

FIGUREN UND TEXTSORTEN

JÓZSEF PETHŐ

Einleitung

Der Beitrag setzt sich zum Ziel, in verschiedenen Bereichen und Textsorten der sprachlichen Kommunikation von heute die wichtigsten Funktionen von rhetorisch-stilistischen Figuren darzustellen. (Es ist hier zu bemerken, dass rhetorisch-stilistische Figuren in der Fachliteratur oft als Stilfiguren oder rhetorische Figuren oder einfach Figuren bezeichnet werden; vgl. Ueding 1992–2009; Szathmári 2008) Entsprechend meiner Zielsetzung stütze ich mich in erster Linie auf Beispiele und Analysen. Mein Korpus, also die Texte bzw. die zu analysierenden Beispiele entstammen der Gegenwartssprache, genauer gesagt dem ungarischen und deutschen Sprachgebrauch der letzten zwei Jahrzehnte.

Den theoretischen Hintergrund meines Beitrages bildet die funktionale Linguistik. Der Begriff funktionale Linguistik wird heute weitgehend vieldeutig interpretiert, also die Bezeichnung funktionale Linguistik wird häufig für sehr verschiedene linguistische Theorien verwendet. Ich habe mich v.a. auf die Grundthesen des holistischen Ansatzes der Kognitiven Linguistik gestützt. Dieses Modell kann man hauptsächlich mit den Namen von Leonard Talmy, George Lakoff und Ronald Langacker verbinden (vgl. Lakoff–Johnson 1980; Langacker 1987, 1988; Talmy 2000, Geeraerts–Cuyckens 2007).

Die Grundthesen der funktional-kognitiven Linguistik sind die folgenden:

- nach dem holistischen Ansatz der Kognitiven Linguistik ist die Sprache Teil des kognitiven Systems. Mit der Sprache können wir die grundlegendsten kognitiven Aufgaben erfüllen: Informationen aufnehmen, verarbeiten, speichern und abrufen;
- die Kognitive Linguistik stellt die Bedeutung (den Sinn) in den Vordergrund;
- dieser Ansatz ist betonterweise eine gebrauchsbasierte Sprachtheorie, deswegen ist der pragmatische Aspekt essentiell;
- die Vorstellung der Strukturen und Funktionen sprachlicher Einheiten, anders gesagt: die Vorstellung der formalen und die der funktionalen Eigenschaften ist von gleichem Rang;
- die Anwendung der Prototypentheorie (vgl. Tolcsvai Nagy 2005, 2006; Geeraerts–Cuyckens 2007; Wildgen 2008).

Figuren in verschiedenen Textsorten

Figuren und Metaphern

Am Anfang der Diskussion des Themas im engeren Sinne, das heißt: bei der Diskussion der Zusammenhänge zwischen Figuren und Textsorten, ist es nützlich, auf die kognitive Metaphernforschung als Ausgangspunkt zu verweisen. Wie es Lakoff, Johnson (1980), Kövecses (2005, 2010) und andere kognitiven Metaphernforscher bewiesen haben, „leben wir in Metaphern“ (wie es im Titel des berühmten und grundlegenden Werkes von Lakoff und Johnson heißt: „Metaphors we live by“). Also die Metaphern sind nicht als oberflächlicher Schmuck, nicht nur als rhetorische oder poetische Mittel zu betrachten. Im Gegenteil: Metaphern sind wichtige, integrale Bestandteile der ganzen Sprache, also einschließlich der Alltagssprache.

In meinem Beitrag wird die Absicht verfolgt, diese die Metaphern betreffende These mit den entsprechenden Änderungen für rhetorisch-stilistische Figuren zu verwenden. Also: in meinem Beitrag wird dafür argumentiert, dass die enger aufgefassten, anders gesagt die „eigentlichen“ Figuren, also die rhetorisch-stilistischen Figuren – genauso wie die andere Kategorie des breit verstandenen Begriffes der Figuren: also die Metaphern – nicht nur zur rhetorischen oder poetischen Sprachebene gehören. Sie können in der Alltagssprache in allen Textsorten vorkommen und dort verschiedene wichtige, bedeutungsstiftende Rollen spielen.

