

Michaela Schmid
Ulf Sauerbrey
Steffen Großkopf
(Hrsg.)

Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft

Grundlagen und Reflexionen

Michaela Schmid
Ulf Sauerbrey
Steffen Großkopf
(Hrsg.)

Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft

Grundlagen und Reflexionen

unter Mitarbeit von Katrin Witty

Verlag Julius Klinkhardt
Bad Heilbrunn • 2019

k

Die Publikation wurde gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft.

Dieser Titel wurde in das Programm des Verlages mittels eines Peer-Review-Verfahrens aufgenommen. Für weitere Informationen siehe www.klinkhardt.de.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet abrufbar über <http://dnb.d-nb.de>.

2019.Jg. © by Julius Klinkhardt.

Das Werk ist einschließlich aller seiner Teile urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Satz: Elske Körber, München.

Druck und Bindung: AZ Druck und Datentechnik, Kempten.

Printed in Germany 2019.

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem alterungsbeständigem Papier.

ISBN 978-3-7815-2327-2

Inhalt

<i>Michaela Schmid, Ulf Sauerbrey und Steffen Großkopf</i> Einleitung	7
--	---

I Systematische Grundlagen

<i>Jakob Kost</i> Möglichkeiten und Grenzen, das Feld pädagogischer Ratgeber zu systematisieren	17
---	----

<i>Michaela Schmid</i> Das Pädagogische von medialen Ratgebern und Überlegungen zu ihrer Artikulation	31
---	----

<i>Ulf Sauerbrey</i> Erziehen Ratgeber in Buchform? Annäherungen aus erziehungstheoretischer Perspektive	47
--	----

<i>Wolfgang B. Ruge</i> Mögliche Beiträge der Medienpädagogik(en) zu einer Erforschung des Ratgebers	63
--	----

<i>Christine Ott und Jana Kiesendahl</i> Ratgeber und RAT GEBEN. Textlinguistische Reflexionen zur Identifizierung, Typologisierung und pragmatisch-stilistischen Analyse von Ratgebern	79
--	----

II Exemplarische Analysen

Timo Heimerdinger

Brust oder Flasche? –

Säuglingsernährung und die Rolle von Beratungsmedien..... 119

Nicole Vidal

„Selbstständiges Lernen“ –

Eine Analyse didaktischer Ratgeberliteratur für Lehrkräfte 135

Ulf Sauerbrey, Claudia Schick, Sonja Wobig, Inga Petruschke und Sven Schulz

Essenlernen durch ostensives Zeigen –

Eine Dokumentenanalyse zu Elternratgebern über Kinderernährung..... 153

III Wissenschaftstheoretische und historische Perspektiven

Steffen Großkopf

Ratsuchende, orientierungslose Eltern

oder Schwierigkeiten mit Autonomie?

Anmerkungen aus einer existentialistisch inspirierten Perspektive 175

Johanna Hopfner

Wissenschaft und Erziehungsratgeber – Brüche und Widersprüche..... 199

Jürgen Oelkers

Ratgeber als Wissensform und die Erziehungswissenschaft 213

Markus Höffer-Mehlmer

Den Rat immer neu erfinden – Zur Geschichte der Ratgeberliteratur..... 239

Haiko Wandhoff

Der Ort der Ratgeberliteratur in der Geschichte der Beratung..... 263

Autorinnen und Autoren..... 277

Christine Ott und Jana Kiesendahl

Ratgeber und RAT GEBEN. Textlinguistische Reflexionen zur Identifizierung, Typologisierung und pragmatisch-stilistischen Analyse von Ratgebern

1 Einleitung

Der Begriff des *Ratgebers* wird für sehr unterschiedliche mediale Erscheinungsformen gebraucht: Ratgeber existieren u.a. als Printbuch, Flyer, als Fernsehserie, Online-Forum, Radiosendung, App fürs Smartphone (vgl. Kost 2013). Bereits die mediale Bandbreite an Erscheinungsformen zeigt auf, dass jede Ratgeberforschung zu klären hat, von welchem Gegenstand sie ausgeht bzw. welchen Gegenstand sie beforschen möchte. Der Beitrag nähert sich Ratgebern textlinguistisch und stellt Kategorien vor, anhand derer ratgebende Texte beschrieben und mit Hilfe derer sie analysiert werden können. Er vollzieht hierbei einen Dreischritt: Zunächst wird diskutiert, im Rückgriff auf welche sprachlichen Indikatoren Ratgeber identifiziert werden können und sich der jeweilige Forschungsgegenstand eingrenzen lässt (Kap. 2).

Daran schließen Ausführungen zu einer Typologisierung ratgebender Texte an, die auf textsortenkonstitutive und -spezifische Merkmale¹ führt und über die verschiedene Ausprägungen – nicht nur thematische – von Ratgebern beschreibbar werden (Kap. 3). Bereits die grundsätzlichen Überlegungen zur Identifizierung von Ratgebern wie auch die typologischen Anmerkungen stellen Kategorien bereit, mit denen form- und inhaltsbezogene Analysen von Ratgebern angereichert werden können.

Die Anwendungsperspektive steht im letzten thematischen Kapitel im Fokus (Kap. 4). Der Dreischritt wird dort komplettiert durch die Vorstellung eines Analysemodells, das sich mit der Didaktik von Ratgebern am Beispiel von Erziehungsratgebern auseinandersetzt: LeserInnen ohne eingehendere Kenntnisse im Bereich der Linguistik bekommen einen Werkzeugkasten für eine pragmatische Stilanalyse an die Hand, die Aufschluss geben kann über sprachliche Strategien

¹ „[Es] gibt (...) Merkmale, die textsortenkonstitutiv sind, d.h. ihr Auftreten ist obligatorisch, andere Merkmale sind dagegen (nur) textsortenspezifisch, d.h. sie treten häufig bei einer Textsorte auf, sind aber nicht notwendig.“ (Fandrych/Thurmair 2011, 16)

der Popularisierung von Wissenschaftswissen (vgl. Schmid 2011, 17 in Referenz auf Höffer-Mehlmer 2003, 277), um nur eine Umschreibung von Ratgebern anzuführen. Zu den vorgestellten Analyseaspekten zählt beispielsweise, wie der RATSCHLAG² als Sprachhandlung und das RAT GEBEN als Handlungsmuster realisiert und wie Verbindlichkeitsgrade versprachlicht werden.

2 Zur Identifizierung von Ratgebern

Die Textlinguistik ist jene Disziplin innerhalb der Linguistik, die sich u.a. mit der Klassifizierung und Typologisierung von Texten befasst und Hilfestellung bei der Konturierung von sprachlich strukturierten Forschungsgegenständen bietet (vgl. auch Kost in diesem Band). Der Textbegriff der jüngeren Textlinguistik ist dabei weit gefasst und beinhaltet neben dem prototypischen Schrifttext auf Papier jedwede Folge von sprachlichen Zeichen, geschriebene wie gesprochene, auch in Kombination mit weiteren Zeichensystemen und realisiert auf unterschiedlichen Trägermedien, sofern diese Zeichenfolge „in sich kohärent³ ist und (...) als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert“ (Brinker et al. 2018, 17; vgl. ebd. zum integrativen Textbegriff). Nicht nur das gedruckte Buch, sondern auch die Fernsehsendung aus schriftlichen, auditiven und bildlichen Zeichen kann somit als Text gelten, der mit textlinguistischem Beschreibungsinventar näher klassifiziert werden kann.

Entscheidend für Forschende zum Phänomen Ratgeber ist nun, zu klären, auf welcher Grundlage ein Text als Ratgeber eingeordnet werden kann und damit beispielsweise einen Kandidaten für ein Untersuchungskorpus der Ratgeberforschung darstellt.

2.1 Der Paratext als Indikator

Der Paratext liefert Indizien hierfür. Er ist das Beiwerk zum Text, durch welches eine Klassifizierung als *Ratgeber* erfolgt – z.B. beim Buch auf dem Cover, im Klappentext oder durch das Tagging als *Ratgeber* im Buchhandel, bei Apps in der Bewerbung der Anwendung im Downloadportal, bei einem Online-Forum in der Beschreibung des Forum-Zwecks etc. Besonders prominent ist die paratextuelle Markierung in Form der Betitelung als *Ratgeber* (ähnlich: *Handreichung*, *Hilfestellung*, *Leitfaden*, *Guide*), z.B. im (Unter-)Titel des Buchs, in der Benennung der Zeitschriftenrubrik, im Titel der Fernseh-/Radiosendung oder der Forenbezeichnung.

Solche Markierungen evozieren aufseiten der RezipientInnen spezifische Erwartungen, was den Textinhalt anbelangt. Werden diese enttäuscht, kann die Legitimität der Selbstbezeichnung als *Ratgeber* rezipierendenseitig abgesprochen

2 Für Sprachhandlungen hat sich die Schreibweise in Großbuchstaben etabliert.

3 Das meint, dass die Zeichenfolge grammatisch und thematisch als zusammengehörig erkennbar ist.

werden. Wenn ein (fiktiver) *Ratgeber für junge Eltern* beispielsweise Entwicklungsstufen des Neugeborenen nachzeichnet, aber keine oder kaum Vorschläge zum Umgang mit dem Neugeborenen macht, ist aus Sicht der RezipientInnen fraglich, ob tatsächlich von einem Ratgeber die Rede sein kann.

Der Paratext ist Teil der Vermarktung. Bezeichnungen eines Textes werden daher nicht ausschließlich nach dem tatsächlichen Textinhalt gewählt und paratextuelle Indikationen hierdurch relativiert – wo Ratgeber draufsteht, muss nicht Ratgeber drin sein. In umgekehrter Blickrichtung muss nicht jeder Ratgeber als solcher paratextuell ausgewiesen werden. Die paratextuelle Markierung allein reicht somit nicht aus, um Ratgeber zu identifizieren.

2.2 Innertextliche Indikatoren

Einen weiteren Anhaltspunkt stellen innertextliche Indikatoren dar (vgl. ebd., 98f). Im Folgenden werden drei Subformen unterschieden.

a) Metasprachliche Thematisierungen: Dass bzw. ob es sich bei einem Text um einen Ratgeber handelt, wird innertextlich nahegelegt, wo ein Text auf seine ‚Ratgeberhaftigkeit‘ rekurriert und somit auf Metaebene thematisiert, dass er sich als Ratgeber verstanden wissen will.

b) Sprachhandlung des RATSCHLAGS: Ein weiterer innertextlicher Indikator sind Performanzen des RAT GEBENS, d.h. im Text finden sich ratgebende Sprachhandlungen. RAT GEBEN wird als komplexe sprachliche Handlung, als ein „Handlungsmuster“ (Ehlich/Rehbein 1986, 137), aufgefasst, das sich aus Teilhandlungen zusammensetzt (siehe den nachfolgenden Gliederungspunkt c), darunter der konkrete Akt des RATSCHLAGS, der als „Knotenpunkt“ (Helmstetter 2014, 108) des komplexen Handlungsmusters RAT GEBEN gelten kann. Beim RATSCHLAG wird einer konkreten Person oder einem abstrakten Kreis an AdressatInnen, die sich einer Problemsituation ausgesetzt fühlen oder denen ein Anliegen zugeschrieben wird, ein Verhaltensvorschlag gemacht; dieser Vorschlag stellt eine Handlungsweise aus mindestens zwei⁴ Handlungsmöglichkeiten dar und soll den RezipientInnen aus Sicht der EmittentInnen⁵ zur erfolgreiche(re)n Bewältigung ihres Anliegens verhelfen. Der RATSCHLAG ist eine nicht-bindende Aufforderung mit Adressatenpräferenz (vgl. Hindelang 2010, 59ff; vgl. auch Hindelang 1978, 409ff). Hindelang schlüsselt die Bedingungen, dass eine Aufforderung zum X-en ein RATSCHLAG ist, folgendermaßen systematisch auf (vgl. Hindelang 1978, 413 und 2010, 106):

⁴ Sich nicht zu verhalten, stellt in der Regel bereits eine Handlungsmöglichkeit dar.

⁵ EmittentInnen sind diejenigen Personen, von denen „ein Text ausgeht“ (Brinker et al. 2018, 16), also nicht zwingend nur TextproduzentInnen, sondern auch HerausgeberInnen oder AuftraggeberInnen der Textproduktion (vgl. ebd.).

- Bedingung 1: Die/der RezipientIn hat ein praktisches Problem.
- Bedingung 2: Die/der EmittentIn hat kein unmittelbares Interesse an der Lösung des Problems.
- Bedingung 3: Die/der EmittentIn glaubt, dass zu X-en die beste Lösung für das Problem darstellt bzw. dass zu X-en ein optimaler Beitrag zur Lösung des Problems ist.⁶
- Bedingung 4: Es bleibt der/dem RezipientIn überlassen, ob sie bzw. er die Aufforderung befolgt oder nicht.

Zu den Bedingungen 1 und 2 ließe sich pointierend ergänzen: Ein Interesse an der Lösung oder Reduktion des Problems liegt vielmehr (primär) bei den RezipientInnen (vgl. auch Rolf 1993, 257).

Sprachliche Handlungen des RATSCHLAGS können besonders offensichtlich mit dem Verb *raten* (z.B. *Führende Experten raten ...*)⁷ oder als Imperativ realisiert sein, z.B.: „Was tun [wenn Ihr Baby schreit; C.O., J.K.]? Gehen Sie hin und sprechen Sie mit Ihrem Baby“ (ZBFS 2016, 3; Hervorhebung des Originals entfernt); dagegen zurückhaltender appellativ mit *sollen*: „In den ersten zwei, drei Jahren ist das Nuckeln am Daumen oder Schnuller noch unbedenklich. Dann sollte es jedoch abgewöhnt werden, um eine Zahnfehlstellung zu vermeiden“ (ebd., 8; Hervorhebung des Originals entfernt). Laut Helmstetter (2014, 112) soll es zum Wesen von Ratgebern⁸ gehören, dass sie Aufforderungen oder Instruktionen nicht zu aufdringlich verbalisieren. Ungeachtet der empirischen Belastbarkeit dieser Behauptung⁹ verweist sie auf die Schwierigkeit, dass ratgebende Sprachhandlungen unterschiedliche Explizitheitsgrade aufweisen und sich implizitere Formen des RATSCHLAGS einer Analyse, die sich an der sprachlichen Oberfläche bewegt, entziehen. Selbst Aussagesätze wie *Rauchen ist schädlich* lassen sich als kondensierte oder verdeckte Aufforderungen lesen (vgl. ebd., 123): ‚Ich würde Ihnen raten, nicht zu rauchen, denn Rauchen ist schädlich für Ihre Gesundheit‘. Wir werden in Kapitel 4.2 auf dieses Problem zurückkommen und Versprachlichungen unterschiedlichen

6 Für Hindelang ist folglich die Einschätzung der EmittentInnen entscheidend, ob der Lösungsvorschlag als „beste Lösung“ gelten kann. Im Unterschied zu Hindelang und in Übereinstimmung mit Niehaus (2013, 130) schlagen wir jedoch vor, die Güte des Ratschlags nicht von den Rezipierenden, sondern den Ratgebenden her zu perspektivieren.

7 Fiktive Textbeispiele setzen wir im Beitrag kursiv ebenso wie Objektsprachliches. Authentische Beispiele aus ratgebenden Texten sind dagegen (ebenso wie sonstige Zitate) in doppelten Anführungszeichen markiert und mit einem regulären Quellennachweis versehen.

