

Hartmut E. H. Lenk

Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars

Tekst i Dyskurs = Text und Diskurs 5, 155-171

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Hartmut E. H. Lenk (Helsinki)

Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars

Was ist eigentlich unter der Textsorte ‚Kommentar‘ in Zeitungen, im Hörfunk und Fernsehen zu verstehen, wie häufig kommen sie vor, wie sind sie als solche gekennzeichnet, und wie lassen sich Kommentare von anderen, benachbarten Textsorten wie Leitartikeln, Glossen, Kolumnen und Gastbeiträgen abgrenzen? Eine Antwort auf diese Fragen wird unter Einbeziehung entsprechender Definitionen und Beschreibungen in publizistischen und textlinguistischen Arbeiten gesucht. Dabei wird auch auf aktuelle Erweiterungen des Kommentarmusters und auf den Gebrauch der Textsorte in verschiedenen Ländern eingegangen. Im Zusammenhang mit dem abschließend erläuterten Vorhaben einer kontrastiven Analyse des Kommentars in diversen Medien verschiedener europäischer Länder rückt die Frage nach dem tertium comparationis des medialen Textsortenvergleichs in den Mittelpunkt der Darstellung.

Methodological problems involved in comparison of text types, with special regard to newspaper commentaries

What is the concept of the ‘commentary’ text type in media such as newspapers, radio or television? How often do commentaries appear? How are they marked as commentaries? And how can they be distinguished from other, neighbouring text types such as editorials, squibs, columns or guest comments? This paper tries to find an answer, drawing on definitions and descriptions found in publications from the domain of communication and media sciences as well as text linguistics. It also deals with some expansions of the textual model of the commentary, and the usage of this type of texts in the media serving various discourse communities. Finally, the Author presents a project involving contrastive analysis of commentaries in different media from several European countries, focusing attention on formulating a tertium comparationis that would be suitable for the comparison of media text types.

Metodologiczne problemy związane z porównywaniem gatunków tekstu na przykładzie komentarza

Czym właściwie jest „komentarz” jako gatunek tekstu w prasie, radiu i telewizji? Jak często forma ta pojawia się w mediach? Co ją charakteryzuje jako gatunek tekstu? W jaki sposób można odróż-

nić komentarz od innych pokrewnych gatunków tekstu, takich jak artykuł główny, glosa, stała kolumna czy wypowiedź eksperta? W poszukiwaniu odpowiedzi na te pytania analizie poddane będą definicje i opisy zamieszczone w rozprawach z zakresu publicystyki i lingwistyki tekstu. Poruszona zostanie także kwestia możliwych rozszerzeń wzorca omawianego gatunku tekstu, a także jego popularność jako gatunku tekstu w różnych krajach. W nawiązaniu do końcowych rozważań na temat analizy kontrastywnej „komentarza” w zdywersyfikowanych mediach w różnych krajach na pierwszy plan wysuwa się pytanie, co stanowi tertium comparationis w przypadku porównywania gatunków tekstu publikowanych w mediach.

1. Ausgangsüberlegungen

Anfang September 2011 trafen sich in Helsinki etwa 20 Textlinguistinnen und Textlinguisten aus Deutschland, Polen, der Schweiz, Ungarn, Bulgarien, Schweden und Finnland auf einer Tagung mit dem Titel *Persuasionsstile in Europa*¹. Themenschwerpunkte waren einerseits methodologische Fragen der kontrastiven Analyse persuasiver Medientexte, andererseits Ergebnisse empirisch basierter Untersuchungen zur Textsorte Kommentar in verschiedenen Sprachen bzw. Kommunikationsgemeinschaften Europas bzw. in verschiedenen Medientypen, auch unter kontrastivem Aspekt.

Wenn man einen solchen Vergleich vornehmen will, setzt das voraus, dass es in den verschiedenen Kommunikations- oder Diskursgemeinschaften etwas gibt, auf das in zumindest ähnlicher Weise mit der Bezeichnung Kommentar referiert werden kann. Damit ist die Frage nach der Äquivalenz oder wenigstens Ähnlichkeit, nach einem hinreichenden tertium comparationis bei medialen Textsortenvergleichen aufgeworfen, der im Folgenden am Beispiel des Kommentars nachgegangen werden soll.

2. Was ist eigentlich ein ‚Kommentar‘?

2.1. Vorkommen

Leser(innen) deutscher und österreichischer Tageszeitungen begegnen dem ‚Kommentar‘ in (fast ausnahmslos) jeder Ausgabe einer Abonnementzeitung. Auch viele Straßenverkaufszeitungen (sog. Boulevardblätter) in den beiden Ländern (vgl. dazu Lenk 2004) sowie viele Schweizer Abonnementzeitungen (s. Lenk 1998a) enthalten regelmäßig Kommentare. Oft werden Kommentare per Rubriktitlel auch explizit als solche überschrieben und/oder zusätzlich typographisch hervorgehoben (z. B. durch Schriftartwechsel, abweichende Spaltenbreite, geänderten Durchschuss, Rahmung bzw. einen Kasten, Farbunterlegung u.Ä.).

¹ Vgl. die Tagungs-Homepage unter <http://blogs.helsinki.fi/lenk>.

Neben der Kennzeichnung als Kommentar begegnen auch andere Rubriktitle wie *Standpunkt*, *Unsere Meinung* usw., vgl. etwa Lenk 1998a und b).

Was Radiohörer(innen) und Fernsehzuschauer(innen) betrifft, so ist ihre Begegnung mit Kommentaren in diesen Medien schon weniger wahrscheinlich: Sie hängt einerseits von den eingeschalteten Sendern ab (Kommentare gibt es fast nur in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten), andererseits von den Zeiten, in denen Radio gehört und fern gesehen wird: Radio-Kommentare werden zu bestimmten, oft feststehenden Zeiten ausgestrahlt, Fernsehkommentare² kommen v.a. in den ausführlicheren Spätausgaben von Nachrichtenmagazinen wie dem *heute-journal* des ZDF und den *Tagesthemen* der ARD vor, jedoch keineswegs regelmäßig.

Man kann davon ausgehen, dass deutsche Zeitungsleser(innen) sowie regelmäßige Rezipient(inn)en spätabendlicher öffentlich-rechtlicher Informationssendungen durch die kommunikative Praxis einen intuitiven Begriff davon haben, was ein Kommentar ist.

