

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	IX
Zur Themenwahl	1
1. Thematik	1
1.1. Tourismus als Phänomen	1
1.2. Funktion der Ferienkataloge	3
1.3. Statistische Angaben zur Wirkung von Text, Bild und Preis in Reisekatalogen	5
2. Definitionen	7
2.1. Fremdenverkehr und Tourismus	8
2.2. Fremdenverkehrsunternehmen	12
2.3. Tourismus und Werbung	15
2.4. Werbung und Kommunikation	17
2.5. Katalog	17
3. Zielvorstellungen und Abgrenzungen	19
3.1. Zum Problem der Reiseliteratur und zur 'literarischen Einordnung' der Kataloge	19
3.2. Abgrenzung gegen soziologische und psychologische Problemstellungen	20
3.3. Anmerkungen zur benutzten Literatur	21
3.4. Bemerkungen zum untersuchten Material	23
Zum methodischen Ansatz	32
1. Kommunikationstheorie	33
2. Information und Redundanz	35
3. Die Elemente der Nachricht: Die Zeichen	37
Zur Begründung des gewählten Ansatzes	40
Syntax	44
Wortbildung	45
1. Substantivbildungen	46
1.1. Zweigliedrige Zusammensetzungen: Substantiv und Substantiv	47
1.1.1. Auflösung in Präpositionen	47
1.1.2. Auflösung in syntaktische Fügungen	48
1.1.3. Zeitbestimmung	51
1.1.4. Ortsbestimmung	51
1.1.5. Auflösung in Objekt und Substantiv	52
1.1.5.1. Genitivobjektbezug	52
1.1.5.2. Akkusativobjektbezug	52
1.1.6. Fugenelemente	53
1.1.7. Neue Begriffsbildungen	54
1.1.8. Wortzusammensetzungen mit einem festen Bestandteil	55
1.1.8.1. Komposita mit dem Grundwort '-stadt'	56
1.1.8.2. Komposita mit dem Grundwort '-städtchen'	56

1.1.8.3.	Komposita mit dem Grundwort '-dorf', '-dörfchen', '-ort', '-platz'	57
1.1.8.4.	Komposita mit '-landschaft', '-welt' als Grundwort	57
1.1.8.5.	Komposita mit '-fahrt', '-ausflug', '-reise', '-tour' als Grundwort	58
1.1.8.6.	'Ferien' und 'Urlaub' als Grund- oder Bestimmwort	60
1.1.8.7.	Komposita mit '-möglichkeit', '-programm', '-veranstaltung', '-einrichtung' als Grundwort	62
1.2.	Dreigliedrige Zusammensetzungen	64
1.2.1.	Das Grundwort ist ein Kompositum	64
1.2.2.	Das Bestimmwort ist ein Kompositum	65
1.3.	Mehrgliedrige Komposita	67
1.4.	Komposita mit Länder-, Orts-, Landschafts- oder Unternehmensnamen als Bestandteil	68
1.4.1.	Verbindungen mit Ländernamen	69
1.4.2.	Verbindungen mit Gewässer-, Gebirgs-, Völkernamen	70
1.4.3.	Verbindungen mit Unternehmensnamen	71
1.5.	Zusammensetzungen mit einem Fremdwort als Be- standteil	72
1.5.1.	Fremdwort griechischen oder lateinischen Ursprungs als Teil eines Kompositums	72
1.5.2.	Fremdwörter verschiedenen Ursprungs als Teil eines Kompositums	74
1.5.3.	Englische Wörter als Bestandteil eines Kom- positums	74
1.5.4.	Französische und italienische Wörter als Be- standteil eines Kompositums	76
1.5.5.	Sonstige fremde Wörter als Bestandteil eines Kompositums	77
1.5.6.	Zwei Fremdwörter als Bestandteil eines Kom- positums	78
1.5.6.1.	Bildungen mit zwei Fremdwörtern lateinisch- griechischen Ursprungs	79
1.5.6.2.	Bildungen aus lateinischen und französi- schen Bestandteilen	79
1.5.6.3.	Bildungen mit lateinischen und englischen Bestandteilen	79
1.5.6.4.	Bildungen mit französischen und englischen Bestandteilen	79
1.5.6.5.	Sonstige fremdsprachliche Komponenten	80
1.6.	Substantivneubildung durch Zusammensetzung mit anderen Wortarten	81
1.6.1.	Verbalstamm und Substantiv	81
1.6.2.	Adjektiv und Substantiv	83
1.6.3.	Präposition und Substantiv	83
1.6.4.	Zahlwort und Substantiv	83
1.6.5.	Partikel und Substantiv	83
1.7.	Wortneubildung mit den herkömmlichen Mitteln der Wortbildungslehre	83

