

# ABWEICHEN DURCH TYPOLOGISCHE INTERTEXTUALITÄT

ROBERTA V. RADA  
Eötvös Loránd Universität, Ungarn

## **1. Einführung: Problemstellung, Zielsetzung**

Für die Beschreibung der typologischen Intertextualität in der einschlägigen textlinguistischen und stilistischen Fachliteratur werden oft Kategorien wie „Abweichen“ bzw. „Abweichung“ herangezogen. Hinter diesen Termini stecken jedoch meistens unterschiedliche Begriffe. Püschel 1989 spricht von „Abweichen“ im Sinne eines Handlungsmusters, Sandig 1986 definiert Abweichen als ein stilistisches Handlungsmuster, in ihrer „Textstilistik“ 2006 dagegen als stilistisches Verfahren. „Abweichung“ ist eine konstitutive Kategorie der sog. Abweichungsstilistik (vgl. dazu Spillner 1974), die auf der stilistischen Relevanz eines Sprachgebrauchs gründet, der von einer wie auch immer gearteten Norm abweicht. Stil wird als bewusstes Abweichen, motiviert durch bestimmte ästhetische Absichten, aufgefasst. Fix 2003 grenzt sich zwar von einer solchen stiltheoretischen Auffassung ab, aber gibt zu, dass „funktional intendierte Abweichungen von normativ geprägten Erwartungen der Rezipienten (...) ebenso wie andere Stilmittel auf jeden Fall als stilistisch relevant betrachtet werden [können]“ (S. 192). Mit „Abweichung“ ist in diesem Sinne ein ganzes Bündel von stilistischen Mitteln (genannt „Abweichungsmuster“) gemeint, da Abweichungen alle sprachlichen Einheiten und Ebenen betreffen können.

Ausgehend von diesen Problemen wird im folgenden Beitrag der Versuch unternommen, die typologische Intertextualität auf der Folie der erwähnten stilistischen Kategorien, in Anlehnung an die Auffassung von Dittgen 1989 über funktionale Abweichungen linguistisch zu beschreiben. Als Beispiel wurden deutsche und ungarische schriftliche Gebrauchssprachliche Texte herangezogen. Diese Texte wurden teils von mir, teils von meinen Studenten an der Eötvös-Loránd-Universität, mit denen ich im Sommersemester 2009 ein Fachseminar zum Thema „Intertextualität in der Linguistik“ veranstalten konnte, gesammelt.

Im ersten Schritt erfolgt die Klärung der linguistischen Begriffe „Intertextualität“ bzw. „typologische Intertextualität“ (desweiteren: typ-IT). Im darauf folgenden wird Dittgens Auffassung kurz erläutert und auf die Erscheinungsweisen der Typ-IT angewandt, wobei die Anwendungsmöglichkeiten gleichzeitig an konkreten Texten problematisiert werden. Im letzten Schritt kommt es zur Synthese der Untersuchungsergebnisse und zu einer integrativen, angemessenen linguistischen Bestimmung von Typ-IT mit Hilfe der stilistischen Begriffe „Abweichung“ bzw. „Abweichen“.

## **2. Auffassungen von der Intertextualität in der Linguistik**

Als Ausgangspunkt ist der Gedanke von Fix 2000 gewählt worden, nach dem sich „Texte immer auf andere Texte beziehen müssen“ (Fix 2000: 449). Dieser Gedanke kann mit dem von Janich 2008 fortgesetzt werden: „und das können sie [d.h. die Texte – R.R.] in unterschiedlichster Weise tun“ (Janich 2008: 177). Jeder Text wird nämlich vor dem Hintergrund zuvor produzierter und rezipierter Texte wahrgenommen. „Streng genommen hat man nur den allerersten Text, den man in seinem Leben als Text erfahren hat, ohne intertex-

tuellen Bezug erlebt“ (Fix 2000: 449). Diese generelle Erfahrung über und mit Texten ist eine grundlegende Erfahrung des kommunizierenden Menschen und besagt, dass es unmöglich ist, außerhalb der Welt der Texte zu kommunizieren. Die diese Erfahrung widerspiegelnde Text-Textwelt-Beziehung zählt Fix zu einem der drei Grundtypen intertextueller Beziehungen. Der zweite Typ nennt sich Text-Text-Beziehung, bei der man Form- und/oder Inhaltselemente von anderen konkreten Textexemplaren aufgreift. Dieser Typ wird bei Holthuis 1993 als refentielle Intertextualität bezeichnet. Den dritten Typ stellt die Text-Textmuster-Beziehung dar – bei Holthuis typologische Intertextualität genannt –, die besagt, dass die Textproduzenten und -rezipienten auf ihr Wissen über Textmuster zurückgreifen.

