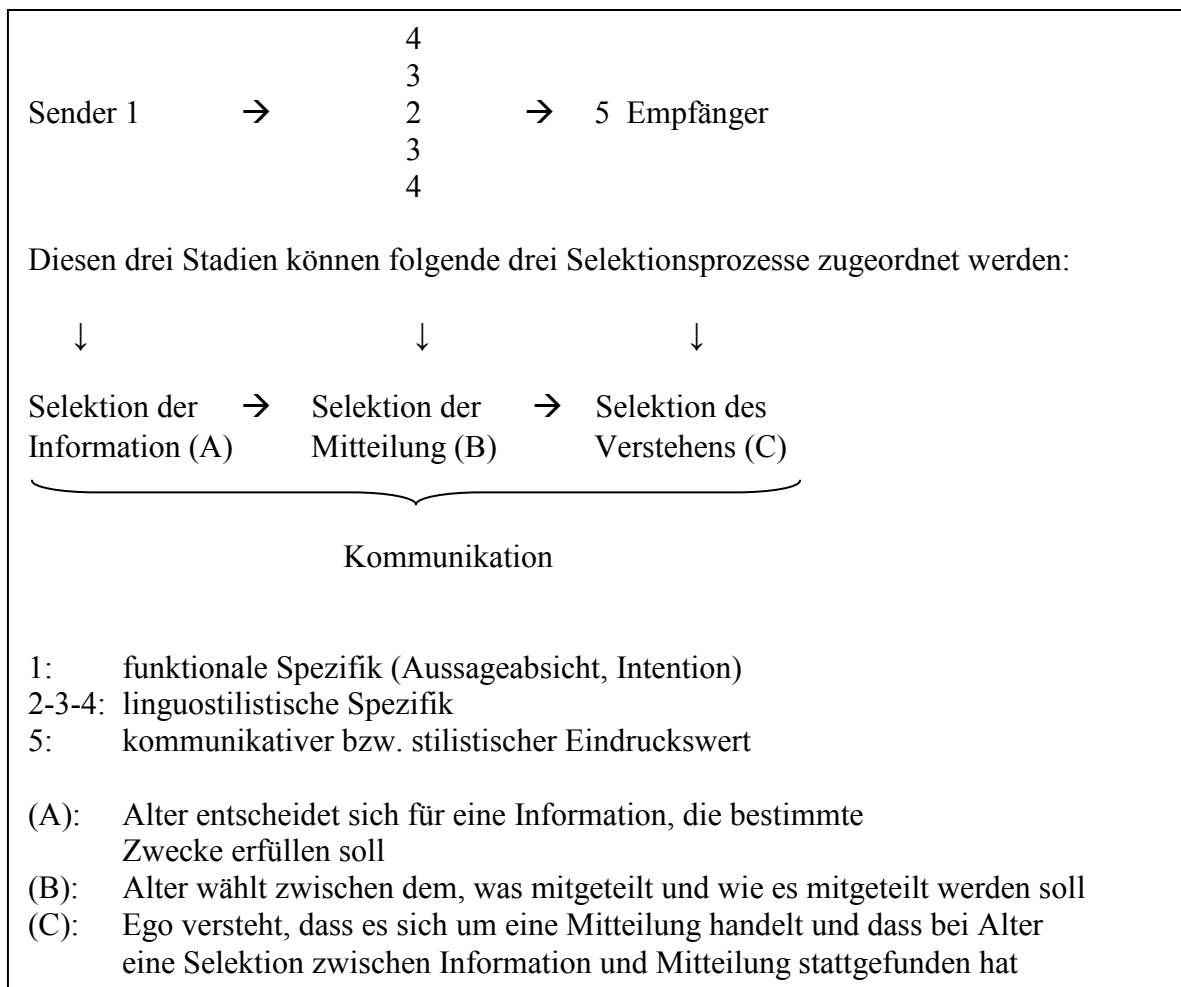


Abbildung 5: Zuordnung der drei Selektionsprozesse zu den Stadien des Schreib- und Sprechaktes²⁵⁵

²⁵³ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 38

²⁵⁴ ebd., 108f

²⁵⁵ Abbildung nach H.- W. EROMS, 2008, 109 erweitert von der Verfasserin dieser Arbeit durch die drei Selektionsprozesse des systemtheoretischen Kommunikationsbegriff nach N. LUHMANN.

Diese schematische Darstellung verdeutlicht, dass Kommunikation einen prozesshaften Charakter hat und dass Entscheidungsmöglichkeiten sowohl auf der Seite Alters als auch auf der Seite Egos mit berücksichtigt werden müssen. Von Bedeutung ist, dass sowohl bei dem Stil als auch bei der Kommunikation die Möglichkeit der Wahl besteht.²⁵⁶ Bei Kommunikation wird von Selektion²⁵⁷, bei Stil von Wahl²⁵⁸ gesprochen. Diese jeweils zu treffende Wahl wird determiniert durch funktionale Aspekte wie Aufgabe und Ziel der Mitteilung, Alters Intention, die Beziehung zum Gegenstand der Aussage, der Verständigungsweg (der Kanal) und die Verständigungsart (mündlich, schriftlich; Monolog, Dialog, Polylog).²⁵⁹ Weiterhin wird die Wahl beeinflusst durch Rollen- und Statusfaktoren, den Ausdruckswert und den Eindruckswert sowie die funktional vorgegebene Stilvarianten für Texte wie z. B. der Amtsstil, welcher durch Unpersönlichkeit und einen offiziellen Ton gekennzeichnet ist.²⁶⁰ Es muss also eine Vielzahl von Merkmalen sowie deren Zusammenwirken berücksichtigt werden, wie W. FLEISCHER und G. MICHEL betonen, die dann „zu spezifischen Stilzügen bestimmter Funktionalstile würden“²⁶¹. H.- W. EROMS hebt außerdem hervor, dass die Vertextungsstrategien bei der Bestimmung des Stils als Filter eine immergültige Kategorie sind.²⁶²

So unterscheidet H.- W. EROMS zwischen acht verschiedenen funktionalen Stiltypen, die folgenden Kommunikationsbereichen und sozialen Systemen zuzuordnen sind:

²⁵⁶ vgl. M. BERGHAUS, 2004, 75

²⁵⁷ vgl. ebd.

²⁵⁸ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 23

²⁵⁹ vgl. ebd., 109

²⁶⁰ vgl. ebd., 109f

²⁶¹ W. FLEISCHER/ G. MICHEL, 1975, zitiert nach H.- W. EROMS, 2008, 111

²⁶² vgl. H.- W. EROMS, 2008, 107

funktionale Stiltypen nach H.- W. EROMS²⁶³	Kommunikationsbereiche in Schrifttexten nach Brinker et.al²⁶⁴	soziale Systeme nach N. LUHMANN²⁶⁵
1. die Alltagssprache	Alltag	-
2. die Wissenschaftssprache	Hochschule und Wissenschaft	Wissenschaft
3. die Öffentliche Kommunikation	Verwaltung Wirtschaft und Handel Rechtswesen und Justiz religiöser und kirchlicher Bereich Schule Medizin und Gesundheit Sport politische Institutionen Militärwesen	²⁶⁶
4. die Sprache der Medien	Massenmedien	Massenmedien
5. die Sprache der Unterweisung	<i>Schule</i>	Erziehung
6. die literarische Sprache		Kunst
7. die sakrale Sprache	<i>religiöser und kirchlicher Bereich</i>	Religion
8. die Werbungssprache	<i>Werbung</i>	-

Tabelle 6: Funktionalstile- Kommunikationsbereiche – soziale Systeme²⁶⁷

Jede dieser funktionalen Stiltypen ist gekennzeichnet durch bestimmte Funktionen, die sie beabsichtigen, und wird durch verschiedene Stilzüge charakterisiert. So zeichnet sich die Alltagssprache u. a. durch Lockerheit bzw. Ungezwungenheit, durch Bildhaftigkeit und Humor aus.²⁶⁸ Es kann hier in diesem Rahmen nicht jeder Stiltyp mit seinen jeweiligen Charakteristika aufgeführt werden. Dafür werden im Kap. 3.2.2 an einzelnen Flyern die Funktionalstile mit ihren spezifischen Merkmalen untersucht und den Kommunikationsbereichen und sozialen Systemen zugeordnet.

²⁶³ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 115

²⁶⁴ Tabelle in Anlehnung an CH. GANSELS (2008c) Zuordnung der Systeme zu H.-W. EROMS Funktionalstilen; K. BRINKER et al., 2000, zitiert nach K. ADAMZIK, 2004, 73; *kursiv* = von der Verfasserin dieser Arbeit ergänzte Kommunikationsbereiche

²⁶⁵ vgl. D. KRAUSE, 2001, 43f

²⁶⁶ Die Abgrenzung, welche sozialen Systeme nicht zur Öffentlichen Kommunikation zugeordnet werden, ist nicht eindeutig, sodass diese Zuordnung problematisch ist. CH. GANSEL unternimmt den Versuch und ordnet der Öffentlichen Kommunikation die Systeme *Recht* und *Politik* zu. (CH. GANSELS, 2008c)

²⁶⁷ eigene Darstellung

²⁶⁸ vgl. H.- W. EROMS, 2008, 116

2.4.2.2.5 Visuelle Merkmale

Die vier oben genannten Kennzeichen zur Textsortenbeschreibung und –analyse sollen nun um eine weitere Kategorie, die visuellen Merkmale, ergänzt werden. Die visuellen Merkmale werden nicht auf der Textsortenebene, sondern in der räumlichen Dimension eingeordnet. Da der Flyer als Medium in dieser Arbeit untersucht wird, soll auch die visuelle Ebene mit in die Analyse einbezogen werden.

Laut L. GOERTZ ist für die Wahrnehmung die Originalität des Flyers entscheidend.²⁶⁹ Durch die Form und die Größe des Flyers, durch Illustrationen und auch Farben kann die Auffälligkeit unterstützt werden.²⁷⁰ Auch J. ANDROUTSOPOULOS betont die Relevanz des Visuellen für Flyer.²⁷¹ Nach ihm ist das Visuelle zwar nicht obligatorisch, aber dennoch prototypisch.²⁷²

Im Folgenden wird sich an der von J. ANDROUTSOPOULOS vorgegebenen Bausteineinteilung und dem Kompositionsmuster orientiert. Er ordnet einzelnen Bausteinen Teilhandlungen zu.²⁷³ Diese Teilhandlungen zeichnen sich durch funktional definierte Teiltexthe aus.²⁷⁴ Die Zuordnung zwischen Teilhandlung und Baustein sieht wie folgt aus:

Baustein	Teilhandlung	Inhalt
Team	Selbstdarstellung	Name des Veranstalters oder Clubs
Motto	Produktdarstellung	Name der Veranstaltung
Akteure	Produktdarstellung	Angabe der Künstler/ des Programms
Daten	Ort/ Zeit- Information	Angaben zu Ort, Zeit, Dauer, Preis, etc.
Sponsoren	(Zusatzwerbung)	Sponsorenlogos
Visual	Produktdarstellung	Bild, Grafik oder die Form des Flyers

Tabelle 7: Bausteine und Teilhandlungen²⁷⁵

Die Anordnung dieser einzelnen Bausteine beruht auf drei Bedeutungssystemen, die J. ANDROUTSOPOULOS von KRESS und VAN LEEUWEN übernimmt.²⁷⁶ Dabei geht es um den

²⁶⁹ vgl. L. GOERTZ, 1992, 174

²⁷⁰ vgl. ebd.

²⁷¹ vgl. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 346

²⁷² vgl. ebd.

²⁷³ vgl. ebd., 348

²⁷⁴ vgl. ebd.

²⁷⁵ vgl. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000a, 186

²⁷⁶ vgl. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 348

Informationswert, die Salienz und die Rahmung, wobei der Anordnung von Informationswerten eine zentrale Rolle zu kommt.²⁷⁷ Es wird bei einem Layout in drei „Dimensionen des visuellen Raums“ unterschieden, die sich in horizontaler, vertikaler und Zentrum- Rand- Dimension unterscheiden.²⁷⁸ Die horizontale Dimension mit den Polen *oben* und *unten* ordnet oben die idealen und unten die realen Informationen an.²⁷⁹ Bei der vertikalen Dimension sind *links* die gegebenen bzw. bekannten Elemente aufgeführt, *rechts* die neuen Informationen.²⁸⁰ In der Zentrum- Rand- Dimension stehen *im Zentrum* die dominante Botschaft und *am Rand* die untergeordneten Informationen.²⁸¹ Nach dieser Zuordnung entsteht nun folgendes Grundmuster eines einseitig bedruckten Flyers:

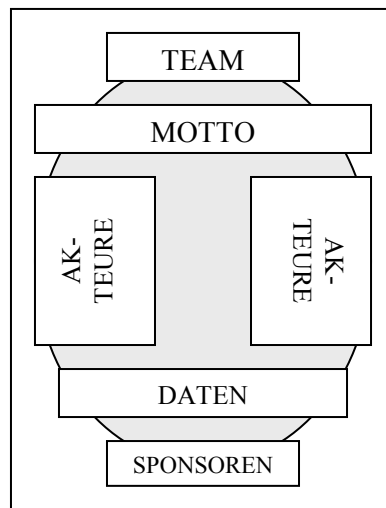


Abbildung 6: Grundmuster eines prototypischen Flyers²⁸²

Für die anstehende Untersuchung der Flyer wird sich zum einen auf die Zuordnung der Bausteine beschränkt, da sie Auskunft über die Funktionen der einzelnen Teilhandlungen geben. Zum anderen werden die visuellen Merkmale analysiert, um Aufschluss über funktionsunterstützende Abbildungen in Form prototypischen Visualisierungen zu erhalten.

²⁷⁷ vgl. J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 348f

²⁷⁸ vgl. ebd., 349

²⁷⁹ vgl. ebd.

²⁸⁰ vgl. ebd.

²⁸¹ vgl. ebd.

²⁸² vgl. ebd., 350

3 Empirische Untersuchung

Bei der empirischen Untersuchung stehen vor allem die Leistung und die Funktion der Flyer und deren Textsorten im Vordergrund. Konzentriert wird sich daher auf die Funktionalität, Situativität und den Stil. Das Thema und die visuellen Merkmale werden nur in so weit untersucht, wie sie aufschlussreich für Leistung und Funktion sind.

3.1 Korpus und Korpuszusammenstellung

Die Flyer wurden im Zeitraum von Juli 2007 bis August 2008 in Greifswald an diversen öffentlichen Orten wie Stadtinformation, Rathaus, Kirchen, universitären Einrichtungen und in der Mensa gesammelt. Eine erste Auswahl aus 426 Flyern mit Themen wie Werbung für studentische Radio- und Fernsehsender, Kinofilme, Theateraufführungen, Lesungen, Stadtfeste, Kurzausflüge, Studentenveranstaltungen, Partys sowie Mitgliederwerbung oder Produktwerbung wurde hinsichtlich der Kommunikationsbereiche getroffen. Untersucht werden 16 Flyer aus Wissenschaft (sechs Flyer), Religion (fünf Flyer) und Politik (fünf Flyer).

3.2 Merkmale der Texttypologisierung

3.2.1 Situativität

Folgende situative Merkmale nach W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER sind Schwerpunkte der Untersuchung: die soziale Organisation als Kommunikationsbereich, die Anzahl der an der Kommunikation beteiligten Partner, die Tätigkeitssituation sowohl der „Produzenten“ als auch der „Rezipienten“, die sozialen Rollen der Interagierenden, die Umgebungssituation mit dem Aspekten des Ortes, das Medium und die Leistung.