1.7.1. Substantivierte Infinitive	84
1.7.2. Ableitungen mit dem Suffix '-er'	85
1.7.3. Substantivierung von Adjektiven	85
1.7.4. Substantivierung von Adverbien	86
1.7.5. Wortbildung durch Suffigierung	86
1.7.6. Neubildung durch Reduplikation	87
1.7.7. Abkürzungen und Verkürzungen	87
Zusammenfassung	88
2. Adjektivneubildungen	91
2.1. Das Partizip in adjektivischer Verwendung	91
2.1.1. Partizip Präsens	92
2.1.1.1. Partizipien von präfigierten Verben	92
2.1.1.2. Zusammengesetzte Partizipien	93
2.1.1.3. Adjektiv und Partizip	93
2.1.1.4. Adverb und Partizip	93
2.1.2. Partizip Perfekt	94
2.1.2.1. Zusammensetzungen mit Substantiv	94
2.1.2.2. Adjektiv als Komponente	95
2.1.2.3. Zusammensetzung mit Verneinungspartikel	96
2.1.2.4. Zusammensetzung mit Superlativen	96
2.2. Adjektivzusammensetzungen	97
2.2.1. Substantiv als erstes Glied	97
2.2.2. Adjektive mit festem Bestandteil	98
2.2.3. Adjektiv und Adjektiv	100
2.2.4. Bindestrichbildungen	100
2.3. Bildungen mit fremdsprachlichen Elementen	101
2.4. Vergleichende Adjektive	103
2.5. Bildungen nach anderen herkömmlichen Mustern	104
2.5.1. Ableitung von Verben	104
2.5.2. Suffixbildungen auf '-ig', '-isch', '-lich'	104
2.5.3. Adverbien als Adjektive	105
Zusammenfassung	105
2.6. Farbadjektive	107
2.6.1. Substantiv und Farbwort	107
2.6.2. Partizip und Farbwort	107
2.6.3. Zwei Farbwörter	107
3. Verbneubildung	108
3.1. Präfigierung als Form der Verbzusammensetzung	109
3.2. Neubildung aus Substantiv und Verb	110
3.3. Sonstige Bildungsarten	110
Zusammenfassung	110
4. Satz Wörter	111
Abschließende Bemerkungen zur Wortbildung	112
Satzbau	113
1. Arten der Satzbildung	115
1.1. Reihungen	122
Zusammenfassung	123

1.2. Gefüge	124
1.2.1. Relativsätze	127
Zusammenfassung	133
1.2.2. Konditionalsätze	135
Zusammenfassung	136
1.2.3. Kausalsätze	137
Zusammenfassung	138
1.2.4. 'daß'-Sätze	139
Zusammenfassung	141
1.2.5. Sonstige Nebensatzarten	142
Zusammenfassung	145
1.3. Mehrgliedrige Gefüge	149
Zusammenfassung	150
2. Satzarten	150
2.1. Aussagesätze	151
2.2. Imperativsätze	152
Zusammenfassung	153
2.3. Fragesätze	154
Zusammenfassung	157
3. Satzstrukturen	158
3.1. Setzungen	158
Zusammenfassung	160
3.1.1. Ersparung eines redundanten Satzteils	163
3.1.2. Losgelöste Ortsangaben	166
3.1.3. Losgelöste Appositionen	166
3.1.4. Losgelöste Objekte	167
3.1.5. Losgelöste präpositionale Verbindungen	167
3.1.6. Losgelöste Aufzählungen	168
3.1.7. Isoliert stehende Worte	169
3.1.8. Losgelöste Nebensätze	169
Zusammenfassung	169
3.2. Möglichkeiten der inneren Satzerweiterung	173
3.2.1. Partizipialkonstruktionen	173
Zusammenfassung	175
3.2.2. Appositionen	176
Zusammenfassung	178
3.2.3. Präpositionaler Anschluß durch 'mit'und 'für'	180
Zusammenfassung	182
3.2.4. Parenthesen	183
Zusammenfassung	185
4. Satzanfang, Inversion, Anakoluth	187
4.1. 'Und' - 'Oder' als satzeinleitende Konjunktionen	187
Zusammenfassung	189
4.2. Wortstellung, Inversion	190
Zusammenfassung	192
4.3. Anakoluth	192
Zusammenfassung	193
5. Tempus	194
5.1. Präsens	194
5.2. Perfekt	195