Schon etwas schwerer dürfte dies jenen Menschen fallen, die mit den genannten Medien seltener in Berührung kommen. Und gewiss wäre es auch für die meisten Zeitungsabonnenten in Deutschland und Österreich nicht unproblematisch, eine exakte Definition dessen zu geben, was ein Kommentar ist und was nicht (mehr). Dies liegt nicht zuletzt an Überschneidungen mit anderen Textsorten bzw. Sendeformaten mit ebenfalls meinungsbetontem Charakter.

2.2. Abgrenzungsprobleme

Eine alte Streitfrage in der Medienlinguistik und Kommunikationsforschung ist die nach dem Verhältnis von Leitartikel und Kommentar. Handelt es sich um zwei verschiedene Textsorten, oder ist der Leitartikel eine Variante des Kommentars? In Lenk (1998: 133–140) bin ich ausführlich auf entgegengesetzte Positionen in der Beantwortung dieser Frage in der Publizistikwissenschaft und in der Linguistik eingegangen. Schon damals zeichnete sich ab, dass die Mehrheit der Forscher(innen) den Leitartikel als eine Variante des Kommentars betrachtet. Dieser Trend setzt sich auch in jüngeren Veröffentlichungen fort. So verweisen z.B. Eilders/Neidhart/Pfetsch (2004: 15) darauf, dass etwa ein Viertel aller Kommentare ihres Analysekorpus Leitartikel waren. Und auch Fasel (2008: 103) betrachtet den „Leitartikel auf der Meinungsseite der Tageszeitung“ als eine der Formen des Kommentars (neben dem Editorial des Chefredakteurs einer Zeitschrift, dem Meinungsbeitrag eines Herausgebers, der Lokalspitze, der Kritik und Re-

² Zu Fernsehkommentaren vgl. Ramge (2000).

zension sowie der Karikatur als gezeichnetem Kommentar). Nowag/Schalkowski (1998: 178–180) betonen hingegen die Unterschiede zwischen Kommentar und Leitartikel, der für sie „der große Bruder des Kommentars ist“. Der Unterschied resultiere v.a. aus der Länge und dem Umfang der genutzten Argumentations- und Bewertungstechniken: „Zwar bedient sich der Leitartikel desselben Instrumentariums [sic] wie der Kommentar [...] Allerdings tut er dies – nicht zuletzt infolge seiner Länge – auf eine viel grundsätzlichere, ja auch gründlichere Art“ (ebd.). In Bezug auf ihr Thema seien Leitartikel darüber hinaus weniger an tagesaktuelle Nachrichten geknüpft als Kommentare. Hoppe (2000) folgt in engem Bezug auf Nowag/Schalkowski (1998) dieser Auffassung. – Etwas widersprüchlich ist die Darstellung bei Mast (⁸1998: 268–270), die den Leitartikel einerseits als eigene Darstellungsform vom Kommentar abgrenzt, ihn andererseits aber als „klassische Form des Kommentars“ charakterisiert. – In anderen Publikationen (wie Kurz et al. 2000: 301–325, Burger 2005: 215) wird zwar der Kommentar behandelt; der Begriff Leitartikel bleibt jedoch unerwähnt.

Deutlicher als Leitartikel und Kommentar werden i. d. R. Kommentar und Glosse unterschieden. Fasel (2008: 108) nennt sie „Kommentar mit Pfiff“ bzw. „pffiffiger Kommentar“ mit dem Wesenselement des Komischen und einer Fokussierung eher nebensächlicher Aspekte oder Themen, behandelt sie aber als eigene Textsorte. Nowag/Schalkowski (1998) betrachten die Glosse als „Spezialform des Kommentars“:

Unter Glosse versteht man einen Kurzkommentar spöttisch-ironischen, satirischen, sarkastisch-bitteren, grotesken Inhalts. [...] Der Kommentar umfasst die Glosse, die Glosse jedoch nicht den Kommentar. (Nowag/Schalkowski 1998: 184)

Hoppe (2000: 41–64) betont, neben einigen Gemeinsamkeiten wie der Universalität der möglichen Themen, v.a. die Unterschiede zwischen den beiden Textsorten. Diese Differenzen sieht sie u. a. in der Art und Methode der Meinungsäußerung, in der Weltsicht, der Unterschiedlichkeit der zu Grunde liegenden Normen, im Sprachstil und der Länge. Sie gelangt zu der Schlussfolgerung: „Die Glosse ist mehr als eine Spezialform des Kommentars – sie ist eher eine eigenständige Nebenform“, deren ‚Weltbild‘ das der Satire sei (ebd.: 61).

In der aktuellen medialen Praxis wird die Unterscheidung manchmal, jedoch nicht immer explizit gemacht. Auf der Meinungsseite der *Berliner Zeitung* beispielsweise erscheinen Glossen ohne irgendwelche formalen Kennzeichnungen unter den Kommentaren. *Unter* ist hier (auch) lokal gemeint, soll heißen: Sie stehen stets am unteren Ende der Spalte mit den i. d. R. drei Kommentaren (auf der Meinungsseite links) – wo sich oft aber auch ganz „normale“ Kommentare finden.

Man darf sicher eine fließende Grenze annehmen zwischen Kommentaren, die sich (gelegentlich auch) der Ironie oder komischer Ausdrucksformen bedienen, aber dennoch im Hauptteil eine rationale Argumentation anstreben, und Glossen mit ironisch-spöttischem Charakter bis hin zu einer absurden Argumentation: „Zeitungskommentare bilden ein variationsreiches Genre, vornehmlich der Tagespresse, das vom gravitatisch-schwergewichtigen Leitartikel bis zum heiteren oder bisigen, pointiert-glossenartigen ‚Streiflicht‘ reicht“ (Ramge/Schuster 2001: 1704).