8 Helmstetter bezieht seine Ausführungen auf Ratgeber in Buchform.

9 Für die *Elternbriefe* (vgl. z.B. ZBFS 2015, 2016), die als Newsletter an Eltern versandt sowie zum Download in Form eines Kurzprospekts zur Verfügung gestellt werden, gilt diese Einschätzung so pauschal schon einmal nicht. Hier lassen sich zahlreiche Imperative finden. Ob Explizitheit und starke Direktivität allerdings womöglich ein Merkmal von Briefratgebern im Unterschied zu Buchratgebern ist, wäre zu untersuchen.

Explizitheitsgrades des RATSCHLAGS vorstellen, die auch ohne fundierte linguistische Vorbildung zum Gegenstand einer Textanalyse gemacht werden können.

c) Sprachhandlungen innerhalb des Handlungsmusters RAT GEBEN: Sprachhandlungen des RATSCHLAGS indizieren folglich innertextlich die Kategorisierung eines Textes als Ratgeber, doch stehen ratgebende Sprachhandlungen nicht isoliert, sondern sind als Bestandteil eines komplexeren sprachlichen Handlungsmusters realisiert, das aus weiteren Sprachhandlungen besteht. Zu diesem Handlungsmuster gehört beispielsweise, dass ein Problem, das Anlass für den Rat ist, näher beschrieben wird (Sprachhandlung PROBLEM ERÖRTERN) oder Argumente für den Inhalt des Rates angeführt werden (Sprachhandlung BEGRÜNDEN). Der explizite RATSCHLAG ist folglich eingebettet in einen innertextlichen Kontext, zu dem Helmstetter folgende Elemente zählt:

„die tatsächliche (oder zumindest gefühlte) oder unterstellte Empfindung eines Mangels, eines Defizits, eines Bedarfs, einer Problem- oder gar Notlage, die Suggestion von Optimierung- und Perfektionierungsmöglichkeiten und das implizite oder explizite Erheben des Anspruchs, über das diesbezüglich erforderliche Wissen (*Know-How*) zu verfügen, sowie damit einhergehend das Signalisieren von Kompetenz und die (Selbst-)Autorisierung des Ratgebers (etwa durch Hinweise auf langjährige Erfahrung oder Spezialkenntnisse).“ (Helmstetter 2014, 108; Hervorhebung im Original)

Die Abfolge dieser Elemente bzw. der damit verbundenen Sprachhandlungen innerhalb des Handlungsmusters RAT GEBEN ist nicht starr, auch müssen nicht stets alle Elemente realisiert sein. So kann auch nur zu Beginn eines Buchratgebers ausgeführt worden sein, woher eine Verfasserin ihre Legitimität als Expertin nimmt, und muss dies nicht im Zusammenhang mit jeder erörterten Problemsituation und jedem gegebenen Rat wiederholt werden. Das Vorkommen möglichst vieler der mit diesen Bausteinen verbundenen Sprachhandlungen ist weiterer Indikator dafür, dass wir es beim vorliegenden Text mit einem Ratgeber zu tun haben.

2.3 Die kommunikative Funktion des Ratgebens

Aus textlinguistischer Sicht ist die übergeordnete kommunikative Funktion des Textes dafür ausschlaggebend, ob von einem Ratgeber gesprochen werden kann. Die dominante kommunikative Funktion eines Textes wird in der Linguistik für dessen Klassifizierung (hier: als ratgebender Text) herangezogen. Diese kommunikative Funktion wird auch als *Textfunktion* oder *Kommunikationsabsicht* bezeichnet. Die Begriffe hängen folgendermaßen zusammen: *Textfunktion* meint „die im Text mit bestimmten, konventionell geltenden, d.h. in der Kommunikationsgemeinschaft [mehr oder weniger; C.O., J.K.] verbindlich festgelegten Mitteln ausgedrückte Kommunikationsabsicht des Emittenten“ (Brinker et al. 2018, 97). Diese Absicht sollen die RezipientInnen auf der Grundlage konventionell etablierter Form-Funktions-Zusammenhänge erkennen können (vgl. ebd.). Ratgeber

tragen ihre kommunikative Funktion bereits in der Bezeichnung: Sie geben dem allgemeinen Verständnis nach Rat.

Texte mit der kommunikativen Funktion des Ratgebens weisen im Standardfall komplexe Sprachhandlungen des RAT GEBENS auf.¹⁰ Die sprachliche Handlung des RATSCHLAGS – als Teilhandlung im Handlungsmuster RAT GEBEN – wurde oben bereits als eine Form der nicht-bindenden Aufforderung bestimmt. In der Sprechakttheorie Searles zählen auffordernde Handlungen zur Klasse der Direktiva. Rolf greift diese Klassifikation in seiner Beschreibung von Gebrauchstextsorten auf und ordnet „Ratgeber“¹¹ entsprechend ihrer Textfunktion den nicht-bindenden direktiven¹² Textsorten zu (vgl. Rolf 1993, 257).

Direktiv seien Ratgeber insofern, als sie das adressierte Gegenüber zu einer bestimmten Handlung oder zur Unterlassung einer Handlung bewegen wollen (vgl. ebd.). Als nicht-bindend gelten Ratgeber, weil die Rezipierenden frei entscheiden, ob sie den Ratschlägen folgen; sie haben diese Entscheidungsfreiheit, weil keine Sanktionsmittel existieren, die der Aufforderung Nachdruck verleihen könnten (vgl. ebd.). Um Texte als Ratgeber klassifizieren zu können, sollten sie in Übereinstimmung mit ihrer Textfunktion des Ratgebens eine Problemsituation, die rezipierendenseitig besteht, zum Ausgangspunkt haben. An Ratgeber wird dabei der Anspruch gerichtet, dass sie „problembeseitigend“ oder „problemreduzierend“ (ebd.) sind oder immerhin sein wollen. Im Fall von Erziehungsratgebern wird davon ausgegangen, dass die Rezipierenden ein die Erziehung betreffendes Problem oder Anliegen haben, das sie durch das Konsultieren eines Ratgebers potentiell lösen können. Für die EmittentInnen ergibt sich hingegen kein unmittelbarer Effekt oder Nutzen, wenn ihr Rat von den Rezipierenden befolgt wird. In diesem Aspekt unterscheiden sich Ratbertexte von Textsorten mit Aufforderungscharakter, bei denen das Interesse primär aufseiten der EmittentInnen zu verorten ist, wie z.B. der Fall bei einer Beschwerde oder Bitte (vgl. ebd.).

Ohne ein Problem aufseiten der LeserInnen/ZuhörerInnen/ZuschauerInnen bräuchte es keinen Ratgeber. Die Logik ‚Zuerst war das Problem, dann der Ratgeber‘ gilt allerdings nur eingeschränkt. Schließlich kann das Beratungsbedürfnis durch einen Ratgeber erst geweckt oder bewusst gemacht werden. Bereits Herkenrath (1978)

10 Dies ist keine normative Setzung, sondern eine Beschreibung eines anzunehmenden textsortenkonstitutiven Merkmals; die Annahme beruht darauf, dass sich Textbezeichnungen nicht willkürlich entwickeln, sondern z.B. funktionale Merkmale zur Bezeichnung konventionalisieren.

11 Rolf's Klassifizierung liegt dabei ein enger Textbegriff zugrunde, d.h. er geht von Ratgebern in Printform aus, die sich an ein abstraktes Publikum wenden und durch eine Einseitigkeit in der Kommunikation, mindestens aber durch eine asynchrone Kommunikation auszeichnen. Für Texte dieses Profils hat sich die Bezeichnung *Ratgeberliteratur* etabliert. Rolf's Einordnung von Ratgeberliteratur als nicht-bindende direktive Texte darf aber auch für andere mediale Realisierungen Gültigkeit beanspruchen.

12 Im verbreiteten Textfunktionsmodell von Brinker werden diese Texte nicht als direktive, sondern appellative Texte benannt (vgl. Brinker et al. 2018, 105).

verweist darauf, dass nicht in der Problemsituation, die einen Ratschlag erforderlich macht, das Handlungsmotiv der AutorInnen von Erziehungsratgeberliteratur zu sehen ist, sondern in deren Ziel, eine spezifische Weltanschauung zu vermitteln. Unter Umständen ist darin kein Widerspruch zu sehen zur Gelingensbedingung des Ratgebens, wonach rezipierendeseitig zunächst ein Problem bestehen muss, für das dann ein Lösungsvorschlag unterbreitet wird.¹³ Dies gilt für den Fall, dass im Text eine Problemkonstruktion erfolgt (diese ist nicht Teil des Handlungsmusters RAT GEBEN, sondern ihr handlungslogisch vorgelagert). Fehlt im Text jedoch eine erkennbare Orientierung auf ein Gegenüber, in dessen Dienst sich die EmittentInnen stellen, wodurch erkennbar würde, dass das Interesse zur Problemlösung primär aufseiten der RezipientInnen und nicht aufseiten der EmittentInnen gesehen wird, ist die kommunikative Funktion des Ratgebens relativiert und es liegt weniger ein prototypischer Ratgeber als vielmehr z.B. eine Streitschrift oder ein Pamphlet vor. Fandrych und Thurmair weisen darauf hin, dass ratgebende Texte Bestandteil anderer Texte sein können (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 26). Texteinheiten mit der Textfunktion des Ratgebens können in einen übergeordneten Text eingebettet sein, der eine abweichende dominante Textfunktion aufweist (vgl. ebd.); so finden sich vergleichsweise gut abgrenzbare ratgebende Texte in Reiseführern in Form von *Hinweisen* oder *Tipps*. Für die Korpusbildung in der Ratgeberforschung ist zu klären, ob solche Ratgeber-„Subtexte“ (ebd.)¹⁴ einbezogen werden. Eine besondere Herausforderung stellen allerdings Texte dar, bei denen – anders als in einem Reiseführer beispielsweise – nicht durch Kästchen oder durch Ausweisung von Rubriken, wie in Zeitschriften und ähnlich in Online-Foren der Fall, eine Identifizierung solcher Subtexte auf der Textoberfläche möglich ist, sondern Textbausteine mit unterschiedlichen kommunikativen Funktionen ineinanderfließen.

Tab. 1: Ratgebender Text als Textsorte oder als Subtext einer Textsorte

Textsorte Ratgeber	Subtext Ratgeber
Ratgebender Text bildet eine erkennbare textliche Großeinheit (Textsorte Ratgeber), die ggf. hierarchisch niedrigere Einheiten gleicher Funktion oder unterschiedlicher Funktion vereint.	Ratgebender Text ist in eine hierarchisch übergeordnete Texteinheit (z.B. Textsorte Reiseführer) eingebettet; Subtext übernimmt Teilfunktion der übergeordneten Textfunktion.

¹³ Zu weiteren Gelingensbedingungen vgl. Zeller (2018, 53f).

¹⁴ Teilfunktionen der hierarchisch übergeordneten textlichen Einheit können auf Subtexte verteilt sein. Die verschiedenen Subtexte sind funktional unterschiedlich, aber „ihre kommunikative Funktion und Zweckhaftigkeit [wird] wesentlich erst durch die Gesamt-Textfunktion der Großtextsorte bestimmt“ (Fandrych/Thurmair 2011, 26).

2.4 Die Wirkung als Ratgeber

Sollen im Kontext von Ratgeberforschung die Ratsuchenden oder Ratnehmenden fokussiert werden – denkbar wäre beispielsweise eine Befragung, welche Bücher, Sendungen, Filme, Foren o.Ä. ihnen in einer bestimmten Problemsituation in welcher Hinsicht eine Hilfestellung waren –, kann die tatsächliche Wirkung eines Textes als ratgebend und nicht seine Kommunikationsabsicht ausschlaggebend für die Aufnahme in ein Untersuchungskorpus sein. Im Rahmen einer solchen Befragung werden ggf. Texte genannt, die nicht (proto-)typischen Ratgebern oder konventionalisierten Erkennungsmerkmalen entsprechen, weil sie eine andere Textfunktion aufweisen (z.B. Unterhalten) und möglicherweise an keiner einzigen Stelle Ratschläge formulieren. Das könnten z.B. fiktionale Texte sein, die eine vergleichbare Problemsituation wie die eigene zum Gegenstand haben und deren Bewältigung an Stellvertreterfiguren aufzeigen. Helmstetter macht auf die grundlegende Problematik aufmerksam, dass „Äußerungen (aber auch Gesten, Verhaltensweisen, Habitus ...) quasi als Rat beherzigt werden können, auch wenn sie gar nicht als solcher gemeint waren oder geäußert wurden“ (Helmstetter 2014, 112). Die individuelle Wirkung und die aufgrund konventionell etablierter Marker erkennbare Kommunikationsabsicht können somit stark divergieren. Das gilt auch bei selbsternannten *Ratgebern*, denen rezipierendenseitig die Eigenschaft als Ratgeber abgesprochen wird.

Es ist vom jeweiligen Erkenntnisinteresse abhängig, welcher Weg zur Identifizierung von analyserelevanten Ratgebern eingeschlagen wird – über paratextuelle Marker, metasprachliche Thematisierungen, über das Handlungsmuster RAT GEBEN, die kommunikative Funktion oder Wirkung eines Textes als ratgebend. Die bisherigen Ausführungen können häufig implizit bleibende Entscheidungsprozesse für oder gegen die Einordnung als Ratgeber explizit machen und dabei behilflich sein, diese Prozesse zu reflektieren.

3 Zur Typologisierung von ratgebenden Texten

Ist ein Pool an Ratgebern ermittelt, helfen die nachfolgend vorgestellten Analyse-kategorien, die Texte situativ, funktional sowie thematisch-strukturell zu untersuchen und gegeneinander zu profilieren.

3.1 Zur Kommunikationssituation des RAT GEBENS

Die eingangs zu diesem Beitrag angesprochene mediale Erscheinungsform ist nur ein Aspekt der Kommunikationssituation, nach der ratgebende Texte unterschieden werden können. Die Tabelle 2 führt weitere Kategorien für kommunikative Situationen des RAT GEBENS sowie Beispielausprägungen auf (in Anlehnung an Holly 2011; Dürscheid 2005). Ist ein Text ins Untersuchungskorpus aufgenommen

men, der keine (erkennbare) Sprachhandlung des RATSCHLAGS aufweist, kann immerhin die Kommunikationssituation des Textes mit Hilfe der vorgestellten Kategorien spezifiziert werden.¹⁵

Tab. 2: Kategorienauswahl zur Bestimmung von Kommunikationssituationen des RAT GEBENS

Kategorie	Erläuterung	Ausprägungen
Kommunikationsbereich	In welchem kommunikativen Raum ist der Text angesiedelt?	Alltagswelt, Massenmedien, Wissenschaft usw.; privat vs. offiziell vs. öffentlich
EmittentIn	Wer gibt Rat?	z.B. ExpertIn vs. Privatperson; Abstufungen des Status als ExpertIn; auch: Chat-Bot vs. Mensch
RezipientIn	Wer wird als ratsuchend adressiert und/oder wer sucht Rat?	nach Größe: z.B. Einzelpersonen vs. Massenpublikum; nach sozialen Gruppen: z.B. Eltern, Lehrkräfte, Jugendliche
KommunikationspartnerInnen	Wie viele Personen sind an der Kommunikation in welchem Verhältnis beteiligt?	z.B. 1 : 1, 2 : Massenpublikum, 1 : variabel
Beziehung	In welcher Beziehung stehen EmittentIn und RezipientIn zueinander?	persönlich bekannt vs. anonym; symmetrisch vs. asymmetrisch
Kommunikationsrichtung	Welche Kommunikationsrichtung liegt vor?	monologisch vs. dialogisch
Räumliche Dimension	In welchem räumlichen Verhältnis zueinander befinden sich RatgeberIn und AdressatIn oder RatsuchendeR?	räumliche Nähe vs. Distanz
Zeitliche Dimension	In welchem zeitlichen Abstand erfolgen das Ratsuchen, Ratgeben und Ratnehmen?	synchron vs. asynchron

→Fortsetzung auf nächster Seite

¹⁵ Insbesondere die Fragen *Wer gibt Rat?* und *Wer wird als ratsuchend adressiert und/oder wer sucht Rat?* sind dann allgemeiner zu fassen: *Wer hat den Text hervorgebracht? Wer ist adressiert?*, oder sogar: *Wer sind die KommunikationspartnerInnen?*

Kategorie	Erläuterung	Ausprägungen
Kommunikationsmedium ¹⁶	Welches Medium ist an der Kommunikation beteiligt?	Papier, Smartphone, PC usw. (oder auch kein Medium)
Kommunikationsform ¹⁷	Welcher Rahmen der Kommunikation wird gewählt?	Face-to-face-Gespräch, Brief, Fernseh-/Radiosendung, Kurznachricht, Forenchat usw.