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

43

Flyer	Kommunikationsbereich	Anzahl der Partner	Tätigkeitssituation der		soziale Rollen	Umgebungs-situation der Rezipienten: Ort	Medium
			Produzenten	Rezipienten			
Flyer 1, Wissenschaft	Wissenschaft und Hochschulen	Großgruppe	laden ein zu/ werben für wissenschaftliche Vorträge (philosophische, religiöse und politische)	werden eingeladen zu wissenschaftlichen Vorträgen; entscheiden sich für bzw. gegen den Besuch der Vorträge	Professoren, wissenschaftliche Mitarbeiter, Doktoranden, Studierende, Interessierte; sowohl symmetrisch als auch asymmetrisch	vorrangig in universitären Einrichtungen und der Mensa	Flyer
Flyer 2, Wissenschaft							
Flyer 3, Wissenschaft							
Flyer 4, Wissenschaft							
Flyer 5, Wissenschaft							
Flyer 6, Wissenschaft							
Flyer 1, Religion	religiöse Institutionen	Großgruppe	laden ein zum/ werben für Bezirkskongress, Gottesdienst, Andacht mit Abendessen und Feature	werden eingeladen zum Bezirkskongress, Gottesdienst, Andacht mit Abendessen und Feature; entscheiden sich für bzw. gegen den Besuch der Veranstaltungen	Pastor, Pfarrer, Gläubige der evangelischen Kirche und der Zeugen Jehovas, Interessierte; sowohl symmetrisch als auch asymmetrisch	in Kirchen, universitären Einrichtungen und der Mensa	Flyer
Flyer 2, Religion							
Flyer 3, Religion							
Flyer 4, Religion							
Flyer 5, Religion							
Flyer 1, Politik	Politik	Großgruppe	laden ein zu/ werben für Podiumsdiskussion	werden eingeladen zur Podiumsdiskussion und entscheiden sich für bzw. gegen den Besuch der Diskussion	(potentielle) Wähler, Politiker (der Parteien), Interessierte; sowohl symmetrisch als auch asymmetrisch	in universitären Einrichtungen, in der Mensa und im Rathaus	Flyer
Flyer 2, Politik			aufklären und informieren	erhalten Informationen			
Flyer 3, Politik			indirekte Werbung zum Wählen des abgebildeten Kandidaten	(indirekte) Aufforderung (den umworbene(n) Kandidaten) zu wählen; entscheiden sich für bzw. gegen Teilnahme an Wahl/ Wahl des Kandidaten			
Flyer 4, Politik							
Flyer 5, Politik							

Tabelle 8: Situativität

Bei der hohen Anzahl der Kommunikationspartner kann bei allen untersuchten Flyern von einer Großgruppe und daher nach W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER von Massenkommunikation gesprochen werden. Die Rezipienten sind zwar jeweils durch deren Interesse und den Kommunikationsbereich Politik, Wissenschaft und Religion eingegrenzt, doch lässt sich die Anzahl nicht genau bestimmen.

Im Kommunikationsbereich Wissenschaft werden in erster Linie Wissenschaftler wie Professoren, wissenschaftliche Mitarbeiter, Doktoranden und Studierende angesprochen. Es ist davon auszugehen, dass eine Einladung zu einem Vortrag an das wissenschaftliche Kollegium weniger über Flyer erfolgt. Dies wird vielmehr über die persönliche Einladung mündlich oder schriftlich per Brief oder E-Mail geschehen. Doch um die Bekanntmachung des Vortrags zu erweitern, können Flyer zum Einsatz kommen. Der Flyer soll nun im Kommunikationsbereich Wissenschaft gleichermaßen Wissenschaftler und Studierende ansprechen, sodass Rezipienten unterschiedlichen Status' bei der Produktion der Flyer mitberücksichtigt werden muss. Für die sozialen Rollen der Interagierenden kann daher sowohl von einem symmetrischen (Professor als Vortragender Wissenschaftler – Professoren als Eingeladene) als auch von einem asymmetrischen (Professor als Vortragender Wissenschaftler – Studierende als Eingeladene) Verhältnis gesprochen werden. Bei dieser Differenzierung der sozialen Rollen ist der Ausgangspunkt der Status der Interagierenden. Der Ausgangspunkt kann jedoch auch verschoben werden, sodass der Wissensstand maßgebend ist. Hier handelt es sich um ein durchweg asymmetrisches Verhältnis. Der Vortragende steht mit seinem Wissensstand über dem der Zuhörer. Eine dritte Möglichkeit wäre die Prämisse der Tätigkeitssituation. Der Vortragende wirbt bzw. lässt z. B. über die Abteilung für PR und Öffentlichkeitsarbeit, die die Flyer produzieren, für den wissenschaftlichen Vortrag werben, doch die Entscheidung, den Vortrag zu besuchen, liegt bei den Rezipienten, also den Studierenden, Doktoranden, wissenschaftlichen Mitarbeitern und anderen Interessierten. Auch hier ist das Verhältnis asymmetrisch.

Die Flyer im Kommunikationsbereich Religion richten sich vor allem an Religiöse und Gläubige der Religionsgemeinschaft Zeugen Jehovas und der evangelischen Konfession sowie an Religionsinteressierte. Es wird zum Bezirkskongress, zum Gottesdienst, zur Andacht mit einem Abendessen und dem Anhören eines Features²⁸³ eingeladen. Die

²⁸³ Ein Feature ist ein „zu einem aktuellen Anlaß herausgegebener, besonders aufgemachter Text- od. Bildbeitrag“ (DUDEN, 1994, 458f)

sozialen Rollen können auch hier nach Status, Wissensstand und der Tätigkeitssituation unterschieden werden. Aus der Perspektive des Status' und des Wissensstands sind die sozialen Rollen asymmetrisch. Hier liegt das Verhältnis Pastor bzw. Pfarrer – Gläubige/ Religion- Interessierte vor. Umgekehrt ist das Verhältnis bei der Tätigkeitssituation. Auch hier entscheiden die Mitglieder der Religionsgemeinschaft Zeugen Jehovas, Gläubige oder Interessierte, ob sie an den angebotenen Veranstaltungen teilnehmen.

Im Kommunikationsbereich Politik werden vorrangig (potentielle) Wähler und Interessierte angesprochen. Die sozialen Rollen werden ebenfalls nach Status, Wissensstand und der Tätigkeitssituation unterschieden. Sowohl bei dem Status als auch dem Wissensstand ergeben sich ein symmetrisches (Politiker bzw. politisch Engagierter aus der SPD – Politiker bzw. politisch Engagierter aus der gleichen Partei) und ein asymmetrisches Verhältnis (Politiker bzw. politisch Engagierter – Wähler bzw. Interessierte).

Es ist deutlich, dass in den jeweiligen Kommunikationsbereichen bestimmte soziale Rollen auftreten bzw. hervorgebracht werden: Wähler kann es nur im sozialen System Politik geben, Studierende nur im sozialen System der Wissenschaft und Gläubige nur in religiösen Kontexten, also im Religionssystem.

Die Umgebungssituationen der Interaktionspartner sind sehr verschieden. Sowohl das Produzieren als auch das Rezipieren des Flyers finden weder zur gleichen Zeit noch am gleichen Ort statt, sodass nicht nur eine Face- to- face- Kommunikation sondern auch eine Telekommunikation auszuschließen ist. Es handelt sich hier um eine Aufzeichnungskommunikation. Diese tritt laut W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER in Form geschriebener Kommunikation auf²⁸⁴, hier also als Text auf dem Medium Flyer.

Wenn weder Produktion noch Rezeption des Flyers zur gleichen Zeit und am gleichen Ort stattfinden, muss auch zwischen zwei verschiedenen Umgebungssituationen differenziert werden. Diese Unterscheidung nehmen W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER nicht vor. Die verschiedenen Umgebungssituationen müssen u. a. bei der optischen Gestaltung des Flyers berücksichtigt werden. Wenn die Flyer z. B. in der Mensa ausliegen, müssen sie sich u. a. durch Originalität von den anderen abheben, um so die Interessenten zu erreichen.

Auch die Differenzierung der Tätigkeitssituation fehlt bei W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER. Diese orientieren sich vielmehr an der Tätigkeit des Produzenten, sodass

²⁸⁴ vgl. W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 157

die Tätigkeit des Rezipienten ungeachtet bleibt. Doch ist gerade auch im Sinne N. LUHMANN'S Kommunikationsbegriffes das Einbeziehen des Empfängers von großer Wichtigkeit. Denn dieser vollbringt mit dem Prozess des Verstehens erst die Kommunikation. So soll hier die Tätigkeitssituation in die *Tätigkeitssituation des Produzenten*²⁸⁵ und die *des Rezipienten* unterteilt werden.²⁸⁶ Zu der *Tätigkeitssituation des Produzenten* zählen erstens die Entscheidungen, was für eine Information mitgeteilt werden soll, wie etwa das Einladen zu einem Vortrag – hier durch die Textsorte *Einladung* gekennzeichnet –, zweitens wie die Informationen mitgeteilt werden, also das Medium – hier als Flyer – und der sprachliche Stil und drittens Ort und Art²⁸⁷ der Verteilung der Flyer. Die *Tätigkeitssituation des Rezipienten* besteht im Verstehen der Mitteilung, also im Verstehen, dass zum Vortrag eingeladen wird.

3.2.1.1 Kommunikationsbereiche

Die Kommunikationsbereiche sind bereits bei der Vorauswahl zur Untersuchung der Flyer bestimmt worden, da diese erst einmal nach einem bestimmten Kriterium geordnet werden mussten. Damit wird die Auffassung bestätigt, dass die Situativität als Basiskriterium gelten kann. Die Kriterien der Zuordnung zu den einzelnen Kommunikationsbereichen bildeten die Institutionen/ Veranstalter und die soziale Rolle der agierenden Akteure bzw. Referenten. Jedoch ist der Kommunikationsbereich nicht immer ganz eindeutig abzugrenzen. Zum Beispiel bei Flyer 5W könnte es sich neben einem Flyer aus der Wissenschaft auch um einen aus der Politik und der Wirtschaft handeln. Der Flyer 6W könnte sowohl dem Bereich Wissenschaft als auch dem der Wirtschaft oder des Rechts zugeordnet werden.

Die eingangs formulierte zweite Hypothese, *Flyer können in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen vorkommen*, konnte bewiesen werden.

²⁸⁵ Es wird darauf hingewiesen, dass der Produzent nicht immer nur aus einer Instanz besteht. Der Rezipient nimmt zwar nur einen Produzenten wahr, aber wenn wie bei Flyer 4P ein professionell gestalteter Flyer vorliegt, muss davon ausgegangen werden, dass der Produzent nicht nur Herr Mutke ist, sondern das sowohl eine Werbeagentur als auch die Partei der SPD mit verantwortlich sind für Entscheidungen wie z. B. das Layout oder der sprachliche Stil. Der Begriff des Produzenten wird hier als die Gesamtheit aller an der Flyerproduktion Beteiligten verstanden.

²⁸⁶ siehe dazu Abb. 4

²⁸⁷ Mit der Art der Verteilung ist das Auslegen oder persönliche Verteilen gemeint.

Mit einer Retrospektive auf diachrone Betrachtungen von Flyern fanden Flugblätter und Flugschriften bereits in der Vergangenheit in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen Anwendung. Sie wurden genutzt zur Informationsverbreitung von weltlichen und religiösen Themen sowie zu Agitations- und Propagandazwecken.

Die Hypothese wurde dadurch verifiziert, dass unterschiedliche soziale Rollen existieren, die die einzelnen Kommunikationsbereiche hervorbringen. Wie oben schon erwähnt, gibt es z. B. Professoren nur im Kommunikationsbereich Wissenschaft.

Auch werden die Kennzeichen eines Flyers als Medium von allen Kommunikationsbereichen erfüllt. Sie dienen der Verbreitung von Informationen, sie informieren über das Stattfinden einer Veranstaltung, und auf der Produktionsseite sind Gerätschaften notwendig, in der heutigen Zeit durch PC und Kopierer realisiert.

Die Unregelmäßigkeit des Erscheinens konnte nicht direkt nachgewiesen werden, doch ergibt sie sich aus den einmalig stattfindenden Veranstaltungen, zu denen mit Flyern eingeladen bzw. geworben wird. Zum Nachweis des Umfangs eines Bogens mit maximal einer Faltung siehe das Korpus im Anhang. Thematisch unterschiedliche Inhalte sind im Zusammenhang mit den Kommunikationsbereichen zu beobachten. Siehe dazu auch die Untersuchung des Themas in Tabelle 11. Von dem Angebot zur Mitnahme der Flyer an öffentlichen Plätzen wie Rathaus, Mensa, universitäre Einrichtungen und Kirchen zeugen die unterschiedlichen Umgebungssituationen. Die interessensspezifischen Rezipientengruppen können durch die sozialen Rollen identifiziert werden. Es werden jeweils Mitglieder der Kommunikationsbereiche Wissenschaft, Religion und Politik, also Wissenschaftler, Gläubige und politisch Engagierte und Interessierte angesprochen.

3.2.1.2 Leistung von Textsorten

Mit der Untersuchung der Leistung, die eng zusammenhängt mit der Funktion, müssen die Flyer mit deren Textsorten aus verschiedenen Bereichen betrachtet werden.

So leisten einerseits die Textsorten auf den Flyern aus dem Kommunikationsbereich Wissenschaft für den Bereich Wissenschaft das Publizieren von und Informieren über neue Erkenntnisse in der Wissenschaft.

Andererseits besteht die Leistung darin, psychische Systeme zu Vorträgen einzuladen, um über wissenschaftliche Erkenntnisse zu informieren. Auch die Flyer der Kommunikations-

bereiche Religion und Politik zielen darauf ab, für die jeweilige Veranstaltung, die über religiöse oder politische Inhalte informiert, oder Kandidaten zu werben.

Einerseits unterscheidet sich die Leistung der Textsorten kaum von der Funktion. Andererseits müssen sich die Flyer mit deren Textsorten gegen eine Vielzahl von angebotenen Veranstaltungen aus Bereichen wie Kultur und Freizeit durchsetzen und sich um die Gunst der Zuhörerschaft bemühen. Demnach regulieren Flyer doppelte Kontingenzen. Die Möglichkeiten, die Menschen haben, ihre Freizeit zu gestalten, wird durch die auf den Flyern angebotenen Veranstaltungen, sich einen wissenschaftlichen Vortrag anzuhören, zum Gottesdienst, ins Theater oder ins Kino zu gehen, Freunde zu treffen oder ein Buch zu lesen, reduziert. Das Reduzieren erfolgt dadurch, dass sich der Rezipient des Flyers durch die angebotene Veranstaltung angesprochen fühlt. Ohne das Reduzieren von Möglichkeiten wäre man desorientiert und handlungsunfähig.²⁸⁸

Den drei von CH. GANSEL unterschiedenen Leistungstypen von Textsorten können die kontaktherstellenden Textsorten dem Textsortentyp der strukturellen Kopplung zugeordnet werden. Diese dienen zwar nicht zur „Kommunikation fester Beziehungen zwischen Systemen“²⁸⁹, doch können sie lose Beziehung zwischen dem Wissenschaftssystem und einem psychischen System anbahnen. Der Rezipient des Flyers, wie etwa ein Religiöser, kann den umworbenen Gottesdienst besuchen. Hier entsteht eine erste lose Kopplung zwischen einem psychischen System, dem Gläubigen, und dem sozialen System Religion.

²⁸⁸ vgl. W. L. SCHNEIDER, 2005, 253

²⁸⁹ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 78

3.2.2 Textfunktion und Bewirkfunktion

In diesem Abschnitt werden die Textfunktion und die Bewirkfunktion untersucht. Um die Textfunktion zu ermitteln, werden Indikatoren der Textfunktion aufgezeigt und diese paraphrasiert. Anschließend wird aus der Paraphrase die Bewirkungsfunktion abgeleitet.

