

WILHELM SCHMIDT

## THESEN ZUR BESCHREIBUNG UND EINTEILUNG VON TEXTEN

1. Sprachliche Kommunikationstätigkeit ist als eine spezifische Art geistiger Tätigkeit immer in andere menschliche Tätigkeit eingeordnet. Für sie gilt deshalb dasselbe wie für jede menschliche Tätigkeit überhaupt: Sie ist bewußte und zielgerichtete Tätigkeit, durch die der Mensch seine Ziele realisiert, seine Pläne und Ideen in der von ihm umgestalteten Wirklichkeit objektiviert (vgl. S. L. Rubinstein 1973, S. 666). Die Kommunikationstätigkeit resultiert aus gesellschaftlichen und individuellen Bedürfnissen und vollzieht sich unter bestimmten gesellschaftlichen Bedingungen. Sprachliche Kommunikation ist ihrem Wesen nach eine gesellschaftliche Erscheinung und deshalb auch in dieser allgemeinsten Sicht sozial determiniert. Aus den gesellschaftlichen Verhältnissen und den ihnen entsprechenden sozialen Tätigkeiten erwächst das jeweilige konkrete Kommunikationsbedürfnis und damit auch die Motivation und die Zielstellung für den einzelnen Kommunikationsvorgang.

2. „Aus dem Zusammenhang von Ziel und Bedingungen erwächst die Aufgabe, die durch die Handlung gelöst werden soll. Das zielgerichtete menschliche Handeln ist seinem Wesen nach das Lösen von Aufgaben ... Die Aufgabe, die aus dem Zusammenhang zwischen dem Ziel und den Bedingungen seiner Verwirklichung erwächst, bestimmt auch die psychologische Struktur“ (Rubinstein 1973, S. 673). Eine Kommunikationsaufgabe ist eine aus gesellschaftlichen bzw. individuellen Bedürfnissen resultierende Anforderung zum Vollzug einer Kommunikationshandlung, um einen bestimmten kommunikativen Effekt zu erreichen. Die Lösung der Kommunikationsaufgabe dient in der Regel der Realisierung des Ziels einer übergeordneten Tätigkeit, in deren Rahmen sich die Kommunikationshandlung vollzieht. Jede Kommunikationsaufgabe wird durch das übergeordnete Tätigkeitsziel und die Kommunikationsbedingungen determiniert; diese Größen bestimmen auch den Lösungsweg.

3. Auf Grund äußerer stimulierender Einflüsse — das kann auch eine von außen gestellte Kommunikationsaufgabe sein — entsteht beim Textproduzenten unter Berücksichtigung äußerer und innerer Bedingungen der unmittelbare Handlungsantrieb für die kommunikative Tätigkeit: die Kommunikations-

absicht. Wir verstehen darunter eine in der Realität praktisch unbegrenzte Menge möglicher Intentionen, die im Rahmen der Gesamtheit gesellschaftlicher Tätigkeiten darauf gerichtet sind, das Bewußtsein eines individuellen oder als gesellschaftliche Gruppe existenten Kommunikationspartners zu beeinflussen und sein Verhalten entsprechend zu lenken oder in der Kommunikation ein Problem zu klären. Die Art dieser gesellschaftlichen Tätigkeiten und Bedürfnisse ist durch den Gesamtprozeß der gesellschaftlichen Produktion und Reproduktion bestimmt. Die Kommunikationsabsicht ist an den Textproduzenten gebunden, der selbst wiederum durch seine Stellung innerhalb der Gesellschaft determiniert ist. Sie entsteht bei der Aufnahme und geistigen Verarbeitung der Kommunikationsaufgabe durch den Textproduzenten.