Es ist notwendig hier auch zu klären: was wird in meinem Beitrag unter Textsorte verstanden? Ich verwende die Begriffsbestimmung von Brinker:

„Textsorten (wir sprechen gleichbedeutend auch von Textklassen oder Texttypen) sollen zunächst ganz allgemein als komplexe Muster sprachlicher Kommunikation verstanden werden, die innerhalb der Sprachgemeinschaft im Laufe der historisch-gesellschaftlichen Entwicklung aufgrund kommunikativer Bedürfnisse entstanden sind.“ (Brinker 1985/2001: 118).

Rhetorische Figuren in öffentlichen Reden der Gegenwartssprache

Untersuchen wir öffentliche Reden der Gegenwart unter unserem Gesichtspunkt, können die folgenden Aussagen getroffen werden: Reden, die vor großem Publikum und/oder zu bedeutenden gesellschaftlichen, feierlichen Anlässen gehalten werden, sind mit Erwartungen bzw. Stilabsichten nach einem gehobenen, „wertzuschreibenden“ Stil verbunden (vgl. Tolcsvai Nagy 1996: 133–166, Tolcsvai Nagy 2005, Sandig 2006). Solche Erwartungen erfüllt der Redner nicht zuletzt durch Verwendung rhetorischer Figuren. aber eine vor kleinerem Publikum zu haltende Rede ist mit ganz verschiedenen stilistischen Erwartungen und Stilabsichten verknüpft. Das bedeutet für den Redner, dass er auch einer ganz anderen Textstrategie hinsichtlich der Figuren folgen soll (vgl. Pethő 2011). Als Beispiel schauen wir uns jetzt mal zwei Reden an. Beide Reden gehören zur selben Textsorte: beide sind Festreden.

Die erste wurde von László Sólyom, dem ehemaligen Präsidenten der Republik Ungarn anlässlich der 50. Jubiläumsfeier der Revolution von 1956 in der Frankfurter Paulskirche gehalten (im Jahre 2006). Und die zweite wurde anlässlich des 20. Jahrestages der Deutschen Einheit vom damaligen Bundespräsidenten der Bundesrepublik Deutschland Christian Wulff gehalten (im Jahre 2010). Bei Zitaten kennzeichnet das „S“ die Sólyom-Rede, das „W“ die Rede von Wulff. In beiden Reden sind zahlreiche Figuren anzutreffen. Zum Beispiel **Häufungen**, mit einem anderen Terminus: Aufzählungen:

„Es ist Vertrauen *erweckend und erhebend*, dass es ein solches Gedenken gibt, womit sich jeder identifizieren kann, wo es keine *Gegenmeinungen und Bedenken* gibt.“ (S)

(„*Biztató és felemelő* érzés, hogy van egy megemlékezés, amellyel mindenki azonosulni tud, amellyel szemben nincsenek *ellenvélemények és fenntartások.*”)

„Wir feiern heute, was wir vor 20 Jahren erreicht haben: *Einigkeit und Recht und Freiheit* für unser deutsches Vaterland.“ (W)

Die rhythmusstiftenden und strukturierenden **Anaphern** spielen auch eine relevante Rolle, z.B.

„Ich denke *an die* Bilder aus Berlin, in der Nacht vom 2. auf den 3. Oktober. *An die* Menschen, die vor dem Reichstagsgebäude standen. *An die* gespannte Erwartung in den Momenten vor Mitternacht. *An den* Klang der Freiheitsglocke. *An das* Glücksgefühl. *An die* Tränen...“ (W)

Auch **Antithesen** kommen häufig vor, schauen wir uns jetzt einige Beispiele an, z.B.

„...er gezwungen wird, eine Auswahl aus der Vergangenheit zu treffen: Es gibt Dinge, *für die er einsteht*, und andere, *die er leugnet*.“ (S)
(...válogatni kényszerül a múltból: van, amit *vállal*, van amit *tagad*.)