Flyer	Indikatoren der Textfunktion ²⁹⁰	Paraphrase der Textfunktion	Textfunktion	Bewirkungsfunktion
Flyer 1, Wissenschaft	- „Nach den Vorträgen und Diskussionen <i>laden</i> wir zu einem Umtrunk.“ - Orts und Zeitangaben: Universität zu Köln, 06. Dezember 2007, 14 Uhr, Kleiner Senatssaal usw.	Wissenschaftler, Studierende, Interessierte u. a. werden über das Stattfinden sowie das Thema der Vorträge informiert und zu einem anschließenden Umtrunk eingeladen; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch der Vorträge
Flyer 2, Wissenschaft	- „Der Verein Deutscher Studenten zu Greifswald im VVDSt-Kyffhäuserverband <i>lädt</i> Sie herzlich ein zum Vortrag.“ - „Diskutieren Sie mit...“ - Orts und Zeitangaben: Johannes Paul Haus in der Soldtmannstraße 18!, Datum: 24. Juni 2008, Beginn: 20Uhr ct	Wissenschaftler, Studierende, Mitglieder des Vereins, Interessierte u. a. werden über das Thema des Vortrages informiert, eingeladen, den Vortrag zu besuchen und aufgefordert mit zu diskutieren; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren, appellieren und informieren	Besuch des Vortrages, Beteiligung an der Diskussion
Flyer 3, Wissenschaft	- „Am 18. Februar 2008 haben in Pakistan Parlamentswahlen stattgefunden. Überschattet wurden diese ...“ - „Wie es ganz aktuell in Pakistan aussieht wird Prof. Dr. Jakob Rösel [...] <i>referieren</i> .“ - Orts und Zeitangaben: 28. Mai 2008, 18:00Uhr, Rubenowstr. 1, HS1	Wissenschaftler, Studierende, Interessierte u. a. werden über das Thema des Vortrages und den Zustand in Pakistan informiert und erhalten aktuelle Informationen zu Pakistan durch den Referenten; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	informieren und kontaktieren	Besuch des Vortrages
Flyer 4, Wissenschaft	- „ <i>Öffentlicher</i> Abendvortrag im Rahmen der...“ - „Paul van Tongeren [...] ist Professor ...“	Wissenschaftler, Studierende, Interessierte u. a. werden über das Thema und das Stattfinden des öffentlichen Vortrages informiert und erhalten	kontaktieren und informieren	Besuch des Vortrages

²⁹⁰ Die einzelnen Indikatoren sind jeweils *kursiv* gekennzeichnet.

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

50

	- Orts und Zeitangaben: Dienstag, 13. Mai 2008, 20:00Uhr, Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald, Martin- Luther Str. 14	Informationen über den Referenten; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion		
Flyer 5, Wissen- schaft	- „Klimaschutz [...] <i>Vortrag</i> am...“ - „Was ist ein Ausweg? Was muss dafür getan werden? Auf diese und andere Fragen werden Prof. Dr. Rodi [...] und Prof. Dr. Ott [...] <i>versuchen</i> Antworten zu finden.“ - Orts und Zeitangaben: Vortrag am 6. Mai 2008, 19:00 s.t. im Haus HS5 – Rubenowstraße 1 (Audimax)	Wissenschaftler, Studierende, Interessierte u. a. werden über das Thema und das Stattfinden des Vortrages informiert und erhalten Informationen über die Referenten; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch des Vortrages
Flyer 6, Wissen- schaft	- „Der Prokurist und Kapitän Jochen Hackstein <i>berichtet</i> über seine Erfahrungen...“ - Orts und Zeitangaben: Turnerschaft Markomanno- Teutonia, Donnerstag 29.05.2008 20.00Uhr, Schützenstraße 11, 17489 Hansestadt Greifswald, (Nähe Mensa)	Wissenschaftler, Studierende, wirtschaftlich Interessierte, Mitglieder der Turnerschaft, Interessierte u. a. werden über das Thema und das Stattfinden des Vortrages informiert und erhalten Informationen über den Inhalt des Berichtes; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch des Vortrages
Flyer 1, Religion	- „herzlich <i>eingeladen</i> zum Bezirkskongress ...“ - „Jehovas Zeugen in Ihrer Gegend <i>laden</i> Sie herzlich ein...“ - „Eine kleine Auswahl aus den Themen, die dort behandelt werden: ...“ - „Fühlen Sie sich frei, den Kongress zu besuchen...“ - Orts und Zeitangaben: Velodrom, Paul-Heyse- Straße, 10407 Berlin, Freitag, 13. Juli 2007, 9.20 bis 17.05 Uhr usw.	Gläubige, Mitglieder der Religionsgemeinschaft Zeugen Jehovas und Interessierte werden über das Stattfinden des Bezirkskongresses informiert und dazu eingeladen und erhalten Informationen zu Inhalten des Bezirkskongresses; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch des Bezirks- kongresses
Flyer 2, Religion	- „will GreifBar [Gottesdienst] Menschen <i>einladen</i> ...“	Gläubige und Interessierte werden zum Gottesdienst eingeladen und über die	kontaktieren und informieren	Besuch des Gottesdienstes

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

	<ul style="list-style-type: none"> - „Es sind alle herzlich willkommen...“ - „Herzliche <i>Einladung</i> zum GreifBar“ - „Dabei werden Themen aufgegriffen, die jeden bewegen.“ - „Ich Tarzan – Du Jane. Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen“ - Orts und Zeitangaben: 1.Juni 2008, 18.00Uhr, Jacobikirche Greifswald 	Inhalte („Themen [...], die jeden bewegen“ und „Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen“) des Gottesdienstes informiert; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion		
Flyer 3, Religion	<ul style="list-style-type: none"> - „will GreifBar [Gottesdienst] Menschen <i>einladen</i>...“ - „Es sind alle herzlich willkommen...“ - „Herzliche <i>Einladung</i> zum GreifBar“ - „Dabei werden Themen aufgegriffen, die jeden bewegen.“ - „Ein Abend mit Marx und Jesus“ - Orts und Zeitangaben: 6. Juli 2008, 18.00 Uhr im Theater Vorpommern, Robert-Blum-Straße 	Gläubige und Interessierte werden zum Gottesdienst eingeladen und über die Inhalte („Themen [...], die jeden bewegen“ und „Ein Abend mit Marx und Jesus“) des Gottesdienstes informiert; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch des Gottesdienstes
Flyer 4, Religion	<ul style="list-style-type: none"> - „Greiffiti ist der Gottesdienst von Jugendlichen für Jugendliche mit Livemusik, leckerem Snack und lebendiger Predigt.“ - Orts und Zeitangaben: Sonntag, 18. Mai 2008, 17.00 Uhr, Turnhalle BBW 	vor allem gläubige und interessierte Jugendliche werden indirekt mit der Beschreibung, was Greiffiti ist, zum Gottesdienst eingeladen und über die Inhalte des Gottesdienstes informiert („Ich sehe was, was du nicht siehst“ und „Von kleinen und grossen Wundern“); die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	kontaktieren und informieren	Besuch des Gottesdienstes
Flyer 5, Religion	<ul style="list-style-type: none"> - „Mit der Veranstaltung `Shovrim Shtika` wollen sie publik machen, ...“ - Orts und Zeitangaben: mo 02.06. im lutherhof (martin-luther-straße 8) 	informieren über den erlebten Alltag der Soldaten während ihres Militärdienstes in Israel; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	informieren und kontaktieren	Besuch der Veranstaltung/ des Gottesdienstes
Flyer 1, Politik	<ul style="list-style-type: none"> - Podiumsdiskussion zum NPD-Verbot - Orts und Zeitangaben: Wo? Mensa am Wall, Kleiner Saal Wann? Dienstag, 29. 	politisch Interessierte und (potentielle) Wähler werden in der Diskussion zum NPD-Verbot informiert; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	informieren und kontaktieren	Besuch der Podiumsdiskussion

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

52

	April 2008, 18:00 Uhr			
Flyer 2, Politik	- „Nehmen Ausländer uns die Arbeit weg?“ - Grafik des Arbeitsmarktes von MV und Tabelle der Arbeitslosenquoten in MV - Orts und Zeitangaben: Dauer: Jahr 2006 bzw. Zeitraum von Juli 2006 bis Juli 2007	politisch Interessierte und (potentielle) Wähler werden durch die Beantwortung der Frage, die Grafik und die Tabelle über Falschaussagen der rechten Parteien informiert; indirekter Appell an (potentiellen) Wähler Aussagen und somit die Seriosität der NPD bzw. DVU in Frage zu stellen; die Orts- und Zeitangaben dienen als Kontaktfunktion	informieren und appellieren	Beeinflussen der Entscheidung, die NPD/ DVU zu wählen bzw. nicht zu wählen
Flyer 3, Politik	- Abbildung des zu wählenden Kandidaten Arthur König - Zeitangabe: am 13. April 2008	an politisch Interessierte und (potentielle) Wähler wird appelliert, den Kandidaten Arthur König zu wählen und sie werden durch die Zeitangabe an den Tag der Oberbürgermeisterwahl erinnert bzw. darüber informiert	appellieren und informieren	den Kandidaten Arthur König wählen
Flyer 4, Politik	- Abbildung des zu wählenden Kandidaten Rainer Mutke - Orts und Zeitangaben: Am 13. April 2008 sind Oberbürgermeisterwahlen in Greifswald	an politisch Interessierte und (potentielle) Wähler wird appelliert, den Kandidaten Rainer Mutke zu wählen und sie werden durch die Zeitangabe an den Tag der Oberbürgermeisterwahl erinnert/ informiert und über das politische Programm informiert	appellieren und informieren	den Kandidaten Rainer Mutke wählen
Flyer 5, Politik	- „Gehen Sie [...] wählen!“ - Abbildung der zu wählenden Kandidatin Anja Ziegion - Zeitangabe: am 18. Mai 2008	an politisch Interessierte und (potentielle) Wähler wird appelliert, wählen zu gehen bzw. die Kandidatin Anja Ziegion zu wählen und sie werden durch die Zeitangabe an den Tag der Wahl des Landratskandidaten erinnert/ informiert und über das politische Programm informiert	appellieren und informieren	die Kandidatin Anja Ziegion wählen

Tabelle 9: Textfunktion und Bewirkfunktion

Die Textfunktionen Obligations- und Deklarationsfunktion konnten ausgeschlossen werden, da sie nicht nachzuweisen sind. Häufig wurde eine Synthese aus Informations-, Kontakt- und teilweise auch Appellfunktion festgestellt. Die Informationsfunktion wird als subsidäre Funktion klassifiziert, die auf jedem Flyer zu finden ist. Eine Information

über das Stattfinden einer Veranstaltung, z. B. einer Wahl (Flyer 4P und 5P), eines Vortrages (Flyer 1W, 2W, 3W, 4W, 5W), eines Gottesdienstes (Flyer 2R, 3R, 4R) oder über das Aufklären von Missverständnissen (Flyer 2P). Indikator für das Kontaktieren bzw. Einladen sind die Angabe zu Zeit und Ort. Es soll ein Kontakt hergestellt werden, in dem die Rezipienten die auf dem Flyer genannte Veranstaltung besuchen. Die Appellfunktion tritt direkt mit den Äußerungen „Diskutieren Sie mit...“ (Flyer 2W) oder „Gehen Sie am 18. Mai 2008 wählen!“ (Flyer 5P) auf, können aber auch indirekt auftreten wie mit dem Hinweis „Am 13. April 2008 sind Oberbürgermeisterwahlen in Greifswald“ (Flyer 4P) oder dem Klarstellen von Missverständnissen „Nehmen Ausländer uns die Arbeit weg?“ (Flyer 2P), die dann die Entscheidung der zu wählenden Partei beeinflussen soll.

Die Mehrheit der analysierten Bewirkungsfunktionen zielt darauf ab, eine Handlung des Rezipienten nach sich zu ziehen. Oft geht es nicht nur um das Informieren des Rezipienten, sondern ebenso um das Agieren einerseits in der Form, dass über den Flyer und deren Inhalt kommuniziert wird und andererseits im Besuch der Gottesdienste, der wissenschaftlichen Vorträge oder der Teilnahme an Wahlen. Systemtheoretisch kann hier die Anschlusskommunikation angeführt werden. Die Anschlussfähigkeit des Kommunizierten „Herzliche Einladung zum GreifBar“ (Flyer 2R, 3R) kann sowohl die Kommunikation über die Einladung, den Flyer und dessen Gestaltung sein als auch der Besuch des Gottesdienstes oder das Fernbleiben vom Gottesdienst bedeuten. Sobald der Gottesdienst besucht wird oder eine Entgegnung zur Äußerung über die Einladung oder den Flyer oder dessen Gestaltung erfolgt, entsteht weitere Kommunikation in Form von Anschlusskommunikation.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Funktion von Flyern vorrangig informativen sowie kontaktierenden und teilweise bei politischen Flyern appellierenden Charakter hat. Ob die kontaktierende Funktion von Flyern eine Funktion heutiger Flyer ist, müsste in einem Vergleich der Funktionen diachroner und synchroner Betrachtungen untersucht werden.

3.2.3 Thema und Funktionalstil

Die Bestimmung des Themas wird zusammen mit dem Funktionalstil untersucht, da vermutet wird, dass das Thema sich mit im Funktionalstil äußert.

Der Funktionalstil wird durch die Untersuchung von lexikalischen und syntaktischen Indikatoren abgeleitet.

Bereits oben wurde von Erwartungen gesprochen. Die Stilmerkmale betreffend, wird erwartet, dass sich in allen drei Kommunikationsbereichen auf syntaktischer Ebene kurze Sätze, nominale Gruppen und elliptische Formen finden lassen. Auf lexikalischer Ebene wird ebenfalls in allen drei Kommunikationsbereichen stereotype Lexik vermutet.

Flyer	Thema	Stilmerkmale		Funktionalstil
		lexikalisch	syntaktisch	
Flyer 1, Wissenschaft	Vorträge zu philosophisch anthropologischen Themen	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Indikatoren für wissenschaftliche Lexik:</u> Philosophie, Universität, Wintersemester, Philosophisches Seminar, Phänomenologie, Prof. Dr., Hörsaal, Neurophilosophie, - <u>Fremdwörter:</u> kontrovers, Respondent - <u>Indikatoren für Lokalität:</u> Köln, London, Universität, Hörsaal, Hauptgebäude, Albert- Magnus-Platz, Universitätsstraße - <u>Indikatoren für Temporalität:</u> Wintersemester, Dezember, Uhr - <u>Abkürzungen:</u> Prof., Dr. - <u>performatives Verb:</u> einladen - <u>Komposita:</u> Wintersemester, Hauptgebäude 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>ein Hauptsatz:</u> „Nach den Vorträgen und Diskussionen laden wir zu einem Umtrunk.“ - <u>eine interrogative Äußerung:</u> „Kulturuniversalien vs. menschliche Natur?“ - <u>nominale Gruppen:</u> Universität zu Köln, Die Natur des Menschen, Das Menschenbild in der Neurophilosophie, Kultur in der Natur, ... - <u>Apposition:</u> Prof. Dr. Michael Tomasello, - <u>Attribut:</u> Universität zu Köln, 	wissenschaftlicher Sprachstil
Flyer 2, Wissenschaft	Vortrag zur Unvereinbarkeit von Scharia-Islam und Demokratie	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Indikatoren für wissenschaftliche Lexik:</u> Studenten, Prof. Dr. - <u>Fachwörter:</u> Scharia - <u>Indikatoren für Lokalität:</u> Greifswald, Johannes Paul Haus, Soldtmanstraße - <u>Indikatoren für Temporalität:</u> Datum, Beginn, Juni, Uhr, c.t. - <u>Akronyme:</u> VVDSt, c.t., - <u>Abkürzungen:</u> Prof., Dr. - <u>performatives Verb:</u> einladen 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Hauptsatz:</u> Der Verein ... lädt Sie herzlich ein zum Vortrag. - <u>Interrogativsatz:</u> Warum sind sie unvereinbar? - <u>Imperativsatz:</u> Diskutieren Sie mit ...! - <u>nominale Gruppen:</u> Referent: Prof. Dr. Egon Flaig, Scharia-Islam und Demokratie, - <u>Attribute:</u> Verein Deutscher Studenten, Referent: Prof. Dr. Egon Flaig, Johannes Paul Haus, Soldtmanstr. 	politisch-wissenschaftlicher Sprachstil
Flyer 3, Wissenschaft	Vortrag zu derzeitigen Situation nach den Parlaments-	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Indikatoren für politische Lexik:</u> Mandate, (Parlaments-) Wahl, Wahlsieger, Militärstaat, Volkspartei, Staatskasse, (Oppositions-) politikerin, ... 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Hauptsatz:</u> Am 18. Februar haben in Pakistan..., Die Veranstaltung wird präsentiert von ... - <u>Teilsatz als Relativsatz:</u> die erst 	politisch-wissenschaftlicher Sprachstil