Kommunikationssituationen können Kommunikationsbereichen zugeordnet werden, für die „jeweils spezifische Handlungs- und Bewertungsnormen gelten“ (Brinker et al. 2018, 142). Diese Bereiche können inhaltlich bestimmt werden, z.B. in Alltagswelt, Massenmedien, Wissenschaft, Rechtswesen, Kunst, Religion, Medizin und Gesundheit, Wirtschaft, Verwaltung, Schule, Politik usw. (vgl. ebd.). Geht man stärker vom Verhältnis von EmittentIn zu RezipientIn aus, lässt sich davon eine ergänzende Gliederung der Kommunikationsbereiche in privat, offiziell und öffentlich ableiten. Dem privaten Bereich ist ein Text beispielsweise zuzuordnen, wenn EmittentIn und RezipientIn in privaten Rollen, z.B. als Familienangehörige, interagieren (vgl. ebd., 143). Ein Liebesbrief kann dem Privatbereich und gleichzeitig der Alltagswelt zugeordnet, ein Leserbrief (z.B. an eine Ratgeberrubrik) ist zwar ebenfalls als alltagsweltlich einzustufen (wegen der subjektiven Färbung, der z.T. umgangssprachlichen Lexik und weil der Brief im Privaten verfasst wurde), aber mit Blick auf seinen Wirkungsbereich dem öffentlichen Bereich (vgl. Heinemann 2000, 610). In der Internetkommunikation, beispielsweise in Online-Foren, ist die Zuordnung in privat vs. öffentlich mitunter sehr komplex gelagert.

Zu einer Kommunikationssituation, in der RAT GEGEBEN wird, gehören EmittentInnen des Rats sowie Personen, die von diesem RATSCHLAG adressiert (und insofern als ratsuchend konstruiert) werden und/oder Rat suchen. Wer GIBT RAT in einem Online-Forum, das den Anspruch hat, für NutzerInnen des Forums Ratgeber zu sein? Welche Qualifikationen werden genannt, die Ratgebenden einen Status als ExpertIn zuweisen sollen?

Die Kommunikationssituation strukturieren neben weiteren Parametern auch die raum-zeitliche Kopräsenz oder Distanz von EmittentIn und RezipientIn sowie die Kommunikationsrichtung. Ratgeber in gedruckter Form befinden sich räumlich und zeitlich in Distanz zu den Ratsuchenden bzw. Ratnehmenden. Ein verbreiteter Typus von Buchratgebern ist in seiner Kommunikationsrichtung monodi-

¹⁶ In Anlehnung an Dürscheid (2005) und Holly (2011) ist mit dem Medienbegriff hier ein technologisch-materiales Medienkonzept verbunden.

¹⁷ Begriffsfüllung nach Dürscheid (2005).

rektional, weswegen die AutorInnen hier für antizipierte Probleme und Anliegen überindividuelle Verhaltensvorschläge geben. Ebenfalls asynchron, aber dialogisch sind Ratgeberrubriken in Zeitschriften konzipiert, in denen z.B. ein Leserbrief eines Ratsuchenden zusammen mit der Antwort einer Expertin abgedruckt ist. Denkbar ist, dass solche Frage-Antwort-Abfolgen aus RATSUCHE/RATFRAGE und RATSCHLAG auch im Printbuchbereich vorkommen und z.B. ein Ratgeber als Sammlung dieser Paare veröffentlicht wird (z.B. als Zweitverwertung von Beiträgen einer Zeitschriftenrubrik oder von Forenkommunikation). Eine echte Interaktion zwischen Ratsuchenden und Ratgebenden mit der Möglichkeit zu Zwischen- oder Rückfragen sowie zur gemeinsamen Problemlösung ist jedoch bedingt durch die Wahl der Kommunikationsform und des Mediums in gedruckten Ratgebern nicht realisierbar.

Die Kommunikationsform wird von Holly (2011, 156f) als zentrale Kategorie herangezogen, um innerhalb einer funktional verwandten Gruppe Textsorten zu bestimmen. In Anlehnung an Holly können ratgebende Texte als Textsortenfamilie gelten, deren Varianten die kommunikative Funktion gemeinsam ist (hier: die des Ratgebens). Die Varianten werden nach ihrer Kommunikationsform unterschieden, die in Abhängigkeit von der Kommunikationssituation (siehe Tab. 1) zu bestimmen ist, und stellen dann jeweils eigene Textsorten dar: die Textsorte Buchratgeber, Zeitschriftenratgeber, Briefratgeber, Forenratgeber, App-Ratgeber, Fernsehratgeber etc. Die gemeinsame Familienzugehörigkeit wird durch die Letztpositionierung des Grundworts *Ratgeber* in den Komposita angezeigt, das Bestimmungswort beschreibt die jeweilige Kommunikationsform (vgl. ebd., 157f).

Tab. 3: Mögliche Klassifikationshierarchie ratgebender Texte (in Anlehnung an Holly 2011)

Textsortenfamilie	Ratgebende Texte (i.w.S.) = Texte mit der kommunikativen Funktion des Ratgebens
Textsorten	Ausprägungen unterschieden nach der Kommunikationsform: Ratgeber in Buchform, als Zeitschrift, Brief, Online-Forum, Kurznachrichten, Fernsehsendung etc.
Textsortenvarianten	z.B. Ausprägungen primär unterschieden nach dem Rat-Gegenstandsbereich: Erziehungsratgeber, Gesundheitsratgeber, Karriereratgeber, Rhetorikratgeber etc. z.B. Ausprägungen primär unterschieden nach dem AdressatInnenkreis: Elternratgeber, Männerratgeber, Lehrkräfterratgeber etc.

Die Tabelle 3 beschreibt somit eine mögliche vertikale Systematisierung und Hierarchisierung von ratgebenden Texten, die Tabelle 2 dagegen Kategorien für eine horizontale Systematisierung verschiedener Ausprägungen ratgebender Texte gleicher Hierarchiestufe, insbesondere: nach ihrer Kommunikationsform zu Textsorten.

Ratgeberforen im Internet oder mobile Ratgeberformate fürs Smartphone sind zwar (i.d.R.) schriftgebunden, ermöglichen dabei aber eine annähernd synchrone sowie persönliche Kommunikation zwischen Ratgebenden und RezipientInnen, bei denen beide Seiten beinahe zeitgleich¹⁸ miteinander interagieren können (wobei es sich bei der ratgebenden Instanz auch um einen Chat-Bot handeln kann und nicht zwingend ein menschliches Gegenüber anzunehmen ist). Spätestens ratgebende Texte, die eine quasi-synchrone Kommunikationssituation aufweisen, werfen die Frage auf, wie der Ratgeber zur Beratung steht.

Häufig erfolgt eine Bestimmung von Ratbertexten und Beratungstexten am Buchratgeber und am Beratungsgespräch:

- Beratungstexte richten sich an konkrete Personen mit konkreten Problemen, Fragen, Anliegen; Ratbertexte dagegen an ein Publikum, deren Anliegen von den Ratgebenden (d.i. im Fall des Buchratgebers: von den AutorInnen des Buchs) zu antizipieren sind (vgl. z.B. Fandrych/Thurmair 2011, 63).
- Bei Beratungstexten explizieren die Ratsuchenden ihr Anliegen, der Versuch der Problemlösung erfolgt diskursiv-dialogisch, während bei Ratbertexten nur eine Kommunikationsinstanz sowohl das Problem, für das ein Rat gegeben wird, als auch die Problemlösung konstituiert (vgl. ebd., 263).
- Die Ratsuchenden kommen im Ratbertext in Vermittlung durch die ratgebende Seite vor. Beratungstexte leben gerade von der Interaktion beider KommunikationspartnerInnen (vgl. auch Antos 2001, 1717: „Beratung als eine Interaktion im sozialen Kontext“).
- In dialogischen Texten können der erfragte Rat und der gegebene Rat auseinanderfallen, wenn der/die RatgeberIn das Gefragte missachtet und z.B. auf *Wie tue ich x?* antwortet: *Sie tun es am besten gar nicht (weil es ethisch verwerflich ist, weil es negative Folgen für Sie hat o.Ä.)*. Für die ratsuchende Person ist so keine Lösung des Problems herbeigeführt. In monologischen Texten kann die ratgebende Person die RATFRAGE und den RATSCHLAG maximal aufeinander abstimmen, weil die Problemdarstellung ihr überlassen ist.¹⁹

18 Sofern rasch auf Forenbeiträge von Ratsuchenden reagiert wird.

19 Ratbertexte können mit der Passung von Problem und Rat aber auch dergestalt umgehen, dass z.B. die elterliche Frage nach dem bestmöglichen Weg, Schrei-Babys zu beruhigen, eingeführt wird und anschließend nicht nur eine bestmögliche Variante, sondern mehrere gleichwertige Wege skizziert werden. Der RATSCHLAG besteht dann darin, sich nicht auf eine Methode zu beschränken (was ja eigentlich in der RATFRAGE eingefordert wird), sondern verschiedene Methoden auszuprobieren.

Tab. 4: Auswahl prototypischer Merkmale von Ratgeber texts und Beratung texts

Prototypischer Ratgeber text	Prototypischer Beratung text
<ul style="list-style-type: none"> • Problemdarstellung erfolgt durch die Ratgebenden • Monologische Problemlösung • 1 : abstraktes Publikum oder kleine Zahl an Ratgebenden : abstraktes Publikum • Optimale Passung zwischen Problem und Rat bzw. zwischen RATFRAGE und RATSCHLAG • Struktureller Fallbezug → Rat an Massenpublikum mit vermuteten überindividuell relevanten Fragen/Problemen gerichtet 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemdarstellung erfolgt durch die Ratsuchenden • Diskursiv-dialogische Problemlösung • 1 : 1 oder 1 : kleine Zahl an Ratsuchenden/Ratnehmenden²⁰ • Offene Passung zwischen Problem und Rat bzw. zwischen RATFRAGE und RATSCHLAG, aber: RATSCHLAG ist fakultativ! • Individueller Fallbezug → Rat an Individuen mit konkreten Fragen/Problemen gerichtet

Je konkreter die/der AdressatIn des Handlungsmusters RAT GEBEN in der Kommunikationssituation greifbar wird, je dialogischer der Text und die Problemlösung ausfällt (bis hin zu: Möglichkeit zum beidseitigen Nachfragen, Neuperspektivierung des Problems, gemeinsames Entwickeln von Lösungsstrategien etc.) und je näher sich die KommunikationspartnerInnen raum-zeitlich sind, umso eher wäre ein Text als beratend denn ratgebend zu kategorisieren. Als textsortenkonstitutive Handlungsmuster von Beratung texts darf nicht das des RAT GEBENS, sondern das der BERATUNG bzw. des BERATENS gelten – und es weist unter anderem bisweilen folgenden zentralen Unterschied auf: dass im Rahmen des Handlungsmusters BERATEN gar kein RAT GEGEBEN wird.²¹ Es sei sogar in „manchen Kontexten (...) wichtiger Bestandteil des Beratungskonzeptes, gerade keine Ratschläge zu geben, sondern nur die Lösungssuche des Klienten zu unterstützen“ (Kallmeyer 2000, 228; vgl. zur ebenfalls fehlenden RATGABE in Online-Foren Fandrych/Thurmair 2011, 263). Niehaus (2013, 132) weist in diesem Zusammenhang auf ein Lehrbuch zur systemischen Beratung mit dem sprechenden Titel „Beratung ohne Ratschlag“ hin. In der Internetkommunikation gehe es zudem

20 Es liegt im Wesen prototypischer Bestimmungen, dass sie tendenziell undifferenziert erscheinen. So haben beispielsweise Beratene weder notwendigerweise die Beratungssituation herbeigeführt (und wären solchermaßen als ratsuchend zu bezeichnen) noch müssen sie gewillt sein, den Rat anzunehmen und nehmen ihn ggf. lediglich entgegen bzw. zur Kenntnis (und wären höchstens insofern ratnehmend). Man denke an therapeutische Beratungsformen, die den zu Beratenen zwangsverordnet werden.

21 Vergleiche zu BERATEN Pick (2017) in Abgrenzung zu RAT GEBEN z.B. bei Gläser (1990, 233: BESCHREIBEN, EXPLIZIEREN, FRAGEN, BEGRÜNDEN, ARGUMENTIEREN, EMPFEHLEN, WARNEN).

vonseiten der Ratsuchenden „vielfach nicht mehr darum, ein Problem in der eigenen Lebensgestaltung zu explizieren, um einen Rat zu dessen Lösung zu erhalten, sondern es geht primär darum, ein Problem mitzuteilen und vielleicht dadurch psychische Entlastung zu erreichen“ (Fandrych/Thurmair 2011, 263).

3.2 Textfunktionen

Unter 2.3 wurde bereits auf die Textfunktion eingegangen. Soll sie als Analysekat­egorie zur Typologisierung ratgebender Texte taugen, bedarf es einer Vertiefung. Zuvorderst ist zu ergänzen: Ein Text muss nicht nur eine kommunikative Funktion aufweisen – er kann beispielsweise informieren und zugleich zurückhaltend appellativ-instruktiv sein. Fandrych/Thurmair (2011, 19f) stellen in ihrer empirisch-induktiven Untersuchung zur Bestimmung von Textsorten und Textfunktionen heraus, dass Texte häufig de facto multifunktional sind, wobei eine Funktion ggf. als dominant (oder: übergeordnet, global) angenommen werden kann, und dass spezifische Kombinationen von Funktionen für Textsorten charakteristisch sind.

Über die Linguistik hinaus weit verbreitet ist Brinkers Klassifikation in die Textfunktionen Information, Appell, Kontakt, Obligation und Deklaration, die eng an die Sprechakttheorie und Searles Sprechaktklassen (Assertiva, Direktiva, Expressiva, Kommissiva, Deklarativa) angelehnt ist (vgl. Brinker et al. 2018, 101ff):

- Texte mit dominanter Informationsfunktion informieren die RezipientInnen über einen Sachverhalt (z.B. Lexikonartikel; TV-Nachrichten), wobei sich die informative Textfunktion auch mit einer Bewertung dessen, worüber informiert wird, verbinden kann – allerdings ohne dass mit dieser Bewertung auch eine Handlungsaufforderung und Aufforderung zur Einstellungs- oder Meinungsänderung an die RezipientInnen verbunden wäre; zu solchen meinungs­betonten Informationstexten zählt z.B. die Rezension oder der Leserbrief;²²
- appellative Texte fordern RezipientInnen zu einer Einstellungs-/Meinungsübernahme oder einer Handlung auf (z.B. Zeitungskommentar; Werbespot);
- Texte mit Kontaktfunktion dienen der Kontaktpflege oder stellen erst eine personale Beziehung zu den RezipientInnen her (z.B. beim Small Talk, bei der Kondolenzkarte);
- bei Texten mit Obligationsfunktion verpflichtet sich die/der EmittentIn gegenüber den RezipientInnen zu einer bestimmten Handlung (z.B. bei Verträgen, Gelöbnissen);

²² Zur Abgrenzung von meinungs­betonten Informationstexten gegenüber appellativen Texten führt Brinker aus: „Ob eine wertende Aussage neben ihrer informativen Funktion auch noch (oder primär) eine appellative Funktion hat, ergibt sich aus dem Kontext bzw. der Textsorte, der der entsprechende Text angehört.“ (Brinker et al. 2018, 109) Textsortenwissen ist also mitentscheidend dafür, ob Meinungskundgaben von RezipientInnen als appellativ eingeordnet werden oder eher nicht.

