

Jannis K. Androutsopoulos: (im Druck) "Textsorten und Fankulturen". Erscheint 2001 in: Josef Klein, Stephan Habscheid & Ulla Fix (Hgg.), *Kulturspezifik von Textsorten*. Tübingen: Stauffenburg. || Kontakt: <jannis@archetype.de>

## **Textsorten und Fankulturen \***

Jannis K. Androutsopoulos  
(Heidelberg)

### ABSTRACT

Ziel dieses Beitrags ist es, das Phänomen Fankulturen als Gegenstand der Textlinguistik zu konstituieren. Fankulturen sind soziale Gruppierungen, die sich durch Lebensstile und insbesondere durch einen spezifischen Medienkonsum definieren. Horrorfilme, Fernsehserien und Musikstile wie Hip-Hop und Techno sind Beispiele für Medienprodukte, die auf internationaler Ebene zur Bildung von Fankulturen führen. Zwei Typen von Textsorten sind für Fankulturen relevant: Zum einen die künstlerischen Ausdrucksformen bzw. Mediengattungen, die den Anlass zur Bildung einer Fankultur und den Fokus ihrer Kommunikation bilden, zum anderen die für eine Fankultur relevanten Informations- und Kommunikationsformen wie z.B. spezielle Zeitschriften und Websites. Für jeden dieser beiden Textsortentypen stellen sich aus textlinguistischer Sicht jeweils andere Fragestellungen, die am Beispiel von Musikkulturen erörtert werden. Auf dieser Basis wird eine Methodologie, um Textsorten von Fankulturen im internationalen/interlingualen Vergleich zu untersuchen, herausgearbeitet und exemplarisch vorgeführt.

Während man bei Textsortenvergleichen generell davon ausgeht, dass "einzelsprachliche Spezifik auch immer kulturelle Spezifik" ist,<sup>1</sup> widmet sich dieser Beitrag Kulturspezifika, die Sprach- und Landesgrenzen überschreiten. Die Beispiele hierfür kommen nicht aus der Fachkommunikation, sondern aus Populärkulturen und insbesondere jugendlichen Musikkulturen. Der Beitrag geht von der Kontrastiven Textologie aus und arbeitet kultursoziologische Literatur auf, um mediale Fankulturen internationaler Reichweite als Gegenstandsbereich der vergleichenden Textsortenanalyse zu konstituieren. Dabei wird der Begriff "kulturspezifische Textsorten" neu bestimmt: Es sind die Textsorten, die eine Fankultur definieren und kommunikativ aufrechterhalten. Methodisch wird ein Forschungsprogramm entworfen, das

---

\* Diese Arbeit ist im Rahmen des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Postdoc-Projekts "Medienkommunikation in der Jugendkultur" (Kennz. AN 316/1-1) entstanden.

<sup>1</sup> So die Ankündigung zu den Zielsetzungen der GAL-Sektion "Textlinguistik und Stilistik" im Jahr 1999.

nicht von der isolierten Textsorte, sondern von der mehrere Medien und Textsorten nutzenden Kommunikationsgemeinschaft ausgeht. Das klassische Vorgehen kontrastiver Textanalyse wird dabei durch die Analyse nonverbaler Elemente und die Rekonstruktion von Medienprofilen ergänzt sowie von einer kontrastiven Ethnographie von Medienaneignung eingerahmt. An empirischen Beispielen wird schließlich gezeigt, dass international Kulturspezifisches in verschiedenen Facetten der verbalen und nonverbalen Textgestaltung zu finden ist. Auf Textsortenebene sind Indikatoren kultureller Zugehörigkeit als Elemente kulturspezifischer Stile einzuordnen.

## 1. Textsorten im interlingualen Vergleich

Die Forschung und Diskussion um den interlingualen Vergleich von Textsorten ist seit Hartmann (1981) und Spillner (1981) als "Kontrastive Textologie" bekannt. Von Anfang an mit der Übersetzungswissenschaft verbunden, sah die Kontrastive Textologie ihre Aufgabe darin, die Realisierung einer Textsorte in zwei oder mehreren Sprachen vergleichend zu beschreiben und mit den entsprechenden Kommunikationsbedingungen in Zusammenhang zu bringen.<sup>2</sup> Auf Hartmann aufbauend schränkt Engberg (1997: 53ff.) den Gegenstand der Textologie auf eine Linguistik des Sinns ein, die sich mit der "Beschreibung der konkreten Leistung sprachlicher Elemente in Texten" (ebd.:57) beschäftigt, wobei Texte aus der Perspektive des Ganztextes-in-Funktion betrachtet werden.

Fallen in den 80-er Jahren die Ergebnisse der Kontrastiven Textologie noch dürftig aus (Arntz 1990:393), so erlebt in den 90-er Jahren die vergleichende Fachtextforschung einen Aufschwung, wobei vor allem "Gebrauchstexte mit hohem bis mittlerem Standardisierungsgrad" behandelt werden (Pöckl 1999:296). Die Diskussion wird dabei von den konkurrierenden Standpunkten der *Universalität* und *Kulturgebundenheit* aus geführt.<sup>3</sup>

Die auf Widdowson (1979:51) zurückgehende Universalitätshypothese besagt, dass Wissenschaft ein sekundäres Kultursystem darstellt, das von den primären, nationalspezifischen Kulturen unabhängig ist. Im Rahmen dieser Sekundärkultur entstehen kommunikative und Textsortenkonventionen, die von den jeweiligen Nationalsprachen, in denen sie realisiert werden, unabhängig sind. Diese als "selbstverständlich gültig" (Pöckl 1995:98) angesehene These wird bei Engberg (1997:55) so ausgedrückt:

"Ein besonders wichtiger Punkt für die kontrastive Textologie besteht darin, daß die Regelmäßigkeiten auf dieser Beschreibungsebene [des konkreten Textes, J.K.A.] in vielen Fällen nicht an die einzelne historische Sprache

---

<sup>2</sup> Forschungsüberblicke bieten Engberg (1997:53ff.), Göpferich (1995:7ff.), Pöckl (1999).

<sup>3</sup> Vgl. Pöckl (1995:100-102), Göpferich (1995:445ff.), A. Oldenburg (1995, 1997).

gebunden sind, sondern an kulturelle Elemente, die wiederum über eine Sprachgemeinschaft hinausgreifen können."

Als "gedankliche und textbezogene Universalien, die für die internationale Kommunikationsgemeinschaft der Fachleute charakteristisch sind" (Gläser 1992:85), gelten vor allem bestimmte lexikalische Mittel (Fachlexik, Internationalismen), charakteristische Wortbildungsmuster (z.B. Nominalisierungen), syntaktische Regelmäßigkeiten (Satzlänge, Passivanteile) sowie textsyntaktische Kennzeichen.<sup>4</sup> Im Zentrum der gegenwärtigen Forschung steht jedoch die Gegenthese der Kulturgebundenheit fachspezifischer Texte. Es werden sprach- und nationalspezifische Unterschiede im Aufbau von Fachtextsorten nachgewiesen, wobei die Arbeiten von M. Clyne zur kulturspezifischen Organisation des wissenschaftlichen Diskurses einen häufigen Bezugspunkt darstellen.<sup>5</sup>

Ohne die Wirksamkeit von sozialisationsbedingten, nationalspezifischen Denk- und Formulierungsgewohnheiten anzuzweifeln, ist der fachtextlinguistischen Diskussion eine weitgehende Gleichsetzung von "Sprach-" und "Kulturgemeinschaft" anzumerken. Das dort gängige Kulturverständnis umfasst praktisch nur Widdowsons primäre Kulturen und lässt Sprachgrenzen überschreitende sekundäre Kulturen außer Acht. Auf den Punkt gebracht: "Kulturspezifisch" bedeutet hier lediglich "national-" bzw. "sprachspezifisch".<sup>6</sup> In einer Zeit fortschreitender kultureller Globalisierung (Waters 1995) scheint es jedoch notwendig, zwischen Sprach- und Kulturgemeinschaft genauer zu unterscheiden.