„Lebenswelten driften auseinander: *die von Alten und Jungen; Spitzenverdienern und denen, die vom Existenzminimum leben; von Menschen mit und ohne sicherem Arbeitsverhältnis; von Volk und Volksvertretern...*“ (W)

„Gewiss ist auch *Erhaltenswertes verloren gegangen. Unendlich Wertvolles wurde jedoch gewonnen...*“ (W)

Rhetorische Fragen:

„...*Was hält uns zusammen? Sind wir zusammengewachsen, trotz aller Unterschiede?*“ (W)

Rhetorische Figuren in der zeitgenössischen Literatur

In den Gattungen bzw. Textsorten (zur Relation der Kategorien literarischen Gattung und Textsorte siehe z. B. Kocsány 2002) also in den Textsorten der **zeitgenössischen** (sehr vielfältigen) **Literatur** kommen die rhetorischen Figuren fast in unüberschaubarer Fülle und in sehr unterschiedlichen Rollen vor. Diese Rollen können teilweise aus dem traditionellen Literaturkonzept, aus dem traditionellen Literaturideal abgeleitet werden. Das ist also das Befolgen der vieltausendjährigen literarischen Tradition – aus welchen Gründen auch immer.

Sehr aufschlussreich aus unserer Sicht ist ein vor kurzem publizierter Beitrag von Ágnes Domonkosi. Domonkosi (2008) hat in diesem Beitrag die text- und stilkonstituierende Rolle der rhetorischen Figuren in der Lyrik von Lajos Parti Nagy, einem der bedeutendsten zeitgenössischen ungarischen Dichter analysiert. Von Domonkosi wurden die folgenden Funktionen bzw. Bedeutungen vorgestellt:

- die Rolle der rhetorischen Figuren bei der Lenkung der Aufmerksamkeit auf das Funktionieren des Textes;
- Eröffnung der Bedeutungsmöglichkeiten;
- Rolle bei der Herstellung der Textkohärenz;
- Imitation der dilettantischen Versifikation;
- (und) Mittel der Ironie.

Als Ordnungsprinzip gilt in der Postmoderne die „Difusität“ (Szabó 1999), die den Aufbau des Textes folgendermaßen organisiert: „spezifisch darin [d.h. im Text] der Unterbruch, die Zerbröckeltheit, die vielfältige Abzweigung, die ständige Tendenz zu kommentieren und verstärken“ (Szabó 1999: 264). Die Difusität tritt meistens in Wiederholungen,

besonders in Häufungen vor. Nehmen wir als Beispiel eine Passage aus dem „Buch Hrabals“ von Péter Esterházy:

„Ich habe einmal in irgendeiner Gesellschaft gehört, dass jeder Mensch ein gesondertes Wort sei und die gesamte Menschheit die Sprache beziehungsweise jenes Buch, das der Herrgott liest; das eine Wort versteht das andere Wort nicht, das Verstehen liegt in der Sprache, und wer das begreift, ist nicht der Schriftsteller, nein, der Leser ist das; er schaut sich die Wörter an, kostet sie, kraut sie, stilisiert die Wörter, klopft sie ab, er ist ein aktiver Leser, er streicht, ordnet um, schreibt etwas neu, blättert zurück, überspringt. Und was für ein Leser ist wohl der Herr?, das ist eine verständliche Frage. [...] (Und was für ein Schriftsteller wäre der Herr, wenn wir schon soweit sind? Aus dem Stegreif gesagt: gar keiner. Der Herr schreibt: nicht! Wer sich an alles erinnert, ist ein Ungeheuer, oder er ist Gott, und der schreibt nicht, gegebenenfalls ist auch Gott ein Ungeheuer, letzteres schließe ich aus Erbarmen aus [es ist meine persönliche Meinung], ohne Vergessen ist ausschließlich Gott in der Lage erbarmen.“ (Péter Esterházy: Das Buch Hrabals. Residenz Verlag. 1991: 171. Übersetzt von Zsuzsanna Gahse)

Ähnlicherweise spielen die rhetorisch-stilistischen Figuren eine wichtige, sogar kompositionsorganisierende Rolle in einem berühmten Gedicht von Durs Grünbein, einem der wichtigsten Vertreter der zeitgenössischen deutschen Lyrik. Durch die Häufungen, Parallelismen und anderen Wiederholungsfiguren erscheinenden freien Assoziationen bilden so eine eigenartige Struktur, die zugleich abgeschlossen und offen, geordnet und ungeordnet ist.