- deklarative Texte schaffen eine neue Realität (z.B. beim Testament, bei der Vollmacht).

In Erweiterung des Modells oder in anderen Funktionsmodellen werden außerdem die poetische/ästhetische Funktion²³ und/oder die Unterhaltungsfunktion angeführt ebenso wie die Textfunktion der Selbstoffenbarung/-darstellung, bei welcher die/der EmittentIn von sich etwas preisgibt oder sich selbst darstellt.²⁴

Der funktionale Ansatz ermöglicht eine Einordnung ratgebender Texte z.B. in Abgrenzung von autobiographischen Erfahrungsberichten, denen als dominante kommunikative Funktion die Selbstoffenbarung bzw. Selbstdarstellung der/des VerfasserIn zugewiesen werden kann; wenn der Text auf Basis der beschriebenen Erfahrungswerte auch Ratschläge an die RezipientInnen erteilt, kann die Appellfunktion – und spezifischer: die nicht-bindende Aufforderung des RAT-SCHLAGS – (mindestens) als Nebenfunktion angenommen werden. In einem Untersuchungskorpus zu Ratgebern wären diese Texte als Grenzfälle und nicht als Prototypen einzuordnen.

Eine Nähe zu informierenden (oder: assertiven) Textsorten weisen ratgebende Texte dort auf, wo ihr Aufforderungscharakter zurückgenommen ist, beispielsweise Handlungsaufforderungen eher indirekt erschlossen werden können und diese Texte über Handlungsmöglichkeiten informieren, ohne Präferenzen zu formulieren. Nimmt die/der EmittentIn zudem Bewertungen der Handlungsmöglichkeiten vor, ohne aber mit der Bewertung explizite Handlungsaufforderungen zu verbinden, ist maßgeblich vom Textsortenwissen der RezipientInnen abhängig, ob der vorliegende Text als meinungsbetont informierend oder eher als appellativ eingeordnet wird. Paratextuelle Markierungen als *Ratgeber* ebenso wie konkret sprachliche Realisierungen des Handlungsmusters RAT GEBEN unterstützen dann eine Einordnung als appellativ.

Auch diese Ausführungen verweisen auf die offenen Ränder und Übergangsbereiche ratgebender Texte zu anderen Textsorten mit verwandter globaler Textfunktion, z.B. anderen instruktiven Texten, oder zu Textsorten, die ähnliche Textfunktionen, allerdings in unterschiedlicher Hierarchisierung aufweisen (z.B. Reiseführer, siehe bereits weiter oben; Backfischliteratur²⁵). Bei instruktiven Texten ist die Einordnung ratgebender Texte häufig schwierig. Hier hilft der Aspekt

23 Das heißt, ein Text verweist auf sich selbst und ist potentiell mehrdeutig; diese Funktion wird insbesondere bei literarischen Texten als dominant angesetzt.

24 Einen Überblick über Modelle von Textfunktionen geben Hausendorf et al. (2017, 236ff).

25 Backfischliteratur ist eine Bezeichnung von Romanen für Mädchen auf dem Weg in die Adoleszenz. Diese Romane entstanden im 19. Jahrhundert und bis etwa zur Mitte des 20. Jahrhunderts. Als dominante Textfunktion(en) kann die Unterhaltungs- und/oder die ästhetische Funktion angenommen werden. Tatsächlich hat die Backfischliteratur auch eine erzieherische Kommunikationsabsicht und damit eine appellative Funktion (nämlich die Heranbildung zur Hausfrau, Ehefrau, Mutter), die im literarischen Gewand nicht unmittelbar erkennbar ist; das zeitgenössische Allge-

der Verbindlichkeit einer Aufforderung weiter: Ratgebende Texte wurden bereits als nicht-bindende Aufforderungen grob charakterisiert; sie können von instruktiven Texten mit einem höheren Verbindlichkeitsgrad unterschieden werden, wie z.B. von Bedienungsanleitungen oder Kochrezepten.

Die höhere Verbindlichkeit kann beispielsweise darin gesehen werden, dass ein Nicht-Befolgen eines Handlungsangebots eindeutig negative Folgen für die Adressierten hat. Wer den Anweisungen eines Rezepts nicht folgt, wird im schlechtesten Fall ein ungenießbares Gericht zubereiten; wer eine Gebrauchsanweisung missachtet, kann ggf. das Gerät nicht benutzen. Bei Ratgebern bleibt tendenziell offener, ob das Ergebnis rezipierendeseitig weniger zufriedenstellend gewesen wäre, hätte man den Ratschlag nicht befolgt – das gilt insbesondere bei Ratschlägen zu zwischenmenschlichen Problemen. Auch in ratgebenden Texten können im Übrigen Textteile rezeptologisch formuliert sein oder die Form detaillierter Handlungsanleitungen haben. Sofern die Rahmung dieser Textteile verdeutlicht, dass es sich bei diesen rezeptartigen oder anleitungsartigen Texten um Vorschläge handelt, die zur Lösung des zuvor konstituierten Problems der AdressatInnen führen sollen, wird die niedrigere Verbindlichkeit der Aufforderung und insofern das Ratgeberhafte des Gesamttextes erkennbar. Auch Weltwissen darüber, dass bestimmte Themen (z.B. Erziehungsfragen) schlicht zu komplex für eine rezeptologische Behandlung sind, machen solchermaßen formulierte Texte rezipierendeseitig weniger verbindlich als ein Kochrezept. Für Lüders besteht ein zentraler Unterschied zwischen ratgebenden Texten und Anleitungen zudem darin, dass „sich bei Anleitungen meist eine eindeutige, überprüfbare Faktengrundlage angeben lässt (z.B. physikalische Eigenschaften, biologische Zusammenhänge, juristische Bestimmungen)“, wohingegen „die Richtigkeit oder Angemessenheit eines Ratschlags oft erst plausibel gemacht werden“ (Lüders 1995, 150f) müsse. Der Verhaltensvorschlag ist bei ratgebenden Texten entsprechend umfänglicher zu begründen (vgl. ebd., 151).

Aus den deduktiv gewonnenen Textfunktionen, wie sie in Fandrych/Thurmair (2011, 29ff) vorgestellt werden, lassen sich (weitere) potentielle Teilfunktionen ratgebender Texte gewinnen, welche zur appellativ-instruktiven Grundfunktion hinzutreten oder dieser ggf. sogar hierarchisch übergeordnet sind und welche noch im Rahmen einer texttypologischen Untersuchung zu Ratgebern zu verifizieren wären:

- Argumentative²⁶ Funktion: Ratgebende Texte stellen idealtypisch Wissen bereit, das den AdressatInnen so unmittelbar nicht zugänglich ist. Je komplexer das

meinwissen und heute das Fachwissen über diese Textsorte führen auf diese (ggf. nur vermeintlich) hintergründige Textfunktion.

²⁶ *Argumentativ* beschreibt im eigentlichen Sinn die Vertextung; eine passendere Funktionsbezeichnung als Fandrych/Thurmairs *argumentative Funktion* wäre z.B. *Überzeugen* oder *Zustimmungsherstellung*.

Thema eines Ratgebers, desto relevanter ist und desto umfangreicher dürfte die argumentative Absicherung ausfallen. Das ist in akademischen Einführungen beispielsweise weniger der Fall. Hierin wird Wissen „als allgemein akzeptiert bzw. faktisch gegeben“ (ebd., 30) dargestellt; dominant ist bei diesen Texten die „konstatierend-assertierende, wissensbereitstellende Funktion“ (ebd.).

- **Bewertende Funktion:** Fandrych/Thurmair (ebd., 30f) ordnen diese Teilfunktion den primär wissensbezogenen Texten zu, merken aber an, dass Texte, die Bewertungen des präsentierten Wissens vornehmen, zugleich eine Nähe zu appellativen Texten aufweisen. Texte dieser funktionalen Prägung sind empirische Bestätigung für Brinkers Kategorie der meinungsbetonten Informationstexte. Es ist zu erwarten, dass einige ratgebende Texte auch Wissen bewertend einordnen und insofern eine bewertende Funktion haben. Dies gilt u.a. für ratgebende Texte, die sich von thematisch verwandten ratgebenden Texten bzw. von anderen RATSCHLÄGEN abgrenzen (z.B. in Erziehungsratgebern für Babys die Bewertung verschiedener zuvor dargestellter Einschlafstrategien). Daran kann, muss aber nicht eine explizite Handlungsempfehlung anschließen.
- **Beratend-moralisierende Funktion:** Laut Fandrych/Thurmair machen „Textsorten mit einer dominant beratenden bzw. moralisierenden Funktion“ keine „konkrete[n] Handlungsangebote, sondern geben ethisch-moralische Kriterien als Handlungsmaßstäbe vor und wirken so auf eine langfristige Einstellungsänderung und Handlungsdisposition ein“ (ebd., 32). Wie bereits im Zusammenhang mit ratgebenden vs. beratenden Texten ausgeführt (siehe Kap. 3.1), ist es für bestimmte Beratungstexte durchaus charakteristisch, dass keine konkreten Ratschläge unterbreitet werden; für Streitschriften – man denke beispielsweise an Buebs „Lob der Disziplin“ (2006) – sind zwar die Problembeschreibung und Forderungen nach neuen Handlungsmaßstäben charakteristisch, nicht aber Formulierungen von konkreten Handlungsangeboten. Zwar fehlen bisweilen auch bei ratgebenden Texten explizite Handlungsangebote bzw. -aufforderungen, aber RezipientInnen können indirekt versprachlichte Aufforderungen zum Teil sehr leicht dekodieren.²⁷ Es ist bei fehlender Handlungsaufforderung folglich sehr genau zu prüfen, ob solche Korpustexte tatsächlich eine ethisch-moralische Normorientierung und insofern eine mittelbare Handlungsaufforderung aufweisen.
- **Expressiv-soziale bis hin zu sinnsuchende Funktion:** Fandrych/Thurmair beschreiben Texte mit einer dominanten expressiv-sozialen bis sinnsuchenden Funktion wie folgt: „Hier steht das Individuum in seiner Stellung zur sozialen

²⁷ So lautet der zu erschließende RATSCHLAG zu „Woran kann es liegen, dass bei manchen Kindern die Motivation so stark absinkt? (...) Wenn Eltern zu stark auf das Lernen der Kinder Einfluss nehmen, wirkt sich das oft schädlich auf die Motivation aus.“ (ZBFS 2015, 5; Hervorhebungen des Originals entfernt) beispielsweise: Eltern sollten nicht zu stark auf das Lernen ihrer Kinder Einfluss nehmen, wenn sie deren Motivation nicht negativ beeinflussen wollen (siehe auch Kap. 4.2).

Umwelt im Vordergrund. Es geht also um die Selbstvergewisserung, (...) Selbstdarstellung, (...) Anteilnahme an (...) der sozialen Gemeinschaft“ (Fandrych/Thurmair 2011, 32). In Online-Foren werden zwar Ratschläge gegeben, möglicherweise aber ist das Ratgeben und Ratnehmen nicht Hauptzweck für die Existenz vieler selbsternannter Ratgeberforen. Es mag vielmehr um die Artikulation des Problems gehen sowie die Rückversicherung, dass andere das gleiche Problem haben (vgl. ebd., 263). Der Wunsch nach Bestätigung der eigenen Problemlage durch eine soziale Gruppe ist auch Ergebnis einer qualitativen Rezeptionsstudie zu Ratgeberliteratur (vgl. Heimerdinger 2012, 54); Heimerdinger spricht dort vom „Selbsthilfegruppeneffekt“ (ebd.), den KäuferInnen eines Ratgebers anstrebten.

Die Systematik aus Information, Appell, Kontakt, Obligation, Deklaration und ggf. Ästhetik, Unterhaltung, Selbstoffenbarung/-darstellung, erweitert um die auszugswise vorgestellten spezifischeren Funktionen von Fandrych/Thurmair (2011), bietet ein solides Handwerkszeug, um Texte funktional näher zu bestimmen. Eine solche Bestimmung erfolgt u.a. ausgehend von sprachlichen Indikatoren (siehe Kap. 2.1 und 2.2), der situativen Einbettung (siehe Kap. 3.1) und dabei stets auch im Rückgriff auf Weltwissen über die Thematik (bei Erziehungsratgebern: Weltwissen über Erziehung; bei Gesundheitsratgebern: Weltwissen über einen als (un-)gesund geltenden Lebensstil etc.) sowie auf der Basis von konventionalisiertem Hintergrundwissen über Textsorten.

3.3 Thematisch-strukturelle Aspekte

Neben Variationen der medialen Form existieren zahlreiche thematische Ausprägungen von Ratgebern im Allgemeinen und Erziehungsratgebern im Besonderen. So können letztere nach dem Alter des Kindes, zu dessen Erziehung Rat gegeben wird, systematisiert werden oder – wie von Höffer-Mehlmer (2008) vorgeschlagen – nach Anlässen,²⁸ aus denen heraus Rat gesucht wird (vgl. auch Kost in diesem Band). In textlinguistischen Analysemodellen dient die Kategorie des Textthemas zur thematischen Einordnung des Textes; darunter wird „die größtmögliche Kurzfassung des Textinhalts“ (Brinker et al. 2018, 53) verstanden. Die Bestimmung des Textthemas hängt vom Gesamtverständnis ab, das RezipientInnen vom Text gewinnen, und dieses Verständnis wiederum ist maßgeblich abhängig von der Kommunikationsabsicht, die von den RezipientInnen bei den EmittentInnen vermutet wird (vgl. ebd., 53f). Das Textthema lässt sich u.a. an Wiederaufnahmen im Text ausfindig machen sowie ggf. in Haupt- und Nebenthemen differenzieren

²⁸ Hier wäre beispielsweise die digitale Revolution im Kinderzimmer zu nennen, die Eltern vor neue Herausforderungen im Umgang bzw. in der Erziehung zum Umgang mit Neuen Medien stellt (vgl. Höffer-Mehlmer 2008, 140).

(vgl. ebd., 54ff). Bei ratgebenden Texten ist zu erwarten, dass das Problem (oder: die Frage, das Anliegen), welches zum Ausgangspunkt eines RATSCHLAGS gemacht wird, wiederholt als Ganzes aufgegriffen oder in Teilaspekte untergliedert wird. Hinweise auf das Thema finden sich prominent im Titel oder in Überschriften (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 20).