Neben dieser konzeptionell-methodischen Einschränkung ist für die gegenwärtige kontrastive Textsortenforschung eine empirische Einschränkung kennzeichnend (Androutsopoulos 1999b: 237ff.). Ihr Schwerpunkt liegt auf fachspezifischen Textsorten, massenmediale und Unterhaltungstexte bleiben weitgehend unberücksichtigt. Selbst Todes-, Kontakt- und Stellenanzeigen, die wohl aus praktischen Gründen häufige Gegenstände kontrastiver Analysen

---

<sup>4</sup> Nach der Forschungsübersicht von Gläser (1992:83ff.).

<sup>5</sup> Vgl. z.B. Clyne (1993) sowie die Überblicke bei A. Oldenburg (1995:113, 1997:13ff.).

<sup>6</sup> Beispielsweise heisst es, ein interlingualer Vergleich sei auch ein interkultureller Vergleich (Kalverkämper 1992:72; Göpferich 1995:10), ohne darauf hinzuweisen, dass es auch interlinguale Vergleiche im Rahmen ein und derselben Sekundärkultur (im Sinne Widdowsons) geben kann. Oder es werden "kulturelle Konventionen" und "europaweite Konvergenzen" in der Textsortengestaltung gegenübergestellt (Eckkrammer 1996:10), obwohl "kulturell" natürlich kein Gegensatz von "europaweit" darstellt. Dabei sind anthropologische und soziologische Kulturbegriffe keinesfalls auf das Merkmal der Nationalität eingeschränkt. Nord z.B. versteht unter Kultur "eine Gemeinschaft oder Gruppe, die sich durch gemeinsame Formen des Verhaltens und Handelns von anderen Gemeinschaften und Gruppen unterscheidet. Kulturräume fallen daher nicht zwangsläufig mit geographischen, sprachlichen oder gar staatlichen Einheiten zusammen." (Nord 1993:20)

darstellen,<sup>7</sup> stammen in der Regel aus einer kleinen Anzahl von Trägermedien, wobei die regionale und soziale Variation in der Textsortengestaltung innerhalb ein und derselben Sprachgemeinschaft ausgeklammert bleibt (vgl. aber Lage-Müller 1995). Demzufolge bleiben auch Beziehungen zwischen Teilbereichen oder Nischen der verglichenen Sprachgemeinschaften unbeleuchtet.

Textsorten aus Massenmedien und Populärkulturen, so eine These dieses Beitrags, stellen für die Kontrastiven Textologie ein fruchtbares, doch bisher kaum genutztes Arbeitsfeld dar. Hier liegen international verbreitete kulturelle Elemente vor, was eine Voraussetzung für die Herausbildung von (ebenfalls international verbreiteten) kulturspezifischen Textsorten und -stilen darstellt. Musikbezogene Jugendkulturen wie Punk, Rave und Hip-Hop, die das Arbeitsmaterial für diesen Beitrag liefern, gelten als Bereiche fortgeschrittener kultureller Globalisierung (Kunczik 1998: 261), obwohl empirisch fundierte, vergleichende Untersuchungen ihrer medialen Produkte bisher kaum zu finden sind. Dass in jugendkulturellen Medientextsorten auffalende interlinguale Gemeinsamkeiten vorliegen, konnte ich bereits an deutschen und französischen Plattenkritiken aufzeigen (Androutsopoulos 1999b). Im Folgenden geht es mir zunächst darum, durch Bezugnahme auf kulturoziologische Literatur den Gegenstand Fankulturen zu konturieren.

## 2. Fankulturen und ihre Textsorten

Was Widdowson (1979) "secondary cultures" nannte, wird in der sozial- und kulturwissenschaftlichen Literatur mit Bezeichnungen wie den folgenden belegt:

- Spezialkulturen (Winter/Eckert 1990, Winter 1995)
- mediale Fankulturen (Winter 1993)
- mediale Subkulturen (Gelder / Thornton 1997)
- Medienkulturen bzw. medienvermittelte Jugendkulturen (Vogelgesang 1993)
- Proto-Gemeinschaften (Willis 1991: 174ff.)<sup>8</sup>

Das diesen Begriffen entsprechende Modell soziokultureller Organisation ist ein Gefüge aus "Kulturen in der Kultur": Eine dominante bzw. Allerweltskultur ist umgeben aus einer Vielzahl von (miteinander konkurrierenden) Spezialkulturen mit jeweils eigenen Wissensbeständen, Praktiken, Normen und Werten (Winter/Eckert 1990:144). Theoretische

---

<sup>7</sup> Vgl. u.a. Arntz (1990), Eckkammer (1996), Pöckl (1999).

<sup>8</sup> Unter "Proto-Gemeinschaften" versteht Willis (1991: 175) "soziale Gruppen, die nicht durch direkte Kommunikation, sondern durch gemeinsame Stile, Moden, Interessen, Gefühle, Positionen und Leidenschaften verbunden sind, an denen sie bislang simultan durch die Kommunikationsmedien 'über den Äther' teilhaben."

Grundlage ist die Subkulturtheorie der britischen Cultural Studies (vgl. Gelder/Thornton 1997), mit dem Unterschied, dass bei der Beschäftigung mit Medien- und Fankulturen der schichtenspezifische Charakter von Subkulturen etwas in den Hintergrund tritt.

Fankulturen<sup>9</sup> sind vor allem in der Nachkriegszeit entstandene soziale Formationen, die nicht durch klassische soziologische Merkmale wie Schicht und Ethnizität, sondern in erster Linie durch Lebensstile definiert sind. In der Typologie sozialer Milieus von Schulze (1992) gehören sie dem "Unterhaltungs-" bzw. "Selbstverwirklichungsmilieu" an, Winter/ Eckert (1990) sprechen von "Wahnachbarschaften". In ihrer Konstitution und Weiterentwicklung spielen Mediengebrauch und mediale Kommunikation eine tragende Rolle (Willis 1991:175, Winter 1995:215). Die gruppenstiftende Funktion der Mediennutzung und -aneignung ist besonders für Musikkulturen gut dokumentiert,<sup>10</sup> daneben auch für Fangemeinden von audiovisuellen Produkten ("Videocliquen", "Horrorfilm-Fans") sowie für die "virtuellen Gemeinschaften" der computervermittelten Kommunikation (vgl. Porter 1997). Obwohl Fankulturen in konkreten sozio-historischen Kontexten entstehen, werden sie in der Fortsetzung häufig international verbreitet und transnational erlebt und weiterentwickelt.<sup>11</sup> In der Literatur wird dies teilweise explizit genannt (z.B. im Stichwort "neue transnationale Gemeinschaften" bei Winter 1995), teilweise mit Metaphern wie "klonen" belegt.<sup>12</sup>