5.3. Imperfekt	196
5.4. Futur	197
Zusammenfassung	199
6. Modus und Genus	204
6.1. Konjunktivgebrauch	205
Zusammenfassung	207
6.2. Passiv	208
Zusammenfassung	211
7. Interpunktion	212
7.1. Punkt und Komma	212
7.2. Strichpunkt	212
Zusammenfassung	213
7.3. Doppelpunkt	214
Zusammenfassung	216
7.4. Gedankenstrich	217
Zusammenfassung	219
7.5. Ausrufezeichen	220
Zusammenfassung	221
7.6. Auslassungspunkte	222
Zusammenfassung	223
7.7. Sonstige Satzzeichen	224
Zusammenfassung	224
8. Anmerkungen zur Sprache der Routenbeschreibungen	225
8.1. Sätze und Setzungen	225
8.2. Möglichkeiten zur Erweiterung der nominalen Gruppe	227
8.2.1. Anschluß durch Präpositionen	227
8.2.2. Appositionen und Parenthesen	228
8.2.3. Infinitivkonstruktionen	230
8.3. Sonstige Erscheinungen	230
Zusammenfassung	232
9. Zur Satzlänge	235
Zusammenfassung	244
10. Verstöße gegen syntaktische Regeln	252
11. Textaufbau der Ortsbeschreibungen	253
Zusammenfassung	258
Aufbau der Prospekte	259
1. Motto, Slogan, Überschrift	259
2. Syntaktischer Aufbau der Kataloge	263
3. Hotelbeschreibungen	271
3.1. Hotelklassifizierungen und ihre Epitheta	273
3.2. Epitheta zur Zimmercharakterisierung	275
3.3. Angabe der Lage und der Entfernungen	276
3.4. Einrichtungen und Besonderheiten der Hotels	276
3.5. Syntaktische Besonderheiten der Hotelbeschreibungen	281
Zusammenfassung	287

Semantik	293
1. Semantische Aspekte der syntaktischen Untersuchungen	297
1.1. Semantische Aspekte der Wortbildung	297
1.1.1. Substantivneubildung	298
1.1.2. Adjektivneubildung	301
Zusammenfassung	303
1.2. Semantische Aspekte der Zeichenkorrelationen	304
1.2.1. Satzbildung	304
1.2.1.1. Imperativ- und Fragesätze	305
1.2.1.2. Setzungen	305
1.2.1.3. Innere Satzerweiterung	306
1.2.2. Tempus und Modus	307
1.2.3. Interpunktion	308
Zusammenfassung	309
2. Wortschatz und Wortwahl	310
2.1. Worthäufigkeit	310
2.1.1. Gegenüberstellung der Wortartenhäufigkeit in Orts- und Routenbeschreibungen	316
2.1.2. Vergleich der Häufigkeit von Wortarten zwischen Ferienkatalogen und anderen Sprachbereichen	317
2.1.3. Die Häufigkeit von Wortarten und ihr Aussagewert	321
Zusammenfassung	329
2.2. Mittel der semantischen Steigerung und Aufwertung	331
2.2.1. Formen der superlativischen Aufwertung	332
2.2.1.1. Grammatischer Superlativ	332
2.2.1.2. Elativ	339
2.2.1.3. Relativer Superlativ	340
2.2.1.4. Superlativhäufung	345
2.2.1.5. Sonderfälle	348
Zusammenfassung	350
2.2.2. Komparativ	353
2.2.2.1. Komparativ mit Vergleichsobjekt	353
2.2.2.2. Komparativ ohne Vergleichsobjekt	355
Zusammenfassung	358
2.2.3. Steigerung durch Artikelgebrauch	359
2.2.4. Steigerung durch Vorsatzwörter	361
Zusammenfassung	365
2.2.5. Steigerung durch Komposition	367
2.2.5.1. Adjektivkomposita	367
2.2.5.2. Substantivkomposita	378
Zusammenfassung	382
2.2.6. Semantische Aufwertung durch Wortverbände	384
2.2.6.1. Superlativische und hochwertende Syntagmen	385
2.2.6.2. Höhepunkte	390
2.2.6.3. Steigerung durch Syntagmen aus dem Bereich des Kostbaren	391
Zusammenfassung	393