4. Sprachliche Kommunikationstätigkeit verläuft in vielfältigen Formen, doch bei allen Unterschieden im einzelnen weist jede bewußt gestaltete kommunikative Tätigkeit ein gemeinsames Merkmal auf, das sie generell als bewußte menschliche Tätigkeit kennzeichnet: Sie vollzieht sich nach einem Aktionsplan, den wir Kommunikationsplan nennen. Jeder bewußt gestaltete sprachliche Text weist eine inhaltliche und formale Struktur auf, die auf dem Kommunikationsplan beruht. Ein Kommunikationsplan ist eine Konzeption zur optimalen Realisierung einer Kommunikationsabsicht, die unter Berücksichtigung der objektiven und subjektiven Faktoren und Bedingungen des Kommunikationsvorgangs die Stoffauswahl sowie den Einsatz verschiedener geistig-sprachlicher Operationen (Kommunikationsverfahren) bei der Stoffverarbeitung umfaßt, damit die Grundlage für die Wahl der Gestaltungsmittel bietet und die inhaltliche und formale Struktur (Komposition und Architektonik) des Textes festlegt. Das Verhältnis von Komposition und Architektonik ist durch die bestimmende Rolle der Komposition gekennzeichnet. Zu den Gestaltungsmitteln gehören die sprachlichen Mittel, aus denen der Text gebildet wird, und das veranschaulichende Material (Schemata, Übersichten, Tabellen u. ä.) sowie paralinguale Mittel, wie z. B. Mimik und Gestik des Sprechers in der mündlichen Kommunikation.

Es ist zu beachten, daß eine bestimmte Kommunikationsabsicht verschiedene Realisierungen durch einen im einzelnen unterschiedlich zu gestaltenden Kommunikationsplan zuläßt. Entsprechend den besonderen inneren und äußeren Kommunikationsbedingungen, unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Kommunikationssituation, sind unterschiedliche Ausformungen des Plans möglich. Das bewußte sprachliche Gestalten ist trotz seiner Bindung an Gestaltungsmuster und gesellschaftliche Konventionen ein schöpferischer Akt, in dem der Sender seine Persönlichkeitsqualitäten, seine besonderen Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Geltung bringt.

5. Es ist erforderlich, die sozialen und individuellen, die sprachlichen und außersprachlichen Determinanten zu erforschen, die die Aufstellung von Kommunikationsplänen bestimmen, und die Formen ihres Zusammenwirkens zu beschreiben. Diese Untersuchungen sind mit Hilfe der Analyse in der gesellschaftlichen Kommunikation gegebener Texte, ihrer experimentellen Varianten und unter Heranziehung des gesamten bisherigen Wissens über die Formen und Mittel der sprachlichen Gestaltung (Stilistik, Rhetorik, Sprachwirkungsforschung) vorzunehmen und ständig unter dem Aspekt ihres Nutzens für die Praxis der sprachlichen Kommunikation und des Sprachunterrichts zu überprüfen. Im Zusammenhang damit ist die große Fülle der in der gesell-

schaftlichen Kommunikation auftretenden Texte zu ordnen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten der Einteilung von Texten; eine funktionale Sprachbeschreibung wird dabei naturgemäß davon ausgehen, wozu Texte überhaupt geschaffen werden: Sie dienen der Lösung von Kommunikationsaufgaben, der Realisierung von Kommunikationsabsichten, sie sind bestimmt durch Textfunktionen.

Unter Text verstehen wir ein Stück schriftlicher oder mündlicher Rede, das, von einem Kommunikationsplan bestimmt, einen Sachverhalt als relativ abgeschlossene Inhaltseinheit sprachlich gestaltet, um eine bestimmte Kommunikationsabsicht zu realisieren. Ein Text kann sehr unterschiedlichen Umfang haben (Kleintext, Großtext). Von der Textlinguistik wird er meist als eine vom Inhalt und Zweck bestimmte geordnete Folge von Sätzen und/oder satzwertige Einheiten (Elementen) definiert, zwischen denen Relationen inhaltlicher und formaler Art bestehen (Textstruktur). Diese Relationen werden mit unterschiedlichem Differenzierungsgrad aufgegliedert; meistens werden drei Kriterien für das Vorliegen von Text genannt: Rekurrenz semantischer Merkmale, Informationsfortschritt und Vorhandensein eines thematischen Kerns im Sinne einer impliziten oder expliziten Grundinformation (vgl. E. U. Große 1974, S. 8ff.; E. Agricola 1976a, S. 5; ders. 1976b, S. 13ff.), H. Isenberg führt sogar acht Merkmale von Texten auf: gesellschaftliche Legitimität, kommunikative Funktionalität, Semantizität, Situationsbezogenheit, Intentionalität, Wohlgeformtheit, Wohlkomponiertheit, Grammatikalität (vgl. H. Isenberg 1976, S. 48f.).