„Oder Dichtung, was war das noch? Entführung in alte Gefühle...
 Stimmenfang, Silbenzauber, *ars magna* im elaboriertesten Stil.
 Die Kälte der Selbstbegegnung, ein Tanz zwischen sämtlichen Stühlen.
 Nichts Halbes, nichts Ganzes also, doch das gewisse Etwas zuviel.
 Dem einen Gebet ohne Gott, dem andern das „Echt Absolut Reelle.“
 [...]
 Der Vers ist ein Taucher, er zieht in die Tiefe, sucht nach den Schätzen
 Am Meeresgrund, draußen im Hirn. Er konspiriert mit den Sternen.
 Metaphern sind diese flachen Steine, die man aufs offene Meer
 Schleudert vom Ufer aus. Die trippelnd die Wasserfläche berühren,
 Drei, vier, fünf, sechs Mal im Glücksfall, bevor sie bleischwer
 Den Spiegel durchbrechen als Lot. Risse, die durch die Zeiten führen.
 Philosophie in Metren, Musik der Freudesprünge von Wort zu Ding.
 Geschenk, sagt der eine, der andre: vom Scharfsinn gemacht.
 Was bleibt, sind Gedichte. Lieder, wie sie die Sterblichkeit singt.
 Ein Reiseführer, der beste, beim Exodus aus der menschlichen Nacht.“
 (Durs Grünbein: Erklärte Nacht)

Rhetorische Figuren in der Mediensprache

Aus unserer Sicht gibt es große Unterschiede zwischen den einzelnen Textsorten der Mediensprache. In ganz anderer Häufigkeit und in ganz anderen Formen kommen die Figuren in verschiedenen Mediengattungen vor. Anders in den tatsachenbetonten (referierenden) Textsorten z.B. in Nachrichten, Reportagen etc. und in meinungsbetonten Textsorten, z.B. in Leitartikeln, Glossen, Essays usw. Es gilt aber für viele Mediengattungen im Allgemei-

nen, dass die **Schlagzeilen** oft rhetorische Figuren sind. Ich zitiere jetzt nur ein paar Beispiele:

Alliteration

Tödlicher Terror im Reich des Rauschs (Schlagzeile eines „Spiegel“-Berichtes über den Drogenkrieg in Mexiko)

Dominanz der Dauerdirigenten (Schlagzeile eines Kommentars des „Spiegel“)

Vasárnap választás Vasváriban (Wahl am Sonntag in Tiszavasvári, ein Nachrichtentitel von Tageszeitung Kelet-Magyarország)

Alliteration und Häufung

Wein, Weib und wilde Stiere (Schlagzeile eines „Spiegel“-Berichtes, Thema: Festival San Fermin in Pamplona)

Anspielung oder Allusion

Der Besuch der kleinen, alten Dame (Titel eines Zeitungsartikels in der österreichischen Tageszeitung, „Der Standard“, über die Venus von Willendorf. Der Journalist spielt auf das Theaterstück von Friedrich Dürrenmatt „Der Besuch der alten Dame“ an.)

Brüsszeli muzsikások („Brüsseler Musiker“, Schlagzeile der Wochenzeitung „Heti Világgazdaság“, Anspielung auf das berühmte deutsche Märchen, Die Bremer Stadtmusikanten.)

In großem Teil der oben zitierten Beispiele fungieren die rhetorischen Figuren in irgendeiner Weise als Mittel der Ironie. Besonders beliebt sind solche Schlagzeilen in der **Regenbogenpresse** (Boulevardpresse), einige Alliteration-Beispiele aus der Tageszeitung „Bild“:

Halloween-Hurrikan zeigt seine hässliche Fratze

Berliner Babyleiche bereits bestattet

Multimillionär mit Mini-Steuersatz

Baggern, busseln und bechern in Kroatien

Rhetorische Figuren in der Werbung

Eine sehr umfangreiche Sachliteratur beschäftigt sich mit rhetorischen Figuren in der Werbung. Die Ergebnisse der früheren Untersuchungen (siehe z.B. Sowinski 1998, Forgács 2005, Janich 2001, Szikszainé Nagy 2008) zeigen überzeugend, dass die rhetorischen Figuren in Werbungen sehr häufig und wirksam eingesetzt werden. Nach Manuela Baumgart (1992: 58–67) sind 32 rhetorische Figuren typisch für Slogans, unter anderem: Alliteration, Anspielung, Antithese, Paradoxon, Rhetorische Frage, Steigerung (Klimax), Übertreibung (Hyperbel), Wortspiel usw. Ich führe hier nur einige Beispiele an (vgl. Janich 2001: 202–209):

Alliteration

Wissen, was wichtig wird (Slogan von „Financial Times“)

Wortspiel

Gut. Besser. Gösser.