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

55

	wahlen in Pakistan	<p>- <u>Indikatoren für Lokalität:</u> Rubenowstr., HS, Uni, Rostock, Pakistan, ...</p> <p>- <u>Indikatoren für Temporalität:</u> Mai, Uhr</p> <p>- <u>Akronym:</u> AStA,</p> <p>- <u>Abkürzungen:</u> Prof., Dr., Str., Uni, HS</p> <p>- <u>Komposita:</u> Militärstaat, Oppositionspolitikerin, Wahlsieger</p>	<p>kurz zuvor... galt.</p> <p>- <u>interrogative Äußerung/ Interrogativsatz:</u> Ein Militärstaat nach der Wahl? Wer hat die Wahl gewonnen?</p> <p>- <u>Attribute:</u> Pakistans Staatsoberhaupt Pervez Musharraf, Professor für internationale Politik und Entwicklungszusammenarbeit, ...</p>	
Flyer 4, Wissenschaft	Vortrag zu „Nietzsches Fragen und ihre Entwicklung“	<p>- <u>Indikatoren für wissenschaftliche Lexik:</u> Philologie, Forscher, Prof. Dr., Forschungskonferenz, Research, Universität, Moralphilosophie, Wissenschaftskolleg</p> <p>- <u>Indikatoren für Lokalität:</u> Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald</p> <p>- <u>Indikatoren für Temporalität:</u> Dienstag, Mai, Uhr, Abendvortrag</p> <p>- <u>Abkürzung:</u> Dr.</p> <p>- <u>Komposita:</u> Wörterbuch, Abendvortrag, Forschungskonferenz</p>	<p>- <u>nominale Gruppen:</u> Öffentlicher Abendvortrag im Rahmen der..., Nietzsches Fragen und ihre Entwicklung, Moderation: Professor Dr. Werner Stegmaier, Alfred Wissenschaftskolleg Greifswald, ...</p> <p>- <u>Satzgefüge mit Relativsätzen:</u> welche ... erarbeitet,</p> <p>- <u>Satzreihe:</u> Paul van Tongeren ist ... und ist dort Vorsitzender...</p> <p>- <u>Attribute:</u> öffentlicher Abendvortrag, zahlreiche weitere Arbeiten</p>	wissenschaftlicher Sprachstil
Flyer 5, Wissenschaft	Vortrag zum Klimaschutz und dessen Realisierung	<p>- <u>Indikatoren für wissenschaftliche Lexik:</u> Resultate, Prof. Dr., The European Law Students' Association, Audimax, Lehrstuhl, EMAU, Umweltethiker</p> <p>- <u>Indikatoren für politische Lexik:</u> Delegation, Bundesregierung, Klimaschutzkonferenz, Sachverständigenrat</p> <p>- <u>Indikatoren für Lokalität:</u> Rubenowstr., Audimax,</p> <p>- <u>Indikatoren für Temporalität:</u> Mai, Dienstag, Uhr</p> <p>- <u>Akronyme:</u> EMAU, Audimax</p> <p>- <u>Abkürzungen:</u> Prof., Dr., jur., Str., HS, s.t.,</p> <p>- <u>Komposita:</u> Klimaschutzkonferenz, Umweltethiker, Sachverständigenrat</p>	<p>- <u>nominale Gruppen:</u> Der lange Weg zu Resultaten, Referenten: Prof. Dr. Ott & Prof. Dr. Rodi,</p> <p>- <u>Hauptsätze:</u> Klimaschutz ist ..., Doch nichts ist schwieriger als ...</p> <p>- <u>Interrogativsätze:</u> Was ist ein Ausweg? Was muss dafür getan werden?</p> <p>- <u>Attribute:</u> lange Wege, Klimakonferenz Bali</p> <p>- <u>Apposition:</u> Prof. Dr. jur. Michael Rodi</p>	wissenschaftlich-politischer Sprachstil
Flyer 6, Wissenschaft	Bericht über Erfahrungen	<p>- <u>Indikatoren für wissenschaftliche Lexik:</u> Studium, Verbindung zum</p>	<p>- <u>zahlreiche nominale Gruppen:</u> Die Verbindung zum Studium, Globalisierung und Logistik aus</p>	wirtschaftlich-

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

56

	gen im internationalen Versicherungswesen und Handelsrecht unter Berücksichtigung der Globalisierung	Studium (Turnerschaft Markomanno Teutonia) - <u>Indikatoren für wirtschaftliche Lexik</u> : Globalisierung, Transportversicherer, Versicherungswesen, Logistik - <u>Fachwörter</u> : Logistik, Globalisierung, Prokurist, - <u>Indikatoren für Lokalität</u> : Nähe, Mensa, Schützenstraße - <u>Indikatoren für Temporalität</u> : Donnerstag, Uhr - <u>Komposita</u> : Handelsrecht, Transportversicherer, Versicherungswesen	Sicht eines Transportversicherers - <u>Apposition</u> : Prokurist und Kapitän Jochen Hackstein, - <u>Attribut</u> : internationales Handelsrecht	wissenschaftlicher Sprachstil
Flyer 1, Religion	Bezirkskongress der Zeugen Jehovas	- <u>Indikatoren für konfessionelle Lexik</u> : Christus, Gott, Teufel, Zeugen Jehovas, Bergpredigt, Petrus (als Jesus Jünger), Markus und Matthäus (als Evangelisten), Christi, biblisches Drama, ... - <u>Indikatoren für Lokalität</u> : Velodrom, Paul- Heyse- Straße, Berlin - <u>Indikatoren für Temporalität</u> : Juli, Freitag, Sonntagvormittag, Samstagnachmittag, - <u>performatives Verb</u> : einladen - <u>Redundanz durch Präposition</u> : Folge dem Christus nach! - <u>Komposita</u> : Hörspiel, Familienleben, Bergpredigt, Sonntagnachmittag	- <u>mehrere Interrogativsätze</u> : Wieso kann jemand, der Christus nachfolgt, - ein besseres Leben führen? - Gott näherkommen? - <u>Imperativsatz</u> : Folge dem Christus nach! (wiederholtes Vorkommen); Ehemänner, Ehefrauen, Eltern, Kinder – folgt dem Vorbild! - <u>Deklarativsätze</u> : Am Samstagnachmittag wird ein... - <u>Zitat</u> : „ist lebendig und übt Macht aus“ - <u>fast nur vollständige Sätze, wenige Ellipsen</u> - <u>Ellipse</u> : in Kostümen aufgeführtes biblisches Drama - <u>Attribute</u> : Nachfolger Christi, Hörspiel am Freitagnachmittag	religiöser Sprachstil
Flyer 2, Religion	Gottesdienst mit dem Thema „Ich Tarzan – Du Jane - Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen“	- <u>Indikatoren für konfessionelle Lexik</u> : Gottesdienst, Jakobikirche - <u>Indikatoren für Lokalität</u> : Jakobikirche, Greifswald, Pommersche Kirche - <u>Indikatoren für Temporalität</u> : Juni, Uhr - <u>performatives Verb</u> : einladen - <u>Neologismus in Form eines Kompositums</u> : GreifBar (aus Greifswald sowie der adjektivischen Endung –bar/ dem Substantiv Bar)	- <u>Deklarativsätze in exklamativer Form</u> : Du verstehst mich nicht!, Ich verstehe dich nicht!, Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen, kommt es schon mal zu Konflikten!, Der andere Gottesdienst in Greifswald! - <u>Interrogativsatz</u> : Was hilft? - <u>Satzreihe</u> : GreifBar ist ein ..., ein Projekt der... - <u>Satzgefüge mit Relativsätzen</u> : ..., die noch wenig ...haben, ..., die ... bewegen - <u>Zitat/ Phraseologismus</u> : Ich Tarzan – Du Jane	religiöser Sprachstil
Flyer 3, Religion	Gottesdienst mit dem Thema „Ein Abend mit Marx und Jesus“	- <u>Indikatoren für konfessionelle Lexik</u> : Religion, Jesus, Jakobikirche, Gottesdienst - <u>Indikatoren für Lokalität</u> : Greifswald, Pommersche Kirche, Theater Vorpommern,	- <u>Ellipse</u> : Begegnung der besonderen Art - <u>Interrogativsatz</u> : Was würde Jesus zu Karl Marx sagen? - <u>Satzreihe</u> : GreifBar ist ein ..., ein Projekt der...	religiöser Sprachstil

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

		<p>Robert- Blum- Straße</p> <p><u>- Indikatoren für Temporalität:</u> Juli, Uhr, Abend</p> <p><u>- performatives Verb:</u> einladen</p> <p><u>- Neologismus in Form eines Kompositums:</u> GreifBar (aus Greifswald sowie der adjektivischen Endung -bar und dem Substantiv Bar)</p> <p><u>- Zitate:</u> „Religion ist das Opium des Volkes.“ (Marx), „Glücklich sind, die nach Gerechtigkeit dürsten, denn sie sollten satt werden“ (Jesus)</p>	<p><u>- Satzgefüge mit Relativsätzen:</u> ..., die noch wenig ...haben, ..., die ... bewegen</p> <p><u>- Deklarativsätze:</u> Für die Kinder wird parallel ...</p> <p><u>- Attribute:</u> besonderer Gottesdienst, offene Atmosphäre</p> <p><u>- Apposition:</u> Pommersche Evangelische Kirche</p>	
Flyer 4, Religion	Gottesdienst mit dem Thema „Von kleinen und grossen Wundern“	<p><u>- Indikatoren für konfessionelle Lexik:</u> Pastor, Predigt, evangelische Kirche, Jugendgottesdienst,</p> <p><u>- Indikatoren für Lokalität:</u> Turnhalle BBW, Pommersche Kirche</p> <p><u>- Indikatoren für Temporalität:</u> Mai, Uhr, Sonntag</p> <p><u>- Neologismus in Form eines Kompositums:</u> Greiffiti (aus Greifswald und Graffiti)</p> <p><u>- Komposita:</u> Livemusik, Jugendgottesdienst,</p>	<p><u>- Ellipse:</u> Von kleinen und großen Wundern, Greiffiti – der Jugendgottesdienst</p> <p><u>- Hauptsatz:</u> Greiffiti ist der Gottesdienst von Jugendlichen für Jugendliche ...</p> <p><u>- Attribute:</u> große und kleine Wunder, Gottesdienst von Jugendlichen</p>	religiöser Sprachstil
Flyer 5, Religion	Veranstaltung mit Abendesse, dem Feature „Das Trauma der Besetzer“ und Andacht	<p><u>- Indikatoren für konfessionelle Lexik:</u> Evangelische Gemeinde, Andacht</p> <p><u>- Indikatoren für politische Lexik:</u> Besetzer, Krieg, Terror, Soldaten, Armee</p> <p><u>- Fachwörter:</u> Shovrim Shtika</p> <p><u>- Indikatoren für Lokalität:</u> Lutherhof, Martin- Luther- Straße</p> <p><u>- Indikatoren für Temporalität:</u> Dienstag, April,</p> <p><u>- Komposita:</u> Militärstaat, Menschenrechtsverletzung, Tagesordnung</p>	<p><u>- Ellipsen:</u> Mit freundlicher Genehmigung von Deutschlandradio, Eine Veranstaltung der Evangelischen Studierenden Gemeinde, Das Trauma der Besetzer</p> <p><u>- Deklarativsätze in Form von Satzgefügen:</u> Voller Idealismus traten... <u>- Deklarativsätze in Form von Satzreihen:</u> Sie wollten ...</p> <p><u>- Attribut:</u> freundliche Genehmigung</p> <p><u>- Apposition:</u> Evangelische Studierenden Gemeinde,</p>	religiöser Sprachstil
Flyer 1, Politik	„Podiumsdiskussion zum NPD-Verbot“	<p><u>- Indikatoren für politische Lexik:</u> Parlamentarischer Geschäftsführer, Bundestagsfraktion, Kreisvorsitzender, Friedrich Naumann Stiftung (Stiftung für liberale Politik)</p> <p><u>- Akronyme:</u> NPD, EMAU, FDP, RAA, SPD</p> <p><u>- Abkürzung:</u> Prof.</p> <p><u>- syntaktische Polyfunktionalität:</u> Friedrich- Naumann- <i>Stiftung</i> für</p>	<p><u>- Interrogativsatz:</u> „ Soll die NPD verboten werden?“</p> <p>- nominale Gruppen: Podiumsdiskussion zum NPD-Verbot, Geschäftsführer der RAA Mecklenburg- Vorpommern</p> <p><u>- Attribut:</u> Podiumsdiskussion</p> <p><u>- Apposition:</u> Prof. Walter Rotholz</p>	politischer Sprachstil

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

58

		die Freiheit - <u>Interrogativpronomina</u> : Wo? Wann?		
Flyer 2, Politik	Aufklärung zum Missver- ständnis, ob Ausländer den Deutschen Arbeits- plätze wegnehmen	- <u>politische Lexik</u> : Ausländer, Arbeitsplätze, Rechtsextremisten, Arbeitsmarkt, Arbeitslosenquote, SPD, rechts - <u>Akronyme</u> : AA, SPD, MV, - <u>Abkürzungen</u> : Tel., Str., - <u>Zahlen & Prozentangaben</u> : 1,69 Millionen, 2,3%, 2006, 2007 - <u>Adresse</u> : SPD Landesverband MV, Wismarsche Str. 152, 19053 Schwerin	- <u>Interrogativsatz</u> : „Nehmen Ausländer uns die Arbeit weg?“ - <u>Hauptsätze</u> : Rechtsextremisten schüren..., Ein kurzer Blick ... genügt ... - <u>Attribut</u> : Arbeitsmarkt, folgende Fakten, ausländischer Pass	politischer Sprachstil
Flyer 3, Politik	Wahlwer- bung für den Kandidaten Arthur König zur Oberbür- germeister- wahl	- kaum Lexik - <u>Eigennamen</u> : Arthur König - <u>Wortspiel/Intertextualität</u> : auf Grund phonetischen Gleichklangs den Eigennamen der Fastfoodkette <i>Burger King</i> umgeändert in <i>Bürger King</i> (Bürger steht für Bürger der Stadt Greifswald; King einerseits für den Nachnamen König auf Englisch, andererseits für den Oberbürgermeister als führende Instanz) - <u>Datumsangabe</u> : am 13. April 2008 - <u>Adresse</u> : Am Markt 4 in 17489 Greifswald	- <u>nominale Gruppe</u> : Junge Union Kreisverband Greifswald - <u>Apposition</u> : Bürger King, Arthur König, Junge Union Greifswald	politischer Sprachstil
Flyer 4, Politik	Wahlwer- bung für den Kandidaten Rainer Mutke zur Oberbür- germeister- wahl	- <u>politische Lexik</u> : Oberbürgermeisterwahlen, Oberbürgermeister, Demokratie, Wahlthemen - <u>Komposita</u> : Oberbürgermeisterwahlen, Naherholungsgebiet, Museumshafen, Arbeitsplätze - <u>Eigennamen</u> : Rainer Mutke - <u>Datumsangabe</u> : am 13. April 2008 - <u>Akronyme</u> : WVG, SPD	- <u>Hauptsätze</u> : Am 13. April sind Oberbürgermeisterwahlen in Greifswald, Greifswald muss ... - <u>Exklamativsatz</u> : Demokratie lebt durch Mitwirken! - <u>nominale Gruppen</u> : Rainer Mutke Oberbürgermeister für Greifswald, kein Verkauf von WVG-Tafelsilber, klare Konzepte für die Zukunft Greifswalds, - <u>Apposition</u> : Rainer Mutke - <u>Attribut</u> : Oberbürgermeister- wahlen in Greifswald	politischer Sprachstil
Flyer 5, Politik	Wahlwer- bung für die Kandidatin Anja Ziegion zur Landrats- kandidaten-	- <u>politische Lexik</u> : Landratskandidatin, Amtsträger, - <u>Komposita</u> : Erfolgsstory, Energiegewinnung, Steinkohleverbrennung, Haupterwerbsquellen, Landwirtschaft, Grundversorgung	- <u>Exklamativsatz</u> : Wir schaffen unsere eigene Erfolgsstory! - <u>Imperativsatz</u> : Gehen Sie am 18. Mai 2008 wählen! - <u>Apposition</u> : Anja Ziegion - <u>Attribut</u> : Landratskandidatin	politischer Sprachstil

	wahl	<u>- Akronyme:</u> SPD, MV, <u>- feministisches Lexik:</u> Landratskandidatin, Mutter von drei Kindern <u>- Eigenname:</u> Anja Ziegon <u>- Datumsangabe:</u> am 18. Mai 2008		
--	------	---	--	--

Tabelle 10: Thema und Funktionalstil

Die oben genannten Erwartungen wurden erfüllt. Auf der lexikalischen Ebene sind Indikatoren für die jeweiligen Funktionalstile festzustellen.