Eine weitere Abgrenzungsschwierigkeit des Kommentar-Begriffs ergibt sich im Hinblick auf eine weitere meinungsäußernde Textsorte, die Kolumnen. „Eine Kolumne ist ein regelmäßig an gleichbleibender Stelle erscheinender Meinungsbeitrag ein und desselben Journalisten“ (Hoppe 2000: 37) bzw. „ein Meinungsartikel eines einzelnen, oft sehr bekannten Publizisten“ (Reumann 1996: 110), „eines speziellen, oft sehr bekannten Autors (Mast 1998: 272) bzw. „verfaßt von einem hierfür speziell angestellten o. frei beschäftigten Journalisten, dem sog. Kolumnisten“ (Silbermann 1982: 224). „Beliebte Spielarten sind Kolumnen von Gastautoren (Prominente, Politiker usw.)“ (Hoppe 2000: 38). „Eine Kolumne kann immer von dem gleichen Autor verfaßt sein, sie kann sich jedoch auch ständig wechselnder Gastautoren bedienen“ (Mast 1998: 272). Die Kolumne sei eine subjektive Einschätzung, gebe nicht die Meinung der Redaktion wieder und „mehr autoren- als gegenstandsbezogen“ (Hoppe 2000: 37). Dies schlage sich auch in der sehr viel freieren Themenwahl, die nicht tagesaktuellen Ereignissen verpflichtet sein muss, und im persönlichen Darstellungsstil und Sprachgebrauch nieder. Außerdem spricht A. M. Hoppe von einer „geringeren Ernsthaftigkeit und Zielgerichtetheit der Kolumne“ im Vergleich zu Kommentar und Leitartikel. Die Autorenbezogenheit äußert sich in der Zeitungspraxis häufig auch dadurch, dass die ja mit ihren Beiträgen regelmäßig an derselben Stelle wiederauftretenden Kolumnisten mit einem Foto präsentiert werden. Dieses typische Merkmal der äußeren Präsentation teilen Kolumnen der Abonnementpresse allerdings mit Kommentaren in Straßenverkaufszeitungen (vgl. Lenk 2004), in denen Kommentare häufig ebenfalls regelmäßig von bekannten Publizisten verfasst werden.

Die begriffliche Unschärfe treiben ausgerechnet journalistikwissenschaftliche Nachschlagewerke auf die Spitze: „Vielfach wird der Leitartikel auch als → *Kommentar* und auch als → *Kolumne* bezeichnet“ (Sonderhüsken 1991: 75); Kolumne „dient zur Bezeichnung einer mit relativer Regelmäßigkeit erscheinenden, zwischen → *Glosse* u. Kurzartikel liegenden, mit feststehendem Titel versehenen Kommentarform“ (Silbermann 1982: 224).

Hinzu kommt noch, dass in manchen Zeitungen nahezu regelmäßig auch sog. Gastkommentare veröffentlicht werden, die nicht von Journalisten des eigenen Blattes, sondern oft von prominenten Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Medien, Kultur und Sport stammen.

Von begrifflicher Klarheit kann, wie die obigen Darstellungen zeigen, in der Fachliteratur also ebenso wenig die Rede sein wie in der kommunikativen Praxis. Wie kann nun aber bestimmt werden, was verglichen werden soll? Wie muss eine vorausgehende Definition aussehen – ohne im Sinne zirkulären Schließens bereits vorwegzunehmen, was eigentlich erst das Ergebnis der vergleichenden Analyse sein soll?

2.3. Linguistische und journalistikwissenschaftliche Definitionen

Im hier zur Verfügung stehenden Rahmen kann selbstredend kein umfassender Überblick über Auffassungen zur Textsorte Kommentar in sprach- und in medienwissenschaftlichen Untersuchungen geboten werden. Es kann lediglich exemplarisch auf einige wichtige Arbeiten eingegangen werden.

Unter den linguistischen Arbeiten, die sich mit dem Zeitungskommentar befassen, hat das Überblickswerk von Lüger (²1995) die größte Aufmerksamkeit erfahren. Seine Definition des Kommentars gehört zu den (nicht nur) in der Linguistik am häufigsten zitierten. Ausgehend von einer funktionsorientierten Bestimmung des Kommentars, der der Interpretation, Erklärung und Erläuterung aktuellen Geschehens in Politik und Gesellschaft zu dienen hat, widmet sich die handlungstheoretisch orientierte Analyse dann vor allem den typischen Bestandteilen der argumentativen Textstruktur in (den meisten) Kommentaren. Dabei werden drei spezifische Konstituenten für die Textsorte ‚Kommentar‘ herausgeschält: a) der *argumentative Kern* mit einer Bewertungshandlung, die vom Leser übernommen werden soll und im Text durch verschiedene andere Handlungen gestützt werden kann;³ „b) eine *Orientierung über den zugrundeliegenden Sachverhalt*, die für die zentrale Argumentation einerseits die Verstehensvoraussetzungen klärt und andererseits über verschiedene Einstellungskundgaben die Akzeptierungsbedingungen verbessert; c) die (fakultative) Präsentation einer Gegenposition, deren argumentative Widerlegung jedoch wiederum den Geltungsanspruch der dominierenden Bewertungshandlung stärkt“ (Lüger ²1995: 132). In der textuellen Struktur von Kommentaren ließen sich häufig auch die Dispositionsschemata der klassischen Rhetorik erkennen: *exordium*, *narratio*, *argumentatio*, *refutatio* und *peroratio* (ebd.: 136). Darüber hinaus sind Kommentare, gemäß den Darstellungen bei Lüger und den Spezialuntersuchungen, auf die er verweist, durch den häufigen Einsatz bestimmter auffälliger sprachlicher Mittel charakterisierbar. Die genannten textstrukturellen und typischen Gestaltungsmittel führen bei Lüger (²1995: 136) zu der Auffassung,

³ Dieser Sichtweise, in der Lüger (²1995) u. a. auch Läser (1988) folgt, schließt sich auch Wüest (2011: 223 f.) an, der Bewertungshandlungen jedoch als axiologische Sprechakte (ebd.: 37) bezeichnet und Zeitungskommentare folglich als axiologische Textsorte definiert.

dass die übliche Unterteilung meinungsbetonter Darstellungsformen in Leitartikel, Kolumne und Kommentar zu vernachlässigen sei. Die Glosse, der ein eigenes Subkapitel gewidmet ist, unterscheide sich hingegen sowohl im Hinblick auf ihren feuilletonistischen, polemisch zuspitzenden Stil als auch im Hinblick auf ihre Funktion deutlich vom Kommentar: Diene letzterer der Überzeugung von einem Standpunkt, setze die Glosse einen Konsens bereits voraus (vgl. Lüger²1995: 137).