Wir lieben Fliegen (Slogan von Condor Airlines)

Wortspiel mit Oxymoron

A legnagyobb legkisebb (Der größte Kleinste; Toyota Yaris)

Traditionell innovatív (Slogan von Becker Autoradio)

Hyperbole

A legtöbb, mi adható. (Wörtlich übersetzt: *Das Meiste, das man geben kann*, aber die originale deutsche Version des Tchibo-Slogans lautet so: *Das Beste geben.*)

Nichts ist unmöglich! (Toyota-Slogan)

Die rhetorische Figuren in der gesprochenen Alltagssprache

In der gesprochenen Alltagssprache spielen verschiedene Typen der rhetorischen Figuren auch eine große Rolle. Hier erwähne ich nur ein paar dazugehörige typische Figuren: z.B. Euphemismus (Untertreibung), Hyperbel, Klimax, Ironie, Rhetorische Frage, Wortspiel usw. werden oft gebraucht.

Als Beispiel diskutiere ich jetzt nur eine in der Alltagssprache verwendete Figur und zwar die rhetorische Frage. In ihrem Buch, „A kérdéssalakatok retorikája és stilisztikája“ („Rhetorik und Stilistik der rhetorischen Fragen“), zitiert Irma Szikszainé Nagy (2008) eine Reihe von Beispielen, z.B. die folgenden:

Was? Dieser Schrott kostet hundert Forint? (Hogyan, száz forintba kerül ez a vacak?)

Wollten Sie doch nicht mitkommen, Herr Ingenieur? (Nem jönne el mégiscsak, mérnök úr?)

Aus vielen rhetorischen Fragen wurden Gemeinplätze (vgl. Szikszainé Nagy 2008: 164–165):

Habt ihr das in der Schule gelernt? (Wenn jemand etwas Schlechtes tut.)
(*Ezt tanultátok az iskolában?*)

Soll das ein Kompliment sein? (Beleidigung)
(*Ez bók akar lenni?*)

Die rhetorischen Fragen sind im alltäglichen Diskurs, wie Szikszainé Nagy Irma (op. cit. 55) sagt mit Langacker's bekannten Terminus „Routine-Strukturen“. Dass heißt, der Sprecher erstellt und benutzt sie intuitiv ohne es zu wissen, dass er einen rhetorische Trick, d.h. eine rhetorische Figur benutzt. Das gilt natürlich auch für andere Figuren des alltäglichen Diskurses.

Zusammenfassung

Obwohl es mir in diesem Rahmen nicht möglich war, eine breiter angelegte Untersuchung durchzuführen, hoffe ich doch demonstriert zu haben, dass die rhetorischen Figuren die

verschiedenen Textsorten mit vielfältigen stil- und bedeutungsbildenden Funktionen durchsetzen.

Es ist eine grundsätzlich wichtige Frage, in welchen Funktionen die rhetorischen Figuren in den verschiedenen Kommunikationssituationen verwendet werden. Nach Plett (2000: 163) kann man die Figurenfunktionen im Allgemeinen wie folgt beschreiben:

Kommunikationssituation	Zweck
Alltagssprachlich	Mitteilung
Rhetorisch	Persuasion
Poetisch	Autotelie (Selbstwertigkeit)

Einerseits kann man ohne Zweifel zugeben, dass es Gründe für eine derartige, obzwar vereinfachende Systematisierung geben mag, andererseits – wenn auch auf den relativ wenigen hier zitierten Beispielen basierend – erscheint es notwendig, diese Annäherung von Plett zu nuancieren. Die Zwecke der Figuren sind Mitteilung, Überzeugung (Persuasion) und Poetisierung. Diese sind theoretisch immer absonderbar, aber im gesamten Text treten diese Funktionen zusammengeflochten auf. So durchweben die rhetorischen Figuren den Sprachgebrauch mit vielfältigen bedeutungsbildenden Funktionen – sie stellen oftmals eine Komponente dar, die im Text im Vordergrund steht und die Stilwirkung sowie den Textsinn entscheidend mitgestaltet.