Die typ-IT definiert sich also durch den Begriff des Textmusters. Unter Textmuster werden für die Zwecke dieses Beitrags in Anlehnung an die Theorie der Ethnographie des Sprechens (vgl. vor allem Adamzik 1995) bzw. an die Sprechakttheorie kulturell geregelte Konventionen des Sprechens/Schreibens verstanden. Textmuster beruhen auf Alltagskenntnissen über Texte und stellen komplexe Wissensstrukturen dar. Diese Wissensstrukturen bündeln thematisch-propositionale, handlungstypisch-illokutive und stilistisch-formulative Grundelemente. Mit Hilfe von Textmustern sind die Kommunikationsteilnehmer im Stande, gleiche/ähnliche und immer wiederkehrende kommunikative Situationen reibungsglos zu bewältigen bzw. kommunikative Probleme zu lösen. Textmuster funktionieren wie sprachliche Routinen, die genauso so wie nicht-sprachliche Verhaltensroutinen zur Regelung des Zusammenlebens dienen. Dazu muss natürlich die Bedingung erfüllt werden, dass alle Sprachteilhaber diese kennen und produktiv wie rezeptiv mit ihnen umgehen können.

Muster sollen dabei – im Sinne der kognitiven Psychologie – als Möglichkeitsfelder betrachtet werden, die sowohl Verbindliches, Konventioniertes, also Überindividuelles enthalten, um bei der Textproduktion und -rezeption orientieren zu können, als auch Nichtgenormtes, also Ermessensspielräume. Diese Freiräume können dann individuell ausgefüllt werden. Die durch ein Muster vorgegebenen Elemente haben den Charakter des Prototypischen.

Nach Fix 2003 gilt das Textmuster als der qualitative Aspekt einer Textgruppe. Es informiert über gemeinsame inhaltliche, formale und funktionale Gebrauchsbedingungen von Texten der betreffenden Gruppe, die folglich über gemeinsame thematisch-propositionale, handlungstypisch-illokutive und stilistisch-formulative Grundelemente verfügen. Alle Texte, die also dasselbe Textmuster befolgen, bilden eine Textsorte. Somit kann der Begriff Textsorte als der quantitative Aspekt des Phänomens aufgefasst werden.

### **3. Die typologische Intertextualität und ihre Erscheinungsweisen**

Die Typ-IT als Konventionalität meint also die Beziehung vom Einzeltext (token) zum Muster (type)(vgl. oben). Interessant wird sie aber, wenn aus der Konventionalität ausgebrochen, vom ursprünglichen Muster abgewichen wird, wodurch im Einzeltext gleich auf mehrere unterschiedliche Muster Bezug genommen werden kann (vgl. Janich 2008). In der einschlägigen Fachliteratur werden folgende Erscheinungsformen der Typ-IT als Ausbruch aus der Konventionalität unterschieden: Textmischung, Textmustermontage, Textmusterbruch (Fix 1997) und Textmustermetamorphose (Opilowski 2007). Sie können mit einem sprechakttheoretisch angelegten Textmuster- bzw. Textsortenbegriff beschrieben und

analysiert werden. Im Folgenden werden die einzelnen Erscheinungsformen mit Hilfe von Beispieltexen kurz vorgestellt.

### 3.1. Textmischung

Bei der Textmischung geht es darum, dass ein Text zu mehreren Textmustern Beziehungen aufweist. Ein Text eines bestimmten (Text)Musters kann mit Hilfe der stilistisch-formulativen Elemente eines anderen Musters, d.h. nach einem anderen Muster, realisiert werden. Oder das propositionale Grundelement kann einer anderen Textsorte angehören als die dominierende Illokution.