Im Wesentlichen folgt auch die knappe Charakterisierung der Textsorte Kommentar bei Burger (³2005: 215) diesen inhaltlichen Bestimmungen (thematischer Bezug auf Informationstexte, Dominanz von Wertungshandlungen mit gelegentlichem Appell – nicht an die Zeitungleser(innen), sondern an Politiker(innen) und Institutionen –, argumentative Textstruktur, „expressive“ sprachliche Mittel). Außerdem erfordere der Kommentar eine „subjektive, perspektivische Sicht, [...] die sich oft zugleich mit derjenigen der Redaktion“ decke (ebd.). An einer anderen Stelle wird diese Auffassung noch prononcierter formuliert: „Im Kommentar wird explizit die persönliche Meinung des namentlich Unterzeichnenden erkennbar“ (Burger ³2005: 225, vgl. ähnlich, mit Bezug auf Leitartikel, Skog-Södersved 1993: 22). Dagegen erläutern Ramge/Schuster (2001) am Beispiel der FAZ, dass alle, auch die namentlich gekennzeichneten Kommentare und Leitartikel, vom Herausgeberkollegium gegengelesen werden und es sich also gerade nicht um eine persönliche Meinungsäußerung, sondern um den Ausdruck der allgemeinen politischen Linie des Blattes handle. Gegen eine (primär) subjektive, personale Perspektive spricht auch die Tatsache, dass Pronomen der 1. Person insbesondere im Singular (*ich, mein*) bzw. beim Plural (*wir, unser*) in exklusiver (die Adressaten nicht mit einschließender) Verwendung, in Kommentaren aus bundesdeutschen Abonnementzeitungen – im Gegensatz zur Alt- und zur Reform-DDR – äußerst selten vorkommen (vgl. Fleischer 2011, auch Ramge 1991 und Lenk 1998b). Gerade hier liegt ein bemerkenswerter sprachlicher Unterschied zu Kolumnen und teils auch zu Kommentaren in Boulevardzeitungen bzw. im Fernsehen. Nicht für alle Zeitungen im deutschsprachigen Raum, erst recht nicht für die Presse in anderen Ländern ist auch die generalisierende Behauptung zu halten, wonach jeder Kommentar „von einem namentlich gekennzeichneten Autor verantwortet“ (Burger ³2005: 215) wird. Beispielsweise in der FAZ sind Kommentare lediglich mit Namenskürzeln versehen, deren Entschlüsselung selbst bei einem Blick ins Impressum der einzelnen Ausgabe nicht unbedingt leicht fällt. In der größten finnischen Tageszeitung erscheinen i. d. R. täglich drei Leitartikel auf Seite 2 des Blattes ohne jegliche Namensangabe des Verfassers/der Verfasser(in/nen)⁴. Die Charakterisierung von Kommentaren als (in erster Linie) persönlicher

⁴ Zusätzlich gibt es allerdings oft noch weitere, namentlich gekennzeichnete Kommentare, oft auch von Gastautor(inn)en, zu denen nicht selten aktive Amtsinhaber(innen) aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung zählen.

Meinung der Autor(inn)en ist daher m. E. weder durch die sprachlichen Gegebenheiten gedeckt, noch stimmt sie mit Auffassungen überein, wie sie in der Medienwissenschaft formuliert werden:

In ihren Kommentaren nehmen Medien legitimermaßen Stellung zum aktuellen Tagesgeschehen. [...] Aus der Perspektive von Ansätzen zur deliberativen Demokratie sind Medien autonome Akteure der politischen Kommunikation. In Kommentaren nehmen sie ihr Recht in Anspruch, sich als Sprecher der Öffentlichkeit mit ihrer eigenen Sichtweise, ihren Präferenzen und Bewertungen zu Wort zu melden. (Eilders 2008: 27)

Demzufolge geht es bei Kommentaren also nicht um persönliche Stellungnahmen Einzelner, sondern um die Standpunkte der Medien, in denen die Kommentartexte erscheinen – und dies primär auch dann, wenn einzelne Journalist(inn)en als Autor(inn)en der Meinungsäußerungen genannt sind. Dies wird auch durch die Untersuchungen von Eilders/Neidhardt/Pfetsch (2004: 39–73) bekräftigt, wonach die Redaktionen der Blätter insbesondere die Themenwahl der Kommentare wesentlich beeinflussen und ein Großteil der am häufigsten Kommentare verfassenden (mehrheitlich männlichen) Journalisten Führungspositionen in den betreffenden Zeitungsredaktionen innehaben.

Die Tatsache, dass Kommentare in die Gestaltung der Wirklichkeit eingreifen wollen, wird auch in der funktionalen Bestimmung des Wesens des Kommentars bekräftigt, die Nowag/Schalkowski (1998) in verschiedenen gesellschaftlichen Bezugsrahmen vornehmen. Eine wichtige Besonderheit dieser Textsorte sehen sie darin, dass Journalisten hier nicht nur (wie bei Nachrichten und anderen informationsbetonten Textsorten) die Wirklichkeit abbilden, sondern sie bewusst beeinflussen und mitgestalten, d.h. „über die Köpfe ihrer Leser rational auf deren Tun einwirken“ (Nowag/Schalkowski 1998: 16) wollen:

Der Kommentar ist – neben dem Leitartikel – die einzige Darstellungsform, die bewußt, willentlich und zielorientiert mit den Mitteln rationaler Überzeugungstechniken in den Erkenntnisstand und Erkenntnisprozeß des Lesers eingreift. (ebd.)

Großen Raum nehmen im Folgenden dann verschiedene Verfahren der Textstrukturierung bei Kommentaren ein. Als wesentliche Modelle werden, an Hand konkreter Beispiele aus der journalistischen Praxis, das Erklären und das Bewerten erläutert. In beiden genannten Grundstrukturen des Kommentars spielt die Argumentation eine entscheidende Rolle, denn auch Werturteile müssen vom Kommentator argumentativ begründet werden (vgl. ebd.: 52).

Für vergleichende Untersuchungen stellt sich die Frage, ob mit der persuasiven Textfunktion und mit typischen, musterhaften Textstrukturen hinreichen-

de Kriterien für die eindeutige Erfassung von konkreten Medientexten, die der Textsorte Kommentar zuzuordnen sind, bei der Zusammenstellung von Korpora gegeben sind.

2.4. Textmusterdehnungen

Die im Abschnitt 2.3 referierten Definitionen und Wesensbeschreibungen von Kommentaren sind in erster Linie auf der Basis deutschsprachiger Abonnementzeitungen entwickelt worden. Sie zielen auf die Erfassung der typischen Ausprägung der Textsorte in dem genannten Medientyp, auf die Beschreibung von häufig wiederkehrenden Mustern der textuellen Gestaltung. Dabei folge ich der Auffassung von Gansel/Jürgens (2002: 55f.), die den Begriff des Textmusters dem Begriff der Textsorte unterordnen: Für ein und dieselbe Textsorte können also mehrere verschiedene Textmuster prägend sein, wie die Autoren gerade am Beispiel des Zeitungskommentars erläutern. Auch solche divergierenden Textmuster schreiben jedoch, gerade bei einer journalistischen Textsorte wie dem Kommentar, die konkrete Gestaltung des Einzeltextes keineswegs zwingend vor. In der textlinguistischen Literatur hat sich generell die Auffassung durchgesetzt, dass „Textsorten in der Regel prototypischen Charakter haben“, so dass „konkrete Textexemplare erhebliche Unterschiede aufweisen [können], etwa, was ihre Textstruktur (z.B. Anordnung und Vorkommen von Teiltexten) oder ihre konkrete sprachliche Ausgestaltung betrifft“ (Fandrych/Thurmair 2011: 16). Treten Abweichungen in einer bestimmten Richtung häufiger auf, kann man dies mit dem Begriff der Textmusterdehnung bezeichnen, den Angelika Linke am Beispiel von kreativen Todesanzeigen aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts geprägt hat (vgl. Linke 2001).