Eng verbunden mit dem Textthema ist die Kategorie der Themenentfaltung (oder auch: Vertextung). Sie gehört zur Textstruktur, die aufs engste mit der Textfunktion verknüpft ist. Es werden verschiedene Typen der Themenentfaltung bzw. Strategien der Vertextung unterschieden, verstanden als Kombinationen aus „internen Beziehungen der in den einzelnen Textteilen (Überschrift, Abschnitten, Sätzen usw.) ausgedrückten Teilinhalten bzw. Teilthemen zum (...) Textthema (...)“ (z.B. Spezifizierung, Begründung usw.)“ (Brinker et al. 2018, 57) bzw. als „grundlegende Möglichkeiten, Äußerungen zu verbinden, also zu ‚vertexten‘“ (Fandrych/Thurmair 2011, 21). Bestimmte Kombinationen sind in der Textlinguistik unter den Typen- bzw. Strategiebezeichnungen Erzählen, Beschreiben, Argumentieren, Erklären, Anweisen erfasst.²⁹ Den Typus Beschreiben beispielsweise charakterisiert nach Brinker et al. (2018, 63f), dass ein Thema in seinen verschiedenen Aspekten dargestellt bzw. aufgegliedert (Spezifizierung) und raum-zeitlich eingeordnet wird (Situierung). Die Komponenten Spezifizierung und Situierung sind typenprägend. Das Thema kann dabei ein einmaliger Vorgang (typisch für Berichte), ein regelhaft, prinzipiell wiederholbarer Vorgang (typisch für Handlungsanleitungen) oder eine Lebewesen-/Gegenstandsbeschreibung (typisch für Lexikonartikel) sein. Dieser Typus der Themenentfaltung ist für Texte mit einer dominanten Informationsfunktion besonders kennzeichnend, findet sich aber auch in appellativ-instruktiven Texten wie Buchratgebern, z.T. in Verschränkung mit einer argumentativen Themenentfaltung (vgl. z.B. Höffer-Mehlmer 2011, 159). Eine narrative Themenentfaltung kann mit Höffer-Mehlmer als ebenfalls häufiger anzutreffender struktureller Bestandteil ratgebender Texte angenommen werden:

„Beim Erzählen von Geschichten können die Autoren ihren Text mit Dialogen, als ‚Argumentieren im Erzählen‘ gestaltet, und dramatisierenden Spannungsbögen anreichern und ihm zugleich den Anschein von Authentizität, Lebensnähe und Farbigkeit verleihen. Daher wird dieses Gestaltungsmittel auch in Büchern für die allgemeine Lebenshilfe gern verwendet.“ (ebd., 160)

Mit dieser Form der Themenentfaltung verbindet Höffer-Mehlmer keine primäre ästhetische Textfunktion, sondern eine appellative: Es handele sich „beim Erzählen von Geschichten in der Regel um eine absichtsvoll eingesetzte Methode

²⁹ Zu unterschiedlichen Systematisierungen vgl. den Kurzzabriss in Fandrych/Thurmair (2011, 21). Zur Textkategorisierung nach der Themenentfaltung vergleiche einleitend Brinker et al. (2018, 60ff), wobei der Typus des Anweisens bei Brinker fehlt.

der Beeinflussung, auf die in vielen gesellschaftlichen Bereichen, beispielsweise im Journalismus (...) oder im Schulunterricht[,] häufig und ausgiebig zurückgegriffen wird.“ (ebd.) Doch nicht nur die Ratgebenden greifen auf eine narrative Themenentfaltung zurück: In dialogisch konzipierten ratgebenden Texten, wie z.B. einem Online-Forum oder unter der Kummerkastenrubrik einer Zeitschrift, betten die Ratsuchenden und potentiell Ratnehmenden ihre Problemformulierung in eine (z.B. die Ratsuche begründende) Erzählung ein (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 253ff). Zur narrativen Themenentfaltung gehören nach Brinker et al. (2018, 65f) die thematische Situierung, die Repräsentation des erzählensrelevanten Ereignisses sowie ein Resümee, d.h. eine zusammenfassende Einschätzung der EmittentInnen (nicht der Erzählinstanz) vom Gegenwartszeitpunkt her.³⁰

Die genannten Typen bzw. Strategien kommen in realiter selten in Reinform vor, sondern gehen selbst wiederum Verbindungen untereinander ein (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 21). Zur thematisch-strukturellen Ebene gehört daher auch die Auswertung von Abfolgen von Vertextungsstrategien. Auf thematisch-struktureller Ebene bewegen sich außerdem folgende kategorialen Fragen (vgl. ebd., 27ff):

- In welche Einheiten lässt sich der Text gliedern? Kommen Subtexte oder Teiltex-te vor und wie sind diese angeordnet?³¹
- In welchem logisch-semantischen Verhältnis stehen diese textuellen Einheiten innerhalb einer Textsorte zueinander (z.B. in manchen ratgebenden Texten: Abfolgen aus Frage-Antwort)?
- Wie sind die Subtexte und Teiltex-te intern strukturiert?
- In welcher Reihenfolge sind Sprachhandlungen verkettet (z.B. Kombination aus instruktiven und erklärenden Sprachhandlungen)? Wie umfangreich ist das Handlungsmuster RAT GEBEN realisiert?

Der Text kann nach unterschiedlichen Organisationsprinzipien gegliedert sein: chronologisch, nach Unterthemen, nach EmittentInnen, nach Handlungsabfolgen (z.B. Abfolgen von Sprachhandlungen aus dem Handlungsmuster RAT GEBEN), nach medienspezifischen Eigenschaften (z.B. Sequenzierung).³² Ggf. finden sich hier u.a. in Abhängigkeit von der Kommunikationsform relativ feste Abfolgen.

Zwar lassen sich für Vertextungsstrategien durchaus sprachliche Charakteristika ermitteln (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 253; u.a. Temporaladverbien und ad-

30 Zur Diskussion um die Vertextungsstrategie des Erzählens vgl. Fandrych/Thurmair (2011, 21), zur Diskussion des grundlegenden Zusammenhangs von Narrativität und Textualität vgl. Zeman et al. (2017).

31 Im Unterschied zu Subtexten (siehe FN 14) werden unter Teiltex-ten abgrenzbare Einheiten innerhalb einer Textsorte verstanden, welche in ihrer Textfunktion mit der übergeordneten textuellen Einheit übereinstimmen (vgl. Fandrych/Thurmair 2011, 26f).

32 In manchen ratgebenden Texten (z.B. Kummerkasten) ist „die (diskursive) Handlungsabfolge zu einer Textsorte ‚geronnen‘ (nämlich das Ratsuchen und Ratgeben)“ (Fandrych/Thurmair 2011, 28).

versative Konnektoren, wenn Ratsuchende ihr Problem explizieren), doch auch darüber hinaus lassen sich ratgebende Texte hinsichtlich der gewählten formalgrammatischen Mittel (z.B. Passivformulierungen, Anreden, syntaktische Struktur) und des Stils (z.B. wertende Ausdrücke) untersuchen und auf textsortenkonstitutive und -spezifische Musterhaftigkeiten befragen. Kategorien, die sich auf dieser sprachlichen Analyseebene bewegen, werden im Zuge des nachfolgenden Kapitels zum Teil sehr detailliert beschrieben, weswegen hier auf eine Darstellung verzichtet wird (vgl. aber Fandrych/Thurmair 2011, 20ff; Krieg-Holz/Bülow 2016, 236ff). In diesem Kapitel 4 erfolgt die Beschreibung allerdings nicht mit dem Ziel, Kategorien der Typologisierung von Ratgebern zu vermitteln, sondern sie dient der Analyse zur Didaktik von Erziehungsratgebern.³³

4 Zur Didaktik von Erziehungsratgebern: Pragmatische Stilanalyse

In diesem Abschnitt werden zunächst Bausteine des Analyseverfahrens einer pragmatischen Stilanalyse vorgestellt sowie mögliche Analysekatogorien für Erziehungsratgeber im Besonderen expliziert.

4.1 Pragmatische Stilanalyse

Die pragmatische³⁴ Stilanalyse ist eine produktive Weiterentwicklung der Sprechakttheorie von Austin/Searle und begreift Texte als Handlungen und insbesondere den Stil als sprachliches Handeln, denn wir haben immer die Möglichkeit, etwas so oder auch anders auszudrücken. Die Wahl sprachlicher Mittel wird in der pragmatischen Stilistik als absichtsvolle Wahl aufgefasst, für welche die EmittentInnen auch zur Verantwortung gezogen werden können.

„Man könnte nun annehmen, Stil und Handeln seien identisch. Das ist aber nicht intendiert: Stil ist ein Teilaspekt sprachlichen Handelns, ein funktionales Element davon. Zugleich kann Stil aber nur analytisch vom Handeln getrennt werden: Handlungen werden ‚in‘ einem Stil vollzogen.“ (Sandig 1984, 157)

Eine pragmatische Stilistik geht davon aus, dass mit verschiedenen Arten des Formulierens auch verschiedene Wirkungen erzielt werden (vgl. Fix/Poethe/Yos 2003, 36). Hat einE SprecherIn die Absicht, unter bestimmten Bedingungen in einem spezifischen Handlungskontext bei den HörerInnen bestimmte Wirkun-

³³ Neben der vorgestellten pragmatischen Stilanalyse lassen sich Argumentationsanalysen und kognitionslinguistisch ausgerichtete Analyseverfahren ebenfalls sehr ertragreich einsetzen, wie Strauss (2018) am Beispiel von Rhetorikratgebern zeigen konnte.

³⁴ Das Adjektiv *pragmatisch* wird hier nicht alltagssprachlich im Sinne von ‚emotionslos‘, ‚nüchtern‘, ‚trocken‘ u.a. (vgl. <http://wortschatz.uni-leipzig.de>), sondern als linguistischer Terminus verwendet, der sich auf die linguistische Disziplin der Pragmatik bezieht, die sich mit den Regeln des Sprachgebrauchs als Sprachhandlungstheorie beschäftigt (vgl. auch Schäfer 2016, 83).

gen zu erreichen, muss die/der SprecherIn zwischen verschiedenen Ausdrucksmöglichkeiten wählen. Dabei entscheidet sie bzw. er sich bei einem gegebenen Handlungsziel für diejenige sprachliche Handlung, von der angenommen werden kann, dass damit dieses Handlungsziel möglichst wirksam und unproblematisch zu erreichen ist.

Stil wird im Methodenfeld der pragmatischen Stilanalyse auf ganze Texte bezogen und nicht mehr nur auf einzelne Wörter und Sätze. Innerhalb der Texte ist in Anlehnung an Fix/Poethe/Yos Stil eine Sekundärinformation,

- die die Situation, die dem Text zugrunde liegt, verdeutlicht,
- die sich auf die Selbstdarstellung von TextproduzentInnen bezieht,
- die Hinweise auf die Beziehungsgestaltung zwischen ProduzentIn und EmpfängerIn liefert: symmetrische oder asymmetrische, private oder offizielle Beziehungen, Ausdruck von Vertrautheit oder Distanz etc.,
- die ausdrückt, wie ein Text gelesen werden soll, z.B. durch Hinweise auf die Textsorte, indem Instruktionstexte z.B. einen anweisenden Charakter aufweisen,
- und die auch etwas über das Verhältnis der VerfasserInnen zu der von ihnen benutzten Sprache aussagt, dass sie wissen, was sie tun, wenn sie bestimmte sprachliche Mittel verwenden (vgl. ebd., 35).

Der Beziehungsaspekt zwischen TextproduzentIn und RezipientIn determiniert den Inhaltsaspekt und hier die Wahl der sprachlichen Mittel im Besonderen (vgl. Sandig 1984, 151). Sandig plädiert für eine handlungstheoretische Stilauffassung, bei der Texte als komplexe Sprachhandlungen betrachtet werden, so dass es möglich ist, Textmuster nach ihren unterschiedlichen Teilakten zu beschreiben, nämlich nach ihrer Textproposition (inhaltliche Aussage), nach ihrer Textillokution (Absicht/Intention) und nach ihrer Textlokution (sprachliche Ausgestaltung). Darüber hinaus wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Bedingungen der Kommunikation, den Handlungskontext und die Wahl und Wirkung der stilistischen Texteigenschaften gelegt. Die pragmatische Stilanalyse arbeitet in der Regel mit Einzeltexten und legt deren individuelle Kommunikationssituation zugrunde.

4.2 Analysekategorien

Im Folgenden werden Kategorien für eine pragmatische Stilanalyse von Erziehungsratgebern vorgestellt und einzelne denkbare Kategorienausprägungen erläutert. Diese Übersicht ist prinzipiell erweiterbar. Sie speist sich teilweise aus sprachwissenschaftlichen Studien zu Ratgebern (wie Kessel 2009, die Kommunikationsratgeber untersucht hat, oder Schütte 2014 zu Trauerratgebern), teilweise sind es darüber hinausreichende Kategorien, die als aufschlussreich erachtet werden. Die Kategorien und ihre Beschreibung gehen in diesem Kapitel primär

vom Erziehungsratgeber in Buchform aus. Für andere Kommunikationsformen können die Kategorien ebenfalls angewendet werden, sie müssten jedoch um kommunikationsformspezifische Kategorien, wie z.B. Rederecht, Rederechverteilung, Forenspezifik, ergänzt werden, die im Rahmen dieses Beitrags nicht in Gänze aufgeführt werden können.

4.2.1 Analyse der Kommunikationssituation

Bei einer pragmatischen Stilanalyse ist der Kontext, in dem die Kommunikation stattfindet, ganz entscheidend. Die folgenden Kategorien dienen dazu, die Kommunikationssituation zu beschreiben (zu weiteren Kategorien siehe Kap. 3.1):

► Kommunikationsform und Medium

Handelt es sich um ein Buch, einen Forenbeitrag, eine Radio- oder Fernsehsendung, einen Zeitschriftenartikel etc.? Ist das Medium Papier, ein PC, ein mobiles Endgerät? Dies ist insofern relevant, als die medialen Eigenschaften den Text und seine kommunikativen Möglichkeiten vorstrukturieren.

► AutorIn

Wer ist EmittentIn? Tritt der Beruf der Person in Erscheinung, wie stellt sich die/der AutorIn dar, beispielsweise im Vorwort oder dem Klappentext?

► Zielgruppe

Bei Erziehungsratgebern hat man es vermutlich primär mit Eltern als Zielgruppe zu tun, aber auch Personen, die im pädagogischen Bereich arbeiten und anderen helfen wollen, wären denkbar. Es ist von einer grundsätzlich heterogenen Rezipierendengruppe auszugehen. Hilfreich ist ein Blick ins Vorwort oder in den Klappentext. Häufig wird die Zielgruppe dort explizit genannt. Gleichwohl müssen die tatsächlichen NutzerInnen eines Ratgebers nicht identisch mit der anvisierten Zielgruppe sein.

► Kommunikationsrichtung und raum-zeitliche Dimension

Erfolgt die Kommunikation raum-zeitlich getrennt oder zeitgleich, ggf. auch raumgleich? Ist die Kommunikation monologisch oder dialogisch ausgerichtet? Es existieren mittlerweile durchaus schriftliche Realisierungen von Ratgebern, die eine quasi-synchrone Kommunikation zwischen Ratgebenden und Ratsuchenden ermöglichen, beispielsweise Ratgeberforen im Internet oder Ratgeber als Smartphone-Anwendungen.

4.2.2 Makrostrukturelle Textanalyse

Diese Analysekategorien umfassen die Grobstruktur eines Textes, hier des Buchratgebers. Sie werden entweder aufgrund inhaltlicher, pragmatischer oder formaler Kriterien gewonnen (vgl. Kessel 2009, 109).

► **Allgemeiner Aufbau**

Ratgebertexte können als Nachschlagewerk dienen, dann sollten die gewünschten Informationen schnell zu finden sein. Welche Verzeichnisse sind etwa enthalten (Inhalts-, Stichwort-, Fachwort-, Abbildungs-, Literaturverzeichnis etc.)? Zusammenfassungen und Merkkästen bieten außerdem die Möglichkeit, Texte selektiv zu lesen und schnell die relevanten Informationen und Handlungsschritte zu erfassen (vgl. Neckermann 2001, 62).