Für den wissenschaftlichen Funktionalstil ist vor allem Lexik aus den einzelnen Wissenschaften auffallend wie in Philosophie „Phänomenologie“ (Flyer 1W) und „Moralphilosophie“ (Flyer 4W), in Politik „Demokratie“ (Flyer 2W) und „Delegation“ (Flyer 5W) und in Wirtschaft „Logistik“ (Flyer 6W). Hinzu kommt die Lexik, die auf den universitären Rahmen verweist wie „Philosophisches Seminar“ oder „Wintersemester“ (Flyer 1W), „Forschungskonferenz“ (Flyer 4W), „Audimax“, „Lehrstuhl“ und „Prof. Dr.“ (Flyer 5W).

Der sakrale Sprachstil wird gekennzeichnet durch Lexik wie „Christus“, „Jesus“, „Gott“, „Teufel“ (Flyer 1R), „Gottesdienst“, „evangelische Kirche“ (Flyer 3R), „Pastor“ oder „Predigt“ (Flyer 4R).

Charakteristische Lexik für den Sprachstil in der Politik sind „Parlamentarischer Geschäftsführer“, „Bundestagsfraktion“, „Kreisvorsitzender“ (Flyer 1P), „Rechtsextremisten“, „Arbeitsmarkt“, „Arbeitslosenquote“ (Flyer 2P), „Oberbürgermeister“, „Demokratie“ oder „Wahlthemen“ (Flyer 4P).

Für den Funktionalstil der Wissenschaft und der Politik sind Akronyme wie „AStA“ (Flyer 3W), „FDP“, „NPD“ oder „SPD“ (Flyer 1P) und Abkürzungen wie „Prof. Dr.“ und „s.t.“ (Flyer 2W) kennzeichnend.

Allen drei Funktionalstilen ist die Angabe von lokaler und temporaler Lexik gemeinsam. Neben Interrogativpronomina wie „Wann?“ und „Wo?“ (Flyer 1P) werden auch Adressen „SPD Landesverband MV, Wismarsche Str. 152, 19053 Schwerin“ (Flyer 2P) und andere Lokal- und Temporalindikatoren wie „Hörsaal VII“, „Hauptgebäude“ (Flyer 1W) und „Sonntagnachmittag“ (Flyer 1R) gebraucht.

Die Textsorten auf den Flyern enthalten Orts- und Zeitangaben in elliptischer Form, nach F. JÜRGENS in Form einer Struktur-Ellipse²⁹¹: „Vortrag am 6. Mai 2008, 19:00 s.t. im HS 5 – Rubenowstraße 1“ (Flyer 5W). Hier fehlt das Vollverb *stattfinden*. Diese Ellipse findet ihre Anwendung zu Gunsten einer schnellen Übersicht und aus Platzgründen, die dem Medium Flyer geschuldet ist. Hier wird deutlich, dass Textsorten durch Medien beeinflusst werden.

Die Verwendung von Anaphern, die spezifizierende Wirkung haben, ist ebenfalls bei den Orts- und Zeitangaben zu beobachten: „Datum: 24. Juni 2008“ und „Beginn: 20Uhr ct“ (Flyer 2W) und „Rubenowstr. 1, HS1“ (Flyer 3W). Das Datum wird konkretisiert durch den 24. Juni 2008 und der Ort durch den Hörsaal (HS)1.

Auch die Erwartungen auf der syntaktischen Ebene wurden erfüllt. Bei der Mehrzahl der Textsorten konnte der Nominalstil festgestellt werden. Dieser wird gekennzeichnet durch Substantivkomposita wie auf Flyer 3W „Militärstaat“, „Oppositionspolitikerin“ oder „Wahlsieger“ und Attribute wie „Pakistans Staatsoberhaupt Pervez Musharraf“ oder „Professor für internationale Politik und Entwicklungszusammenarbeit“. Substantivkomposita und Attribute sind durch eine hohe Informationsdichte gekennzeichnet und sind daher Mittel der Sprachökonomie, die sehr wichtig ist für die Textsorten auf dem platzbegrenzte Medium Flyer.

Weiterhin sind vereinzelt Interrogativsätze zu finden wie „Soll die NPD verboten werden?“ (Flyer 1P) oder „Was würde Jesus zu Karl Marx sagen?“ (Flyer 3R). Einerseits werden die Antworten auf den Texten gegeben (Flyer 2P) und andererseits werden diese auf den Veranstaltungen beantwortet (Flyer 3W).

Die eingangs formulierte dritte Hypothese, *die unterschiedlichen Kommunikationsbereiche sind durch bestimmte Stile und Stilmerkmale gekennzeichnet*, wird mit dieser Analyse nachgewiesen.

²⁹¹ vgl. CH. GANSEL/F. JÜRGENS, 2007, 185

3.2.4 Visuelle Merkmale

Die Untersuchung des Visuellen soll sich einerseits auf die Zergliederung des Textes in die Bausteine beschränken, denn diese Methode ermöglicht das Zuordnen von Teilhandlungen und dementsprechend von Funktionen. Andererseits soll analysiert werden, inwieweit die *Visuals* in Form von Fotos, Abbildungen, Grafiken und Tabellen das Thema unterstützen.

Flyer	Bausteine: Inhalt					
	Team: Name des Veranstalters/ Clubs	Motto: Name der Veranstaltung	Akteure: Angabe des Programms/ Künstlers	Daten: Anga- ben zu Ort, Zeit, Dauer und Preis	Sponsoren: Sponsoren- logos	Visuals:Foto, Grafik, Abbildung, Tabelle
Flyer 1, Wissen- schaft	- „Univer- sität zu Köln“ - „Philoso- phisches Seminar“ - „Prof. Dr. Andreas Speer“	- „Philosophie Kontrovers“ - „Die Natur des Menschen“ - die einzelnen Themen der Vorträge wie „Origins of Shared Intentionality“ u. a.	die einzelnen Referenten wie „Prof. Dr. Michael Tomasello (Leipzig)“ u. a. sowie die Moderatoren wie „Respondent: Prof. Dr. Thomas Grundmann (Köln)“ u. a.	- „Universität zu Köln · Hauptgebäude · Albert- Magnus- Platz“ - „06. Dezember 2007 · 14.00 Uhr · Neuer Senatssaal“	Name und Logo der Universität zu Köln und des Wealth Manage- ments	- Umriss einer abstrakten Darstellung einer sitzenden und nachdenken den Person - spiegel- verkehrte Darstellung der Schrift des Mottos „Philosophie Kontrovers“
Flyer 2, Wissen- schaft	„Verein Deutscher Studenten zu Greifswald im VVVSt- Kyffhäu- server- band“	„Scharia- Islam und Demokratie: Warum sind sie unvereinbar?“	„Referent: Prof. Dr. Egon Flaig“	- „Johannes Paul Haus in der Soldtmann- straße 18!“ - „Datum: 24.Juni 2008“ - „Beginn: 20Uhr ct“	Symbol mit Wappen des Vereins	- Foto des Referenten - Symbol mit Wappen des Vereins - vertikale Balken in den Farben rot, weiß und schwarz
Flyer 3, Wissen- schaft	„AStA Greifswald“	- „Pakistan: Ein Militärstaat nach der Wahl?“ - „Vortrag von ...“	„Prof. Dr. Jakob Rösel (Uni Rostock)“	- „28. Mai 2008“ - „18:00Uhr“ - „Rubenow- str. 1, HS1“	Logo des AStAs der Uni Greifswald	- die Symbole der pakistani- schen Flagge: ein Halbmond und ein Stern - ein Gewehr - Logo des AStAs

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

62

						Greifswald - geo- grafische Karte von Pakistan - Foto des Referenten
Flyer 4, Wissen- schaft	„Alfried Krupp Wissensch aftskolleg Greifswald “	- „Öffentlicher Abendvortrag im Rahmen der internatio- nalen Forschungs- konferenz 'Neue Nietzsche- Philologie“ - „Nietzsches Fragen und ihre Entwicklung“	- „Professor Dr. Paul van Tongeren“ - „Modera- tion: Professor Dr. Werner Stegmaier“	- „Dienstag“ - „13. Mai 2008“ - „20:00Uhr“ - „Alfried Krupp Wissenschafts- kolleg Greifswald“ - „Martin- Luther Str. 14“	Logo des Alfried Krupp Wissen- schafts- kollegs Greifswald	- Foto des Referenten (mit Information zum Fotoprodu- zenten: „Foto: Ron Zwage- maker“) - Logo des Alfried Krupp Wissen- schafts- kollegs Greifswald
Flyer 5, Wissen- schaft	„elsa The European Law Students' Associa- tion“	- „Klimaschutz - Der lange Weg zu Resultaten-“ - „Vortrag am ...“	- „Prof. Dr. jur. Michael Rodi“ - „Prof. Dr. Konrad Ott“	„Vortrag am 6. Mai 2008, 19:00 s.t. im Haus HS5 – Rubenow- straße 1 (Audimax)“	Logo von elsa	- Logo von elsa - ein Visual, das den Untergang der Klima- konferenz in Bali im Jahre 2080 darstellt
Flyer 6, Wissen- schaft	„Turnersch aft Marko- manno- Teutonia – die Verbindun g zum Studium“	„Globalisierun g und Logistik aus Sicht eines Transportversi cherers“	„Prokurist und Kapitän Jochen Hackstein“	- „Turner- schaft Markomanno- Teutonia“ - „Donnerstag 29.05.2008 20.00Uhr“ - „Schützen- straße 11 17489 Hansestadt Greifswald“ - „(Nähe Mensa)“	-	- grafische, vertikale Teilumrah- mung - digitale Darstellung der Erde
Flyer 1, Religion	„Zeugen Jehovas“	„Bezirks- kongress der Zeugen Jehovas“	Hörspiel, Vorträge, Vortragsreihe, biblisches Drama	- „Velodrom Paul-Heyse- Straße · 10407 Berlin“ - „Freitag, 13. Juli 2007,	-	- gemalte Darstellung von Jesus - Foto eines Bezirks- kongresses

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

63

				<p>9.20 bis 17.05 Uhr“ - „Samstag, 14. Juli 2007, 9.20 bis 17.05 Uhr“ - „Sonntag, 15. Juli 2007, 9.20 bis 16.10 Uhr“ - Hinweis: „Eintritt frei“</p>		<p>und einer am Bezirkskongress teilnehmenden Familie - Fotoausschnitt einer Dramaaufführung - Teile einer digital dargestellten Erde</p>
Flyer 2, Religion	„GreifBar“	<p>- „Ich Tarzan – Du Jane“ - „Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen“</p>	<p>- „Der @ndere Gottesdienst in Greifswald“ - „Du verstehst mich nicht! Ich dich auch nicht! Wenn Persönlichkeiten aufeinander prallen, kommt es schon mal zu Konflikten! Was hilft?“</p>	<p>„1. Juni 2008 18.00 Uhr Jacobikirche Greifswald“</p>	Logo von GreifBar	<p>- Comicfiguren Tarzan und Jane im Urwald an Lianen schwingend - Logo von GreifBar</p>
Flyer 3, Religion	„GreifBar“	<p>„Ein Abend mit Marx und Jesus“</p>	<p>- „Der @ndere Gottesdienst in Greifswald“ - „`Religion ist das Opium des Volkes.` (Marx) `Glücklich sind, die nach Gerechtigkeit dürsten, denn sie sollten satt werden` (Jesus) Was würde Jesus zu Karl Marx sagen? Dazu Nachdenkliches, Klarstellungen, und ein großes Angebot.“</p>	<p>„6. Juli 2008, 18.00 Uhr im Theater Vorpommern, Robert-Blum-Straße“</p>	Logo von GreifBar	<p>- Abbildung einer Plasmakugel - Logo von GreifBar</p>

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

64

Flyer 4, Religion	„Greiffiti- der Jugend- gottes- dienst“	„Ich sehe was, was du nicht siehst“	- „Von kleinen und grossen Wundern“ - „Greiffiti ist der Jugend- gottesdienst von Jugendlichen für Jugendliche mit Livemusik, leckerem Snack und lebendiger Predigt.“	„Sonntag, 18. Mai 2008, 17.00 Uhr Turnhalle BBW“	Logo von Greiffiti	- Ausschnitt eines Jungen- gesichts mit nur einem Auge - Skizze zum Finden des BBWs - ein, mit einem Schirm fliegendes Mädchen - Logo von Greiffiti
Flyer 5, Religion	- „Evan- gelische Stu- dierenden Gemeinde“ -,„Deutsch- landradio“	- „Das Trauma der Besetzer“ - „Ein Feature von & mit Kai Adler“	- „18:00 abendessen“ - „19:00 feature hören“ - „21:00 andacht“	„mo 02.06. im lutherhof (martin-luther- straße 8)“	Logo der Evan- gelischen Stu- dierenden Gemeinde, Deutsch- landradio	- ein sitzender, erschöpfter Soldat neben ihm sein Gewehr - Logo des Deutschland - radios und der Gemeinde
Flyer 1, Politik	„Friedrich Naumann Stiftung für die Freiheit“	„Soll die NPD verboten werden? → Podiums- diskussion zum NPD- Verbot“	Referenten: Prof. Walter Rotholz (Inst. für Politik- und Kommunik.- wiss. der EMAU Greifswald), Jörg van Essen (Parlamenta- rischer Geschäfts- führer der FDP- Bundestags- fraktion), Christian Utpatel (Geschäfts- führer der RAA MV), Christian Pegel (SPD Kreisvor- sitzender)	„Wo? Mensa am Wall, Kleiner Saal Wann? Dienstag, 29. April 2008, 18:00 Uhr“	Logo der Friedrich Naumann Stiftung	Logo der Friedrich Naumann Stiftung

Zur Leistung und Funktion von Flyern
in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen

65

Flyer 2, Politik	keine Veranstalter, sondern Akteure: SPD, Jusos, Endstation rechts	- keine Veranstaltung - ein reiner Informations-flyer zu der Frage „Nehmen Ausländer uns die Arbeitsplätze weg?“	-	Dauer: Jahr 2006 bzw. Zeitraum von Juli 2006 bis Juli 2007	Logo von Endstation rechts, Jusos und der SPD	- Grafik und Tabelle des Arbeitsmarktes von MV und der Arbeitslosenquoten in MV von Juli 2006 bis Juli 2007 - zwei Flyer der NPD und DVU
Flyer 3, Politik	keine Veranstalter, sondern Akteure: Arthur König, Junge Union Greifswald	- keine Veranstaltung - Flyer zur Kandidatenwerbung für die Oberbürgermeisterwahl	-	„am 13. April 2008“	Logo der Jungen Union Greifswald	- Foto Arthur König mit Krone - als Hintergrund Abbildung des Greifswalder Doms, der Rathaus und der Marktapotheke, - Rückseite als Postkarte gestaltet
Flyer 4, Politik	keine Veranstalter, sondern Akteure: SPD, Rainer Mutke	- keine Veranstaltung - Flyer zur Kandidatenwerbung für die Oberbürgermeisterwahl inkl. Information zu den politischen Zielen des Kandidaten	- die politischen Ziele zusammengefasst unter „Was ich will:“ und „Der Weg dorthin:“	„Am 13. April 2008 sind Oberbürgermeisterwahlen in Greifswald“	Logo der SPD	- Logo der SPD - Foto Rainer Mutkes - als Hintergrund Foto aus der Vogelperspektive von der Hafeneinfahrt in Wiek - Fotoausschnitt des Greifswalder Doms und Rathauses
Flyer 5, Politik	keine Veranstalter, sondern Akteure: SPD, Anja Ziegion	- es handelt sich nicht direkt um eine Veranstaltung - Flyer zur Kandidaten-	- die politischen Ziele zusammengefasst unter „Ich stehe:“	„Gehen Sie am 18. Mai 2008 wählen!“	Logo der SPD	- Logo der SPD - Foto Anja Ziegions - Fotos aus der Region

		werbung für die Landratswahl inkl. Information zu den politischen Zielen der Kandidatin	und „Ich stehe auch für:“			
--	--	---	---------------------------	--	--	--

Tabelle 11: Visuelle Merkmale

Die Interpretation der Analyse soll anhand des Flyers 2W erfolgen.