Solche Abweichungen von den kommentarüblichen Textmustern begegnen in der journalistischen Praxis beispielsweise dann, wenn Kommentare direkt an Einzelpersonen, ggf. auch an ein Regierungsmitglied, adressiert sind und also, einschließlich einer direkten Anrede des Adressaten, eher die Form eines offenen Briefes annehmen. Beispiele aus Schweizer Tageszeitungen finden sich in Lenk (2011), ein weiteres aus der Berliner Zeitung vom 15. März 2010 wird in Lenk (in Vorb.) präsentiert.

Aufgrund der kommentartypischen formalen Auszeichnung (Schriftart, Kasten, Position im Blatt) kann man in diesen Fällen dennoch davon ausgehen, dass es sich um Kommentare handelt, wenn auch außergewöhnliche.

Wenn sich Muster zweier verschiedener Textsorten auf so auffällige Weise mischen, dass von einer Übernahme eines anderen Textmusters gesprochen werden kann, lässt sich dies auch als Hybridisierung beschreiben. So sind etwa die

(als solche bezeichneten) Kommentare des öffentlich-rechtlichen RBB-Senders Radio eins häufig als Gespräche zwischen Moderator und Kommentator strukturiert. Hier kommt es zu einer Vermischung von Interviews und der klassischen, konzeptionell schriftkonstituierten Form des Rundfunkkommentars, wie sie beispielsweise beim Radiosender Deutschlandfunk nach wie vor gepflegt wird. Hybridformen machen die konkreten Entscheidungen bei der Korpuserhebung für kontrastive Textsortenuntersuchungen noch komplizierter.

2.5. Interkulturelle Aspekte

War im vorausgehenden Abschnitt von Musterabweichungen, Textmusterdehnungen und Hybridformen innerhalb des deutschen Sprachraumes die Rede, so verschärfen sich die Komplikationen, wenn man den Blick auf andere Länder richtet. Das betrifft einerseits das Vorkommen der Textsorte Kommentar überhaupt, zum anderen die üblichen Bezeichnungen für die Textsorte in anderen Sprachen, drittens ihren möglicherweise unterschiedlichen Platz in den medien-spezifischen Textsortennetzen, viertens vielleicht auch die typischen Gestaltungsmuster in der Textstrukturierung und bezüglich der Formulierungskonventionen.

Zum Vorkommen von Kommentaren etwa in der europäischen Tagespresse gibt es keinen wirklich verlässlichen Überblick. Noch weniger Informationen stehen in Bezug auf die elektronischen Massenmedien Rundfunk und Fernsehen zur Verfügung. So sei hier lediglich erwähnt, dass das Schweizer Boulevardblatt *Blick* beispielsweise keine Kommentare veröffentlicht. Das gilt auch für die Gratis-Tageszeitung⁵ *Metro* (wenigstens für die finnische Ausgabe). – Rundfunkkommentare kommen nur in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten Deutschlands, Österreichs und der Schweiz vor – im Fernsehen nur unregelmäßig, und kommerzielle Radio- und TV-Sender verzichten auch in den deutschsprachigen Ländern weitestgehend auf diese Textsorte. Letzteres gilt aber beispielsweise auch für das öffentlich-rechtliche finnische Fernsehen. Wenn es um Bewertungen oder Erklärungen komplizierter Ereignisse und Entwicklungen geht, lädt man dort gern Experten ins Studio, die von der Nachrichtenmoderatorin/dem Moderator interviewt werden. Bei den Experten kann es sich um leitende Journalisten der eigenen Sendeanstalt, um Wissenschaftler(innen) oder auch um Politiker(innen) oder Beamte handeln. Gelegentlich werden auch Auslandskorrespondenten, die von ihrem Aufenthaltsort zugeschaltet sind, neben der bzw. in Ergänzung zur Berichterstattung um solche Einschätzungen gebeten. Sie alle erfüllen mit ihren Erklärungen, Argumentationen und Bewertungen, um die sie im Gespräch oft

⁵ Näheres zu diesem Medientyp findet sich bei Große (2008).

explizit gebeten werden, all jene Funktionen, die für Kommentare typisch sind. Die Experten sind natürlich auf die Fragestellungen vorbereitet, geben ihre Antworten und Einschätzungen jedoch im Regelfall frei sprechend.

Ein interkultureller Vergleich von Kommentaren, der alle Medientypen einschließen sollte, in denen die Textsorte in den deutschsprachigen Ländern auftritt, liefe hier also ins Leere.

Ein weiteres Problem ist die explizite sprachliche Auszeichnung der Texte, die in den deutschsprachigen Ländern der Textsorte Kommentar zugerechnet werden. Im Englischen beispielsweise gibt es durchaus das Wort *commentary*, in britischen, nordamerikanischen, australischen Zeitungen begegnen jedoch eher Rubrikennzeichnungen wie *comment* oder *opinion*. Beide Begriffe weisen, wie die in deutschen Zeitungen oft als Seitentitel benutzte Bezeichnung *Meinung*, allerdings einen größeren Bedeutungsumfang auf als die Textsortenbezeichnung *Kommentar*. Das Bemühen, *Kommentar* (z. B. bei Projektanträgen) ins Finnische zu übersetzen, stößt auf größere Probleme. Es gibt keinen allgemein (von der Mehrheit der Tageszeitungen) akzeptierten Textsortenbegriff. Als Lösung bieten sich die Alternativen *komentti* oder *kommentaari* an. Aber selbst innerhalb einer Zeitung, in *Helsingin Sanomat* als der mit Abstand größten finnischen Tageszeitung, begegnet eine ganze Reihe von Rubrikitteln bei Texten, die im Deutschen als Kommentar gelten können: Neben *komentti* kommen beispielsweise auch *uutisanalyysi* („Nachrichteanalyse“), *näkökulma* („Blickwinkel“) und andere vor.