► **Überschriften und Gliederung**

„Überschriften haben Einfluß auf das Textverstehen, da sie das Verständnis für Satzaussagen und Textzusammenhänge unterstützen bzw. ein selektives Lesen des Textes ermöglichen können. Bei normal strukturierten Texten verbessern Überschriften die Textwiedergabe signifikant und haben daher einen lernerleichternden Effekt.“ (ebd., 63) Zudem priorisieren die Überschriften die nachfolgenden Informationen. Das Kernthema wird damit benannt³⁵ und die Aufmerksamkeit der LeserInnen auf das Thema gelenkt.

► **Typographische Merkmale**

Die Analyse typographischer Merkmale ist in verschiedener Hinsicht aufschlussreich. Die Typographie, und dazu gehört auf makrostruktureller Ebene auch die Anordnung der Textteile, hat Einfluss auf die Lesbarkeit und damit Verständlichkeit des Textes. Gleichzeitig werden durch typographische Auszeichnungen wie Fett- oder Kursivdruck, die streng genommen zur mikrostrukturellen Textebene gehören, Hervorhebungen vorgenommen, die die Aufmerksamkeit auf bestimmte Textelemente und Aussagen lenken. Aufmerksamkeitslenkend fungieren auch Marginalien, d.h. Orientierungshinweise, die am Textrand verortet sind. Sie strukturieren den Text und heben (im Fall von inhaltlichen Marginalien) zentrale Aspekte hervor.

4.2.3 Mikrostrukturelle Textanalyse und Funktion

Die Mikrostruktur eines Textes ist die sprachliche Oberflächen- und Tiefenstruktur. Hier geht es um die Erfassung inhaltlicher und ausdrucksseitiger Merkmale der bewusst gewählten sprachlichen Mittel.

► **Propositionsanalyse/Inhaltsanalyse**

Welche Inhalte werden im Text ausgesagt? In diesem Schritt der Analyse geht es noch nicht darum, wie der Inhalt versprachlicht wird – ob als INFORMATION, RATSCHLAG, FRAGE etc. Es geht allein um das Thema des Textes, Kapitels, Absatzes, Satzes: Was wird ausgesagt?

³⁵ Das ist zumindest bei den thematischen Überschriften der Fall. Nicht-thematische Überschriften indes haben keinen direkt nachvollziehbaren Bezug zum nachfolgenden Text und sind z.B. Zitate (vgl. Neckermann 2001, 63; zu verschiedenen Typen nicht-thematischer Überschriften im Zeitungswesen vgl. Ort/Staffeldt 2013).

► **Übergeordnete Kommunikationsabsicht**

Unter diesem Aspekt soll ermittelt werden, was der Hauptzweck des Ratgebers ist, z.B. Hilfestellungen beim Einschlafen von Babys zu geben: „So helfen Sie Ihrem Kind, gut ein- und durchzuschlafen“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, Klappentext; Hervorhebungen des Originals entfernt). Hinweise darauf liefern der Buchtitel (insbesondere der Untertitel), das Vorwort und der Klappentext.

► **Textfunktionen**

Die Appellfunktion gilt in Ratbertexten als dominierende Textfunktion, die Informations- und zum Teil auch die Unterhaltungsfunktion treten als Nebenfunktionen in Erscheinung (zu weiteren potentiellen Funktionen siehe Kap. 3.2). Es wäre aufschlussreich zu untersuchen, ob vordergründig unterhalten, informiert oder appelliert wird, um bestimmte Handlungsschritte bei den RezipientInnen auszulösen.

► **RATFRAGE(N)**

Die RATFRAGE bezeichnet das (vermeintliche) Problem der LeserInnen. Auf der Ebene der Proposition/des Satzinhalts wäre zunächst zu eruieren, welche Probleme überhaupt in dem Ratgeber diskutiert werden. Anders als in Beratungsgesprächen ist der/die AutorIn eines Ratgebers in der besonderen Situation, dass die RATFRAGEN bzw. Probleme der Ratsuchenden simuliert werden müssen. Hier wäre analysierenwert, wie die Personen die RATFRAGEN integrieren und so eine mündliche Beratungssituation nachahmen: Wird die 2. Person Singular verwendet, wird die Frage an die/den LeserIn gerichtet, wie in „Wie schläft Ihr Baby am sichersten?“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, 44), wird das solidarisierende Pronomen *wir* verwendet oder eine indirekte Frage gestellt (vgl. Kessel 2009, 115)?

► **Sprachhandlungen innerhalb des Handlungsmusters RAT GEBEN**

Es sollte eruiert werden, welche Sprachhandlungen getätigt werden, um den Rat auszuformulieren. Wird das Problem erörtert (PROBLEM ERÖRTERN) und der RATSCHLAG begründet (BEGRÜNDEN)? Wird ein Beispiel gegeben (BEISPIEL GEBEN)? Werden fiktive Einwände (EINWAND ÄUSSERN) gegenüber den Lösungsvorschlägen der/des AutorIn vorgebracht? Werden Handlungsalternativen aufgezeigt (ALTERNATIVE NENNEN) und Hintergrundwissen geliefert (INFORMIEREN)? All dies wären unterschiedliche Sprachhandlungen, die das Handlungsmuster RAT GEBEN beinhalten kann.

► **Grammatisch-stilistische Realisation der Sprachhandlung RATSCHLAG**

Kessel (ebd., 120) unterscheidet vier Ratschlagtypen, die im Folgenden weiter ausdifferenziert werden und als Analysekatogorien dienen können: 1) personalisierter RATSCHLAG, 2) adressierter RATSCHLAG, 3) verdeckter RATSCHLAG, 4) modellbasierter RATSCHLAG.

- 1) **Explizit performative RATSCHLÄGE** als eine Form des personalisierten RATSCHLAGS stellen einen direkten Bezug zur/zum UrheberIn der Sprachhandlung her. Sie benötigen ein performatives Verb, das stets in der 1. Person Präsens Indikativ Aktiv versprachlicht wird, z.B.: *Ich rate³⁶ dir, das Kind zu beruhigen, wenn es schreit*. Explizit performative Ratschläge können Kessel (ebd., 121) zufolge jedoch bevormundend wirken. Alternativ können andere RatgeberautorInnen oder ExpertInnen hinzugezogen werden, um Ratschläge erteilen zu lassen, z.B.: *Die Hebamme Nora Imlau rät, das Kind zu beruhigen, wenn es schreit*.
- 2) Bei den **adressierten RATSCHLÄGEN** sind die RezipientInnen grammatisch mit dem Subjekt im Aktivsatz (= das grammatische Agens) identisch, während sich das Subjekt bei den personalisierten RATSCHLÄGEN hinter den AutorInnen, die nicht die Personen sind, die den RATSCHLAG auch ausführen sollen, verbirgt.

Als direkteste und prototypische Form eines adressierten RATSCHLAGS gilt der **Imperativsatz** (vgl. Bergmann 1999, 236), der insbesondere in Zusammenfassungen und Checklisten auffindbar ist, z.B.: „Abkürzen können Sie die Wartezeiten im Plan so weit wie möglich. Verlängern sollten Sie sie nicht“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, 101). Weitere Formen adressierter RATSCHLÄGE sind:

Sie + Indikativ Präsens, z.B.: *Sie beruhigen das Kind, wenn es schreit*. – die Konstruktion wirkt zunächst wie die Beschreibung einer bestimmten Handlung. Erst aus dem Kontext wird die eigentliche kommunikative Absicht der Aufforderung deutlich.

Sie + Modalverb + Infinitiv, z.B.: *Sie können/müssen/sollen/dürfen das Kind beruhigen, wenn es schreit*. – diese grammatische Konstruktion steht dem Imperativsatz sehr nahe. Die Semantik (Bedeutung) des Modalverbs gibt Auskunft über den Geltungsgrad der Norm: *können* ist weniger bindend als *sollen* oder *müssen*.

Sie + Futur I, z.B.: *Ich gehe davon aus, dass Sie das Kind beruhigen werden, wenn es schreit; Sie werden sicherlich das Kind beruhigen, wenn es schreit*. – dieses Formulierungsmuster findet Verwendung, wenn die/der AutorIn davon ausgeht, dass den LeserInnen ein bestimmtes positives oder negatives Verhalten bereits bewusst ist. Kessel nennt diese Form einen „präventiven positiven/negativen Ratschlag“ (Kessel 2009, 124). Der negative RATSCHLAG ist gleichbedeutend mit dem Abraten.

(Sie +) konditionaler Nebensatz, z.B.: *Wenn Sie das Kind beruhigen, wird es sich sicher gebunden fühlen und das Schreien einstellen*. – die im konditiona-

36 Unterstreichungen markieren hier sowie im Weiteren eine konkrete Ausprägung der genannten Analysekatgorie.

len Nebensatz (*wenn ... beruhigen*) beschriebene Handlung wird durch den Hauptsatz (*wird ... einstellen*), der die Konsequenz der Handlung ausdrückt, erst als RATSCHLAG gedeutet. Weitere Beispiele mit oder ohne eine Nebensatzeinleitende Konjunktion lauten: „Bekommen sie aber nicht ihren notwendigen Schlaf, schaffen sie es nicht, diese naturbestimmte Lebenslust für mehr als nur sehr kurze Zeitspannen wirklich zusammenhängend zu genießen“ (Wahlgren 2009, 20; Hervorhebung C.O. und J.K.); „Wenn Eltern zu stark auf das Lernen der Kinder Einfluss nehmen, wirkt sich das oft schädlich auf die Motivation aus“ (ZBFS 2015, 5). Es handelt sich um eine indirekte Form der Sprachhandlung RATSCHLAG. Diese grammatische Konstruktion sollte nicht verwechselt werden mit Imperativsätzen, an die eine Kondition geknüpft ist, z.B. „Wenn Sie stattdessen den Plan zum Schlafenlernen sofort abbrechen und Ihrem Kind wieder die gewohnte Einschlafhilfe geben, wird es etwas sehr Ungünstiges daraus lernen: ‚Durch Schreien bekomme ich nicht die Einschlafhilfe, die ich haben will. Durch Erbrechen schon.‘“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, 107) Hier ist der RATSCHLAG nicht im Nebensatz, sondern im Hauptsatz artikuliert, was Kessel auch als „bedingten Ratschlag“ (Kessel 2009, 124) betitelt.

Rhetorische Frage: Ein RATSCHLAG lässt sich auch als rhetorische Frage formulieren, z.B.: „Wie soll es [das Kind; C.O., J.K.] lernen, was seine Handlung bzw. Nichthandlung bei einem anderen Menschen auslöst, wenn dieser Mensch mit allen Mitteln versucht, seine negativen Gefühle zu verheimlichen?“ (Graf/Seide 2018, 167)

Präferenzhinweis + Sie im Nebensatz, z.B.: „Deshalb ist es unabdingbar, dass Sie authentisch bleiben, weil sonst die Impulskontrolle eines Kindes nicht reifen kann.“ (ebd., 167; Hervorhebung C.O. und J.K.) – der von Kessel (2009, 124) bezeichnete Präferenzhinweis, grammatisch auch: Operator, gibt den LeserInnen eine Verstehensanweisung, wie die nachfolgende Äußerung aufzunehmen ist. Der eigentliche RATSCHLAG ist dann im Nebensatz („dass ... bleiben“) versprachlicht.

- 3) **Verdeckte Ratschläge** als dritter Ratschlagtyp haben eine weniger offensichtliche Aufforderungsqualität, da das Handlungssubjekt nicht mit dem Agens im RATSCHLAG identisch ist. Der RATSCHLAG ist weniger spezifisch „und kann als allgemein gültige Norm verstanden werden.“ (ebd., 125)

Infinitivkonstruktionen und **Ellipsen** sind Formen für einen verdeckten RATSCHLAG, z.B.: *Deshalb ist es eine gute Strategie, das Kind hochzunehmen, zu beruhigen und da zu sein.* (Infinitivkonstruktion); *Kind hochnehmen, beruhigen, da sein* (elliptische Infinitivkonstruktion). Auch wenn die/der HandlungsträgerIn nicht explizit genannt wird, ist eindeutig, dass es sich um die RezipientInnen handelt, die diese Handlung ausführen sollen.

Das **Indefinitpronomen *man*** schwächt den Aufforderungscharakter ebenfalls ab und gilt als weitere Form eines verdeckten RATSCHLAGS, z.B.: *Man nimmt das Kind hoch, beruhigt es und ist da.*

Ähnlich dem bedingten RATSCHLAG gibt es Konstruktionen mit dem **einführenden Relativsatz mit *wer***, z.B.: *Wer das Kind hochnimmt, beruhigt und da ist, wird eine sichere Bindung zu seinem Kind aufbauen.* Das Relativpronomen *wer* ist unspezifisch und allgemein. Voraussetzung dafür, dass die Konstruktion als Aufforderung gelten kann, ist, dass sich LeserInnen angesprochen fühlen und das Pronomen *wer* als direkte Ansprache deuten. Der Handlungseffekt ist dann im Hauptsatz versprachlicht. Der Relativsatz weist strukturell und semantisch eine Nähe zum Konditionalsatz auf.

Passiv und Passiversatz: Vorgangspassiv und Passiversatz gelten als sachbezogen und agensabgewandt (vgl. ebd., 128). Dadurch ist ihr Aufforderungscharakter schwächer als bei unpersönlichen Formulierungen mit *man* oder *wer*. „Kleine Kinder sollen rechtzeitig hingelegt werden, und sie sollen mit sichtbarer und aktiver Freude ins Bett gebracht werden!“ (Wahlgren 2009, 95)

Verallgemeinerndes Präsens: Diese RATSCHLÄGE sind wie allgemeine Gesetzmäßigkeiten formuliert und weisen einen noch schwächeren Aufforderungscharakter auf als die zuvor genannten Formulierungen (z.B. *Das fortwährende Beruhigen des Kindes führt zu sicherer Bindung*).

- 4) Als vierten Ratschlagtyp beschreibt Kessel (2009, 129) die **modellbasierten RATSCHLÄGE**, die nach dem Prinzip „Lernen am Modell“ funktionieren. Sie zeichnen sich durch einen schwachen Aufforderungscharakter aus und arbeiten mit fiktiven **Personen, die als Positiv- oder Negativbeispiel** dienen. Positivbeispiele lauten:

a) *Die auf ihr Bauchgefühl vertrauende Mutter weiß, dass sie das Kind hochnehmen und beruhigen muss, wenn es schreit.*

b) *Stellen Sie sich folgende Situation vor: Anne sitzt mit Mona und deren 12 Wochen altem Sohn Noah in Annes Wohnzimmer. Noah schläft und Mona verlässt kurz den Raum, um ins Bad zu gehen. Noah ist derweil aufgewacht und weint. Offenbar fühlt er sich fremd in diesem Raum. Anne nimmt Noah hoch, beruhigt ihn mit gutem Zureden und zeigt ihm geduldig den Raum. Wenig später guckt er sich zufrieden und interessiert im Raum um.*

Die fiktiven Personen dienen der Leserschaft als Vorbild. „Mit ihnen wird den Rezipienten ein Identifikationsangebot unterbreitet, d.h. er kann (und soll) in einer entsprechenden Handlungssituation überlegen, ob er zur Erlangung eines Handlungsziels jene Handlung ausführt, die von der im Ratgebertext genannten Person realisiert wurde.“ (ebd.) Die Personen in den Beispielen können Verwandte, Bekannte, eine ehemalige Klientin, ein Freund etc. sein. Ob es sich dabei tatsächlich um reale Personen handelt, kann bezweifelt werden.