Den Bausteinen *Motto* und *Akteure* wird je die Teilhandlung der Produktdarstellung zugeordnet. Sie informieren über die Veranstaltung „Vortrag“ und dessen Thema „Scharia-Islam und Demokratie: Warum sind sie unvereinbar?“ und geben Auskunft über das Programm oder Referenten „Prof. Dr. Egon Flaig“.

Der Baustein *Team* hat selbstdarstellerische Charakterzüge. Mit diesem wird über den Namen des Veranstalters „Verein Deutscher Studenten zu Greifswald im VVDSt-Kyffhäuserverband“ informiert und gleichzeitig lässt sich auch der Kommunikationsbereich damit bestimmen, nämlich der der Wissenschaft.

Der Baustein *Sponsoren* fungiert als Zusatzwerbung. Auch er gibt zusammen mit dem Baustein *Team* den Kommunikationsbereich an. Außerdem zeugt das Vorhandensein eines Logos von Professionalität, da dieses die Selbstdarstellung unterstützt.

Der Baustein *Daten* enthält Angaben zu Ort „Johannes Paul Haus in der Soldtmannstraße 18!“ und Zeit „Datum: 24. Juni 2008 Beginn 20Uhr ct“ und hat außerdem kontaktierenden Charakter, denn mit der Angabe der Daten ist der Ort und der Zeitpunkt des Kontaktes „Vortrag“ bekannt.

Auf dem Flyer 2W sind mehrere *Visuals* abgebildet. Diese sind in erster Linie dafür verantwortlich, Aufmerksamkeit auf den Flyer zu lenken. Zum einen befinden sich auf der Vorderseite ein Schwarzweißfoto mit der Büste des Referenten Prof. Dr. Egon Flaig, vertikale Balken in den Vereinsfarben rot, weiß und schwarz und das Symbol des Vereins mit Wappen ebenfalls in den Vereinsfarben. Zum anderen sind auf der Rückseite zwei Fotos des Johannes Paul Hauses sowie eine Anfahrtsskizze abgebildet. Die *Visuals* dienen der Zusatzinformation und zur Sicherung des Kontaktherstellens. Außerdem können sie den Rezipienten emotional beeinflussen, den Vortrag zu besuchen. Dies wird vor allem durch das Foto des Referenten und die Abbildung des Wappens, das auf eine Burschenschaft hindeutet, bewirkt.

3.3 Klassifikation und Typologisierung

Bei genauer Betrachtung der Bausteine auf den einzelnen Flyern in Tab. 11 ist das nahezu regelmäßige Auftreten der Bausteine *Daten* und *Motto* und *Akteure* festzustellen. Diese Bausteine können den W- Fragen zugeordnet werden: Wo?/ Wann? – Daten, Was? – Motto und Wer? – Akteure/ Team. Dieser Fragenkatalog erinnert an das Erstellen von Einladungen, bei denen die W- Fragen beantwortet werden. Alle Texte auf den untersuchten Flyer aus den Kommunikationsbereichen Wissenschaft und Religion sowie auf dem Flyer 1P weisen die Merkmale zur Beantwortung der obigen W- Fragen auf, sodass diese demzufolge der Textsorte *öffentliche Einladung*, auf Grund des Vorkommens an öffentlichen Plätzen, zugeordnet werden. So ergibt sich folgendes Schema:

Textklasse	-	Einladung (zu Veranstaltungen)
Textsorte	-	öffentliche oder private Einladung
Textsortenvariante	-	<u>öffentliche Einladung</u> : Einladung zum Vortrag, zur Podiumsdiskussion, zum Gottesdienst, zur Vorstellungsrunde der Kandidaten für eine bevorstehende Wahl, etc. <u>private Einladung</u> : zum Geburtstag, zur Willkommensparty, zur Trauerfeier, etc.

Abbildung 7: Klassifikation der Einladung²⁹²

Für die Texte auf den Flyern 3P, 4P und 5P ist die Zuordnung problematisch. Die Flyer wurden im Rahmen bevorstehender Wahlen produziert, sodass sie das Thema der Wahl und der politischen Werbung vereint. Nach J. KLEIN würde es sich hier um die Textsorte „Wahlbroschüre, Wahlprospekt; Faltblatt, Flugblatt/ Flyer/ Handzettel“²⁹³ handeln. Er differenziert weiter in Subklassen wie „Kandidatenprospekt, Programm- Broschüre, Veranstaltungsblatt, etc.“²⁹⁴ Doch kann diese Zuordnung so nicht erfolgen, da es sich hier vielmehr um Medien als um Textsorten handelt und bereits oben gezeigt wurde, dass Flyer keine Textsorten sind. Eine andere Möglichkeit besteht mit der des Wahlprogramms. Dieses ist nach J. KLEIN in schriftlicher Form verfasst, thematisiert die Hauptthemen der Wahlkampagne, kann u. U. zielgruppenspezifisch Sub- und Nebenthemen behandeln und

²⁹² eigene Darstellung

²⁹³ J. KLEIN, 2000, 743

²⁹⁴ ebd.

erscheint im Zeithorizont der nächsten Legislaturperiode.²⁹⁵ Diesen Kriterien entsprechen die Textsorten der Flyer 3P, 4P und 5P. Hinzu kommt das Kriterium, dass der Schrifttext mittleren oder größeren Umfangs ist. Hier wird die Zuordnung problematisch, da der Umfang des Textes auf Flyern durch den Flyer selbst determiniert ist und lediglich ein geringes Ausmaß annimmt. Daher steht entweder eine Erweiterung der Wahlprogrammdefinition aus, auf Schrifttexte geringen Umfangs, oder die Zuordnung zu einer anderen Textsorte. Da die Mehrzahl der Kriterien zutreffen, wird für eine Erweiterung der Wahlprogrammdefinition plädiert und somit können die Textsorten der Flyer 3P, 4P und 5P als Wahlprogramm klassifiziert werden.

Der Text auf dem Flyer 1P wird als Textsorte *Negativbilanz* klassifiziert. Sie gibt Informationen über das Versagen oder Misserfolge des politischen Gegners und hat die Funktion der Diskreditierung.²⁹⁶ Diese werden visuell mit der abgebildeten Tabelle über die Arbeitslosenquote und dem Diagramm zum Ausländeranteil unterstützt und sprachlich mit dem Konjunktiv geäußert: „Hätten die Rechtsextremisten recht, müsste...“.

Die typologische Einordnung, die durch das Betrachten von Stil, Medium, Textfunktion und Themenentfaltung/ Vertextung erfolgt, kann für die untersuchten Flyer wie folgt zusammengefasst werden: Die Textsorten auf den Flyern sind einerseits Einladung zu öffentlichen Veranstaltungen aus den Kommunikationsbereichen Wissenschaft, Religion und Politik, und andererseits Wahlprogramme und eine Negativbilanz aus dem Kommunikationsbereich Politik. Alle Textsorten weisen stilistische Merkmale auf, die Indikatoren für den jeweiligen Kommunikationsbereich sind. Die Textfunktion ist primär das Kontaktieren in den Kommunikationsbereichen Wissenschaft und Religion und Appellieren im politischen Bereich. Die Informationsfunktion wird als subsidäre Textfunktion klassifiziert, da sie in allen Textsorten vorkommt.

Demnach ist J. ANDROUTSOPOULOS zuzustimmen, wenn er von Flyern als „sozial spezifiziert“²⁹⁷ spricht.

²⁹⁵ vgl. J. KLEIN, 2000, 743

²⁹⁶ vgl. ebd., 744

²⁹⁷ J. ANDROUTSOPOULOS, 2000b, 345

4 Schlussbetrachtung

4.1 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

In dieser Arbeit wurden Flyer aus den Kommunikationsbereichen Wissenschaft, Religion und Politik hinsichtlich ihrer Leistung und Funktion betrachtet. Die Untersuchungen ergaben, dass die Textsorten auf den Flyern aus Wissenschaft und Religion kontaktierenden Charakter haben. Den Textsorten aus der Politik hingegen kann die Appellfunktion zugeordnet werden. Die Leistung der Flyer wurde mit Hilfe des systemtheoretischen Ansatzes untersucht. So ergab sich, dass Flyer aus allen Kommunikationsbereichen doppelte Kontingenz regulieren. Das heißt, dass sie die Möglichkeiten der Wahl reduzieren. Die Vielfalt der Freizeitgestaltung wird durch die auf den Flyern angebotenen Veranstaltungen eingeschränkt.

Die zu Beginn genannten drei Hypothesen, *der Flyer ist ein Medium, Flyer können in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen vorkommen und die unterschiedlichen Kommunikationsbereiche sind durch bestimmte Stile und Stilmerkmale gekennzeichnet*, wurden mit Hilfe der Untersuchungen bewiesen.

Um den Anschluss zur Textlinguistik zu finden, wurden die sich auf den Flyern befindenden Textsorten betrachtet. Diese konnten als öffentliche Einladungen, Wahlprogramme und Negativbilanz klassifiziert werden.

Durch die eingehende Untersuchung des Flyers und deren Textsorten ergab sich schließlich, dass das Thema dieser Arbeit nicht präzise genug formuliert ist. Deutlicher wäre eine Differenzierung der zu untersuchenden Leistung und Funktion auf Flyern und der Textsorten auf Flyern. Das Thema der vorliegenden Arbeit müsste dementsprechend lauten: „Zur Leistung und Funktion von Flyern und Textsorten auf Flyern in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen“.

Da der Flyer ein sehr komplexes, multimediales Medium ist, kann eine Analyse hinsichtlich visueller Mittel noch beliebig vertiefend fortgeführt werden.²⁹⁸ Auch können weitere Untersuchungen im Hinblick auf die Rezeption von Flyern angestellt werden²⁹⁹, der diachronen Betrachtung der Textsorten auf Flyern in Bezug auf Textmuster und –variationen oder der Vergleich von Textfunktionen in diachroner und synchroner Betrachtung.

²⁹⁸ siehe W. NÖTH, 2000

²⁹⁹ siehe L. GOERTZ, der einen Leitfaden für Handzettel herausgab (L. GOERTZ, 1992)

4.2 Exkurs: Praktikabilität und Relevanz von Textsorten für den Deutschunterricht

Für die sprachwissenschaftliche Forschung stellt sich nicht die Frage nach der Relevanz von Textsorten. Hier ist klar, dass die Textlinguistik mit der Erforschung von Textsorten „die Weiterentwicklung der Linguistik insgesamt entscheidend mitbestimmt hat“³⁰⁰. Doch ergibt sich die Frage nach der Anwendbarkeit von Textsorten im alltäglichen Leben. Die Praktikabilität und Bedeutung der Textsorten soll in einem Exkurs am Beispiel des Deutschunterrichts dargelegt werden.

In den Bildungsstandards für das Fach Deutsch, festgelegt durch die Kultusministerkonferenz, sind die Kompetenzen festgehalten, die die Schüler während ihrer schulischen Ausbildung erwerben. Dazu gehört, „sich mündlich und schriftlich in unterschiedlichen Situationen verständigen [zu können], verschiedene Schreibformen [zu] beherrschen [und] Medien fachbezogen [zu] nutzen“³⁰¹. Es wird weiterhin erklärt, dass diese Kompetenzen wesentliche Voraussetzungen „für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, für die Vorbereitung einer beruflichen Ausbildung und für die Fortsetzung der Schullaufbahn“³⁰² sind. Die Vielfalt des gesellschaftlichen Lebens zeichnet sich durch verschiedene Lebenssituationen aus, die ebenso bewältigt werden müssen. Diese Situationen können z. B. das Verfassen einer Beschwerde, einer Hochzeitseinladung, einer Traueranzeige, einer wissenschaftlichen Arbeit sowie ein Bewerbungsgespräch oder die Verteidigungsrede einer Abschlussarbeit sein und können mit dem Wissen verschiedener Textmuster bewältigt werden. Das Wissen von Textmustern, welche „Teilmengen des Interaktionswissens der Kommunizierenden“³⁰³ sind und „auf kommunikativen Erfahrungen der Individuen“³⁰⁴ basieren, kann durch Angebote verschiedenster Textsorten seitens des Lehrers im Deutschunterricht erworben werden. Die Rahmenpläne, die dem Lehrer als Orientierung dienen, unterstützen dies. So geben die Rahmenpläne Mecklenburg- Vorpommerns für das Fach Deutsch in den Klassenstufen 7 und 8 u. a. den Umgang mit Textsorten wie Ergebnis- und Verlaufsprotokolle, Einladungen, Anschreiben und Beschwerden vor.³⁰⁵

³⁰⁰ W. HEINEMANN/ D. VIEHWEGER, 1991, 13

³⁰¹ SKMK, 2004, 6

³⁰² ebd.

³⁰³ CH. GANSEL/ F. JÜRGENS, 2007, 93

³⁰⁴ ebd.

³⁰⁵ RPD, 2002, 22

Siglenverzeichnis

ESGE	-	Das Erziehungssystem der Gesellschaft, Niklas Luhmann
Flyer 1P	-	Flyer 1, Politik
Flyer 1R	-	Flyer 1, Religion
Flyer 1W	-	Flyer 1, Wissenschaft
GEGE	-	Die Gesellschaft der Gesellschaft, Niklas Luhmann
GLU	-	Glossar zu Niklas Luhmann Theorie sozialer Systeme
KUGE	-	Die Kunst der Gesellschaft, Niklas Luhmann
RPD	-	Rahmenplan Deutsch, Gymnasium und integrierte Gesamtschule, Jahrgangsstufe 7 bis 10
SKMK	-	Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland
SOA	-	Soziologische Aufklärung, Niklas Luhmann
SOSY	-	Soziale Systeme, Niklas Luhmann
WIGE	-	Die Wissenschaft der Gesellschaft, Niklas Luhmann

Abbildungen- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 1: Soziale Systeme.....	13
Abbildung 2: Schematische Darstellung von Textklassifikation und Typologisierung.....	16
Abbildung 3: Schematische Übersicht der Einteilung in Biologie und Textsorten- linguistik.....	17
Abbildung 4: Erwartungen von Erwartungen.....	35
Abbildung 5: Zuordnung der drei Selektionsprozesse zu den Stadien des Schreib- und Sprechaktes.....	37
Abbildung 6: Grundmuster eines prototypischen Flyers.....	41
Abbildung 7: Klassifikation der Einladung.....	67

Tabellen

Tabelle 1: Soziales System - Medium.....	21-22
Tabelle 2: Selektion – Unwahrscheinlichkeit – Wahrscheinlichkeit.....	22
Tabelle 3: Unwahrscheinlichkeitsniveaus – generelle Erfolgsbedingungen.....	24
Tabelle 4: Kommunikationsbereiche – soziale Systeme.....	25-26
Tabelle 5: Textfunktionen.....	29
Tabelle 6: Funktionalstile- Kommunikationsbereiche – soziale Systeme.....	39
Tabelle 7: Bausteine und Teilhandlungen.....	40
Tabelle 8: Situativität.....	43
Tabelle 9: Textfunktion und Bewirkfunktion.....	49-52
Tabelle 10: Thema und Funktionalstil.....	54-59
Tabelle 11: Visuelle Merkmale.....	61-66

Bibliografie

- ADAMZIK, KIRSTEN: *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*. Tübingen : Max Niemeyer, 2004.
- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS K.: *Die Textsorte Flyer*. In: ADAMZIK, KIRSTEN: *Textsorten: Reflexionen und Analysen*. Bd. 1, Tübingen : Stauffenburg- Verlag, 2000a.
- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS K.: *Zur Beschreibung verbal konstitutiver und visuell strukturierter Textsorten: das Beispiel Flyer*. In: FIX, ULLA/ WELLMANN, HANS (Hrsg.): *Bild im Text - Text im Bild*. Heidelberg : Universitätsverlag Winter, 2000b.
- BANGERTER- SCHMID, EVA- MARIA: *XI. Geschichte der Printmedien und ihrer Erforschung VI: Flugblatt und Flugschrift I: Herstellung, Vertrieb und Forschungsgeschichte. 65. Herstellung und Verteilung von Flugblättern und Flugschriften in ihrer geschichtlichen Entwicklung*. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): *Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 1. Teilbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 1999. (HSK 15.1)
- BARALDI, CLAUDIO/ CORSI, GIANCARLO/ ESPOSITO, ELENA: *GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme*. 1. Aufl. (Nachdruck), Frankfurt am Main : Suhrkamp, 2003.
- BERGHAUS, MARGOT: *Luhmann leicht gemacht. Eine Einführung in die Systemtheorie*. 2. Aufl., Köln/ Weimar/ Wien : Böhlau, 2004.
- BRINKER, KLAUS: *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in die Grundbegriffe und Methoden*. 6. Aufl., Berlin : Erich Schmidt, 2005.
- BRINKER, KLAUS/ ANTOS, GERD/ HEINEMANN, WOLFGANG/ SAGER, SVEN F. (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2000. (HSK 16.1)
- BÜHLER, KARL: *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. 3. Aufl., Stuttgart : Lucius & Lucius, 1999.
- BUBMANN, HADUMOD (Hrsg.): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Aufl., Stuttgart : Alfred Kröner, 2002.
- CHRISTOPH, CATHRIN: *Die Pressemitteilung. Textsorte zwischen Wirtschaft und Journalismus*. Dissertation, bisher unveröffentlicht, Greifswald, 2008.
- DIE GESTALTEN (Hrsg.): *Flyermania*. 4. Aufl., München : Ullstein, 2000.
- DUDEN: *Das Herkunftswörterbuch*. Bd.7, 4. Aufl., Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich : Dudenverlag, 2007a.

