

Hinweise für Autoren der Reihe

# Sprache • Medien • Innovationen

*Herausgegeben von  
Jens Runkehl, Torsten Siever und Peter Schlobinski*

## Inhalt

1	Prinzipielles .....	3
2	Überschriften .....	3
3	Text .....	3
3.1	Anführungszeichen .....	4
3.2	Trennungs- vs. Gedankenstrich .....	5
3.4	Listen .....	6
3.5	Auszeichnungen .....	6
4	Tabellen .....	7
5	Bilder .....	7
6	Zitat und Quellennachweise .....	8
7	Literaturverzeichnis .....	9
7.1	Monografien .....	9
7.3	Beiträge in Sammelbänden .....	10
8.1	Technische Betreuung des Manuskripts .....	11
8.2	Kommunikation Autor/Verlag .....	11

## 1 Prinzipielles

Wir empfehlen Ihnen die Aktivierung des Buttons »Absatzmarken und sonstige ausgeblendete Formatierungssymbole anzeigen« (Abb. 1) in Word. Die Absatzmarken und Formatierungssymbole werden im in den Anzeigebeispielen grün, Auszeichnungsbeispiele rot dargestellt.

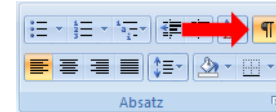


Abb. 1: Formatierungssymbole anzeigen.

## 2 Überschriften

Überschriften bitte ausschließlich numerisch gliedern (1, 1.1, 1.1.1). Untergliedern Sie den Text höchstens bis zur Gliederungsebene Vier (1.1.1.1). Nach der letzten Ziffer erfolgt keine Punktierung. Zwischen der letzten Überschriftsziffer und dem beginnenden Überschriftentext ein Tabulatorzeichen setzen. Als Satzschlusszeichen kommen nur das Frage- bzw. Ausrufezeichen in Betracht. Ansonsten ist auf Satzschlusszeichen zu verzichten.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

- 1 → Überschrift 1. Ordnung
- 1.1 → Überschrift 2. Ordnung!
- 1.1.1 → Überschrift 3. Ordnung?

## 3 Text

Absätze nach einer Überschrift werden grundsätzlich nicht eingerückt. Dies bedeutet, dass ein Absatz nach einer Überschrift das Absatzformat »T0\_W« erhält. Alle nachfolgenden Absätze müssen eine Einrückung erhalten. Dies geschieht durch die Zuweisung des Formats »T1\_W«.

### 3.1 Anführungszeichen

Die Anführungszeichen werden in der Schulschreibschrift auch als »Gänsefüßchen« bezeichnet. Sie haben dort die folgende Form: „“. In der Textarbeit des typografischen Gewerbes sind jedoch auch andere Formen der Anführungszeichen verbreitet. Grundsätzlich verwendet die Reihe die sogenannten Guillemets (»«); und dies sowohl in der Voll-, als auch in der Halbform (›‹). Die Anführungszeichen erhält man mit folgenden Tastenkombinationen:

» = Alt+0187  
 « = Alt+0171  
 › = Alt+0155  
 ‹ = Alt+0139

Anführungszeichen stehen vor und hinter wörtlich wiedergegebenen Äußerungen und Gedanken (direkter Rede) sowie wörtlich wiedergegebenen Textstellen (Zitaten).

Treffen Frage- oder Ausrufezeichen mit Anführungszeichen zusammen, so stehen sie vor dem Schlusszeichen, wenn sie zum wörtlich wiedergegebenen Text gehören.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

*Bei wörtlicher Rede:*

Er sagte: »Das Bild gefällt mir.«  
 »Wann fängt der Film an?«, fragte Thomas.

*Mit anderen Satzzeichen*

Sie fragte: »Wie geht es Dir?«  
 Er brüllte: »Bleib sofort stehen!«

Wird innerhalb einer Anführung eine weitere Anführung integriert, wird diese durch halbe Anführungszeichen kenntlich gemacht.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Er schreibt in der E-Mail: »Ich rate Dir, den Film ›Casablanca‹ anzusehen.«  
 »Mit wie vielen ›h‹ schreibt man ›Rhythmus?‹, wollte er wissen.