In neueren Arbeiten zur Textsortenlinguistik (als kleine Auswahl sei verwiesen auf Adamzik 2007, Janich 2008, Luginbühl 2010, Hauser 2011) wird hervorgehoben, dass Textsorten nicht als isolierte Entitäten, sondern im Verbund von Textsortennetzen oder -repertoires betrachtet werden müssen, in denen sie ihre eigene Funktion erfüllen. Mehr noch als die Präsenz einzelner Textsorten variiert die Ausprägung solcher Verbünde von Textsorten in den Medien verschiedener Länder und verschiedenen Typs. Es sind, mit Luginbühl (2010: 201), sogar spezifische journalistische Kulturen in einzelnen Medien oder gar Redaktionen anzunehmen. Ein Vergleich des Kommentars darf sich also nicht allein auf die Ermittlung von Exemplaren dieser Textsorte beschränken, sondern muss auch im Blick haben, welche spezielle Funktion dem Kommentar in der Gesamtheit von Textsorten in einem bestimmten Publikationsorgan bzw. Sender zukommt.

Erst auf einer solchen Grundlage kann dann an die Beschreibung funktionaler, textstruktureller und sprachlich-formulativer Eigenschaften der als Kommentar identifizierten Texte gegangen werden.

3. Tertium comparationis

Es ist eine triviale Tatsache, dass jeder sinnvolle Vergleich eine Basis braucht, die prinzipielle Vergleichbarkeit schafft. Es muss sich um eine, wenn auch abstrakte, Eigenschaft handeln, die die beiden miteinander zu vergleichenden Seiten besitzen. Dieses gemeinsame Merkmal ist, als Vergleichsmoment oder tertium comparationis (t. c.), für die kontrastive Linguistik als unabdingbare Voraussetzung des Vergleichs selbstverständlich.

Es ist jedoch nicht einfach, das t. c. beim Vergleich von Texten und von Textsorten festzulegen. Auf diese Problematik ist vielfach hingewiesen worden (vgl., ebenfalls als nur sehr kleine Auswahl, etwa Spillner 1981 und 2011, Chesterman 1998: 27–29 und 161–165, Krause 2000, Lüger 2005, Lüger/Lenk 2008, Piitulainen 2011: 370–375). Die Gründe dafür sind einsichtig:

They are due to the simple fact that a speaker has many more choices at the text level than at the sentence level: the larger the unit, the more alternative expressions are available. This means at the textual level of analysis we are not only interested in the conditions governing the various forms of expression chosen, but also in the semantic choices themselves, in what is to be expressed. (Chesterman 1998: 158)

Die Komplexität der Entscheidungsmöglichkeiten bei der Formulierung von Texten führt nun zu der Frage, wie ein sinnvolles t. c. für den Textsortenvergleich beschaffen sein sollte, d.h. aufgrund welchen Kriteriums nach Ähnlichkeiten und Unterschieden in der Ausprägung von Textmustern zu suchen ist.

Die definitorenischen Beschreibungen der Textsorte Kommentar in Linguistik und Publizistikforschung legen es nahe, die Funktion und die Textgestalt (als Einheit von typischen Strukturen und Formulierungen) zum t. c. zu erheben.

3.1. Funktion?

Nach der oben referierten Ansicht von Nowag/Schalkowski zeichnet Kommentar und Leitartikel distinktiv die Funktion aus, dass sie bewusst und zielgerichtet auf das Denken und Handeln der Leser(innen) einwirken. Dieses Merkmal hebt die genannten Textsorten(varianten) aber lediglich als journalistische (also von Journalist(inn)en verfasste) Texte von anderen ab, es unterscheidet sie jedoch nicht von allen Texten, die in Zeitungen erscheinen. Auch Appelle politischer Gruppierungen, die beispielsweise als offene Briefe oder in Inseraten veröffentlicht werden, des Weiteren Leserbriefe, politische und kommerzielle Werbung haben eine ähnliche Funktion. Gastkommentatoren und Kolumnisten können

sich als eindeutige Interessenvertreter weltanschaulicher, politischer Gruppen oder von Tarifpartnern äußern. Auch hier liegt eine direkte Beeinflussungsabsicht, ein politisches Agieren vor, ohne dass die betreffenden Texte als journalistischer Kommentar gelten können. Die persuasive Funktion allein ist also kein hinreichendes Abgrenzungsmittel für den Kommentar und bildet für sich genommen noch kein hinreichendes t. c.

3.2. Textgestalt?

Im Hinblick auf die Textgestalt werden einerseits der grundsätzlich bewertende Charakter (mit Elementen der Information zum Bewertungsgegenstand und zur Stützung der Bewertungen) und der argumentative Aufbau als typisch für Kommentare herausgestellt. Beide Eigenschaften teilen Kommentare mit anderen Textsorten, etwa der Kritik/Rezension oder mit Appellen und mit (vielen) Leserbriefen, außerdem auch mit Textsorten außerhalb der Medien, etwa Gutachten. Darüber hinaus gibt es eine recht deutliche Variationsbreite der sprachlichen Gestaltung und der textuellen Struktur von Kommentaren. Auch dieses Kriterium reicht, isoliert herangezogen, als t. c. nicht.

3.3. Formale Auszeichnung und Benennung?

In vielen deutschsprachigen Zeitungen werden Kommentare explizit als solche benannt. Daneben kommt aber auch eine Reihe weiterer Rubrikkennzeichnungen vor. Dies gilt erst recht, wenn man den Blick auf die internationale Presse weitet. – Neben der Textsortenbezeichnung legen viele Redaktionen großes Gewicht auf die formale Abhebung der Kommentare von informationsbetonten Textsorten (Nachrichten, Berichte, Reportagen, Hintergrundartikeln usw.). Auch dieses wichtige Indiz sollte daher bei der Erfassung von Texten in der Zusammenstellung eines Korpus berücksichtigt werden. Da es aber nicht überall gleichermaßen eingesetzt wird, kann es keinen definitorischen Status erhalten.

3.4. Ausgangsdefinition der Textsorte Kommentar für den interkulturellen Vergleich

Als t. c. für den Vergleich von Kommentaren in verschiedenen europäischen Diskursgemeinschaften und Medientypen kommt also nur eine Kombination aus mehreren Merkmalen in Betracht. Ein entscheidendes definitorisches Merkmal ist die persuasive Funktion. Ein zweites ist die thematische Aktualität. Zur Ab-

grenzung von anderen (nicht-journalistischen) persuasiven, meinungsäußernden, auf direkte Beeinflussung der Einstellungen der Rezipienten zielenden Texten (wie Appellen, politischen und kommerziellen Werbeinseraten, Leserbriefen, Gastkommentaren) muss auch die Autorenschaft berücksichtigt werden: Der Kommentar als journalistische Textsorte wird von Mitgliedern der betreffenden Redaktion verfasst.