- DUDEN: *Das Synonymwörterbuch*. Bd.8, 4. Aufl., Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich : Dudenverlag, 2007b.
- DUDEN: *Das Große Fremdwörterbuch. Herkunft und Bedeutung der Fremdwörter*. Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich : Dudenverlag, 1994.
- DUDEN: *Die deutsche Rechtschreibung*. Bd.1, 24. Aufl., Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich : Dudenverlag, 2006.
- DUDEN: *Die deutsche Rechtschreibung*. Bd.1, 22. Aufl., Mannheim/ Leipzig/ Wien/ Zürich : Dudenverlag, 2000.
- EROMS, HANS- WERNER: *Stil und Stilistik. Eine Einführung*. Berlin : Erich Schmidt, 2008.
- FAULSTICH, WERNER: *Mediengeschichte von den Anfängen bis 1700*. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2006.
- FIX, ULLA: *Texte zwischen Musterbefolgen und Kreativität*. In: Der Deutschunterricht. Jg. LVII. Heft 1, 2005. S. 13- 22.
- FIX, ULLA/ POETHE, HANNELORE/ YOS, GABRIELE: *Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Frankfurt am Main : Peter Lang, 2003.
- FLEISCHER, WOLFGANG/ MICHEL, GEORG (Hrsg.) : *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig : VEB Bibliographisches Institut, 1975.
- FURTHMANN, KATJA: *Die Sterne lügen nicht. Eine linguistische Analyse der Textsorte Pressehoroskop*. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2006.
- GANSEL, CARSTEN/ GANSEL, CHRISTINA: *Textsorten im integrativen Deutschunterricht*. In: SPIEGEL, CARMEN/ VOGT, RÜDIGER (Hrsg.): *Vom Nutzen der Textlinguistik für den Unterricht*. Hohengehren : Schneider, 2006.
- GANSEL, CHRISTINA: Systemtheoretische Perspektiven auf Textsorten. Vorbemerkungen. In: CH. GANSEL: *Textsorten und Systemtheorie*. Göttingen : V&R unipress, 2008a.
- GANSEL, CHRISTINA: *Textsorten in Reisekatalogen – Wirklichkeitskonstruktion oder realitätsnahe Beschreibung*. In: CH. GANSEL: *Textsorten und Systemtheorie*. Göttingen : V&R unipress, 2008a.
- GANSEL, CHRISTINA: *Textsorten und soziale Systeme. Warum Stellenangebote im Kleid der Werbung daherkommen*. bisher unveröffentlicht, 2008b.
- GANSEL, CHRISTINA: *122a. Rhetorik und Stilistik in Text- und Gesprächslinguistik*. bisher unveröffentlicht, 2008c.

- GANSEL, CHRISTINA/ JÜRGENS, FRANK: *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. 2. Aufl., Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2007.
- GANSEL, CHRISTINA/ JÜRGENS, FRANK: *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. 1. Aufl., Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2002.
- GLÄSER, ROSEMARIE: *Die Kategorie 'Funktionalstil' in soziolinguistischer Sicht*. In: *Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung*. (ZPSK) Bd. 27, Berlin : Akademie-Verlag, 1974, S. 487- 496.
- GOERTZ, LUTZ: *Reaktionen auf Medienkontakte. Wann und warum wir Kommunikationsangebote annehmen; eine empirische Untersuchung zur Verteilung von Handzetteln*. Opladen : Westdeutscher Verlag, 1992.
- GROBET, ANNE/ FILLIETTAZ, LAURENT: *Die Heterogenität der Texte: Einige Fragen*. In: Adamzik, Kirsten: *Textsorten: Reflexionen und Analysen*. Bd. 1, Tübingen : Stauffenburg- Verlag, 2000.
- GROBE, E. U.: *Text und Kommunikation. Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte*. Berlin/ Köln/ Mainz/ Stuttgart : Kohlhammer, 1976.
- GUTSCH, HERBERT/ NEITZKE-SENGER, CHRISTEL: *Handzettel. Sekundarstufe II. Bildende Kunst- Visuelle Medien. Arbeitspapiere*. Berlin : Pädagogisches Zentrum, 1982.
- HARMS, WOLFGANG/ SCHILLING, MICHAL: *Das illustrierte Flugblatt in der Kultur der Frühen Neuzeit*. Frankfurt am Main : Lang, 1998.
- HEINEMANN, MARGOT: *IX. Typologisierung von Texten II: Kommunikationsbereiche und ihre konstitutiven Textsorten. 54. Textsorten des Alltags*. In: BRINKER, KLAUS u. a.: *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2000. (HSK 16.1)
- HEINEMANN, WOLFGANG: *VIII. Typologisierung von Texten I: Kriterien. 49. Aspekte der Textsortendifferenzierung*. In: BRINKER, KLAUS u. a.: *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2000. (HSK 16.1)
- HEINEMANN, MARGOT / HEINEMANN, WOLFGANG: *Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs*. Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 2002.
- HEINEMANN, WOLFGANG / VIEHWEGER, DIETER: *Textlinguistik. Eine Einführung*. Tübingen : Max Niemeyer, 1991.
- KIRCHNER, KLAUS (Hrsg.): *Flugblattpropaganda im 2. Weltkrieg*. 15 Bde, Erlangen : Verlag für Zeitgeschichtliche Dokumente und Curiosa, 1978-2007.
- KÖHLER, HANS- JOACHIM (Hrsg.): *Flugschriften als Massenmedium der Reformationszeit. Beiträge zum Tübinger Symposium 1980*. Stuttgart : Klett- Cotta, 1981.

- KLEIN, JOSEF: *IX. Typologisierung von Texten II: Kommunikationsbereiche und ihre konstitutiven Textsorten. 64. Textsorten im Bereich politischer Institutionen.* In: BRINKER, KLAUS u. a.: *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung.* 1. Halbbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2000. (HSK 16.1)
- KRAUSE, DETLEF: *Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann.* 3. Aufl., Stuttgart : Lucius & Lucius, 2001.
- LAUBE, ADOLF/ SCHNEIDER, ANNEROSE (Hrsg.): *Flugschriften der frühen Reformationsbewegung (1518- 1524).* 2 Bde., Berlin : Akademie- Verlag, 1983.
- LINKE, ANGELIKA/ NUSSBAUMER, MARKUS/ PORTMANN, PAUL R.: *Studienbuch Linguistik.* 5. Aufl., Tübingen : Max Niemeyer, 2004.
- LUHMANN, NIKLAS: *Das Erziehungssystem der Gesellschaft.* Frankfurt am Main : Suhrkamp, 2002.
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Gesellschaft der Gesellschaft.* Erster und Zweiter Teilband. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1998.
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Kunst der Gesellschaft.* 1. Aufl., Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1995.
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Realität der Massenmedien.* 2. Aufl., Opladen : Westdeutscher Verlag , 1996.
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Wissenschaft der Gesellschaft.* Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1992.
- LUHMANN, NIKLAS: *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie.* 4. Aufl., Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1993.
- LUHMANN, NIKLAS: *Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation.* 4. Aufl., Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2005.
- LUHMANN, NIKLAS: *Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch.* 2. Aufl., Wiesbaden : Verlag für Sozialwissenschaften, 2005.
- MALETZKE, GERHARD: *Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven.* Opladen/ Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 1998.
- MICHEL, G. u. a.: *Grundlagen der Kommunikationsbefähigung.* Leipzig : VEB Bibliographisches Institut, 1985.
- MIERMEISTER, JÜRGEN/ STAADT, JOCHEN (Hrsg.): *Provokationen. Die Studenten- und Jugendrevolte in ihren Flugblättern 1965-1971.* Darmstadt u. a. : Luchterhand, 1980.

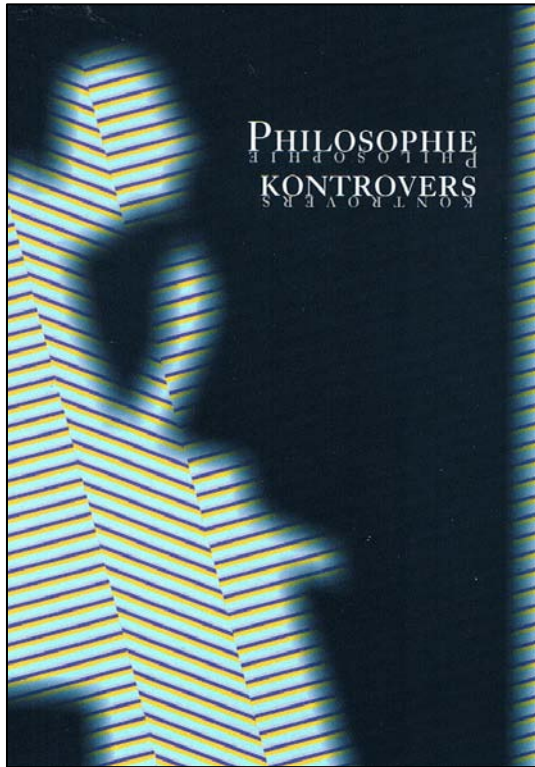
- MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien*. Tübingen : Max Niemeyer, 1996.
- MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur. Begründung eines Forschungsprogramms*. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien*. Tübingen : Max Niemeyer, 1996a.
- MOTSCH, WOLFGANG: *Zur Illokutionsstruktur von Feststelltexten*. In: *Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung*. (ZPSK) Bd. 40, Heft 1, Berlin : Akademie-Verlag, 1987, S. 45- 67.
- MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): *Zur Sequenzierung von Illokutionen*. In: MOTSCH, WOLFGANG (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien*. Tübingen : Max Niemeyer, 1996b.
- NÖTH, WINFRIED: *VII. Textkonstitution IV: Textproduktion – Textgestaltung – Textrezeption. 46. Der Zusammenhang von Text und Bild*. In: BRINKER, KLAUS u.a.: *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2000. (HSK 16.1)
- OTRUBA, GUSTAV: *Wiener Flugschriften zur Sozialen Fragen 1848*. Wien : Europaverlag, 1978.
- POPP, JUTTA: *Flugschrift*. In: HANS- BREDOW- INSTITUT (Hrsg.): *Medien von A bis Z*. 1. Aufl., Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.
- PORSCH, ANTJE: *Die funktionalstilistische Theorie und ihr Verhältnis zur Differenziertheit der Sprache*. In: HARTUNG, WOLFDIETRICH u. a.: *Kommunikation und Sprachvariation*. Berlin : Akademie- Verlag, 1981.
- RIEMEL, MIKE (Hrsg.): *Flyer Soziotope. Topographie einer Mediengattung*. Bad Tölz : Tilsner, 2005.
- RIESEL, ELISE/ SCHENDELS, E.: *Deutsche Stilistik*. Moskau : Verlag Hochschule, 1975.
- ROLF, ECKARD: *Die Funktionen von Gebrauchstextsorten*. Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 1993.
- SANDIG, BARBARA: *Stilistik. Sprachpragmatische Grundlegung der Stilbeschreibung*. 1. Aufl., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 1978.
- SANDIG, BARBARA: *Textstilistik des Deutschen*. 2. Aufl., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 2006.
- SCHNEIDER, WOLFGANG LUDWIG: *Grundlagen der soziologischen Theorie*. Bd. 2. 2. Aufl., Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005.

- SCHWITALLA, JOHANNES: *XII. Geschichte der Printmedien und ihrer Erforschung VI: Flugblatt und Flugschrift II: Kommunikative und ästhetische Analysen sowie geschichtliche Längs- und Querschnitte in Auswahl. 68. Präsentationsformen, Texttypen und kommunikative Leistungen der Sprache in Flugblättern und Flugschriften.* In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): *Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen.* 1. Teilbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 1999. (HSK 15.1)
- SELTING, MARGRET: *Stil – in interaktionaler Perspektive.* In: JAKOBS, EVA-MARIA / ROTHKEGEL, ANNELY (Hrsg.): *Perspektiven auf Stil.* Tübingen : Max Niemeyer, 2001.
- SOWINSKI, BERNHARD: *Stilistik. Stiltheorien und Stilanalysen.* 2. Aufl., Stuttgart/ Weimar : J. B. Metzler, 1999.
- STRABNER, ERICH: *XII. Geschichte der Printmedien und ihrer Erforschung VI: Flugblatt und Flugschrift II: Kommunikative und ästhetische Analysen sowie geschichtliche Längs- und Querschnitte in Auswahl. 67. Kommunikative Aufgaben und Leistungen des Flugblatts und der Flugschrift.* In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX u. a. (Hrsg.): *Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen.* 1. Teilbd., Berlin/ New York : Walter de Gruyter, 1999. (HSK 15.1)
- WAHRIG-BURFEIND, RENATE (Hrsg.): *Wahrig Fremdwörterlexikon.* Gütersloh : Bertelsmann Lexikon Verlag, 1991.
- WEINBERGER, ANNJA: *Flyer: optimal gestalten, texten, produzieren.* München : Stiebner, 2007.
- WEIGEL, SIGRID: *Flugschriftenliteratur 1848 in Berlin. Geschichte und Öffentlichkeit einer volkstümlichen Gattung.* Stuttgart : Metzler, 1979.