Der folgende ungarische Text ist ursprünglich eine Ladenaufschrift eines Copycenters<sup>1</sup> in Budapest, in dem zahlreiche Verweise auf das Muster, das dem Informationsschild in der ungarischen U-Bahn zu Grunde liegt, entdeckt werden können. Dabei geht es teils um stilistisch-formulative Grundelemente, wie das Logo mit dem stilisierten Buchstaben „M“ (für Metro), die schematische Darstellung einer U-Bahn-Linie mit den (teils fiktiven) Namen der Haltestellen. Die Namen von Haltestellen weisen gleichzeitig auch wichtige propositionale Elemente des U-Bahn-Informationsschildes auf, nur, dass letztere die einzelnen Filialen des Copycenters „Copyguru“ angeben und nicht existierende U-Bahn-Haltestellen. Die dominierende Funktion INFORMIEREN des Informationsschildes fällt mit der Ladenaufschrift zusammen. Darüber hinaus enthält der Text auch das Logo des Copycenters selbst, auch die farbliche Gestaltung spiegelt die Farbenwelt von Copyguru wider. Ergänzend tritt die Illokution, die AUFFORDERUNG zum Besuch einer der Filialen auf („Üzleteink szeretettel várják kedves ügyfeleiket!“, was ins Deutsche übersetzt: „In unseren Läden sind unsere lieben Kunden herzlich willkommen!“ heißt). Dies wiederum ist jedoch nicht typisch für das Muster einer Ladenaufschrift.



Abbildung 1

<sup>1</sup> Für den Text danke ich der Firma Copyguru am Kálvin Platz in Budapest!

## 3.2. Textmustermontage

*Sorgfältig hergestellte Wurst von Wiltmann.*  
 Dass Sorgfalt und Verantwortung zu den wichtigsten Unternehmens-  
 grundätzen bei Wiltmann gehören, wissen Wurstliebhaber bereits  
 seit über hundert Jahren. Sorgsam ausgewählte  
 Zutaten, höchste Qualität und behutsame  
 Naturerziehung sind das Rezept für wohl-  
 schmeckende Wurst von Wiltmann. Und  
 dazu ein Höchstmaß an Sicherheit, das  
 Wiltmann seinen Kunden bietet – mit  
 der konzeptweit einzigartigen  
 „Gläserne Produktion“.



Was zeichnet Verbrauchersicherheit aus?



*Hans-Joachim Krauthämer,  
 Waldhotel Krauthämer, Münster:*  
 „Anspruchsvolle Gäste verlangen das Beste – bei jedem  
 Besuch und jedem Gericht. Warum sonst sollten sie  
 wiederkommen? Bei uns wird deshalb nur erstklas-  
 sigste Qualität serviert. Die Wurstspezialitäten von  
 Wiltmann haben hier seit vielen Jahren ihren  
 festen Platz auf unserem Frühstückbuffet. Nicht  
 nur, weil sie ausgezeichnet schmecken, sondern  
 auch, weil sie durch die „Gläserne Produktion“  
 größtmögliche Qualitätssicherheit bieten. Und  
 das genießen wir ebenso wie unsere Gäste.“

Original  Wiltmann  
 Die Marke für Genießer.

 Die Gläserne  
 Produktion.

Wiltmann Qualität unter ständiger Kontrolle der Verbraucher! Kommen, sehen, sicher sein! Besucher Telefon 05423/17220.

Abbildung 2

Textmustermontage: Werbeanzeige (Quelle: *essen&trinken*, Oktober 2008)

Die Textmustermontage meint die Kopplung von zwei unterschiedlichen Textexemplaren, die jeweils anderen Mustern angehören, aber der gleichen Textintention folgen.

In dem deutschen Text haben wir es mit einer Werbeanzeige zu tun, in der typische Teiltexthe der Werbeanzeige (Slogan, Headline, Benennung des Werbeproduktes, dessen Abbildung, dessen Beschreibung und positive Bewertung, Informationen über die Herstellerfirma usw.) mit einem Teiltext kombiniert werden, der wie ein Ausschnitt aus einem Interview mit dem Hotelbesitzer H. J. Krautkrämer (in der Werbeanzeige auch abgebildet) aussieht. In diesem Text berichtet er über die Wurstsorten von Wiltmann, die in seinem Hotel zur größten Zufriedenheit der Gäste angeboten werden. Sein Text klingt gleichzeitig wie ein Lob auf die Wiltmann-Würste aber auch wie eine Empfehlung, ganz im Sinne der Intention einer Werbeanzeige: das Werbeprodukt in seinen positiven Eigenschaften beschreiben und bewerten und zum Kauf anregen. Dadurch wird die Aussage der anderen Teiltexthe der Werbeanzeige unterstützt und durch eine Persönlichkeit mit positivem Image glaubwürdig gemacht und bestätigt.