### 3.2 Trennungs- vs. Gedankenstrich

Nehmen Sie im Text **keine** Trennungen von Hand vor. Die Silbentrennung erfolgt erst im Satzverarbeitungsprogramm.

Beachten Sie den Unterschied zwischen Trennungs- und Gedankenstrich. Verwenden Sie den Gedankenstrich dort, wo in der gesprochenen Sprache eine deutliche Pause gemacht wird.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Er glaubte sich in Sicherheit – ein verhängnisvoller Irrtum.

Bei **Streckenangaben** wird als Gedankenstrich gesetzt. Dabei ist zu beachten, dass der Strich ohne Zwischenraum (Spatium) gesetzt wird; d.h. der Gedankenstrich ist mit den Ortsangaben unmittelbar verbunden.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Hannover–Darmstadt  
 Berlin–Amsterdam

Der Gedankenstrich kann auch bei glatten Währungsbeträgen benutzt werden. Er steht in diesem Fall – anstatt der Ziffern – hinter dem Komma.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

21,– EUR *neben* 21,00 EUR *oder* 21 EUR

Ferner findet der Gedankenstrich als Zeichen für »gegen« und »bis« Verwendung. Für »gegen« wird er **mit** Zwischenraum verwendet, während er für »bis« **ohne** Spatium Einsatz findet.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

*Verwendung i.S.v. »gegen«:*

Schalke 04 · – · Eintracht Frankfurt 2 : 2  
 Becker/Stich · – · Agassi/Sampras 0 : 2

*Verwendung i.S.v. »bis«:*

Das Buch darf 8–10 Euro kosten  
 Sprechstunde ist von 10–12 Uhr sein

### 3.3 Leerzeichen

Überprüfen Sie vor Abgabe des Manuskripts, ob doppelte Leerzeichen im Text vorhanden sind. Nutzen Sie dafür die »Suchen-und-ersetzen«-Funktion und suchen Sie nach der Zeichenfolge bestehend aus zwei Leerzeichen.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Er · glaubte · sich · in · Sicherheit · – · ein · verhängnisvoller · Irrtum.

### 3.4 Listen

Gliedern Sie Listen entweder numerisch oder mittels eines Listen-Zeichens. Für eine Nummernliste verwenden Sie das Absatzformat »Aufzählung-Nr\_W«. Für eine Liste, die am Beginn Punkte benutzt, nehmen Sie das Absatzformat »Aufzählung-Pkt\_W«.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

*Absatzformat »Aufzählung-Nr\_W«:*

1. Äpfel
2. Birnen
3. Weintrauben *oder*

*Absatzformat »Aufzählung-Pkt\_W«:*

- Äpfel
- Birnen
- Weintrauben

### 3.5 Auszeichnungen

Für Textauszeichnungen stehen drei Optionen zur Verfügung: Sie können Textbestandteile kursivieren, wenn diese eine Betonung – wie in der gesprochenen Sprache – wiedergeben sollen.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

*Jens kocht gern. Oder: Jens kocht gern. Oder: Jens kocht gern.*

Ferner können kann zur Auszeichnung die Sperrung einzelner Wörter vorgenommen werden. Gesperrt werden können solche Begriffe, die thematisch zentrale Begriffe eines Abschnitts darstellen.

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Dieses Methode wird auch als **Ethnografie** bezeichnet.

Quasi-(Fach)Termini geben Sie in einfachen deutschen Anführungszeichen an. Verwenden Sie hierfür die typografischen Anführungszeichen (») und **nicht** mathematische Größer- (<) bzw. Kleiner-Zeichen (>).

#### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Dabei handelte es sich um »gefühlte« Meßergebnisse.

## 4 Tabellen

Verwenden Sie bei tabellarischen Darstellungen die beiden Grundvarianten, die entweder abwechselnde farbige Spalten (Beispielabbildung oben), oder aber Zeilen (Beispielabbildung unten) aufweisen. Anderweitige Tabellenformatierungen sind mit den Herausgebern abzusprechen.