Dementsprechend kann folgende Textsortendefinition gegeben werden:

„Kommentare“ sind meinungsbetonte, auf die Beeinflussung (d.h. Festigung oder Veränderung) der Einstellungen und Überzeugungen der Leser orientierte, von Journalisten des betreffenden Mediums verfasste Texte, die ein aktuelles Ereignis oder soziales Problem einordnen und bewerten, eine Prognose geben, bestimmte Handlungen empfehlen und/oder zu solchen auffordern. Leitartikel können als eine besonders herausgehobene Variante des Kommentars gelten.

4. Aufgaben bei einer vergleichenden Analyse von Kommentaren

Ziel eines empirischen Vergleichs von Kommentaren sollte es sein, neue Erkenntnisse über Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Form persuasiver Kommunikation in verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften in Europa und in verschiedenen Medien sowie Medientypen zu gewinnen.

Kommunikationsgemeinschaften können auf der Ebene einzelner Medien und ihrer Rezipienten, auf regionaler, auf sprachlicher oder nationaler Ebene bestehen. In welcher Art von Kommunikationsgemeinschaft bestimmte rhetorische Traditionen und journalistische Kulturen zur Ausprägung von jeweils typischen Makrostrukturen persuasiver Texte führen, kann erst im Ergebnis der Analyse ermittelt werden.

Auf folgende Fragen sollte dabei eine Antwort gesucht werden:

1. Wie (d.h. wie häufig und wo) kommen Kommentare in verschiedenen Medien vor? In welcher Relation stehen sie zu anderen Textsorten/Sendeformaten/Kommunikationsformen?
2. Welche Textgestaltungsmuster von Zeitungskomentaren gibt es in verschiedenen Pressetypen und deren Ressorts (Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Sport usw.)?
3. Welche Textgestaltungsmuster sind für Kommentare im Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) in den ausgewählten Kommunikationskulturen charakteristisch?
4. Welche typischen sprachlichen Mittel kommen in den Kommentaren verschiedener Medien und Sparten vor?

5. Welche Gemeinsamkeiten, welche Unterschiede lassen sich in Bezug auf diese Textgestaltungsmuster und makrostrukturellen Typika persuasiver Texte relativ zu den untersuchten Kommunikationsgemeinschaften ermitteln?
6. Wie sind solche Unterschiede im Hinblick auf journalistische Kulturen und rhetorische Muster zu erklären?
7. Welche Auswirkungen können solche Unterschiede für die Textrezeption in interkulturellen Kontaktsituationen haben? Welche Missverständnisse und Konflikte können sich aufgrund der ermittelten Musterdifferenzen ergeben, und wie sind sie vermeidbar?

Für die Beantwortung dieser Fragen sind verschiedene methodische Zugänge denkbar. Dazu gehören handlungsorientierte, rhetorische, argumentations- und diskursanalytische Ansätze ebenso wie qualitativ und quantitativ vorgehende Analysen bestimmter sprachlicher Eigenschaften (Metaphern und Phraseologismen, syntaktische Strukturen, Gebrauch von Personalpronomina, metakommunikative Ausdrücke u.Ä.).

Dabei handelt es sich um Analyseaspekte, die Einblicke in die üblichen Strukturen argumentativen und persuasiven Kommunizierens in verschiedenen Kommunikationsgemeinschaften erlauben. Kenntnisse über solche rhetorischen Traditionen können auf internationaler Ebene den Erfolg des kommunikativen Handelns beeinflussen. Sie wirken in der Textrezeption und -bewertung ebenso wie im eigenen Sprechen und Schreiben. Darauf sollten sich international Agierende einstellen können, indem sie um eventuelle Unterschiede in Bezug auf solche Traditionen wissen. Der Textsortenvergleich kann dazu beitragen, entsprechendes Wissen hervorzubringen.

Literatur

- Adamzik, Kirsten (2007): Die Zukunft der Text(sorten)linguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund. In: Fix, Ulla/ Habscheid, Stephan/ Klein, Josef (Hrsg.): Zur Kulturspezifität von Textsorten. Tübingen, S. 15–30.
- Burger, Harald (2005): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien.* 3., völlig neu bearbeitete Aufl. Berlin/New York.
- Chesterman, Andrew (1998): *Contrastive Functional Analysis.* Amsterdam/Philadelphia.
- Eilders, Christiane (2008): Massenmedien als Produzenten öffentlicher Meinungen – Pressekommentare als Manifestation der politischen Akteursrolle. In: Pfetsch, Barbara/ Adam, Silke (Hrsg.): *Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen.* Wiesbaden, S. 27–51.
- Eilders, Christiane/ Neidhart, Friedhelm/ Pfetsch, Barbara (2004): *Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der Bundesrepublik.* Wiesbaden.
- Fandrych, Christian/ Thurmair, Maria (2011): *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht.* Tübingen.