### 3.3 Textmustermetamorphose

The advertisement is a complex layout with multiple text blocks and a central image of a man. At the top, it reads 'ANZEIGE' and 'Neues aus der Naturmedizin'. The main headline is 'Schluss mit trockener, schuppiger, juckender Haut!'. Below this, there is a large block of text starting with 'MICHES' and another starting with 'W'. To the right of the main text is a black and white photograph of a man sitting. At the bottom, there are two smaller boxes: one for 'Wohlgefühl' and another for 'Hametum' with a small image of the product packaging. The overall design uses bold fonts and varied text sizes to create a visually busy and persuasive layout.

Dieser Begriff ist von Opilowski (2007) eingeführt worden und ist für Werbeanzeigen, wie hier, typisch. Es ist allgemein bekannt, dass Werbetexte heutzutage in ihrer Rezeption oft auf Ablehnung stoßen. Daher versuchen Werbetexter Werbeinformationen und -appelle im Gewand anderer Textsorten zu vermitteln. In unserem Beispiel erscheint die Werbeanzeige für die Hautcreme „Hametum“ im Gewand eines Zeitungsberichtes. An einen Zeitungsbericht erinnern uns Layout (Spalten, Bilder, Farben), Textgliederung (Titel, Dachzeile, Gliederung in Absätze mit jeweils eigenen typographisch hervorgehobenen Titeln), stilistisch-formulative Gestaltung, Thema usw.). Der metasprachliche Hinweis gleich über der Dachzeile „ANZEIGE“, stilistisch-formulative Elemente zur Beschreibung des Werbeproduktes in seinen positiven Eigenschaften bzw. zur dessen positiven Bewertung, Abbild des Werbeproduktes, Slogan, Informationen über die Herstellerfirma usw. sind verkleidet als Zeitungsbericht. Im Gegensatz zur Textmustermontage gilt hier die Werbeanzeige nicht als eine Art Hypertextsorte sondern als eine Art absichtlich versteckte, verschleierte Textsorte.

Abbildung 3: Textmustermetamorphose (Quelle: Tina 7.02.2005)

### 3.4. Textmusterbruch

Der Textmusterbruch ist eine eher theoretische Kategorie. In der einschlägigen Fachliteratur wird sie unter den Erscheinungsweisen der Typ-IT, als Beispiel für die Abweichung vom Muster immer wieder angeführt, aber kein einziges Beispiel geliefert. Der Textmusterbruch meint ursprünglich den Verstoß gegen einzelne Struktur- und Formulierungselemente eines Textmusters ohne auf ein anderes Muster zu verweisen. Der folgende kurze Text,

*Bei Risiken und Nebenwirkungen fressen Sie die Packungsbeilage und schlagen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.*

weist tatsächlich Merkmale auf (Ersatz von bestimmten konventionalisierten, verbindlichen stilistisch-formulativen Elementen des Textmusters Medikamentenpackungsbeilage durch ähnlich klingende Wörter: *lesen* vs. *fressen*, *fragen* vs. *schlafen*), die keinem anderen Textmuster zugeordnet werden können.

Ermittelt man aber die Quelle, [http://www.0815sms.com/glossar\\_sms-sprueche\\_4813.html](http://www.0815sms.com/glossar_sms-sprueche_4813.html), so wird eindeutig, dass es hier um einen SMS-Spruch geht. SMS-Sprüche sind Sprüche, die man als witzige, geistreiche, ironische usw. Fertigbausteine per SMS verschicken kann. Im oben zitierten Textexemplar liegt also eigentlich nicht ein Textmusterbruch vor, sondern wir haben es mit einem SMS-Spruch mit Textmuster Mischung zu tun. Der SMS-Spruch wird mit Hilfe bestimmter stilistisch-formulativen Elemente des Textmusters der Packungsbeilage realisiert.