Eine Ausgangsthese für kontrastive Untersuchungen in diesem Terrain könnte lauten: Ist eine Fankultur international verbreitet, so müssten die entsprechenden kulturspezifischen Textsorten externe (situative) und interne (strukturelle) Gemeinsamkeiten aufweisen. Dabei gilt es, Fragen wie die folgenden zu beantworten: Über welche Kommunikationsformen verfügt eine Fankultur über Sprach- und Landesgrenzen hinweg? Welche semiotischen Mittel kennzeichnen eine Fankultur auf Textsortenebene? Ergänzend dazu wären natürlich nationalspezifische Erscheinungsformen einer Fankultur und daraus resultierende Unterschiede in der Textsortengestaltung zu untersuchen. Letztendlich geht es also darum, das in den Sozialwissenschaften intensiv diskutierte Zusammenspiel "globaler" und "lokaler" kultureller Kräfte (Waters 1995) auf Textsortenebene aufzuzeigen.

---

<sup>9</sup> "Fankulturen" wird im Folgenden als Oberbegriff verwendet.

<sup>10</sup> Im Hinblick auf kulturelle Entwicklungen in der Nachkriegszeit schreiben Winter & Eckert (1990: 131): "Durch die Dissemination der Medien Film, Rundfunk und Schallplatte bildeten sich eine Fülle von Spezialkulturen, in deren Zentrum die Musik steht und die sich vornehmlich um musikalische Ereignisse (Rockkonzerte) und Erfahrungen gruppieren."

<sup>11</sup> In diesem Beitrag verwende ich "international" im Sinne von 'in mehreren Ländern vorhanden' und "transnational" im Sinne von 'parallel und simultan fortentwickelt'.

<sup>12</sup> Nach Knoblauch (1996: 24) "gelingt es ja besonders der modernen Populärkultur, um massenhaft produzierte Kulturobjekte herum Lebenswelten zu kristallisieren, die sich schier geklont in den verschiedensten Gesellschaften entfalten können."

Um internationale Fankulturen als empirisches Feld zu konstituieren, ist das Stichwort "kulturspezifisch" in Bezug auf Medien und Textsorten genauer abzugrenzen. Aufbauend auf der bereits angeführten Literatur unterscheidet ich im Folgenden zwei Typen von kulturspezifischen Medien bzw. Textsorten. Beide stehen in vielfältigen Beziehungen zueinander, sie sind Teile des intertextuellen Gewebes, das nach Fiske (1997) eine Populärkultur ausmacht.

"Kulturspezifisch" sind zunächst die für eine Kultur *konstitutiven* Textsorten: Medienprodukte, die den Anlass zur Bildung von Fankulturen und den Fokus ihrer Aufmerksamkeit bilden, z.B. Horrorfilme für die Sozialwelten von Filmfans, Musik für jugendkulturelle Musikszene. Solche (künstlerischen) Ausdrucksformen einer Fankultur sind *Primärtexte* im Sinne von Fiske (1997).<sup>13</sup>

"Kulturspezifisch" sind aber auch Textsorten und Medien, die dem kommunikativen und Informationskreislauf einer Fankultur angehören, ohne Vorbildstatus zu genießen. Mit Fiske (1997) handelt es sich hier um *Sekundär-* und *Tertiärtexte*. Traditionellerweise kam diese Rolle Printmedien zu, vor allem der Alternativpresse, Fanzines und so genannten "Special Interest"-Zeitschriften,<sup>14</sup> neuerdings gewinnt auch die computervermittelte Kommunikation eine wichtige Rolle in der kommunikativen Praxis von Fankulturen. Wichtig ist, dass die Textsorten dieser zweiten Gruppe nicht nur passiv rezipierte Produkte der Kulturindustrie sind, sondern auch Ergebnisse einer basisnahen "Fan-Produktivität".<sup>15</sup>

Für jeden der beiden Textsortentypen stellen sich nun spezifische Fragen und Hypothesen, die ich durch Beispiele kurz veranschaulichen möchte. Bei den kulturell konstitutiven Textsorten stellt sich die Frage nach ihrer internationalen Verbreitung, die mit der "Fortpflanzung" einer (ursprünglich anglo-amerikanischen) Fankultur einhergeht. Ein Beispiel sind die für die Hip-Hop-Kultur konstitutiven Textsorten Rapsong und Graffiti. Ihre produktive Aneignung in neue Länder zeigt seit Anfang der 80-er Jahre die Entwicklung einer italienischen, deutschen usw. Hip-Hop-Kultur an. Ist nun das Endprodukt kultureller Verbreitung lediglich eine "Kopie" oder entsteht in jeder Zielgemeinschaft unter dem Einfluss nationaler Diskursstrategien etwas Eigenständiges? Auf das Beispiel bezogen: Was an einem italienischen, deutschen usw. Rapsong ist kulturspezifisch im Sinne der globalen Hip-Hop-Kultur, was in ihrer nationalen Ausprägung? Erste Untersuchungen

---

<sup>13</sup> Zur Unterscheidung zwischen Primär-, Sekundär- und Tertiärtexten vgl. auch Winter (1995: 104).

<sup>14</sup> Den "Beitrag der Presse zur Ausdifferenzierung von Sozialwelten" betonen Winter & Eckert (1990:38). Zur deutschen Jugend- und Alternativpresse der 70er Jahre vgl. Hess-Lüttich (1983). Winter (1995: 153ff.) beschreibt die kommunikativen Funktionen von Medien in der Horrorfilm-Szene und hebt die Rolle von Fanzines in der "Stiftung und Aufrechterhaltung von Kontakten" hervor.

<sup>15</sup> Vgl. Winter (1993 u. 1995: 199-211).

(Androutsopoulos / Scholz 1999) zeigen, wie "globale" Kennzeichen der Textsorte Rapsong (auf struktureller, inhaltlicher, stilistischer Ebene) auf die Bedingungen neuer Zielgemeinschaften und Sprachen angepasst werden.

Bei den kulturspezifischen Textsorten vom zweiten Typ stellt sich vielmehr die Frage nach ihrer internationalen gruppenspezifischen Gestaltung. Mit Schlieben-Lange (1988) gehe ich davon aus, dass verschiedene soziale Gruppen die gleiche kommunikative Aufgabe auf unterschiedliche Art lösen und dabei durch ihre jeweilige Lösung auch ihre Gruppenidentität symbolisieren können. Diese Sichtweise kommt der Zusammensetzung der heutigen massenmedialen Landschaft entgegen. Gebrauchstextsorten wie Editorials, Interviews, Besprechungen usw. werden innerhalb einer Sprachgemeinschaft in ganz verschiedenen soziosituativen Kontexten gebraucht, darunter auch in Medien von Fankulturen, z.B. Hip-Hop-Magazinen. Auf Schlieben-Lange aufbauend würde man nun in diesen Medien eine Textgestaltung erwarten, die Sprach- und Landesgrenzen überschreitet. Ein Nachweis für internationale Kulturspezifika läge beispielsweise dann vor, wenn Hip-Hop-Magazine (bzw. die in ihnen enthaltenen Textsorten) in mehreren Ländern bestimmte Kennzeichen teilen, die sie von anderen Musik- und Publikumszeitschriften in ihrem jeweils eigenen Land unterscheiden.