Das Lernen am Negativbeispiel erfolgt in ähnlicher Weise, nur, dass das nicht wünschenswerte Verhalten thematisiert wird und die RezipientInnen per Schlussverfahren deuten müssen, dass dies nicht die erwünschten Handlungsschritte sind:

c) Beispiel: „Nun stellen Sie sich ein anderes Baby vor, vielleicht Tim, ebenfalls sechs Monate alt. (...) Tim hat stattdessen gelernt: ‚Wenn ich nachts aufwache, ist nichts so, wie ich es zum Einschlafen gewohnt bin. Ich muss schreien, dann kommt Mami und macht alles so, wie es sein muss. Wenn sie nicht sofort kommt, muss ich länger und lauter schreien. Dann kriege ich immer genau das, was ich gewohnt bin. Und nur das, was ich kenne, kann doch richtig sein. Das ist doch klar.‘ So denkt Tim. Er hat wirklich schon viel gelernt! Mami hilft ihm jede Nacht mehrmals in den Schlaf. Das Stillen kann ihr niemand abnehmen. Mit ihrer liebevollen Aufopferung, die sie oft an den Rand der Erschöpfung treibt, erreicht sie aber keine Verbesserung. Im Gegenteil: Sie verhindert, dass sich etwas ändert. Tim hat keine Chance zu lernen: ‚Ohne Hilfe einzuschlafen, ist vollkommen in Ordnung.‘ Wenn er das lernen würde, könnte auch Tim durchschlafen.“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, 35f)

Wichtig ist bei den modellbasierten RATSCHLÄGEN, dass die AutorInnen deutlich machen, ob es sich um erwünschtes oder unerwünschtes Verhalten handelt. Beim Negativbeispiel c) soll vermittelt werden, dass sich die LeserInnen keinesfalls so verhalten sollen („sie verhindert“; „Tim hat keine Chance“ usw.). Wenn es den LeserInnen bereits bekannt ist, hat ein solches Beispiel den Effekt, sich höher zu positionieren und sich selbst von der Personengruppe der „falsch Handelnden“ auszunehmen und auf der Seite der „Guten“ (Kessel 2009, 130) einzuordnen.

Natürlich beschränkt sich ein Ratgeber nicht auf einen einzigen Ratschlagtyp. Vielmehr werden unterschiedliche Typen miteinander kombiniert, wie Kessel anhand ihrer Studie zu Smalltalk-Ratgebern konstatiert: „So können vor oder nach modellbasierten Ratschlägen verdeckte oder adressierte Ratschläge folgen oder ein verdeckter Ratschlag im Grundtext kann zusätzlich in einem graphisch markierten ‚Tipp‘ als adressierter Ratschlag formuliert werden usw.“ (ebd., 132)

► Rollenkonstruktion AutorIn – LeserIn

Hier interessiert, welche soziale Rolle AutorIn und LeserIn einnehmen bzw. zugewiesen bekommen. Kessel (ebd., 105ff) hat zu den Smalltalk-Ratgebern beispielsweise folgende Rollenkonstellationen ermittelt, die vermutlich in ähnlicher Weise in Erziehungsratgebern auffindbar sind:

- a) Die/der AutorIn als ‚persönlicher Trainer‘ der LeserInnen: Eine Face-to-face-Beratungssituation wird nachgeahmt: direkte Ansprache der LeserInnen, fiktive Dialoge mit dem/der LeserIn werden inszeniert, um die fehlende Mündlichkeit

- zu kompensieren, und Äußerungen, Gedanken und Gefühle der AutorInnen werden eingebracht. Dadurch wird eine private Atmosphäre hergestellt, die vertrauensfördernd ist und damit das Commitment der Leserschaft erhöht, den Äußerungen/Ratschlägen beizupflichten (vgl. ebd., 106).
- b) Die/der AutorIn als ‚Leidensgenosse‘: AutorInnen schildern eigene Erfahrungen und bauen so eine enge Beziehung zu den AdressatInnen auf, da ein Gruppengefühl hergestellt wird. Die AutorInnen stellen sich auf eine Ebene mit den LeserInnen und nehmen sich in ihrer Rolle als ExpertInnen zurück (vgl. ebd.).
 - c) Die/der AutorIn als ‚Lehrer‘: Hier stellen sich die AutorInnen deutlich als ExpertInnen und Autoritätspersonen dar und behandeln die LeserInnen als Lernende, die man abfragen und belehren kann (vgl. ebd.).
 - d) Die/der AutorIn als ‚guter Freund‘: Die AutorInnen vertrauen den LeserInnen private Dinge an. Diese Rolle ist durch viel Herzlichkeit und Intimität geprägt, kann aber auch anbiedernd wirken (vgl. ebd., 107).
 - e) Die/der AutorIn als ‚Leser‘ und ‚Beobachter‘: AutorInnen und LeserInnen schauen gemeinsam auf das zu bewertende Verhalten. So wird ein „Solidarisierungseffekt“ erreicht (vgl. ebd.).
 - f) Neutrales Verhältnis zwischen AutorInnen und LeserInnen: Sehr sachliche, unpersönliche Darstellungsweise, bei der die Person des Autors bzw. der Autorin und des Lesers bzw. der Leserin in den Hintergrund tritt (vgl. ebd., 108).

Schütte konstatiert in seiner Studie zu TraueratgeberInnen, dass häufig „die Autonomie des ratsuchenden Subjekts“ (Schütte 2014, 146) weitgehend erhalten bleiben soll. Man will keine „Rezepte“ liefern, sondern nur „Anregungen“ (ebd.) geben. Die praktischen Übungen seien von den AutorInnen als „Vorschlag“ oder „Einladung“ (ebd.) zu verstehen. Man will die LeserInnen nicht einengen oder bevormunden, sondern die Individualität des selbstbestimmten Subjekts anerkennen. All dies sind Merkmale einer „nicht-direktiven Beratung“ (ebd.), welche die Autoren-Leser-Beziehung konstituiert.

► Anrede

Werden die LeserInnen geduzt oder gesiezt? Das Duzen stellt Nähe und Vertrautheit her. Es ist der privaten Kommunikation (in der Schriftkommunikation) zugehörig und „unterstützt die ‚Fiktion der persönlichen Beziehung‘, die eine gängige Strategie in RatgeberInnen ist“ (ebd., 151). Auch die 1. Person Plural wird als direkte Anredeform verwendet. „Dabei steht das *Wir* manchmal für die Einheit von Autor und Leser oder aber für den Autor und alle Menschen“ (ebd., 150). Gruppenzugehörigkeit und Solidarisierung werden mit dem *Wir* zum Ausdruck gebracht, z.B.: „Nehmen wir Erwachsenen ihnen die Lösung für ihre Probleme ab, indem wir ihnen zum Beispiel erlauben, sich krank zu melden und der Schule fernzubleiben, dann nehmen wir ihnen gleichzeitig die Chance, an Hürden im

Leben zu wachsen und sich weiterzuentwickeln.“ (Graf/Seide 2018, 84f; Hervorhebungen C.O. und J.K.)

► **Kompetenzsignalisierung**

Hier ist zu fragen, wie die AutorInnen mit ihrer Expertise für Erziehungsfragen in Erscheinung treten. Welche Strategien werden angewendet, um das Vertrauen der RezipientInnen zu erhalten und als kompetent wahrgenommen zu werden? Liegt eine typische fachexterne Experten-Laien-Kommunikation vor oder beruht der Wissensvorsprung der AutorInnen und ihre Kompetenz im Bereich Erziehung eher auf praktischen Erfahrungen? Die Verwendung narrativer Strukturen ist beispielsweise ein Mittel, um den Expertenstatus zu signalisieren, indem Episoden ehemaliger KlientInnen hinzugezogen werden, um die Beratungskompetenz zu präsentieren.

Auch die beigefügten Verfasserbiographien dienen der Kompetenzsignalisierung, z.B.: „Die DurchschlafKur [sic!] ist entstanden durch meine Arbeit mit Hunderten und abermals Hunderten von Säuglingen mit Schlafschwierigkeiten.“ (Wahlgren 2009, 17) „Für Dr. Morgenroth und mich begann nun eine sehr fruchtbare Zusammenarbeit. In den kommenden Jahren führten sowohl der Kinderarzt als auch ich selbst viele hundert Gespräche mit betroffenen Müttern und Vätern. Der Erfolg war überwältigend. Schlafprobleme konnten meist nach einem einmaligen Gespräch innerhalb weniger Tage gelöst werden.“ (Kast-Zahn/Morgenroth 2007, 14)

Zudem gibt es verschiedene Darstellungsformen, die einen wissenschaftlichen Anstrich vorgeben und den Expertenstatus festigen können, wie Fuß- bzw. Endnoten oder Literaturverzeichnisse. Ein weiteres Mittel der Kompetenzsignalisierung ist das Zitieren. Hier ist zu prüfen, ob wissenschaftlich, d.h. nachvollziehbar und prinzipiell überprüfbar, zitiert wird (mit Autorenangabe, Jahr, ggf. Titel, Seitenzahl) oder ob der Quellennachweis eher vage erfolgt, wie in „Im Jahr 2004 wurde von der Amerikanischen Schlafgesellschaft eine große Untersuchung zum Thema Kinderschlaf durchgeführt“ (ebd., 15). Möglicherweise wird sogar keine Quelle genannt, z.B.: „Am besten schlafen erwiesenermaßen die Kinder, welche die ganze Nacht allein in ihrem Bett im eigenen Zimmer verbringen“ (ebd., 65).

Zudem wird über Fach- oder Pseudofachwortschatz Kompetenz und Expertenstatus signalisiert, worauf weiter unten bei den mikrostrukturellen Textmerkmalen genauer eingegangen wird.

► **Dialogische Strukturen**

Dialogische Strukturen sind ein Vertextungsmittel, um die Asynchronität des Mediums Buch und die fehlende Mündlichkeit kompensieren zu können. In Form von Frage-Antwort-Sequenzen werden bestimmte Fragestellungen aus der Sicht fiktiver LeserInnen beantwortet und damit erklärt, z.B.: „SIE FRAGEN SICH VIELLEICHT: Wozu ist das Aufwachen nach jeder REM-Phase eigentlich gut? Und warum schlafen viele Kinder einfach wieder ein, während meines jedes Mal

anfängt zu schreien? Zunächst zur ersten Frage. Man braucht nicht viel Fantasie, um sich vorzustellen (...)“ (ebd., 34; Hervorhebung im Original).

► **Satzbau**

Propositionen (Aussagen) werden in Phrasen und diese wiederum in Sätzen versprachlicht. Von Interesse ist, wie die Phrasen mit ihren jeweiligen Inhalten verknüpft werden. Werden Einzelsätze aneinandergereiht oder die Phrasen in komplexen Satzstrukturen aufeinander bezogen? Entspricht der Satzbau dem ggf. selbst gegebenen Anspruch an leicht verständliches Lesen und schnelles Nachschlagen? Unter anderem können „[k]omplexe Sätze mit vielen ‚Verschachtelungen‘ (also Sätze mit einer komplexen Hierarchie der Teilsätze, Verschränkung der Teilsätze oder Parenthesen)“ (Neckermann 2001, 68) das Textverständnis erschweren.

► **Nebensatzleitende Konjunktionen**

Wird mittels der Konjunktion ein Grund (kausal), eine Bedingung (konditional), ein Ziel (final), eine Folge (konsekutiv) oder Einschränkung (konzessiv) versprachlicht? Die Konjunktionen sind innerhalb des Handlungsmusters RAT GEBEN aufschlussreich, weil die Argumentationsstrategie dadurch eruierbar ist. Für Sprachhandlungen außerhalb des Handlungsmusters, z.B. rein konstatierend-assertierende Textabschnitte, ist die Kategorie wenig nützlich.

► **Aktiv-/Passiv-Gebrauch**

Sätze in Instruktionstexten sollten Neckermann (ebd., 68) zufolge möglichst im Aktiv gebildet werden, da die LeserInnen sofort zur Handlung angeleitet werden und der handelnde Teil der Aussage nicht verschleiert oder gar weggelassen wird.

► **Fachwortschatz und Pseudofachwortschatz**

Die Verwendung fachsprachlicher Ausdrücke ist ein probates Mittel, um auf lexikalischer Ebene Expertentum zu signalisieren. „Der Fachwortschatz wird meist explizit als solcher gekennzeichnet und auch erklärt.“ (Kessel 2009, 101) Pseudofachwortschatz gibt ausdrucksseitig vor, zu einer Fachsprache zu gehören. „Ihre Verwendung dient jedoch nicht der fachlichen Verständigung und Informierung, sondern zielt darauf ab, vom Prestige und der Autorität der Fachsprachen zu profitieren.“ (Janich 1998, 42f) Oft sind dies Neologismen (Begriffsneubildungen) der AutorInnen, die mit den semantisch vagen Grundwörtern *Methode*, *Technik*, *Effekt* oder *Syndrom* fachsprachlich anmuten sollen. Die Verwendung von Pseudofachwortschatz ist ein Indikator für die Zwischenstellung, die AutorInnen von Ratgebern einnehmen, nämlich einerseits wissenschaftlich fundiert zu schreiben und andererseits praxisorientiert und unterhaltsam die Inhalte darzustellen (vgl. Kessel 2009, 102).

► **Stilschicht**

Ist der verwendete Wortschatz eher allgemeinsprachlich, fachsprachlich, essayistisch, umgangssprachlich?

► Wertende Ausdrücke und ihre Deontik

Wertende Ausdrücke geben Aufschluss über die Erwünschtheit und Unerwünschtheit eines Sachverhalts. Unter Deontik verstehen LinguistInnen, dass ein „Wort oder [eine] Wendung bedeutet oder mitbedeutet, daß wir, in Bezug auf einen Gegenstand, etwas nicht dürfen, dürfen oder sollen“ (Hermanns 1989, 74).

Beispiel: „Die DurchschlafKur [sic!] ist die Lösung für dich, die/der in fehlgerichtetem Wohlwollen deinem Kind Schlafprobleme aufgebürdet hat. Wegen Schlafmangel kriechst du selber schon auf den Knien. Aus dieser Erschöpfung und Verzweiflung heraus ist es dir nun vielleicht auch möglich, zu verstehen, wie es deinem Kind ergehen muss.“ (Wahlgren 2009, 18; Hervorhebungen C.O. und J.K.)

Dieser Auszug enthält eine Reihe an wertenden (hier unterstrichenen) Ausdrücken, die allesamt eine negative Deontik aufweisen und damit zum Ausdruck bringen, dass der beschriebene Zustand unerwünscht ist.

► Metaphern

Die benutzten Metaphern ermöglichen den Zugang zu Denkkonzepten der AutorInnen. Wird z.B. die Reise- oder Weg-Metapher verwendet, wird der Sachverhalt als Prozess begriffen und nicht als statischer Zustand. Im folgenden Beispiel wird mit Stabilitätsmetaphern und grenzenloser Freiheit gearbeitet: „Falls und wenn du die DurchschlafKur [sic!] so durchführst, wie sie durchgeführt werden muss, d.h. mit der Ruhe als Grundlage und mit der Sicherheit als fest gemauertem Bollwerk, wird dein kleines Kind von ganz allein das Werk krönen mit seinem Genuss, der sich wie ein Dach der Freiheit gegen einen grenzenlosen Sternenhimmel erstreckt.“ (Wahlgren 2009, 92; Hervorhebungen des Originals entfernt)

► Handlungsmodalität

Diese Analysekategorie umfasst Intensität und Verbindlichkeitsgrad der erteilten Ratschläge. Es macht einen Unterschied, „ob ein Vollzug (oder die Unterlassung) einer bestimmten Handlung im Hinblick auf die Herbeiführung eines bestimmten Zustands erlaubt, verboten, vorgeschrieben bzw. lediglich möglich oder ange raten ist.“ (Franke 1997, 193)

Ausprägungen dieser Kategorie sind z.B. Modalverben (*müssen, sollen, dürfen*), Adverbien (*nie, stets, immer, ausschließlich, nur*) oder die Satzkonstruktion *ist + zu + Verb* (z.B. *ist zu beachten*). Ein geringer Verbindlichkeitsgrad wird ausgedrückt durch das Modalverb *können*, das Adverb *vielleicht* oder das Verb *vorschlagen* statt *raten* oder *empfehlen*.