## 4. Die Auffassung von DITTGEN 1989 über funktionale Abweichungen

Die Theorie von Andrea Maria Dittgen 1989 geht zunächst von der Grundfrage aus, was eigentlich abweichen heißt. Sie definiert Abweichungen als Erwartungsbrüche, wobei im Sinne von Presch–Gloy 1976 von Erwartungen und Erwartungserwartungen abgewichen wird. Dadurch kann Dittgen die recht problematischen und strapazierten Begriffe, wie Norm und Regel vermeiden.

Abweichen heißt also anders sein als erwartet. Desweiteren konzentriert sich Dittgen auf sog. funktionale Abweichungen. Funktionale Abweichungen sind absichtlich und bewusst. Man weicht also mit Absicht ab und ist sich dessen auch bewusst. Sie haben im Gegensatz zu den Fehlern einen kreativen und sprachspielerischen Charakter und werden von den Rezipienten nicht übersehen, immer positiv bewertet.

Die generelle Funktion von funktionalen Abweichungen in Texten, in denen sie vorkommen, besteht darin, dass sie einen „Mehrwert“ haben. Hinter ihnen steckt nach Dittgen ein perlokutiver Versuch: „Ich weiche vom Bekannten ab, also setze ich mich mit Bekanntem auseinander (und ich wünsche, daß du das auch tust).“ (Dittgen 1989: 19). Darüber hinaus kann einer jeden funktionalen Abweichung im konkreten (Kon)Text eine eigene konkrete stilistische Funktion zugeschrieben werden z.B. den Text witzig machen, interessant gestalten, die Aufmerksamkeit erwecken usw.

Dittgen weist darauf hin, dass die funktionalen Abweichungen regelhaft sind. In diesem Sinne stellt sie eine Typologie der funktionalen Abweichungen in Kurztexten, wie Überschriften, Slogans, Werbeschlagzeilen auf. Sie unterscheidet Regeln und Techniken, mit deren Hilfe diese Regeln durchgeführt werden können. Die Regel: Phraseo-

logismusabwandlung kann beispielsweise durch eine Reihe von unterschiedlichen Techniken realisiert werden, z.B. mittels Bedeutungsnegierung durch Ersetzung eines Phonems: in der Überschrift *Immer der NASA nach*, oder mittels Bedeutungsfokussierung durch Ersetzung mehrerer Lexeme: *Die Sehnsucht des Rainer Werner Fassbinder*. Dem ersten Beispiel liegt der Phraseologismus *immer der Nase nach* zu Grunde, während beim zweiten, der Titel eines berühmten Filmes von Fassbinder „Die Sehnsucht der Veronika Voss“ abgewandelt wird. Dies in dem Titel einer Biographie über den Regisseur Fassbinder.

In welchem Maße und wie kann nun die Auffassung von Dittgen auf die Erscheinungsweisen der Typ-IT angewandt werden?

### **5. Anwendung von DITTGENS Auffassung auf die Typ-IT**

In Anlehnung an Dittgen können die Erscheinungsformen der Typ-IT als funktionale Abweichungen auf der Textebene interpretiert werden (vgl. auch Fix/Poethe/Yos 2003, Sandig 2006).

Püschel weist bereits 1989 darauf hin, dass zur Sprache alle Regeln und Muster gehören, die das sprachliche Handeln betreffen. Aus diesem Grunde ist es nicht angemessen, die Kategorie „Abweichung“ ausschließlich auf semantische und syntaktische Abweichungen zu beschränken. Auch von Textmustern, -sorten kann abgewichen werden. Im Falle der Erscheinungsformen der Typ-IT wird gerade vom erwartbaren Textmuster abgewichen. Es geht also um eine Abweichung, die die Textebene betrifft, wobei auf der Textebene durchaus auch andere funktionale Abweichungen vorstellbar sind, z.B. Abweichung von einer erwartbaren Varietät oder Stilebene (Fix/Poethe/Yos 2003).