### 3. Methodische Zugänge

Standardmethoden kontrastiver Textsortenanalyse bezeichnen sich als "integrativ" in dem Sinne, dass externe (situative) und interne (strukturelle) Analyse Kriterien aufeinander bezogen werden.<sup>16</sup> Bei der textinternen Analyse unterscheidet Pöckl (1995) zwei Vergleichsebenen: die Makrostruktur mit der Anzahl und Anordnung von obligatorischen und fakultativen Teiltexträumen einerseits, die Realisierung von Teilhandlungen und die sonstige Beschaffenheit der Textoberfläche andererseits. So ermittelt man den "einzel-sprachspezifische[n] Prototyp, an dem man ablesen kann, welche Merkmale in Bezug auf Struktur und inhaltliche Füllung von einer bestimmten Sprach- respektive Kulturgemeinschaft als textsortenkonstitutiv betrachtet werden" (Pöckl 1999: 297). Die gleiche Prozedur wird für die Texte der anderen Sprache(n) wiederholt und die Ergebnisse der sprachspezifischen Analysen werden verglichen, wobei der genauen Bestimmung des Tertium comparationis wesentliche methodologische Bedeutung zukommt.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Das Stichwort "integrativ" findet sich bei Gläser (1992) und H. Oldenburg (1992), vgl. weiterhin Beiträge in Baumann/Kalverkämper (1992) und Kalverkämper/Baumann (1996) sowie den Überblick bei A. Oldenburg (1995).

<sup>17</sup> "Wenn also von Kulturspezifika die Rede ist, muß stets angegeben werden, im Hinblick auf welche Merkmale diese vorliegt." (Göprferich 1995: 447). Ähnlich Engberg (1997), Gläser (1992).

Während die klassische Textsortenanalyse sich im wesentlichen auf den verbalen Text konzentriert, vertreten Bolte et al. (1996) eine methodische Erweiterung auf Nonverbales: "Da nichtsprachliche Vertextungsmittel genauso kulturabhängig sind wie sprachliche, konstituieren beide zusammen ein interdependentes kommunikatives Netzwerk, das erst in dieser Ganzheit Stimmigkeit gewinnt." (ebd.: 393). Damit greifen sie Überlegungen anderer im Gebiet der Fachtextforschung auf, bewegen sich aber auch in die Richtung textlinguistischer und -stilistischer Ansätze, die zunehmend den multi-modalen, verbal-visuellen Text als Untersuchungseinheit anlegen.<sup>18</sup> Bolte et al. (1996) gehen von Schröders (1993) Unterscheidung zwischen "verbalen", "paraverbalen", "nonverbalen" und "extraverbalen" Vertextungselementen aus, und fassen die zweite und dritte Gruppe als "nichtsprachlich" zusammen. Die Kategorie "extraverbal" heißt bei ihnen "aussersprachlich" und entspricht den externen (situativen) Textsortenkennzeichen. Auch die Kategorie "nichtsprachlich" hat ihr Pendant in herkömmlichen Textsortenanalysen, und zwar in den "formalen Merkmalen". Der Unterschied ist, dass hier nichtsprachlichen Elementen nicht nur eine größere empirische Bedeutung, sondern auch ein höherer theoretischer Status zukommt. Die Autoren sehen nichtsprachliche Elemente als integrale Bestandteile kulturspezifischer Vertextungssysteme, bei denen die vielschichtige Interdependenz zwischen verbalen und nonverbalen Elementen zur Konstitution von Kulturspezifik beiträgt (Bolte et al. 1996:415ff.). Dass diese Sichtweise auch der Analyse von populärkulturellen Medientextsorten zugute kommt, ist angesichts ihres hohen Bildanteils evident. Geht man davon aus, dass in medialer Kommunikation auch immer eine soziokulturelle Identität konstruiert wird, dann handelt es sich dabei um eine mehrschichtige, verbal und nonverbal konstruierte Identität (vgl. Androutsopoulos 1999c).

Der bisher skizzierte methodische Kern – klassische Textsortenanalyse und Analyse nonverbaler Elemente – kann nun um den Medienvergleich und den ethnografischen Vergleich von Medienaneignung erweitert werden. Diese zusätzlichen Analyseschritte sind zweckmäßig in einem Forschungsansatz, der nicht von der isolierten Textsorte ausgeht, sondern von der mehrere Medien und Textsorten nutzenden Fankultur. Noch vor der Auswahl einer im Detail zu analysierenden Textsorte gilt es daher, ein Gesamtbild vom kulturspezifischen medial-textuellen "Lager" zu erstellen. Für jede Fankultur ist dabei ein "Mediennetzwerk" mit den für sie relevanten Medien und Textsorten zu rekonstruieren, bei den einzelnen Mitglieder dieses Netzes z.B. ihre Inhalts- oder Programmstruktur, die Anteile und Produktgruppen von Werbung usw. zu ermitteln.<sup>19</sup> Durch den Medienvergleich wird außerdem die

---

<sup>18</sup> Vgl. Fix (1996), Kress / van Leeuwen (1998).

<sup>19</sup> Zu berücksichtigen ist dabei der Fall, dass eine Fankultur zwar international verbreitet ist, doch in unterschiedlichem Ausmaß. Unterschiede zwischen kulturspezifischen



Rolle von Textsortenträgern angemessen berücksichtigt. Kulturpezifisch ist nicht eine isolierte Textsorte, sondern das gesamte Trägermedium (Zeitschrift, Website usw.), in dem sie erscheint. Kulturspezifität müsste sich folglich an mehreren Stellen dieses Trägermediums manifestieren.

In einem nächsten Schritt wäre die vergleichende Medien- und Textanalyse durch exemplarische ethnografische Untersuchungen der Produktion und Rezeption kulturspezifischer Medien und Textsorten in zwei oder mehrere Sprachgemeinschaften zu ergänzen. Damit ergäbe sich die Chance, die textanalytische und ethnografische Perspektive auf Fankulturen zu verbinden.<sup>20</sup>

Eine kontrastive Analyse von kulturspezifischen Textsorten nach den hier geschilderten Richtlinien setzt also an den kommunikativen Praktiken im Rahmen einer Fankultur an, ermittelt die für sie relevanten Medien und Textsorten sowie ihre nonverbalen und verbalen Kennzeichen und vergleicht die Ergebnisse für zwei oder mehr Sprachgemeinschaften miteinander. Ein solcher Ansatz folgt der Forschungstradition der Kontrastiven Textologie und macht auch Einsichten der Kulturosoziologie und ethnografischen Medienforschung nutzbar, im Sinne einer interdisziplinären Konvergenz in der Textsortenforschung.