Beispiel: „Deshalb lautet das Grundprinzip der DurchschlafKur [sic!]: ‚Man muss die Kinder dort beruhigen, wo sie liegen.‘“ (Wahlgren 2009, 29; Hervorhebung C.O. und J.K.) Hier wird durch das Modalverb *müssen* ein sehr hoher Verbindlichkeitsgrad versprachlicht.

► Vertrauensaufbau

Die linguistische Vertrauensforschung geht davon aus, dass Kommunikation und Vertrauen inhärent zusammenhängen (vgl. Schäfer 2016). Insbesondere für Ratgebertexte wäre es aufschlussreich zu prüfen, welche vertrauensbildenden Maßnahmen angewendet werden, um die AdressatInnen zur Handlungsausübung zu bewegen.

Schäfer (2013 und 2016) zufolge wird Vertrauen durch vier Faktoren begünstigt, die in der Interaktion aber auch erkennbar sein müssen:

„1. *Kompetenz* auf dem relevanten Gebiet, 2. *Konsistenz* in den verbal und nonverbal vermittelten Inhalten und Konsistenz der Selbstdarstellung im Laufe der Zeit, 3. *Interesse* am Partner, seinen Problemen und seinen gemeinsamen Themen, 4. *Koordiniertes Handeln* – Fähigkeit und Bereitschaft dazu, eigenes Handeln mit dem des Partners zu koordinieren.“ (Schäfer 2016, 69; Hervorhebungen im Original)

Welche dieser Faktoren sind in Ratbertexten besonders dominant? Welche Strategien der Vertrauensbildung werden angewendet? Wie wird emotionale Nähe hergestellt? Dies kann z.B. durch empathische Äußerungen geschehen, dass der/die AutorIn vorgibt, die Situation der Ratsuchenden aus eigener Erfahrung gut zu kennen und sich damit als ‚Leidensgenosse‘ inszeniert (vgl. die Ausführungen zur Analysekatgorie „Rollenkonstruktion AutorIn – LeserIn“).

Die hier vorgestellten Analysekatgorien sind als Angebot zu verstehen und müssen je nach Erkenntnisinteresse erweitert oder modifiziert werden. Auch sind nicht alle Katgorien abuarbeiten, wenn sie für die Forschungsfrage nicht ziel-führend sind.

5 Schlussbemerkung

Die Vorstellung von textlinguistischen Katgorien zur Identifizierung, Typologisierung und didaktischen Analyse von ratgebenden Texten muss im Rahmen eines Sammelbandbeitrags vergleichsweise knapp ausfallen und kann die zum Teil umgreifenden innerdisziplinären Diskussionen zu einzelnen Termini, Katgorien oder Systematiken höchstens andeuten. Dessen ungeachtet ist Nicht-LinguistInnen ein, so hoffen wir, überschaubares Instrumentarium zur Ratgeberforschung an die Hand gegeben. Mit diesem lassen sich beispielsweise auch textsortenprägende Ratgeber-*text*e identifizieren und analysieren sowie in historischer Perspektive Brüche bzw. Transformationen der Textsorte nachzeichnen.

Eine Betrachtung von (Erziehungs-)Ratgebern kommt nicht ohne eine sprachliche Analyse aus. Will man etwas über die zugrundeliegenden Strukturen der Informationsvermittlung und Instruktionsmodalität erfahren, muss man die sprachlichen Mittel genauer untersuchen. Andernfalls verbleibt die Analyse auf

einer rein propositionalen Ebene, d.h. man praktiziert eine reine Inhaltsanalyse. Zweifelsohne ist das möglich und auch ertragreich, aber es wird Erkenntnispotenzial verschenkt, wenn unberücksichtigt bleibt, dass Aufbau und Formulierung des Textes eine bewusste Entscheidung der TextproduzentInnen sind und mit dieser Wahl sprachlicher Mittel ganz bestimmte Wirkungen erzielt werden. Denn es macht durchaus einen Unterschied, ob schulmeisterlich direktiv das Handeln der RezipientInnen beeinflusst werden soll oder freundschaftlich vorschlagend.

Eine linguistische Betrachtung von (Erziehungs-)Ratgebern ermöglicht den Zugang zu Denkkonzepten, Beziehungsdefinition und dem Selbstverständnis von EmittentInnen zu den von ihnen Adressierten. In einer breiter angelegten Studie von (Erziehungs-)Ratgebern könnten diese Denkkonzepte aufgeschlüsselt werden und ggf. konträre Denkansätze freigelegt werden. Zudem wäre aufschlussreich, mit welchen sprachlichen Strategien Vertrauen hergestellt wird – eine Grundvoraussetzung, um erfolgreich RAT GEBEN zu können, denn ohne Vertrauen zum/zur AutorIn wird die Bereitschaft nicht vorhanden sein, die Ratschläge in konkretes Handeln umzusetzen.

Voraussetzung für solche Analysen ist es, ein Untersuchungskorpus zusammenzustellen, zu dessen Konturierung der vorliegende Beitrag ebenfalls relevante Kategorien und Fragestellungen bereitstellt.

Literatur

- Antos, G. (2001): Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft: Gesprächsanalyse und Ratgeberliteratur. In: K. Brinker/G. Antos/W. Heinemann/S.F. Sager (Hrsg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/Linguistics of Text and Conversation. An International Handbook of Contemporary Research, 2. Halbbd.: Gesprächslinguistik. Berlin u.a.: de Gruyter, 1716-1725.
- Bergmann, R. (1999): Rhetorikratgeberliteratur aus linguistischer Sicht. In: G. Brüner/R. Fiehler/W. Kindt (Hrsg.): Angewandte Diskursforschung. Bd. 2. Opladen: Westdeutscher Verlag, 226-246.
- Brinker, K./Cölfen, H./Pappert, S. (2018): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 9., durchges. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.
- Dürscheid, C. (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: Linguistik Online 22 (1). Verfügbar unter <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/752> (Zugriff am 02.10.2018).
- Ehlich, K./Rehbein, J. (1986): Muster und Institution. Untersuchungen zur schulischen Kommunikation. Tübingen: Narr Verlag.
- Fandrych, C./Thurmair, M. (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tübingen: Stauffenburg.
- Fix, U./Poethe, H./Yos, G. (2003): Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. 3., durchges. Aufl., Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang.
- Franke, W. (1997): Massenmediale Aufklärung. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung zu ratgebenden Beiträgen von elektronischen und Printmedien. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Gläser, R. (1990): Fachtextsorten im Englischen. Tübingen: Narr.

- Graf, D./Seide, K. (2018): Das gewünschtete Wunschkind aller Zeiten treibt mich in den Wahnsinn. Der entspannte Weg durch Trotzphasen. 13. Aufl., Weinheim u.a.: Beltz Verlag.
- Hausendorf, H./Kesselheim, W./Kato, H./Breitholz, M. (2017): Textkommunikation. Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift. Berlin: de Gruyter.
- Heimerdinger, T. (2012): Wem nützen Ratgeber? Zur alltagskulturellen Dimension einer populären Buchgattung. In: *Non Fiktion – Arsenal der anderen Gattungen* 7 (1/2), 37-48.
- Heinemann, M. (2000): Textsorten des Alltags. In: K. Brinker/G. Antos/W. Heinemann/S.F. Sager (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/Linguistics of Text and Conversation. An International Handbook of Contemporary Research*, 1. Halbbd: *Textlinguistik*. Berlin u.a.: de Gruyter, 604-614.
- Helmstetter, R. (2014): Die Tunlichkeits-Form. Zu Grammatik, Rhetorik und Pragmatik von Ratgeberbüchern. In: M. Niehaus/W. Peeters (Hrsg.): *Rat geben. Zu Theorie und Analyse des Beratungshandelns*. Bielefeld: transcript, 107-132.
- Herkenrath, L. (1978): Zum Umgang mit Ratgeberliteratur. In: T. Sprey (Hrsg.): *Praxis der Elternbildung. Projekte – Hilfen – Perspektiven*. München: Kösel, 94-103.
- Hermanns, F. (1989): Deontische Tautologien. Ein linguistischer Beitrag zur Interpretation des Godesberger Programms (1959) der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. In: J. Klein (Hrsg.): *Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 69-149.
- Hindelang, G. (1978): Auffordern. Die Untertypen des Aufforderns und ihre sprachlichen Realisierungsformen. Göppingen: Verlag Alfred Kümmerle.
- Hindelang, G. (2010): Einführung in die Sprechakttheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen. 5., neu bearb. und erw. Aufl., Berlin: de Gruyter.
- Höffer-Mehlmer, M. (2001): Didaktik des Ratschlags – Zur Methodologie und Typologie von Ratgeber-Büchern. In: P. Faulstich/G. Wiesner/J. Wittpoth (Hrsg.): *Wissen und Lernen, didaktisches Handeln und Institutionalisierung. Befunde und Perspektiven der Erwachsenenbildungsforschung*. Bielefeld: Bertelsmann Verlag, 155-164.
- Höffer-Mehlmer, M. (2003): *Elternratgeber. Zur Geschichte eines Genres*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Höffer-Mehlmer, M. (2008): Erziehungsdiskurse in Elternratgebern. In: W. Marotzki/L. Wigger (Hrsg.): *Erziehungsdiskurse*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, 135-153.
- Holly, W. (2011): Medien, Kommunikationsformen, Textsortenfamilien. In: S. Habscheid (Hrsg.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen: Linguistische Typologien der Kommunikation*. Berlin: de Gruyter, 144-163.
- Janich, N. (1998): *Fachliche Information und inszenierte Wissenschaft. Fachlichkeitskonzept in der Wirtschaftswerbung*. Tübingen: Narr.
- Kallmeyer, W. (2000): Beraten und Betreuen. Zur gesprächsanalytischen Untersuchung von helfenden Interaktionen. In: *Zeitschrift für Qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung* 1 (2), 227-252.
- Kast-Zahn, A./Morgenroth, H. (2007): *Jedes Kind kann schlafen lernen*. 8. Aufl., München: Gräfe und Unzer Verlag.
- Kessel, K. (2009): *Die Kunst des Smalltalks. Sprachwissenschaftliche Untersuchungen zu Kommunikationsratgebern*. Tübingen: Narr.
- Kost, J. (2013): Erziehungsratgeber. In: M. Stamm/D. Edlmann (Hrsg.): *Handbuch frühkindliche Bildungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, 473-484.
- Krieg-Holz, U./Bülow, L. (2016): *Linguistische Stil- und Textanalyse. Eine Einführung*. Tübingen: Narr.
- Lüders, H.-H. (1995): *Pressesprache*. 2., neu bearb. Aufl., Tübingen: Niemeyer.

- Neckermann, N. (2001): Instruktionstexte. Normativ-theoretische Anforderungen und empirische Strukturen am Beispiel des Kommunikationsmittels Telefon im 19. und 20. Jahrhundert. Berlin: Weißensee Verlag.
- Niehaus, M. (2013): „Wie soll ich tante Emma umbringen?“ Überlegungen zum Ratgeben als Institut. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 43 (1), 122-141.
- Ott, C./Staffeldt, S. (2013): In die Irre. Bemerkungen zur Funktion journalistischer Überschriften als Leseanreiz. In: Neuphilologische Mitteilungen 114 (2), 131-170.
- Pick, I. (2017): Zusammenführung der Beiträge: Entwicklung einer Typologie des Handlungstyps Beraten. In: I. Pick (Hrsg.): Beraten in Interaktion. Eine gesprächslinguistische Typologie des Beraten. Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang, 427-470.
- Rolf, E. (1993): Die Funktion der Gebrauchstextsorten. Berlin u.a.: de Gruyter.
- Sandig, B. (1984): Ziele und Methoden einer pragmatischen Stilistik. In: B. Spillner (Hrsg.): Methoden der Stilanalyse. Tübingen: Narr, 137-161.
- Schäfer, P. (2013): Das Potenzial der Vertrauensförderung. Sprachwissenschaftliche Explikation anhand von Texten der Brücke/Most-Stiftung. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Schäfer, P. (2016): Linguistische Vertrauensforschung. Eine Einführung. Berlin u.a.: de Gruyter.
- Schmid, M. (2011): Erziehungsratgeber und Erziehungswissenschaft. Zur Theorie-Praxis-Problematik populärpädagogischer Schriften. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
- Schütte, C. (2014): Kommunikative Strategien in Ratgeberbüchern zum Thema „Trauer“. In: M. Niehaus/W. Peeters (Hrsg.): Rat geben. Zu Theorie und Analyse des Beratungshandelns. Bielefeld: transcript, 133-158.
- Strauss, L. (2018): Rhetorikratgeber als Beispiel für Laienlinguistik. Eine Diskursanalyse. Berlin: Metzler.
- Wahlgren, A. (2009): Das DurchschlafBuch. Die sanfte Schlafkur für dein Baby. 2. Aufl., Weinheim: Beltz Verlag.
- Zeller, C. (2018): Warum Eltern Ratgeber lesen. Eine soziologische Studie. Frankfurt am Main: Campus.
- Zeman, S./Blank, W./Staffeldt, S./Ott, C./Rödel, M. (2017): Was bedeutet eigentlich erzählen? Linguistische und didaktische Annäherungen an einen schwierigen Begriff. In: Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes 64 (3), 307-329.
- ZBFS – Zentrum Bayern Familie und Soziales/Bayerisches Landesjugendamt (Hrsg.) (2015): Elternbrief 37. Alter: 10 Jahre 6 Monate. Verfügbar unter https://www.elternimnetz.de/imperia/md/content/eltern_im_netz/elternbriefe/download_elternbrief_37.pdf (Zugriff am 01.09.2018).
- ZBFS – Zentrum Bayern Familie und Soziales/Bayerisches Landesjugendamt (Hrsg.) (2016): Elternbrief 2. Alter: 3-4 Monate. Verfügbar unter https://www.elternimnetz.de/imperia/md/content/eltern_im_netz/elternbriefe/download_elternbrief_2.pdf (Zugriff am 01.09.2018).

Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft ist bis heute ein Desiderat. Dieser Forschungslücke widmet sich der vorliegende Band, indem er ein grundlegendes Erkenntnisinteresse auf die Klärung des Feldes richtet, die Beschreibung des Gegenstandes ‚Ratgeber‘ aus verschiedenen wissenschaftlichen und historischen Perspektiven in den Fokus nimmt und nach dem Verhältnis der Erziehungswissenschaft bzw. der Pädagogik zum Gegenstand fragt. Ergänzt werden diese grundlegenden Sichtweisen um empirische Analysen.

Der Band bietet einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und soll zugleich Anregungen für eine weiterführende erziehungswissenschaftliche Ratgeberforschung geben.

Die Publikation präsentiert die Ergebnisse des Netzwerkes „Annäherung an eine Theorie des Erziehungsratgebers“, welches von 2016 bis 2019 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wurde.

Die Herausgeber*innen

Michaela Schmid, Dr. phil., Jahrgang 1981, Akad. Rätin Allgemeine Pädagogik, Universität Augsburg.

Ulf Sauerbrey, PD Dr. phil., Jahrgang 1982, Akad. Rat a.Z. Kindheitsforschung, Universitätsklinikum Jena und Universität Erfurt.

Steffen Großkopf, Dr. phil., Jahrgang 1976, Verwaltungsp Professur ‚Soziale Arbeit und Ethik‘, Universität Vechta.

978-3-7815-2327-2



9 783781 523272