2.2.7. Steigerung durch Appellation an das Prestigegefühl des Lesers	394
2.2.7.1. Betonung des Publikumskreises	397
2.2.7.2. Prädestination für einen bestimmten Urlauberkreis und Berufung auf Autoritäten	400
2.2.7.3. Betonung der Beliebtheit eines Ortes	403
Zusammenfassung	404
2.2.8. Semantische Aufwertung durch Beziehung zum Irrationalen	405
2.2.8.1. Wunder, Märchen, Sage	405
2.2.8.1.1. Adjektivzusammensetzungen aus dem Bereich Wunder, Märchen, Sage	405
2.2.8.1.2. Substantive und Syntagmen aus dem Bereich Wunder, Märchen, Sage	411
2.2.8.2. Traum	414
2.2.8.3. Paradies und Göttliches	418
Zusammenfassung	422
2.3. Adjektivgebrauch	425
2.3.1. Häufig gebrauchte Adjektive	425
2.3.2. Stereotypen	431
2.3.3. Anschaulichkeit durch Adjektive	433
2.3.4. Adjektivhäufung	434
Zusammenfassung	435
2.4. Sprachschichten	437
2.4.1. Umgangssprachliche Elemente	441
2.4.1.1. Umgangssprachliche Verschleifungen und Verkürzungen	442
2.4.1.2. Modewörter und salopp-umgangssprachliche Elemente	443
2.4.1.3. Umgangssprachliche Redewendungen	448
2.4.1.4. Sonstige umgangssprachliche Elemente des Wortschatzes	451
2.4.2. Hochsprachlich-poetische und literarisch-archaisierende Ausdrucksweise	452
2.4.2.1. Poetisch-feierliche Ausdrucksweise	453
2.4.2.2. Archaisierender Sprachgebrauch	454
Zusammenfassung	455
2.5. Fremdwortgebrauch und Fachwortschatz	457
2.5.1. Häufig gebrauchte, geläufige Fremdwörter	459
2.5.2. Vereinzelt gebrauchte, seltene Fremdwörter	461
2.5.3. Fachwörter und Spezialtermini	463
2.5.4. Fremdsprachliche Begriffe	468
2.5.5. Französische und englische Fremdwörter	471
2.5.6. Touristische Fachausdrücke	478
Zusammenfassung	479
Zusammenfassende Bemerkungen zum Wortschatz und zur Wortwahl	485
3. Rhetorische Mittel	488
3.1. Die Beziehung zwischen Reiseveranstalter und Urlauber	489
3.1.1. Persönliche Anrede	489
3.1.2. Betonung der persönlichen Beziehung	492
3.1.3. Verwendung von 'man'	495
Zusammenfassung	496

3.2. Redewendungen, Sprichwörter, Zitate und ihre Abwandlungen	498
3.2.1. Redensarten und Sprichwörter und ihre Variationen	499
3.2.2. Variierung von Buch- oder Filmtiteln	501
Zusammenfassung	503
3.3. Bildbereich	505
Zusammenfassung	511
3.4. Rhetorische Figuren	513
Zusammenfassung	524
Zusammenfassende Bemerkungen zur Sprache der Ferienkataloge, ihrer Wirkung, ihrer Beziehung zur Allgemeinsprache und zu den Lesern der Ferienkataloge	527
1. Grundzüge der Sprache der Ferienkataloge	530
1.1. Hervorstechende Merkmale im Bereich der Syntax	531
1.2. Hervorstechende Merkmale im semantischen Bereich bei Wortwahl und Wortgebrauch	532
2. Unterschiede zwischen den einzelnen Katalogen	534
3. Verhältnis der Sprache der Ferienkataloge zur Allgemeinsprache und zu anderen Sprachbereichen	544
3.1. Verhältnis zur Allgemeinsprache	545
3.2. Die Sprache der Ferienkataloge im Vergleich zur Sprache der Anzeigenwerbung und anderen Sprachbereichen	548
3.3. Die Sprache der Ferienkataloge als Sondersprache	553
4. Die Bedeutung der Sprache der Ferienkataloge und ihre Wirkungen	556
4.1. Wirken die Ferienkataloge auf die Allgemeinsprache?	557
4.2. Die Verständlichkeit der Ferienkataloge und das Verhältnis von Information und Emotion	560
4.3. Die Wirkung der Ferienkataloge und ihrer Sprache auf Einstellungen und Vorstellungen der Leser	564
Anmerkungen	569
Literaturverzeichnis	619
Anhang	650