## 4. Empirische Beispiele

Die vorangehenden theoretischen und methodischen Überlegungen werden nun durch eine Reihe von empirischen Beispielen veranschaulicht. Es handelt sich um Hip-Hop-Magazine aus drei Ländern für die Medienprofile (Abs. 4.1), ebenfalls Hip-Hop Magazine sowie Party-Flyer für nonverbale Elemente (Abs. 4.2) und Plattenkritiken aus deutschen und französischen Punk-Fanzines für den internen Textsortenvergleich (Abs. 4.3).

### 4.1 Kulturspezifische Medienprofile

Printmedien und insbesondere Zeitschriften sind ein besonders günstiges Feld für internationale Vergleiche, da sie aus geschichtlichen und wirtschaftlichen Gründen eine hohe Zielgruppendifferenzierung ermöglichen.<sup>21</sup> Freilich kommt die kulturelle Orientierung von Printmedien bereits an markttechnischen Merkmalen zum Vorschein: Punk-Fanzines z.B. sind bereits an ihrer

---

Mediennetzen (Anzahl der in einer Kultur produktiv und rezeptiv genutzten Textsorten) reflektieren dabei Unterschiede im landesspezifischen Ausbau der fraglichen Fankultur.

<sup>20</sup> Von der sozialwissenschaftlichen Ethnografie her bietet der Ansatz von Winter (1993, 1995) und Vogelgesang (1993) Anschlusspunkte für die linguistische Textanalyse.

<sup>21</sup> Vgl. die Ausführungen von Winter/Eckert (1990: 30ff.) zur Alternativpresse.

Auflagenstärke und ihrem Vertriebsmodus als kulturspezifische Medien zu erkennen.<sup>22</sup> In diesem Abschnitt soll an einem Beispiel gezeigt werden, dass auch die Zusammensetzung und das Anzeigenprofil eines Trägermediums Auskunft über seine kulturelle Verortung geben können. Die Materialbasis bilden je ein marktführendes Hip-Hop-Magazin aus Deutschland, Frankreich und Italien. Anhand von je zwei Ausgaben wurden der Textsorten-Kern dieser Magazine (d.h. die Anteile vier Textsorten, die rund drei Viertel jeder Ausgabe ausmachen) sowie ihre Werbekategorien ausgewertet (vgl. Tabelle 1).

Nun sind einige, jedoch nicht alle auf der Tabelle abgebildeten Ähnlichkeiten als kulturspezifisch zu interpretieren. Beispielsweise sind bestimmte Aspekte der Textsorten-Zusammensetzung (etwa der Anteil von Werbeanzeigen oder das Verhältnis zwischen Interviews und Besprechungen) nicht als Kulturspezifika zu betrachten, sondern als Kennzeichen von Musikzeitschriften schlechthin. Gleichzeitig liegt jedoch auch eine wirklich kulturspezifische Textsorte vor, nämlich die "Graffiti-Seiten", die in allen drei Magazinen mehr Platz einnehmen als die Besprechungen. Ihr Pendant im Werbebereich sind Anzeigen für "Graffiti-Zubehör" (d.h. Sprühdosen), die aus dem gesamten Jugendmedien-Spektrum nur in HipHop-Magazinen zu finden sind.

*Tabelle 1.* Textsorten- und Anzeigenprofile von drei Hip-Hop-Magazinen (Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.)

	<b>Backspin (D)</b> Nr.9 (10-12.97) Nr.14 (02./03.99)	<b>Aelle (I)</b> Nr.24 (08/09.97) Nr.34 (03.99)	<b>Radikal (F)</b> Nr.27 (02.99) Nr.28 (03.99)
Seiten	80 A4	88 A4	116 A4
Interviews	24%	18%	32%
Graffiti-Seiten	18,5%	13,5%	9,5%
Besprechungen	9,5%	8,5%	6%
Werbeanzeigen	24%	31,5%	25,5%
<b>Produktgruppen</b>			
Kleidung	30%	28%	11%
Tonträger	17%	38%	67%
Veranstaltungen	8%	4%	6%
Graffiti-Zubehör	16%	15%	0%
Läden	22%	6%	2%
Rest	6%	8%	15%

<sup>22</sup> Vgl. Androutsopoulos (1999a) und die Textbeispiele im Abs. 4.3 dieses Beitrags.

Ähnlich sind manche, jedoch nicht alle Unterschiede zwischen den drei Magazinen auf ihre nationale Herkunft zurückzuführen. Ein Beispiel wäre die Herkunft der Interviewpartner: Im deutschen "Backspin" nehmen US-amerikanische Künstler entscheidend mehr Platz als in den anderen beiden Magazinen. Dies ließe sich interpretieren als Reflex der kulturellen Bindung an die USA, die in Deutschland allgemein stärker ist als in Italien und Frankreich. Anders jedoch für die Verteilung der Werbeanzeigen auf Produktgruppen. So enthält das französische "Radikal" zu 67% Tonträger-Werbung (und das ist in erster Linie von der Musikindustrie geschaltete Werbung), während die stärker mit der lokalen Szene zusammenhängenden Produkttypen "Graffiti-Zubehör" und "Läden" abwesend sind. Dies hängt m.E. nicht mit der nationalen Herkunft des Magazins zusammen, sondern mit seiner kommerzielleren Orientierung und weniger starken Beziehung zur Szenebasis.<sup>23</sup> Diese Interpretationen machen exemplarisch deutlich, dass auch die Vergleichsebene des Gesamtmediums zur Rekonstruktion eines kulturspezifischen Vertextungssystems (Bolte et al. 1996) gehört.

#### 4.2 Nichtsprachliche Elemente

Visuell-typografische Kennzeichen von Fankulturen finden sich sowohl in Primär- als auch in Sekundär- und Tertiärtexten. Drei nichtsprachliche Codes kommen dabei als Loci für internationale kulturspezifische Marker in Frage: Layout, Typografie und Abbildungen. Alle drei sind natürlich in jedem multimodalen Text vorhanden und können zu seinem stilistischen Sinn beitragen (Fix 1996). Die Beispiele belegen, dass sie auch bei der Konstitution von Fankulturellen Stilen wirksam sind.

Ein Beispiel für internationale Gemeinsamkeiten beim Layout (d.h. der räumlichen Strukturierung der Textfläche) ist das für Punk-Fanzines kennzeichnende Collage-Layout.<sup>24</sup> Kulturspezifische typografische Stile sind z.B. der Buchstabencollage in Drohbriefform für Medien der Punkkultur, computertypische Schriften für die Technokultur und eine den Graffiti und Tags nachempfundene Typografie in der Hip-Hop-Kultur.<sup>25</sup> In Hip-Hop-Magazinen sind Graffiti und Tags einerseits ein Teil des Inhaltes (vgl. 5.1), andererseits werden sie von den Kommunikatoren zur typografischen Gestaltung von Zeitschriften- und Rubrikennamen genutzt, wie die unten







---

<sup>23</sup> Für die kommerziellere Ausrichtung von "Radikal" sprechen auch Textsorten wie z.B. Modeseiten und ein Star-Poster, die von den anderen beiden Magazinen abwesend sind.

<sup>24</sup> Zum Punk-Layout vgl. Triggs (1995), Androutsopoulos (1999a). Eine ausgezeichnete Analyse von Layout im interkulturellen Vergleich bieten Kress / van Leeuwen (1998).