Dabei stellt sich die Frage, ob man die funktionale Abweichung vom Muster als eine Regel und die konkreten Erscheinungsweisen der Typ-IT, wie Textmusterbruch, -mischung, -montage und -metamorphose als Techniken interpretieren soll. Die andere Alternative würde ja darin bestehen, dass man bei Textmuster Mischung, -montage, -metamorphose und -bruch jeweils von Regeln mit eigenen Techniken ausgeht. Bei der Bestimmung des Status dieser Kategorien lohnt es sich immer von den konkreten Textexemplaren auszugehen.

Betrachtet man die Textexemplare beispielsweise mit Textmuster Mischung, so fallen bestimmte Merkmale auf, die verallgemeinernd eventuell als Techniken für die Realisierung der Regel Textmuster Mischung akzeptiert werden könnten. Als Beispiel sollen ein ungarischer (Werbeanzeige einer Investmentgesellschaft) und deutscher Text (Werbeanzeige der Firma Harlekin schenke Humor) verglichen werden.



**WANTED**  
**DEAD OR ALIVE**  
**13,50%**  
**REWARD**

**QUESTOR**

**Ne keresse tovább!**  
Bankbetétek, állampapírok,  
befektetési jegyek.  
Modern Megtakarítási Formák

Budapest, Báthory u. 4. Tel.: 299-9999/2232  
Budapest, Diána Plaza II. emelet Tel.: 239-3725  
Budapest, Mammút I. Főbejárati Tel.: 345-8352  
Budapest, Ráday utca 7. Tel.: 323-1049

penzügyek | ingatlan | utazás | telekom [www.questor.hu](http://www.questor.hu)

## Dr. med. Felix Muntermacher

Humorologische Praxis

3333 Heiterstadt – Weg der Besserung 11

### Rezept

Machen Sie, <sup>Weg</sup> wegen der riesigen  
Nebenwirkungen  
essen sie die  
Sie wollen! Packungsbeilage  
und schlafen Sie  
mit ihrem Arzt  
oder Apotheker

Aber 3x täglich!

Muntermacher!

Lachstunden: Täglich nach Vereinbarung

Schnee nicht vergessen! | Gebärdensprache, nicht farbliegend, semantisch korrekt | Hersteller abgerichtet bereitstellen!

Harlekin **Echante** Humor

Abbildung 4

Vergleicht man den ungarischen Text mit dem deutschen, so merkt man, das im Ungarischen auf zwei (Werbeanzeige und Fahndungsplakat) im Deutschen dagegen gleich auf drei Textmuster verwiesen wird (Arztrezept, Werbeanzeige, Packungsbeilage). Während im ungarischen Text lediglich ein Teiltext der Werbeanzeige, genauer derjenige, der das Werbeprodukt benennt, mittels Textmischung realisiert wird, betrifft die Mischung von Textmustern die ganze deutsche Werbeanzeige. Ob man mit Hilfe solcher Parameter von Techniken im Dittgenschen Sinne sprechen darf? Schließlich sind die Textmuster viel komplexer, als beliebige Regeln oder Techniken semantisch-syntaktischer Art.

Ein weiteres Problem stellt die Tatsache dar, dass bestimmte Textmuster relativ große Freiräume als Spielräume bei der stilistisch-formulativen Gestaltung aufweisen. Letzten Endes sind es gerade diese Spielräume, die die abweichende Ausfüllung des Musters ermöglichen. Betrachtet man die Textsorten von Texten, für die Erscheinungsformen der Typ-IT charakteristisch sind, so geht es um Werbetexte, Graffiti, Sprüche, bestimmte Pressetexte usw., also um Texte mit relativ wenig verbindlichen, konventionalisierten Vorgaben, aber mit relativ großer Freiheit bei der sprachlichen Formulierung. In dieser Relation



kann die Frage gestellt werden, ob es nicht angemessener wäre, einfach von der individuellen Ausfüllung von dem Freiraum des jeweiligen zu Grunde liegenden Textmusters zu sprechen als von einer Abweichung. Mit diesem hängt auch das andere Problem sehr eng zusammen. Es fällt andererseits auf, dass gerade bei Werbetexten, Graffiti, Sprüchen usw. die Abweichungen routiniert sind, d.h. man erwartet Abweichungen von vornherein. M.E. werden jedoch diese Faktoren höchstens die Wahrnehmung von Abweichungen beeinflussen, sie stellen aber die begriffliche Bestimmung der funktionalen Abweichung, wie sie oben erörtert worden ist, nicht in Frage.