6. Die Textfunktion definieren wir als die sich im Text ausprägende Kommunikationsabsicht des Textproduzenten. In These 5 wurde schon festgestellt, daß sich die Kommunikationsabsicht in einem entsprechenden Kommunikationsplan niederschlägt, objektiviert. D.h., die Kommunikationsabsicht wird in dem entstehenden Text kodiert; der Textrezipient, der — anders als der Textproduzent — die Kommunikationsabsicht nicht kennt, ist darauf angewiesen, diese aus dem Text zu dekodieren, zu erschließen. Wir gehen also davon aus, daß sich die beim Textproduzenten gegebene Kommunikationsabsicht und die im Text objektivierte Textfunktion prinzipiell entsprechen. Eine vollständige Deckung ist allerdings nur dann gesichert, wenn es dem Textproduzenten gelingt, seine Absicht mit optimaler Adäquatheit zu kodieren. Auf der anderen Seite ist zu beachten, daß die Erschließung der Textfunktion durch den Rezipienten ihrerseits ebenfalls mit unterschiedlichem Adäquatheitsgrad erfolgen kann. Außerdem kann ein bestimmter Text, je nach den Bedingungen seiner Rezeption, Wirkungen haben, die sich mit der Kommunikationsabsicht des Textproduzenten nicht decken. Alle diese mit der Adäquatheit der Gestaltung und Rezeption von Texten zusammenhängenden Probleme und Schwierigkeiten hindern aber nicht daran, die Textfunktion prinzipiell als die im Text objektivierte Kommunikationsabsicht zu bestimmen.

7. In der einschlägigen Fachliteratur wird die Klassifizierung bzw. Typologisierung von Texten von verschiedenen Seiten her versucht. Wir diskutieren hier gemäß These 5 funktionale Lösungsversuche, um tragfähige Ansätze ausfindig zu machen. Zunächst bieten sich die Positionen der funktionalen Stilistik an, wie sie, aufbauend auf den Arbeiten der sowjetischen und tschechoslowakischen Stilistik, in den neuesten Arbeiten von E. Rieser/E. Schendels, Deutsche Stilistik, Moskau 1975, und W. Fleischer/G. Michel, Sti-

listik der deutschen Gegenwartssprache, Leipzig 1975, vertreten werden. Bei Fleischer/Michel werden Textklassen mit Stiltypen in Verbindung gebracht: „Klassen von Texten sind zu untersuchen, wenn es darum geht, ... ihren Stiltyp zu bestimmen“ (S. 346). Hier werden also Stiltypen und Textklassen nicht gleichgesetzt. Stiltyp ist „die sprachstilistische Gattungsspezifik“ einer Klasse von Texten (ebenda). Dagegen legt eine Formulierung von Riesel/Schendels, die allerdings nur beiläufig und in einer Fußnote gemacht wird, eine Gleichsetzung von Stiltyp und Texttyp (Textsorte) nahe: „Textsorte — konkrete Erscheinungsform eines bestimmten funktionalen Stils oder Substils in einem geschlossenen Textganzen; eine Klasse von Texten“ (S. 7). Es ist also zu prüfen, welche Ansätze für eine Texttypologisierung sich aus diesen Positionen ergeben.

Sowohl bei Riesel/Schendels wie bei Fleischer/Michel werden je fünf funktionale Stiltypen aufgeführt. Es decken sich dabei die Stile der Alltagsrede, der Belletristik, der Wissenschaft sowie der Presse und Publizistik; als 5. Stiltyp erscheint bei Riesel/Schendels der Stil der öffentlichen Rede, bei Fleischer/Michel die Direktive. Wir lassen diesen für unsere Fragestellung unerheblichen Unterschied außer acht und betrachten die bei Fleischer/Michel für die einzelnen Stiltypen angegebenen charakteristischen Unterscheidungsmerkmale (Hauptzüge) der Texte (S. 246ff.):

Stiltyp	Hauptzug des Textes
1. Alltagsverkehr (-rede)	spontan und ungezwungen
2. Belletristik	künstlerisch geformt, mit ästhetischer Wirkung
3. Wissenschaft	informierend
4. Direktive	steuernd
5. Presse und Publizistik	meinungsbildend

Diese Übersicht zeigt, daß die Einteilungsgesichtspunkte uneinheitlich sind und daß sich die genannten Merkmale teilweise überschneiden. Sie wären auch nur zum Teil als „funktional“ zu bezeichnen, wenn man den in These 6 definierten Begriff der Textfunktion zugrunde legt.