<sup>25</sup> Eine informative Einführung in Graffiti bieten Schmiedel et al. (1998).

abgebildeten Beispiele aus fünf Ländern (Deutschland, Italien, Frankreich, die Schweiz und Griechenland) belegen.

		
<i>Zeitschriftenname:</i> <i>Backspin (D)</i>	<i>Rubrikennamen:</i> <i>"Intro" (Editorial)</i> <i>aus Aelle (I)</i>	<i>Zeitschriftenname:</i> <i>Radikal (F)</i>
		
<i>Zeitschriftenname:</i> <i>Junkz (CH)</i>	<i>Rubrikennamen:</i> <i>"Intro" aus</i> <i>Junkz (CH)</i>	<i>Zeitschriftenname:</i> <i>Hip-Hop-Kinima (GR)</i>

Die Entwicklung einer kulturspezifischen *visuellen Symbolik* lässt sich bei Party-Flyern gut beobachten (vgl. Androutsopoulos 2000). Ihre Abbildungen verweisen häufig auf Schlüsselthemen der Ravekultur. Es gibt konventionelle Verbindungen von Subgenres mit spezifischen Bildtypen, etwa Trance-Musik mit hinduistischen Gottheiten und House-Musik mit Haushaltsgeräten. Auch die Verfremdung von Waren- oder Markenzeichen ist ein international belegtes Verfahren der visuellen Flyergestaltung.

#### 4.3. Textinterner Vergleich

Am Beispiel von deutschen und französischen Plattenkritiken gehe ich zuerst auf die Realisierung von textsortentypischen Sprechhandlungen, dann auf den

mikrostrukturellen Bereich ein.<sup>26</sup> Die Befunde werden an ausgewählten Kaufempfehlungen veranschaulicht (Tabelle 2).

Interlinguale Ähnlichkeiten in der Realisierung einer Teilhandlung sind zunächst textfunktional bedingt. Kaufempfehlungen z.B. werden in beiden Sprachen durch eine begrenzte Zahl von äquivalenten semantisch-syntaktischen Mustern realisiert (Beispiele 1-4), wobei in einzelnen Fällen auch äquivalente lexikalische Metaphern eingesetzt werden (Beispiel 4). Darüber hinaus sind für Plattenkritiken in Fanzines bestimmte Vertextungsmodalitäten kennzeichnend: hohe Subjektivität und Expressivität (die sich z.B. in der Häufigkeit extremer Bewertungen niederschlägt), Direktheit in der Rezipientenansprache (Beispiel 3) sowie die Parodierung und Ritualisierung von Texthandlungen, mit expliziten Parodien (Beispiel 6) und zur Textfunktion unpassenden Aufforderungsmustern (Beispiel 7). Beispiele wie (5)-(7) sind "markierte", ungewöhnliche Realisierungen, die man in Besprechungen aus anderen deutschen und französischen Medien im gleichen Zeitraum kaum finden wird. Auslaggebend für ihre Erscheinung in den Punk-Fanzines ist m.E. vor allem die Situation der medialen Ingroup-Kommunikation, dazu auch noch die hier vorliegende Fankultur (d.h. Punk im Gegensatz zu anderen Musikkulturen).<sup>27</sup> Als kulturspezifische Mittel im engeren Sinne wären bestimmte Vertextungsverfahren (z.B. intertextuelle Referenzen auf spezifische kulturelle Ressourcen) und Formulierungen (z.B. die Paarformeln in Beispiel 5) zu zählen.

*Tabelle 2.* Kaufempfehlungen in Plattenkritiken aus deutschen und französischen Punk-Fanzines (Quelle: Androutsopoulos 1999b).

(1) Empfehlung mit Hinweis auf die interessierte Zielgruppe

D Wer auf NewYork-style Hardcore steht wird mit Sicherheit eine feuchte Hose bekommen.

F Ça plaira aux plus punks-Oi d'entre vous.

(2) Performativer Ausdruck (empfehlen, conseiller)

D kann das teil nur empfehlen – lohnt sich bestimmt!

F (...) je comprends pourquoi ce LP est un disque culte du punk rock et je vous conseille vivement l'achat.

(3) Aufforderung im Imperativ

D Checkt's einfach mal an, kann kein Fehler sein!

<sup>26</sup> Die Textsorte wird in Androutsopoulos (1999a, 1999b) eingehend untersucht. Zur Sprechhandlung als Vergleichseinheit vgl. auch Göpferich (1995), Engberg (1997).

<sup>27</sup> Vertextungsmodalitäten wären dann als kulturspezifisch zu deuten, wenn sie in Ingroup-Medien anderer Musikkulturen nicht vorkommen; ich denke hier besonders an Parodie und "Respektlosigkeit", die man auf den "provokativen" Punk-Stil zurückführen kann.

- F (...) achetez ce skeud, aucun regret à redouter.
- (4) Aufforderung zum 'blind kaufen'
- D Beide blindlings kaufen und absteppen.
- F On achète les yeux fermés.
- (5) Englische Slogans und Paarformeln im Imperativ oder Infinitiv
- D Check it out!; Buy or die!; Kaufen oder weiterpenner!
- F Buy it!; Buy or die!; Achetez-le ou crevez!
- (6) Parodistische Empfehlung
- D Nur für Hörgeschädigte zu empfehlen, dann aber erst recht.
- F A conseiller comme thérapie aux dépressifs pour qu'ils puissent enfin commettre le geste fatal!
- (7) Drohung
- D Halt mal anhören oder ich schieße.
- F Que dire ? euh.....ben p'tain! achètes ou je tire à vue sans sommations, cong!

Im mikrostrukturellen Bereich ist das Tertium comparationis für den interlingualen Vergleich je nach Medium und Textsorte neu zu bestimmen: Bietet sich z.B. bei Party-Flyern der Vergleich von Benennungsmustern für Party-Mottos und Künstlernamen, so ist bei Rap-Songs vielmehr die Verwendung textsortentypischer Stilfiguren sowie englischer Elemente vergleichend zu untersuchen. Unabhängig davon kann man grundsätzlich von einer Unterscheidung zwischen sachspezifischen und situations- bzw. gruppenspezifischen Mitteln ausgehen (Androutsopoulos 1999b: 252ff.).