Literatur

BAUMGART 1992

BAUMGART, Manuela: *Die Sprache der Anzeigenwerbung*. Heidelberg, Physica, 1992.

BRINKER 2001

BRINKER, Klaus: *Linguistische Textanalyse*. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. 5., durchgesehene und ergänzte Auflage. Berlin, Erich Schmidt Verlag, 2001.

DOMONKOSI 2008

DOMONKOSI Ágnes: *Az alakzatok szöveg- és stílusretentő szerepe Parti Nagy Lajos költészetében*. Budapest, Tinta Könyvkiadó, 2008.

FORGÁCS 2005

FORGÁCS Erzsébet: *Nyelvi játékok*. Szeged, SZEK Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, 2005.

GEERAERTS 2007

GEERAERTS, Dirk–Cuyckens, Herbert (eds.): *The Oxford handbook of cognitive linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 264–293, 2007.

JANICH 2001

JANICH, Nina: *Werbesprache*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2001².

KOCSÁNY 2002

KOCSÁNY Piroska: *Szöveg, szövegtípus, jelentés: a mondás mint szövegtípus*. NytudÉrt. 151. sz., Akadémiai Kiadó, Budapest, 2002.

KÖVECSES 2005

KÖVECSES Zoltán: *A metafora. Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest, Typotex, 2005.

KÖVECSES 2010

KÖVECSES Zoltán: *Metaphor. A Practical Introduction*. Second Edition. Oxford, New York etc., Oxford University Press, 2010.

- LAKOFF 1980
LAKOFF, George–Johnson, Mark *Metaphors we live by*. Chicago, The University of Chicago Press, 1980.
- LANGACKER 1987
LANGACKER, Ronald W.: *Foundations of cognitive grammar*. Vol. 1. Stanford, Stanford University Press, 1987.
- LANGACKER 1987
LANGACKER, Ronald W.: A view of linguistic semantics. In: Brygida Rudzka-Ostyn (Hg.): *Topics in cognitive linguistics*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins, 49–90, 1987.
- PETHŐ 2011
PETHŐ József: *Alakzat és jelentés*. Budapest, Tinta Könyvkiadó, 2011.
- PLETT 2000
PLETT, Heinrich F.: *Systematische Rhetorik*. München, Wilhelm Fink Verlag, 2000.
- PLETT 2006
SANDIG, Barbara: *Textstilistik des Deutschen*. Berlin, New York, Mouton de Gruyter, 2006.
- SOWINSKI 1998
SOWINSKI, Bernhard : *Werbung*. Tübingen, Niemeyer, 1998.
- SZABÓ 1999
SZABÓ Zoltán: *A stílustörténet egy belső összefüggéséről*. MNy. 257–266, 1999.
- SZIKSZAINÉ 2008
SZIKSZAINÉ Nagy Irma: *A kérdésalakzatok retorikája és stilisztikája*. Debrecen, DE Kossuth Egyetemi Kiadó, 2008.
- SZATHMÁRI 2008
SZATHMÁRI István (Hg.): *Alakzatlexikon*. Budapest, Tinta Könyvkiadó, 2008.
- TALMY 2000
TALMY, Leonard: *Toward a cognitive semantics*. Volume I. Cambridge, MA, MIT Press, 2000.
- TOLCSVAI 1996
TOLCSVAI Nagy Gábor: *A magyar nyelv stilisztikája*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1996.
- TOLCSVAI 2005
TOLCSVAI Nagy, Gábor: *A cognitive theory of style*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 2005.
- TOLCSVAI 2006
TOLCSVAI Nagy Gábor: Stilisztika. In: Kiefer Ferenc (Hg.): *Magyar nyelv*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 628–652, 2006.
- UEDING 1992–2009
UEDING, Gert (Hg.): *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. 1–9. Tübingen, Max Niemeyer Verlag, 1992–2009.
- WILDGEN 2008
WILDGEN, Wolfgang: *Kognitive Grammatik: klassische Paradigmen und neue Perspektiven*. Berlin, De Gruyter, 2008.