Wir stimmen also mit Fleischer/Michel überein, daß Stiltypen und Textklassen (-typen, -arten) nicht gleichzusetzen sind, denn ein Text wird in seiner typischen Eigenart nicht nur durch Stilmerkmale bestimmt. Diese sind sekundär, sie sind die Ausprägung des Wirkens der Faktoren, die den Texttyp bestimmen. Auszugehen ist von der Kommunikationsaufgabe und der Kommunikationsabsicht.

8. Ein im prinzipiellen Ansatz richtiger Zugang zur Typologisierung von Texten findet sich bei E. U. Große, wenn auch die theoretischen und methodologischen Grundlagen seines Vorgehens in manchem problematisch sind. Entscheidend ist, daß Große wie wir von dem Begriff der Textfunktion ausgeht und die „Textfunktionen als Basis einer texttypologischen Hypothese“ benutzt. Er stellt auf ihrer Grundlage ein System von 7 Textklassen auf, die er „als feste Größen, als Universalien“ betrachtet, während „die Texttypen... als historisch variable Untergruppen ... im Bereich der Textklassen“ bestimmt werden. „Die Texttypen sind insofern historisch bedingte Sprachverwendungsmuster, die entstanden und sich entwickelten aufgrund der

Interaktionsformen und -möglichkeiten innerhalb einer sich wandelnden Gesellschaft.“ (Große 1974, S. 63.)

Wir gehen auf die Arbeit von Große vor allem deshalb ein, weil sein Vorgehen (von Textfunktionen zu Textklassen) eine Parallele dazu darstellt, wie wir zur Einteilung von Texten gelangen wollen. Dennoch gibt es einen nicht zu übersehenden Unterschied. Große leitet wie wir die Textfunktion von der Intention des Textproduzenten ab, er unterscheidet jedoch zwischen einer „Intention des Senders“ und einer Intention, „wie der Empfänger sie verstehen soll“ (S. 20), zwischen einer „manifesten empfängergerichteten Senderintention, wie sie sich in der Textgestalt ausprägt... und einer verborgenen oder auch einer unbewußten Senderintention, für die bestimmte Indizien im Text selbst oder Vergleiche mit verwandten Texten oder ein Vergleich zwischen Text und außersprachlicher Wirklichkeit möglicherweise Anhaltspunkte liefern“ (S. 20f.). Diese Differenzierung kann u. E. für den Psychologen von Interesse sein, für den Empfänger des Textes ist sie ebenso wie für den Linguisten eine quantité négligeable. Es ist zweckmäßig, die sich im Text ausprägende Intention auch als Senderintention zu behandeln, vorausgesetzt, daß es um bewußte Textgestaltung auf der Grundlage einer für die Aufgabe ausreichenden Sprachbeherrschung geht. Ein Textproduzent mag zum Zeitpunkt der Kommunikation verschiedene Absichten haben; als kommunikative Intention wird nur die wirksam, die tatsächlich kodiert wird. Die Kodierung kann bewußt oder auch unbewußt erfolgen. „Unbewußte“ Intentionen werden als Kommunikationsabsichten mit erfaßt, wenn sie mit kodiert werden; ist das nicht der Fall, bleiben sie für den Empfänger des Textes unwirksam und sind auch mit der linguistischen Analyse nicht faßbar. Die Heranziehung anderer Informationen oder der Vergleich mit anderen Texten können von der wissenschaftlich betriebenen Textanalyse genutzt werden, sind aber für die Wirkung eines Textes in der praktischen gesellschaftlichen Kommunikation irrelevant.

Wichtig ist dagegen die Unterscheidung zwischen Kommunikationsabsicht und erzieltm Kommunikationseffekt. Diese beiden Größen decken sich nicht immer, da das im Text Kodierte nur ein (wenn auch ein sehr wichtiger) Faktor des Rezeptionsprozesses ist. Wie ein Text vom Empfänger rezipiert wird, das hängt auch von einer Reihe außersprachlicher Faktoren ab.