Wie bei der Fachkommunikation verfügt auch jede Fankultur, ob musik-, sport- oder filmzentriert, über einen sachbezogenen Wortschatz bzw. Jargon, der in ihren Medientextsorten international geläufig ist.<sup>28</sup> Darüber hinaus finden sich Elemente mit international-kulturspezifischem Charakter auch im sachunabhängigen Bereich. Jede Musikkultur verfügt z.B. über englische Formeln und Slogans, die zu phatischen, expressiven oder direktiven Zwecken an bestimmte Textstellen (z.B. als Eröffnung oder Abschluss einer Plattenkritik, eines Editorials usw.) eingesetzt werden. Auch Elemente konzeptioneller Mündlichkeit auf syntaktischer, lexikalischer und textpragmatischer Ebene (vgl. Beispiel (7) oben) gehören zum Normalbild der medialen Kommunikation verschiedener Fankulturen an. Insbesondere ist die

---

<sup>28</sup> Der Vergleich mit der Fachkommunikation ist hier gerechtfertigt, denn dieser Wortschatz ist referentiell notwendig, sein Erwerb stellt einen Teil der sekundären Sozialisation in die fragliche Kultur dar, doch der jeweiligen Allerkultursprache bleibt er größtenteils fremd. Die Unterschiede zwischen einer Fachsprache und einem fankulturellen Jargon sind eher soziolinguistischer als linguistischer Natur (nicht institutionalisierter, sondern informeller Erwerb, mangelnde Kodifizierung, kein offenes Prestige usw.).

stilistische Nutzung der Schreibweise hervorzuheben, die neben der Repräsentation von Mündlichkeit auch indexikalische und symbolische Funktionen erfüllt (Androutopoulos 1999b, 1999c). In Hip-Hop-Medien ist z.B. die phonetische Schreibung des englischen Pluralmorphems, <-z> statt <-s>, international verbreitet. Sie findet sich in englischen Wörtern, die der Hip-Hop-Kultur angehören, etwa Fachausdrücken (z.B. *Hip-Hop Skillz*, *Turntablez*), Künstlernamen (*The Lyricalz*, *Problemz*), Veranstaltungsnamen (*Breakbeatz*, *Urban Skillz*), sozialen Kategorien (*HipHop-Freakz*) usw.<sup>29</sup> Eine orthographische Variante, die ursprünglich eine ethnische Sprachvarietät (das so genannte African-American Vernacular English) kennzeichnete, wird in nicht-englischsprachigen Ländern zur Symbolisierung einer gemeinsamen subkulturellen Orientierung eingesetzt.

## 5. Schlussfolgerung

Nach den empirischen Beispielen zurück zum Hauptargument dieses Beitrags: Die Kulturspezifik von Textsorten fällt nicht immer mit ihrer Sprach- oder Nationalspezifik zusammen. Unter der Oberfläche der Nationalkulturen entwickeln sich so genannte sekundäre oder Fankulturen transnationaler Reichweite, bei denen Medienprodukte und mediale Kommunikation eine zentrale Rolle spielen. Um Konvergenzen in der Gestaltung dieser Medientextsorten aufzuzeigen, wurde in diesem Beitrag ein Analyseschema mit vier Ebenen herausgearbeitet. Ausgangspunkt ist die ethnographische und diskursanalytische Erfassung einer Fankultur in zwei oder mehreren Sprachgemeinschaften; es folgt die Rekonstruktion von kulturspezifischen Medienprofilen, die Analyse nonverbaler Textelemente und schließlich der klassische Textsortenvergleich, von der Realisierung von Texthandlungen bis hin zum mikrostrukturellen Bereich.

Internationale Kulturspezifik zeigt sich insgesamt auf sehr auffallende Weise in der Gestaltung allgemein üblicher Medientextsorten. Jede Fankultur hat ihre (visuellen, typografischen, verbalen) "Markenzeichen", die in verschiedenen Sprachgemeinschaften von Kommunikatoren gezielt aufgegriffen und von Rezipienten als Signale kultureller Zugehörigkeit gelesen werden.<sup>30</sup> Kulturspezifik wird dabei auf mehreren Analyseebenen signalisiert und erkennbar. Interlinguale Konvergenzen betreffen die Gestaltung einer Textsorte (z.B. der Plattenkritik), aber auch ihre visuelle Umgebung (Collage-Layout) sowie den Aufbau des gesamten Trägermediums (Punk-Fanzine) und

---

<sup>29</sup> Alle Beispiele stammen aus den in Abs. 4.1. erwähnten Ausgaben von "Backspin" (Deutschland) und "Aelle" (Italien).

<sup>30</sup> Selbstverständlich ist damit noch nichts über die Pragmatik der Textproduktion und -rezeption gesagt, z.B. ob sich ein Rezipient mit der signalisierten Kultur identifiziert oder davon distanziert.

schliesslich auch die kommunikativen Praktiken rund um dieses Medium. Verschiedene Indikatoren kultureller Zugehörigkeit ergeben also in ihrer Zusammenwirkung ein vielschichtiges Stilmuster, das im Idealfall in Medien und Textsorten *einer* Kultur in *mehreren* Ländern reproduziert wird.

Welchen Platz nehmen kulturelle "Markenzeichen" in einem Textsortenmodell ein? Die Antwort fällt m.E. für jeden der beiden besprochenen Textsortentypen unterschiedlich aus. Bei Sekundär- und Tertiärtexten aus dem journalistischen und massenmedialen Bereich sind internationale kulturelle Marker am ehesten als Bestandteile kulturspezifischer Medien- und Textsortenstile einzuordnen, d.h. als Optionen der Durchführung von Texthandlung (und ihrer Komponenten), die zur Konstitution eines ganz spezifischen sozialen Sinns (Fix 1996) beitragen. Anders jedoch bei Primärtexten, deren Kulturspezifik bereits einen Teil ihrer Textfunktion als künstlerische Ausdrucksformen von Fankulturen darstellt. Unter textstilistischen Aspekten wären hier am ehesten landes- und sprachspezifische Unterschiede, also Nationalstile *innerhalb* einer globalen Fankultur (z.B. deutsche vs. italienische Rapsongs) zu betrachten.

Transnationale Gemeinsamkeiten schließen die Wirkung nationaler Diskurstraditionen nicht aus.<sup>31</sup> Da jedoch in diesem Beitrag nationale Unterschiede kaum behandelt wurden, kann ich nur die Hypothese anbieten, dass die national- bzw. sprachspezifische Prägung am ehesten bei der Textstrukturierung, die kulturspezifische transnationale Prägung hingegen an der Oberfläche angesiedelt ist. Die Oberflächengestaltung ist die Ebene der bewusst manipulierbaren Vertextung und damit auch die Ebene, auf der die Kodierung einer transnationalen gruppen- und kulturspezifischen Orientierung leicht vorgenommen und erkannt werden kann. Etwas zugespitzt könnte man sich kulturspezifische Medien als Zusammensetzungen aus trivialen Gebrauchstextsorten vorstellen, die inhaltlich mit kulturspezifischen Produkten gefüllt und in der Vertextung mit entsprechenden semiotischen Markern "gespickt" werden.

Die Schlussfolgerung dieses Beitrags für die Theoriebildung der Kontrastiven Textologie ist die Notwendigkeit einer intensiveren Auseinandersetzung mit massenmedialen Textsorten. Eine für neue kommunikative Domänen offene Textforschung kann wesentliche Fortschritte in der Modellierung der (inter- und intralingualen) sozialen Variation in der Textsortengestaltung erzielen. Auch aus einer engeren Zusammenarbeit mit kultursoziologischen Ansätzen, die Fankulturen bereits untersucht haben, kann die vergleichende Textforschung nur profitieren. Umgekehrt könnte das analytische Instrumentarium der Textlinguistik als gewinnbringende Ergänzung ethnografischer Analyse eingesetzt werden.