### 6. Zusammenfassung

Zusammenfassend kann Folgendes festgehalten werden: Die typologische IT als Abweichung vom Textmuster kann in Anlehnung an Dittgen (1989) als Regel, ihre Erscheinungsweisen (Textmischung, -montage, -bruch und -metamorphose) können als Techniken der funktionalen Abweichung auf der Textebene aufgefasst werden.

Dabei geht es um eine Regel und um bestimmte Techniken, die als Elemente des allgemeinen stilistischen Verfahrens ABWEICHEN im Sinne von Sandig 2006 akzeptiert werden können. Ein stilistisches Verfahren wird nämlich durch formale Merkmale konstituiert, die im Text verschiedene Funktionen erhalten können. Textmischung, -montage, -bruch und -metamorphose repräsentieren mit anderen, z.B. lautlichen, grafischen, syntaktischen, semantischen usw. Abweichungen gerade solche formalen Merkmale, formale Möglichkeiten komplexer Art.

Eine derartige integrative Sichtweise auf die typologische Intertextualität könnte m.E. ermöglichen, die Erscheinungsformen der Typ-IT vor dem Hintergrund der Kategorien „Abweichung“ und „Abweichen“ linguistisch angemessen beschreiben zu können.

### Literatur

ADAMZIK 1995

ADAMZIK, Kirsten: Textsorten-Texttypologie. Eine kommentierte Bibliographie. Münster, 1995.

DITTMEN 1989

DITTMEN, Andrea Maria: Regeln für Abweichungen. Funktionale sprachspielerische Abweichungen in Zeitungüberschriften, Werbeschlagzeilen, Werbeslogans, Wandsprüchen und Titeln. Frankfurt/M., PETER LANG, 1989.

FIX 1997

FIX, Ulla: Kanon und Auflösung des Kanons – Typologische Intertextualität – ein „postmodernes“ Stilmittel. In: Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends. Hrsg. von ANTOS, Gerd – TIETZ, Heike. Tübingen, NIEMEYER, 1997. 97–108.

FIX 2000

FIX, Ulla: Aspekte der Intertextualität. In: Text- und Gesprächslinguistik. 1. Halbbd. Hrsg. von BRINKER, Klaus – ANTOS, Gerd – Heinemann, WOLFGANG – SAGER, Sven F. Berlin – New York, DE GRUYTER, 2000. 449-457 (HSK 16.1).

FIX –POETHE–YOS 2003

FIX, Ulla – POETHE, Hannelore – YOS, Gabriele: Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Frankfurt/M., PETER LANG, 2003.

HOLTHUIS 1993

HOLTHUIS, Susanne: Intertextualität. Aspekte einer rezeptionsorientierten Konzeption. Tübingen, STAUFFENBURG, 1993.

JANICH 2008

JANICH, Nina: Intertextualität und Textsortenvernetzung. In: Textlinguistik. 15 Einführungen. Hrsg. von JANICH, Nina. Tübingen, NARR, 2008. 177-196.

OPIŁOWSKI 2007

OPIŁOWSKI, Roman: Intertextualität in der Printwerbung. Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes, 54. Jahrgang, Heft 4/2007, 458-485.

PRESCH – GLOY 1976

PRESCH, Gunther – GLOY, Klaus (Hgg.): Sprachnormen II. Theoretische Begründungen – authentische Sprachnormenpraxis. Stuttgart-Bad Cannstatt, FROMMANN-HOLZBOOG, 1976.

PÜSCHEL 1989

PÜSCHEL, Ulrich: Das Stilmuster „Abweichen“. Sprachpragmatische Überlegungen zur Abweichungsstilistik. SLWU 55 16. Jg. 1989 1. Halbjahr, 9-24.

SANDIG 1986

SANDIG, Barbara: Stilistik der deutschen Sprache. Berlin – New York, DE GRUYTER, 1986.

SANDIG 2006

SANDIG, Barbara: Textstilistik des Deutschen. Berlin – New York, DE GRUYTER, 2006.

SPILLNER 1974

SPILLNER, Bernd: Linguistik und Literaturwissenschaft. Stilforschung, Rhetorik, Textlinguistik. Stuttgart usw., KOHLHAMMER, 1974.