9. Bei der Verfolgung der Hypothese, daß eine Ordnung der großen Fülle der in der gesellschaftlichen Kommunikation auftretenden Texte nach Kommunikationsabsichten (= Textfunktionen) erfolgen muß, ist zunächst die Frage zu klären, woraus sich die Kommunikationsabsichten ergeben und wie sie sich ordnen lassen. Man kann das Problem so angehen, daß man die gesellschaftliche Kommunikation unter diesem Aspekt analysiert und auf rein empirischem Wege eine Antwort zu finden sucht. Wir sind jedoch der Auffassung, daß dieses Verfahren nicht erfolgreich sein kann ohne eine theoretisch begründete Untersuchungshypothese. Diese aber leiten wir aus dem Tätigkeitscharakter der Kommunikation ab. Wir gehen davon aus, daß kommunikative Tätigkeit eine spezifische Art theoretisch-geistiger Tätigkeit ist. Die marxistisch-leninistische Philosophie unterscheidet bekanntlich grundsätzlich zwei Arten von Tätigkeit: die praktisch-gegenständliche und die theoretisch-geistige Tätigkeit. Die wichtigste Erscheinungsform der praktisch-gegenständlichen Tätigkeit ist die Produktionstätigkeit des Menschen; auf ihrer Grundlage entwickeln sich die übrigen Arten der menschlichen Tätigkeit. Die prak-

tisch-gegenständliche Tätigkeit umfaßt den gesamten materiellen gesellschaftlichen Lebensprozeß, „in dem die Menschen durch ihr bewußtes, zielgerichtetes Handeln ihre natürlichen und gesellschaftlichen Lebensbedingungen ändern und sich aneignen“ (Phil. WB 1974, S. 1205). Das Wesen der theoretisch-geistigen Tätigkeit ist folgendermaßen zu bestimmen: „Auf der Grundlage der praktisch-gegenständlichen Tätigkeit entstehen die verschiedenen Formen der geistigen Aneignung, in denen die Menschen sich ihrer natürlichen und sozialen Umwelt und ihrer selbst bewußt werden... Der Mensch schafft sich ideelle Modelle der Außenwelt und des Handelns und Verhaltens, die seine Tätigkeit regulieren. In das praktische Handeln und Verhalten der Menschen sind die Resultate ihrer geistigen Tätigkeit als ideelle Vermittlungen eingeschlossen, und zwar als Widerspiegelung der objektiven Realität wie als Instrumente der Regelung der Tätigkeit.“ (A. a. O., S. 1206.)

10. Die kommunikative Tätigkeit ist auf Grund der dialektischen Einheit von Sprache und Bewußtsein auch von Anfang an mit allen Bewußtseinsprozessen unlöslich verbunden, die ebenfalls grundsätzlich aus der materiellen Tätigkeit abgeleitet sind. In der „Deutschen Ideologie“ heißt es dazu: „Die Produktion der Ideen, Vorstellungen, des Bewußtseins ist zunächst unmittelbar verflochten in die materielle Tätigkeit und den materiellen Verkehr der Menschen, Sprache des wirklichen Lebens. Das Vorstellen, Denken, der geistige Verkehr der Menschen erscheinen hier noch als direkter Ausfluß ihres materiellen Verhaltens. Von der geistigen Produktion, wie sie in der Sprache der Politik, der Gesetze, der Moral, der Religion, Metaphysik usw. eines Volkes sich darstellt, gilt dasselbe. Die Menschen sind die Produzenten ihrer Vorstellungen, Ideen pp., aber die wirklichen, wirkenden Menschen, wie sie bedingt sind durch eine bestimmte Entwicklung ihrer Produktivkräfte und des denselben entsprechenden Verkehrs bis zu seinen weitesten Formationen hinauf. Das Bewußtsein kann nie etwas Andres sein als das bewußte Sein, und das Sein der Menschen ist ihr wirklicher Lebensprozeß.“ (Marx/Engels, Werke 3, S. 26)