Obst	Gemüse	Tiere	Pflanzen	Essen	Trinken
Apfel	Paprika	Bär	Tulpe	Nudeln	Wein
Birne	Tomate	Ameise	Fresie	Gamba	Bier
Traube	Kohl	Elefant	Rose	Steak	Milch
Pfirsich	Kartoffel	Reh	Orchidee	Reis	Wasser
Kiwi	Karotte	Maus	Nelke	Fisch	Kaffee

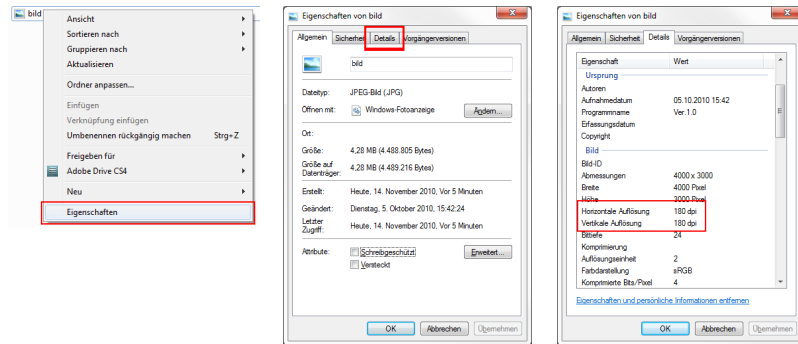
Obst	Apfel	Birne	Traube	Pfirsich	Kiwi
Gemüse	Paprika	Tomate	Kohl	Kartoffel	Karotte
Tiere	Bär	Ameise	Elefant	Reh	Maus
Pflanzen	Tulpe	Fresie	Rose	Orchidee	Nelke
Essen	Nudeln	Gamba	Steak	Reis	Fisch
Trinken	Wein	Bier	Milch	Wasser	Kaffee

## 5 Bilder

Werden für Beiträge und Publikationen Abbildungen, Grafiken o.ä. verwendet, ist darauf zu achten, dass das Urheberrecht beachtet wird. Grundsätzlich gilt, dass die Autoren für die Frage des Copyright verantwortlich sind. Dies gilt ausdrücklich auch für Bilder und Grafiken aus dem Internet.

Ferner ist darauf zu achten, dass Bilder über eine genügend hohe Auflösung verfügen. Für den Druck sind **mindestens 300 dpi** (dots per

inch, engl. für Punkte pro Zoll) erforderlich. Die Auflösung der Bilder wird ermittelt, indem auf einem Bild mit einem Rechtsklick die Option »Eigenschaften« aktiviert wird. Danach ist in der Registerkarte »Details« die jeweilige Auflösung notiert (vgl. untenstehende Abb.).



## 6 Zitat und Quellennachweise

Verwenden Sie bei Zitaten die Anführungszeichenvariante der Guillemets (»...«) und **keine** deutschen („...“). Verwenden Sie hierfür die typografischen Anführungszeichen (»«) und **nicht** mathematische Größer- (<<) bzw. Kleiner-Zeichen (>>).

Zitieren Sie Quellen direkt im Text mit folgender Konvention:

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Sie sagte: »Hier gefällt es mir.«

(Nachname Jahr [ggf. alphabetische Sortierung]: Seitenzahl).

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

... welcher die Ergebnisse belegt (Adam 2008a: 120).

Bei mehreren Autoren gilt folgende Regel: Bis zu drei Autoren werden namentlich genannt und mit Schrägstrich abgetrennt. Ab dem vierten Autor wird der Hinweis *et al.* gegeben.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

... welche die Ergebnisse belegen (Adam/Becker/Casper 2008: 120).

... welche die Ergebnisse belegen (Adam et al. 2008: 120)

## 7 Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis erfolgt nach einheitlichem Muster. Beachten Sie grundsätzlich, dass bei den Autorennamen der erste Vorname *zwingend* ausgeschrieben wird (z.B. *Thomas A. Sebeok*), weitere Vornamen jedoch abgekürzt werden. Bei mehr als vier Autoren-/Ortsnamen kann die Abkürzung *et al.* verwendet werden (insbesondere bei der Angabe von Reihentiteln). Mehrere Herausgeber tragen die Abkürzung *Hgg.*

### 7.1 Monografien

Nachname, Vorname & Vorname Nachname (<sup>Auflage</sup>Jahr). Titel. Untertitel. Ort.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Brinker, Klaus (©2005). Linguistische Textanalyse: Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. Berlin.