- Fasel, Christoph (2008): Textsorten. Konstanz.
- Fleischer, Holm (2001): Wandlungen im Sprachgebrauch. Referenz und Pragmatik der Pronomen in ostdeutschen Zeitungskommentaren. Am Beispiel der Leipziger Volkszeitung vor, während und nach der „Wende“. (amades: Arbeitspapiere und Materialien zur deutschen Sprache; 1/01). Mannheim.
- Gansel, Christina/ Jürgens, Frank (2002): Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. Wiesbaden.
- Große, Ernst Ulrich (2008): Ein neues Phänomen: die internationalen Gratis-Tageszeitungen. In: Lüger, Heinz-Helmut/ Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, S. 31–54.
- Hauser, Stefan (2011): Phraseologie in Textsortennetzen. Theoretische Überlegungen und empirische Beobachtungen am Beispiel der Sportberichterstattung. In: Lenk, Hartmut E. H./ Stein, Stephan (Hrsg.): Phraseologismen in Textsorten. Hildesheim/Zürich/New York, S. 65–88.
- Hoppe, Anja Maria (2000): Glossenschreiben. Ein Handbuch für Journalisten. Wiesbaden.
- Kurz, Josef/ Müller, Daniel/ Pötschke, Joachim/ Pöttker, Horst (2000): Stilistik für Journalisten. Wiesbaden.
- Janich, Nina (2008): Intertextualität und Text(sorten)vernetzung. In: Janich, Nina (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen, S. 177–196.
- Krause, Wolf-Dieter (2000): Text, Textsorte, Textvergleich. In: Adamzik, Kirsten (Hrsg.): Textsorten. Reflexionen und Analysen. Tübingen, S. 45–76.
- Läzer, Rüdiger (1988): Zur Illokutionsstruktur von Pressekommentaren. In: Zeitschrift für Germanistik 9, S. 472–479.
- Lenk, Hartmut E. H. (1998a): Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in konventionellen Tageszeitungen aus der Deutschschweiz. Teil I: Beschreibungsgrundlagen, Vorkommenshäufigkeit, Textsortencharakteristika und -differenzierung. In: Gérard Krebs: Schweiz 1998. (Der Ginkgo-Baum. Germanistisches Jahrbuch für Nordeuropa. 16. Folge). Helsinki, S. 127–153.
- Lenk, Hartmut E. H. (1998b): ‚Persönliche Perspektivierung‘ als Persuasionsstrategie in DDR-Pressekommentaren der Wendezeit. In: Hoffmann, Michael/ Keßler, Christine (Hrsg.): Beiträge zur Persuasionsforschung. Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte. Frankfurt am Main u. a., S. 121–155.
- Lenk, Hartmut E. H. (2004): Die Textsorte ‚Pressekommentar‘ in Boulevardzeitungen der deutschsprachigen Länder. In: Jäntti, Ahti/ Nurminen, Jarkko (Hrsg.): Thema mit Variationen. Dokumentation des VI. Nordischen Germanistentreffens in Jyväskylä vom 4.-9. Juni 2002. Frankfurt am Main u. a., S. 241–256.
- Lenk, Hartmut E. H. (2011): Sprachhandeln im Zeitungskommentar. Die Illokutionsstrukturanalyse (ISA) als Textbeschreibungsmodell. In: Wåghäll Nivre, Elisabeth u. a. (Hrsg.): Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009. Stockholm, S. 165–181.
- Lenk, Hartmut E. H. (in Vorb.): Textsortenhybride beim Kommentar. Vortrag auf der 4. Internationalen Tagung zur kontrastiven Medienlinguistik, 6.–8.9.2012 in Zürich.
- Linke, Angelika (2001): Trauer, Öffentlichkeit und Intimität. Zum Wandel der Textsorte ‚Todesanzeige‘ in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. In: Fix, Ulla/ Habscheid, Stephan/ Klein, Josef (Hrsg.): Zur Kulturspezifik von Textsorten. Tübingen, S. 193–221.
- Lüger, Heinz-Helmut (²1995): Pressesprache. 2., neu bearbeitete Aufl. Tübingen.
- Lüger, Heinz-Helmut (2005): Optimierungsverfahren in Presstexten. Aspekte einer kontrastiven Analyse (deutsch-französisch). In: Lenk, Hartmut E. H./ Chesterman, Andrew (Hrsg.): Presstextsorten im Vergleich / Contrasting Text Types in the Press. Hildesheim/Zürich/ New York, S. 1–34.

- Lüger, Heinz-Helmut/ Lenk, Hartmut E. H. (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen. In: Lüger, Heinz-Helmut/ Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Kontrastive Medienlinguistik. Landau, S. 11–28.
- Lüger, Heinz-Helmut/ Lenk, Hartmut E. H. (2008): Kontrastive Medienlinguistik. Landau.
- Luginbühl, Martin (2010): Sind Textsorten national geprägt? Nachrichtensendungen im Vergleich. In: Luginbühl, Martin/ Hauser, Stefan (Hrsg.): MedienTextKultur. Linguistische Beiträge zur kontrastiven Medienanalyse. Landau, S. 179–207.
- Mast, Claudia (1998): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionspraxis. 8., überarb. Aufl. Konstanz, S. 268–278.
- Nowag, Werner/ Schalkowski, Edmund (1998): Kommentar und Glosse. Konstanz.
- Piitulainen, Marja-Leena (2011): Von Grammatik und Wortschatz bis zu Textsorten und Kulturunterschieden. Eine Übersicht über den Sprach- und Kommunikationsvergleich Finnisch-Deutsch. In: Lenk, Hartmut E. H. (Hrsg.): Finnland – Geschichte, Kultur und Gesellschaft. Landau, S. 367–405.
- Ramge, Hans (1991): Dialogisches in politischen Zeitungskommentaren. In: Stati, Sorin/ Weigand, Edda/ Hundsniorscher, Franz (Hrsg.): Dialoganalyse III. Referate der 3. Arbeitstagung Bologna 1990. Teil 2. Tübingen, S. 217–229.
- Ramge, Hans (2000): Fernsehkommentare – Kommentieren zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In: Fritz, Gerd/ Jucker, Andreas H. (Hrsg.): Kommunikationsformen im Wandel der Zeit. Vom mittelalterlichen Heldenepos zum elektronischen Hypertext. Tübingen, S. 137–158.
- Ramge, Hans/ Schuster, Britt-Marie (2001): Kommunikative Funktionen des Zeitungskommentars. In: Leonhardt, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. Berlin/New York, S. 1702–1712.
- Reumann, Kurt (1996): Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/ Schulz, Wilfried/ Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Aktualisierte, vollständig überarbeitete Neuausgabe. Frankfurt am Main, S. 91–116.
- Silbermann, Alphons (1982): Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung. 2 Bde. Berlin.
- Skog-Södersved, Mariann (1993): Wortschatz und Syntax des außenpolitischen Leitartikels. Quantitative Analysen der Tageszeitungen „Neues Deutschland“, „Neue Zürcher Zeitung“, „Die Presse“ und „Süddeutsche Zeitung“. Frankfurt am Main u. a.
- Sonderhüsken, Hermann (1991): Kleines Journalisten-Lexikon. Fachbegriffe und Berufsjargon. München.
- Spillner, Bernd (1981): Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer Kontrastiven Textologie. In: Kühlwein, Wolfgang/ Thome, Gisela/ Wilss, Wolfram (Hrsg.): Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. München, S. 239–250.
- Spillner, Bernd (2011): Interkultureller Sprachvergleich. In: Straub, Jürgen/ Weidemann, Arne/ Weidemann, Doris (Hrsg.): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder. Stuttgart/Weimar, S. 364–383.
- Wüest, Jakob (2011): Was Texte zusammenhält. Zu einer Pragmatik des Textverstehens. Tübingen.

PD Dr. Hartmut Lenk
 Universität Helsinki
 Institut für moderne Sprachen / Germanistik
 Pf. 24, FI-00014 Universität Helsinki
 E-Mail: Hartmut.Lenk@helsinki.fi