Aus diesem Sachverhalt ergibt sich die Begründung dafür, die Textfunktionen (= Kommunikationsabsichten) grundsätzlich aus der Bewußtseinstätigkeit des Menschen abzuleiten. „Jedes Bewußtseinsphänomen ist nur insofern erfahrbar und wirklich, als es sprachlich geäußert oder in Tathandlungen und Tatsachen gegenständlich wird. Jeder Bewußtseinsvorgang findet daher seine Motivation wie Intention in gesellschaftlich betätigten Beziehungen, so daß die Bewußtseinsprozesse Durchgangsphasen der tätigen Beziehungen zur Umwelt sind.“ (Lehmann 1977, S. 27.) Hier interessieren die Bewußtseinsprozesse als Durchgangsphasen der kommunikativen Beziehungen in der Gesellschaft, besonders unter dem Aspekt der Klassifizierung bzw. Typologisierung der mit diesen zusammenhängenden Kommunikationsabsichten und Textfunktionen. Wir gehen dabei von der Erkenntnis aus, daß das Bewußtsein als Gesamtheit der spezifisch menschlichen psychischen Tätigkeit drei Seiten oder Grundzüge aufweist. Es ist 1. „eine komplizierte Tätigkeit, deren Spezifik in der Fähigkeit besteht, die objektive Realität in ideellen Formen widerzuspiegeln, abzubilden, Materielles in Ideelles umzusetzen und zu übersetzen“ (Wörterbuch M-L Soziol. 1977, S. 111); es ist 2. ein aus dieser Tätigkeit entstandenes „inneres Modell der Außenwelt, aufgebaut aus Informationen, die der Mensch mittels der Rezeptoren aufnimmt und in seinem komplizierten Neuronennetz verarbeitet und speichert“ (ebenda), und es ist 3. „Organ der

aktivschöpferischen Umgestaltung der Welt durch den Menschen und Instrument der Steuerung und Regelung des gesellschaftlichen und individuellen Lebensprozesses“ (a. a. O., S. 112). Selbstverständlich handelt es sich bei diesen drei Grundzügen nur um drei Seiten ein und desselben Phänomens; sie bieten jedoch Aspekte, die für eine Einteilung der verschiedenartigen Kommunikationsabsichten (und Textfunktionen) genutzt werden können; das Ergebnis deckt sich mit der Gruppierung, die sich bei rein empirischer Betrachtung und Ordnung der in der gesellschaftlichen Kommunikation auftretenden konkreten Texte ergibt.

11. Ausgehend von der bereits gekennzeichneten Beziehung zwischen Bewußtseinstätigkeit und sprachlicher Tätigkeit und von der Einsicht in den unlöslichen Zusammenhang von Sprache und Bewußtsein — „die Sprache ist das praktische, auch für andre Menschen existierende, also auch für mich selbst erst existierende wirkliche Bewußtsein“ (Marx/Engels, Die deutsche Ideologie, Werke 3, S. 30) — lassen sich, gestützt auf die empirische Analyse und auf die in These 10 angeführten Seiten des Bewußtseins, in der gesellschaftlichen Kommunikation (poetische Texte werden hier wegen ihrer ästhetischen Besonderheiten zunächst ausgeklammert) auf Grund der in ihnen dominierenden Kommunikationsabsicht (= Textfunktion) drei Textklassen unterscheiden: informierende, aktivierende und klärende Texte.

Bei der Klasse der informierenden Texte geht es dem Textproduzenten vorwiegend darum, dem Rezipienten ein bestimmtes Wissen, eine bestimmte Information zu übermitteln. Dabei wird der oben gekennzeichnete zweite Aspekt des Bewußtseins wirksam: Das innere Modell des Sprechers/Schreibers von der Außenwelt wird Ausgangspunkt der Kommunikationstätigkeit, indem Teile davon an den (die) Kommunikationspartner weitergegeben werden.

Bei der Klasse der aktivierenden Texte verfolgt der Textproduzent in erster Linie das Ziel, den Rezipienten zu bestimmten Verhaltensweisen und Handlungen zu veranlassen oder Verhaltensdispositionen, Haltungen und Einstellungen bei ihm zu erzeugen. Dieser Gruppierung liegt der als dritter genannte Aspekt des Bewußtseins zugrunde: Das Bewußtsein wird wirksam als Organ der aktiven Einwirkung auf die Kommunikationspartner.

Die Klasse der klärenden Texte dient dem Zweck, Sachverhalte zu erforschen bzw. Probleme zu erörtern. Diese Texte entsprechen der oben unter dem ersten Aspekt genannten Fähigkeit des Bewußtseins, die objektive Realität in ideellen Formen widerzuspiegeln, abzubilden, Materielles in Ideelles umzusetzen und zu übersetzen. Dazu ist auch seine Fähigkeit zu nennen, noch Unbekanntes oder noch nicht Vorhandenes zu entdecken bzw. vorauszunehmen.