---

<sup>31</sup> "Textsorten in zwei oder mehr Sprachen [können] jeweils nur im Hinblick auf bestimmte Kriterien interkulturelle Unterschiede aufweisen, im Hinblick auf andere jedoch Übereinstimmungen zeigen." (Göpferich 1995: 447)



## 6. Literatur

- Androutsopoulos, J.K. (1999a): "Die Plattenkritik: eine empirische Textsortenanalyse", in: Neumann, J. (Hg.): *Fanzines II*, Mainz, S. 89-212.
- Androutsopoulos, J.K. (1999b): "Textsortenvergleich und Jugendkultur. Die 'Plattenkritik' in deutschen und französischen Jugendmagazinen", in: Schreiber & Reinert (Hgg.), S. 237-260.
- Androutsopoulos, J.K. (1999c): "Displays of subcultural identity in mediated (printed) discourse", in: Verschueren, J. (Hg.). *Language and Ideology*, Antwerp, S. 25-42.
- Androutsopoulos, J.K. (2000): "Die Textsorte Flyer", in: Adamzik, K. (Hg.), *Textsorten: Reflexionen und Analysen*. Tübingen.
- Androutsopoulos, J. / A. Scholz (1999): "On the recontextualization of hip-hop in European speech communities". Vortrag auf der Tagung "Americanization and popular culture in Europe", Ascona, 10-14.11.1999.
- Arntz, R. (1990): "Überlegungen zu Methodik einer Kontrastiven Textologie", in: Arntz, R. & G. Thome (Hgg.): *Übersetzungswissenschaft. Ergebnisse und Perspektiven*, Tübingen, S. 393-404.
- Arntz, R. (1992): "Interlinguale Vergleiche von Terminologien und Fachtexten", in: Baumann / Kalverkämper (Hgg.), S. 108-122.
- Baumann, D. / H. Kalverkämper (Hgg.) (1992): *Kontrastive Fachsprachenforschung*. Tübingen.
- Bolte, J. / M. Dathe / S. Kirchmeyer / M. Roennau / P. Witchalls / S. Ziebell-Drabo (1996): "Interkulturalität, Interlingualität und Standardisierung bei der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen", in: Kalverkämper / Baumann (Hgg.), S. 389-425.
- Clyne, M. (1993): "Pragmatik, Textstruktur und kulturelle Werte, Eine interkulturelle Perspektive", in: Schröder, H. (Hg.): *Fachtextpragmatik*, Tübingen, S. 3-18.
- Eckkrämmer, E.M. (u. Mitarb. v. S. Divis-Kastberger) (1996): *Die Todesanzeige als Spiegel kultureller Konventionen*. Bonn.
- Engberg, J. (1997): *Konventionen von Fachtextsorten*. Tübingen.
- Fiske, J. (1997): "Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur", in: Hepp, A. / R. Winter (Hgg.): *Kultur-Medien-Macht: Cultural Studies und Diskursanalyse*, Opladen, S. 65-84.
- Fix, U. (1996): "Textstil und KonTextstile", in: Fix, U. / G. Lerchner (Hgg.): *Stil und Stilwandel*, Frankfurt a.M., S. 111-132.
- Gelder, K. / S. Thornton (Hgg.) (1997): *The Subcultures Reader*. London, New York.
- Gläser, R. (1992): "Methodische Konzepte für das Tertium comparationis in der Fachsprachenforschung - dargestellt an anglistischen und nordistischen Arbeiten", in: Baumann / Kalverkämper (Hgg.), S. 78-92.
- Göpferich, S. (1995): *Textsorten in Naturwissenschaften und Technik*. Tübingen.

- Hartmann, R.R.K. (1981): "Contrastive Textology and Translation", in: Kühlwein, W. u.a. (Hgg.): *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft*, München, S. 200-208.
- Hess-Lüttich, E.W.B. (1983): "Jugendpresse und Sprachwandel", in: *International Journal of the Sociology of Language*, 40, S. 93-105.
- Kalverkämper, H. / K.-D. Baumann (Hgg.) (1996): *Fachliche Textsorten*. Tübingen.
- Knoblauch, H. (1996): "Einleitung", in: ders. (Hg.): *Kommunikative Lebenswelten*, Konstanz, S. 7-27.
- Kress, G. / T. van Leeuwen (1998): "Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout", in: Bell, A./P. Garrett (Hgg.): *Approaches to Media Discourse*, Oxford, S. 186-219.
- Kunczik, M. (1998): "Globalisierung und Provinzialisierung von Kultur durch Massenkommunikation", in: Saxer, U. (Hg.): *Medien-Kulturkommunikation, Publizistik Sonderheft 2/1998*, S. 257-273.
- Lage-Müller, K. von der (1995): *Text und Tod*. Tübingen.
- Nord, Ch. (1993): *Einführung in das funktionale Übersetzen*. Tübingen/Basel.
- Oldenburg, A. (1995): "Methodologische Grundlagen der kontrastiven Fachtextlinguistik", in: *Fachsprache* 17.2, S. 107-116.
- Oldenburg, A. (1997): "Überlegungen zur interkulturellen Untersuchung von Wissenschaftsstilen", in: *Fachsprache* 19.1, S. 9-16.
- Oldenburg, H. (1992): *Angewandte Fachtextlinguistik*. Tübingen.
- Pöckl, W. (1995): "Nationalstile in Fachtexten? Vom Tabu- zum Modethema", in: *Fachsprache* 17.2, S. 98-107.
- Pöckl, W. (1999): "Kontrastive Textologie", in: Schreiber / Reinert (Hgg.), S. 295-302.
- Porter, D. (Hg.) (1997): *Internet Culture*. New York, London.
- Schlieben-Lange, B. (1988): "Text", in: Ammon, U. / N. Dittmar / K.J. Mattheier (Hgg.): *Soziolinguistik*, Vol. 2, Berlin, New York, S. 1205-1216.
- Schmiedel, M. / C. Förster / W. Thöle / M. Nelkowski (1998): "Graffiti", in: Schlobinski, P. / N.-Ch. Heins (Hgg.): *Jugendliche und 'ihre' Sprache*, Opladen, S. 25-62.
- Schreiber, M. / S. Reinert (Hgg.) (1999): *Sprachvergleich und Übersetzen*. Bonn.
- Schröder, H. (1993): "Semiotische Aspekte multimedialer Texte", in: ders. (Hg.): *Fachtextpragmatik*, Tübingen, S. 189-213.
- Schulze, G. (1992): *Die Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt a.M.
- Spillner, B. (1981): "Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer kontrastiven Textologie", in: Kühlwein, W./G. Thome/W. Wilss (Hgg.): *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft*, München, S. 239-250.
- Triggs, T. (1995): "Alphabet soup: Reading British fanzines", in: *Visible Language* 29, S. 72-87.
- Vogelgesang, W. (1993): "Jugend- und Medienkulturen. Ein Beitrag zur Ethnographie medienvermittelter Jugendwelten", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 46:3, S. 464-491.
- Waters, M. (1995): *Globalisation*. London, New York.

## Textsorten und Fankulturen

- Widdowson, H.G. (1979): "The description of scientific language, in: ders.:  
*Explorations in Applied Linguistics*, Oxford, S. 51-61.
- Willis, P. (1991): *Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur*. Hamburg.
- Winter, R. / R. Eckert (1990): *Medienschichte und kulturelle Differenzierung*.  
Opladen.
- Winter, R. (1995): *Der produktive Zuschauer*. München.