Internetquellen

- LANDEN, JÖRG: *Phänomen Flyer. Von der Illegalität zum Kommerz*. Diplomarbeit, Merz-Akademie Stuttgart, 1999. (Online verfügbar unter www.techno.de/flyer 01.10.2008, 11:51)
- MINISTERIUM FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT UND KULTUR MECKLENBURG- VORPOMMERN (Hrsg.): *Rahmenplan Deutsch. Gymnasium und integrierte Gesamtschule. Jahrgangsstufen 7 – 10*. Erprobungsfassung 2002. (Online verfügbar unter <http://www.bildungsserver-mv.de/download/rahmenplaene/rp-deutsch-7-10-gym-02.pdf> 01.10.2008, 12:07)
- SEKRETARIAT DER STÄNDIGEN KONFERENZ DER KULTUSMINISTER DER LÄNDER IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): *Beschlüsse der Kultusministerkonferenz. Bildungsstandards im Fach Deutsch für den Mittleren Schulabschluss. Beschluss vom 4.12.2003*. München : Wolter Kluwer, 2004. (Online verfügbar unter http://www.kmk.org/schul/Bildungsstandards/Deutsch_MSA_BS_04-12-03.pdf 01.10.2008, 11:50)

Anhang



Flyer 1, Wissenschaft, Vorderseite



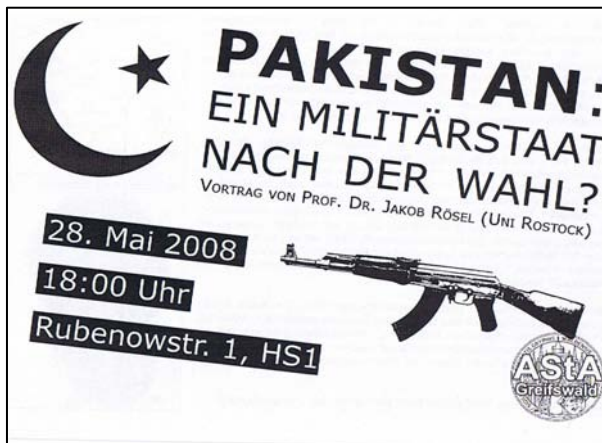
Flyer 1, Wissenschaft, Rückseite



Flyer 2, Wissenschaft, Vorderseite



Flyer 2, Wissenschaft, Rückseite




Flyer 3, Wissenschaft, Vorderseite

Am 18. Februar 2008 haben in Pakistan Parlamentswahlen stattgefunden. Überschattet wurden diese von dem tödlichen Attentat auf die populäre Oppositionspolitikerin Benazir Bhutto am 27. Dezember 2007, die erst kurz zuvor aus dem Exil in ihr Heimatland zurückgekehrt war und als Hoffnungsträgerin für das von Armut und Terrorismus gebeutelte Land galt. Pakistans Staatsoberhaupt Pervez Musharraf hatte massiv an Unterstützung verloren und musste schließlich von seinem Amt als Armeeführer zurücktreten.

„Wer hat die Wahlen gewonnen? Die Volkspartei (Pakistan People's Party, PPP) von Asif Ali Zardari, Benazir Bhuttos Witwer, hat in der Nationalversammlung mit 86 Mandaten die Nase vor der Muslim League (PML-N) von Nawaz Sharif mit 64 Sitzen, aber im ebenfalls gewählten Parlament der bei weitem größten Provinz Punjab führt umgekehrt Nawaz mit 102 zu 76 Sitzen. Die beiden Wahlsieger, Zardari und Sharif, sind jene Politiker, die vor zehn Jahren schamloser als alle anderen die Staatskasse ausgeplündert haben, so dass 1999 nur der Militärputsch das Land vor dem finanziellen Zusammenbruch retten konnte.“ (aus Georg Pfeffer: Was heißt Demokratie in Pakistan? www.suedasien.info)

Wie es ganz aktuell in Pakistan aussieht wird Prof. Dr. Jakob Rösel (siehe Bild rechts) von der Universität Rostock referieren. Rösel ist Professor für internationale Politik und Entwicklungszusammenarbeit und forscht schwerpunktmäßig zu ethnischen und nationalistischen Konflikten in Südasien sowie zu Demokratisierungsprozessen und Globalisierung.

Die Veranstaltung wird präsentiert vom ASTA der Uni Greifswald.



Flyer 3, Wissenschaft, Rückseite

**Öffentlicher Abendvortrag
im Rahmen der internationalen Forschungskonferenz
„Neue Nietzsche-Philologie“**

Dienstag
13. Mai 2008
20:00 Uhr

Professor Dr. Paul van Tongeren
**Nietzsches Fragen
und ihre Entwicklung**



Paul van Tongeren (*1950) ist Professor für Moralphilosophie an der Universität Nijmegen und ist dort Vorsitzender des universitären Center of Ethics. Er leitet die Nietzsche Research Group in Nijmegen, welche das Nietzsche-Wörterbuch erarbeitet, und hat sich mit zahlreichen weiteren Arbeiten zu Nietzsche als einer der renommiertesten Forscher in diesem Themenfeld etabliert.

Moderation: Professor Dr. Werner Stegmaier



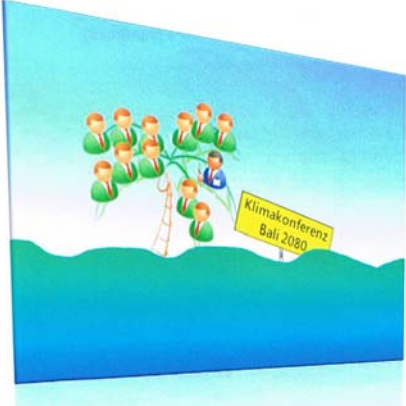
Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald
Martin-Luther-Straße 14

Sitzung Alfried Krupp Kolleg Greifswald · 17407 Greifswald
Telefon +49 (0) 3834 86-18001 · Telefax +49 (0) 3834 86-19005
www.wko-krp-greifswald.de · info@wko-greifswald.de

Flyer 4, Wissenschaft

Klimaschutz

- Der lange Weg zu Resultaten -



Vortrag am 6. Mai 2008, 19:00 s.t.
im HS5 – Rubenowstraße 1

Prof Dr. jur.
Michael Rodi

Prof Dr.
Konrad Ott

Mitglied der
deutschen Delegation zur
Klimaschutzkonferenz in Bali 2007

elsa
The European Law Students' Association

Mitglied des
Sachverständigenrates für
Umweltfragen

Flyer 5, Wissenschaft, Vorderseite

Klimaschutz

- Der lange Weg zu Resultaten -

Dienstag, 6.5.2008 19:00 Uhr s. t.
HS5 Rubenowstr. 1 (Audimax)

Klimaschutz ist eine der wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit. Doch nichts ist schwieriger als dessen Umsetzung. Die Klimaschutzkonferenz auf Bali 2007, an der Prof Dr. Rodi als Mitglied der deutschen Delegation teilnahm, hat uns dies wieder einmal vor Augen geführt.

Was ist ein Ausweg? Was muss dafür getan werden?
Auf diese und anderen Fragen werden Prof. Dr. Rodi, Lehrstuhl für Öffentliches Recht, Finanz- und Steuerrecht an der EMAU, und Prof Dr. Ott, Umweltethiker und Berater der Bundesregierung als Mitglied des Sachverständigenrates für Umweltfragen, versuchen Antworten zu finden.

Referenten:
Prof. Dr. Ott & Prof. Dr. Rodi

ELSA-Stammtisch:
Jeden 1. Mittwoch
Jeden 3. Donnerstag
Fliegender Schwan 19⁰⁰

Ausblick:
- Besprechung für Moot Court WS 08
06.05.08, 19⁰⁰ s. t. (SR 4)
- Study Visit ELSA-Erlangen
15. - 18. Mai

elsa
The European Law Students' Association

Flyer 5, Wissenschaft, Rückseite

Markomanno-Teutonia -
Die Verbindung zum Studium

"Globalisierung und Logistik aus Sicht eines Transportversicherers"

Turnerschaft Markomanno-Teutonia



Der Prokurist und Kapitän Jochen Hackstein berichtet über seine Erfahrungen im **internationalen Versicherungswesen** und dem **internationalen Handelsrecht**.

**Donnerstag
29.05.2008
20.00 Uhr**

Schützenstraße 11
- Nähe Mensa -

Turnerschaft
Markomanno-Teutonia
Schützenstraße 11
17489 Hanssestadt Greifswald
(Nähe Mensa)
Telefon 03834 - 89 97 93
FAX 03834 - 85 53 72

Flyer 6, Wissenschaft,



Flyer 1, Religion, Vorderseite



Flyer 1, Religion, Rückseite



Flyer 2, Religion, Vorderseite



Flyer 2, Religion, Rückseite



Flyer 3, Religion, Vorderseite



Flyer 3, Religion, Rückseite



Flyer 4, Religion, Vorderseite



Flyer 4, Religion, Rückseite

Das Trauma der Besatzer

Ein Feature von & mit Kai Adler



Flyer 5, Religion, Vorderseite

Eine Veranstaltung der **Evangelischen Studierenden Gemeinde**

Mit freundlicher
Genehmigung von

Deutschlandradio

Voller Idealismus traten sie ihren Militärdienst an, überzeugt davon, Israel könne sich nur durch Militärpräsenz in den palästinensischen Gebieten gegen Krieg und Terror wehren. Sie wollten „gute Besatzer“, moralisch handelnde Soldaten, sein, doch Menschenrechtsverletzungen und Übergriffe durch die israelische Armee sind in Gaza und im Westjordanland an der Tagesordnung.

Mit der Organisation „Shovrim Shtika“ wollen sie publik machen, was sie erlebten - der Alltag jenseits des Sperrwalls ist in Israel bis heute ein Tabu. Doch die jungen Soldaten wollen nicht nur die politische Situation vor Ort anprangern, sondern auch zeigen, wie Menschen durch einen Militärapparat zu dem werden, was einer der Soldaten als „Puppets on a String“ bezeichnet. (*Deutschlandradio*)



mo 02.06. im lutherhof
(martin-luther-straße 8)

18:00 abendessen
19:00 feature hören
21:00 andacht

Flyer 5, Religion, Rückseite

Soll die NPD verboten werden?

→ Podiumsdiskussion zum NPD-Verbot

Wo? Mensa am Wall, Kleiner Saal
Wann? Dienstag, 29. April 2008, 18:00 Uhr

Referenten:

- **Prof. Walter Rotholz**
Institut für Politik- und Kommunikationswissenschaften der EMAU Greifswald

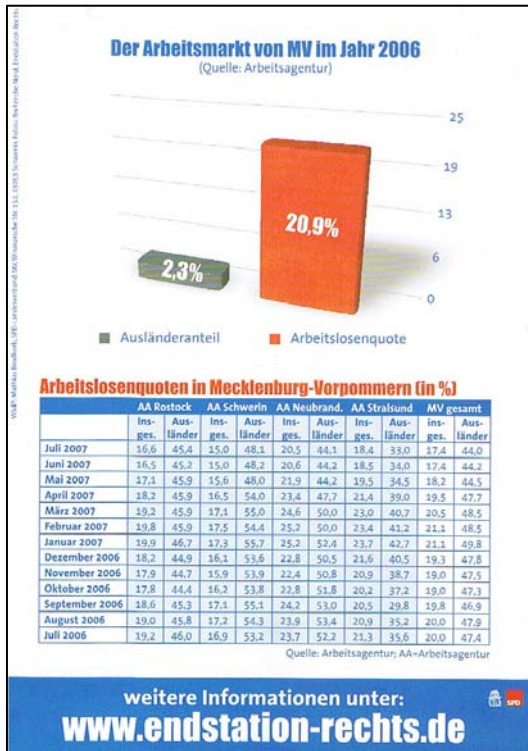
- **Jörg van Essen**
Parlamentarischer Geschäftsführer der FDP-Bundestagsfraktion

- **Christian Utpatel**
Geschäftsführer der RAA Mecklenburg-Vorpommern

- **Christian Pegel**
SPD Kreisvorsitzender

Friedrich Naumann
STIFTUNG **FÜR DIE FREIHEIT**

Flyer 1, Politik



Flyer 2, Politik, Vorderseite

3 Daten & Fakten

Nehmen Ausländer uns die Arbeitsplätze weg?

Rechtsextremisten schüren im Alltag immer wieder Ängste und Vorbehalte gegenüber Ausländern. Ihr Lieblingsthema: Ausländer nehmen uns angeblich die Arbeitsplätze weg.

Ein kurzer Blick auf die Fakten genügt, um diese Behauptung zu widerlegen. In Mecklenburg-Vorpommern lebten im Jahr 2006 etwa 1,69 Millionen Einwohner. Hierunter befanden sich nur ca. 39.500 Ausländerinnen und Ausländer – also nur etwa 2,3%.

Sieht man sich nun den Arbeitsmarkt genauer an, zeigen sich folgende Fakten: Im Jahr 2006 waren in Mecklenburg-Vorpommern 167.909 Menschen arbeitslos gemeldet. Die Arbeitslosenquote betrug trotz des Rückgangs im Jahr 2006 durchschnittlich 20,9%. Allerdings können schon rein rechnerisch nicht 2,3% der Bevölkerung für eine Arbeitslosenquote von über 20% verantwortlich sein.

Hätten die Rechtsextremisten recht, müsste die Arbeitslosenquote von Menschen mit ausländischem Pass eigentlich niedriger sein als die von Menschen mit deutschem Pass. Auch dies ist jedoch nicht der Fall: Im Juli 2007 betrug die Arbeitslosenquote insgesamt 17,4%, die Arbeitslosenquote von Menschen ausländischer Herkunft hingegen 44,0%.

ENDSTATION RECHTS.
Eine Initiative der Jusos in der SPD MV, Wismarsche Str. 152, 19053 Schwerin, Tel.: 0385/731 98 31, FAX: 0385/785 15 37
www.endstation-rechts.de/mitmachen

Flyer 2, Politik, Rückseite

BÜRGER KING

am 13. April 2008
Arthur König

Junge Union Greifswald

Flyer 3, Politik, Vorderseite

Junge Union Kreisverband Greifswald - Am Markt 4 in 17488 Greifswald - www.ju-greifswald.de

Junge Union Greifswald

Flyer 3, Politik, Rückseite

Am 13. April 2008 sind Oberbürgermeisterwahlen in Greifswald



Rainer Mutke
als Oberbürgermeister
mit dem Mut zu Veränderungen,
klaren Konzepten und Aussagen.

Zum Beispiel:
Keine Rapsmühle im Hafen Ladebow –
dort dafür ein neues, gewerblich-maritim-
touristisch geprägtes Naherholungsgebiet
für Greifswalder und Touristen
mit Blick auf Rügen... dazu ein attraktiver
Museumshafen.
Den Verkauf von WVG-Tafelsilber
begrenzen und kontrollieren.
Greifswald muss die größtmögliche
Eigenständigkeit behalten – kein Aufgehen
in einem Großkreis.

Mein Wunsch:
wählen Sie –

Demokratie lebt durch Mitwirken! **SPD**

Flyer 4, Politik, Vorderseite

Rainer Mutke
Oberbürgermeister für Greifswald

Was ich will:
Kein Verkauf von WVG-Tafelsilber/
Bezahlbare Mieten
Starke Wirtschaft/Neue Arbeitsplätze
Bildung für jung und alt
Keine Rapsmühle in Greifswald

Der Weg dorthin:
Klare Konzepte
für die Zukunft Greifswalds

Mehr Informationen zu den Wahlthemen
von Rainer Mutke unter:
www.rainer-mutke.de



Flyer 4, Politik, Rückseite

Anja Ziegion
Ihre Landratskandidatin



SPD

www.anja-ziegion.de

Flyer 5, Politik, Vorderseite

**Wir schaffen unsere eigene
Erfolgsstory!**

Ich stehe:

- im Gegensatz zu den Amtsträgern Frau Syrbe und Herr Hasselmann, die das Steinkohlekraftwerk befürworten, für **innovative Energiegewinnung** statt Steinkohleverbrennung

Ich stehe auch für:

- gute Bildung, die für alle erreichbar ist
- Stärkung der beiden Haupterwerbsquellen
Tourismus und Landwirtschaft
- nachhaltige Sicherstellung der medizinischen
Grundversorgung

Als Mutter von drei Kindern liegen
mir diese Themen ganz besonders
am Herzen.

Eine ganz persönliche Bitte:
Gehen Sie am 18. Mai 2008 wählen!


Anja Ziegion





Flyer 5, Politik, Rückseite

Erklärung nach § 10 Absatz 4 der Rechtsordnung

„Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe verfasst habe und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die anderen Werken vom Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich unter Angabe der Quellen als Entlehnung kenntlich gemacht. Mir ist bekannt, dass gemäß § 17 der Rechtsordnung die Prüfung wegen einer Pflichtwidrigkeit (Täuschung u. ä.) für nicht bestanden erklärt werden kann.“

Greifswald, 01. Oktober 2008