Runkehl, Jens, Peter Schlobinski & Torsten Siever (1998). Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen.

## 7.2 Sammelbände

Nachname, Vorname, Vorname Nachname & Vorname Nachname (Hg./Hgg. <sup>Auflage</sup>Jahr). Titel. Untertitel. [ggf. Halbband]. In: Titel. Untertitel. Hgg. v. Vorname Nachname. Ort.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Brinker, Klaus, Gerd Antos, Wolfgang Heinemann & Sven F. Sager (Hgg., 2000). Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband. In: Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Hgg. v. Armin Burkhardt, Hugo Steger & Herbert Ernst Wiegand. Berlin New York. [= HSK 16.1].

Fix, Ulla, Kirsten & Hans Wellmann (Hgg., 2000). Bild im Text – Text und Bild. In: Sprache – Literatur – und Geschichte. Studien zur Linguistik/Germanistik. Hgg. v. Hans Wellmann & Irmhild Barz. Band 20. Heidelberg.

## 7.3 Beiträge in Sammelbänden

Nachname, Vorname, Vorname Nachname und Vorname Nachname (<sup>Auflage</sup>Jahr). »Titel. Untertitel«. In: Titel. Untertitel. Hg./Hgg. v. Vorname Nachname, Vorname Nachname. Ort, S. X–X.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Flader, Dieter (1972). »Pragmatische Aspekte von Werbeslogans«. In: Anzeigenwerbung. Ein Reader für Studenten und Lehrer der deutschen Sprache und Literatur. Hg. v. Peter Nusser. München, S. 105-136.

Ipsen, Guido (1999). »Dynamische Verweise in Hypertexten. Zur Verwendbarkeit von Metaphern bei der Hypertextproduktion«. In: Textproduktion. Hypertext, Text, KonText. Hgg. v. Eva-Maria Jakobs, Dagmar Knorr und Karl-Heinz Pogner. Frankfurt/Main et al., S. 11-27.

## 7.4 Beiträge in Zeitschriften

Name, Vorname, Vorname Nachname und Vorname (Jahr). »Titel. Untertitel«. In: Zeitschriftenname Nr., S. X–X.

### Anzeigebeispiel: So sieht's aus

Jakobs, Eva-Maria (2003). »Hypertextsorten«. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 31.2, S. 232-252.

Langner, Helmut (2001). »Zum Wortschatz der Sachgruppe Internet«. In: Muttersprache 2, S. 97-109.

# 8 Kontakt

## 8.1 Technische Betreuung des Manuskripts

**PERSON:** Dr. Jens Runkehl  
**WEB:** [www.runkehl.net](http://www.runkehl.net)  
**E-MAIL:** [runkehl@mediensprache.net](mailto:runkehl@mediensprache.net)  
**SKYPE:** jens.runkehl (Germany)  
**ORT:** Technische Universität Darmstadt  
 Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft  
 Hochschulstraße 1 (Gebäude S 1 03, Raum 182 [Sekretariat])  
 64283 Darmstadt  
**FON:** +49 (6151) 16-6596  
**FAX:** +49 (6151) 16-3694

## 8.2 Kommunikation Autor/Verlag

**PERSON:** Dr. Torsten Siever  
**WEB:** [www.siever.net](http://www.siever.net)  
**E-MAIL:** [siever@mediensprache.net](mailto:siever@mediensprache.net)  
**SKYPE:** t.siever (Germany)  
**ORT:** Leibniz Universität Hannover  
 Deutsches Seminar  
 Königsworther Platz 1 (Conti-Hochhaus, 5. Etage)  
 30167 Hannover  
**FON:** +49 (511) 762-3330  
**FAX:** +49 (511) 762-4814