Die hier versuchte Klassifikation von Texten bedarf der Erläuterung: Einmal ist festzuhalten, daß in vielen Texten mehrere Textfunktionen nachweisbar sind, d. h., daß bei der Entstehung des Textes mehrere Kommunikationsabsichten gewirkt haben; in der Regel ist dann aber die eine den anderen übergeordnet. Diese gibt dem Gesamttext sein Gepräge, und sie bestimmt den Kommunikationsplan. Den untergeordneten Kommunikationsabsichten entsprechend, werden Teile des Textes von untergeordneten Kommunikationsplänen, von Teilplänen, bestimmt. Unter den einem Gesamttext zugrunde liegenden Teilplänen herrscht insofern eine Hierarchie, als ihre Wertigkeit und ihre Aufeinanderfolge im Text von der dominierenden Absicht bestimmt werden, nach der auch der Kommunikationsplan des Gesamttextes benannt

ist. Zum anderen muß beachtet werden, daß sich die Klasse der klärenden Texte von den beiden anderen dadurch unterscheidet, daß in dem Beziehungsgefüge Textproduzent — Textrezipient — Gegenstand der Gegenstand akzentuiert ist, während bei den Klassen der informierenden und aktivierenden Texte die Partnerbeziehung im Vordergrund steht.

12. An dieser Stelle ist das Verhältnis der Kommunikationsabsichten (= Textfunktionen) zu den Sprachfunktionen zu erörtern. Am weitesten verbreitet ist bekanntlich die Annahme von zwei Grundfunktionen der Sprache, der kommunikativen und der kognitiven Funktion. Das Verhältnis dieser beiden Grundfunktionen wird — auch in der marxistisch-leninistischen Sprachwissenschaft — unterschiedlich gesehen. Man betrachtet entweder die kommunikative Funktion als der kognitiven übergeordnet, oder aber die kommunikative und die kognitive Funktion gelten als gleichberechtigte Grundfunktionen; mitunter werden neben ihnen noch weitere Grundfunktionen angenommen. Die erstgenannte Position vertreten u. a. B. A. Serebrennikov, der als Hauptmerkmal der Sprache ihre Funktion, Mittel der Verständigung zu sein, nennt (Allgemeine Sprachwissenschaft I 1975, S. 5) oder L. Wald: „Die Mitteilungsfunktion ist die wichtigste Funktion der Sprache“ (Einführung in die Sprachwissenschaft 1974, S. 37). Eine Gleichordnung der beiden Funktionen und darüber hinaus mit zwei weiteren nimmt W. Hartung vor: „Es läßt sich aber zeigen, daß die zu unterscheidenden Grundfunktionen der Kommunikation in Kommunikationsereignissen und Einzeläußerungen ein unterschiedliches Gewicht haben und daß das für die Charakteristik, den Verlauf, die sprachliche Gestaltung und nicht zuletzt für die Wirkung von Kommunikationsereignissen von Bedeutung ist.“ (Sprachliche Kommunikation 1974, S. 302.)

Wenn man davon ausgeht, daß die kommunikative Funktion der Sprache übergeordnet ist, lassen sich folgende Beziehungen zwischen den Kommunikationsabsichten und den Sprachfunktionen herstellen:

- (1) Beim äußeren Sprechen, in der Kommunikationstätigkeit, wird grundsätzlich die kommunikative Funktion der Sprache realisiert.
- (2) Die kommunikative Funktion der Sprache tritt in 3 verschiedenen Erscheinungsformen auf: Die Kommunikationstätigkeit dient primär — der Übermittlung von Informationen (es verwirklicht sich die Kommunikationsabsicht Informieren),  
— der Aktivierung der Kommunikationspartner (es verwirklicht sich die Kommunikationsabsicht Aktivieren),  
— der Klärung von Sachverhalten (es verwirklicht sich die Kommunikationsabsicht Klären).

Es bleibt zu untersuchen, ob neben den genannten weitere Sprachfunktionen als Grundfunktionen angesehen werden müssen. Zweifellos gibt es weitere Sprachfunktionen, die hier noch nicht erfaßt sind, wie etwa die Bühlersche Kundgabe- oder Ausdrucksfunktion oder die phatische Funktion nach Malinowski und Große (Große 1974, S. 35 f.). Wir halten diese und einige weitere Sprachfunktionen (siehe Kainz 1962, S. 219 ff.) jedoch mit den oben genannten nicht für gleichrangig und für die gesellschaftliche Kommunikation gleich wichtig und lassen sie deshalb hier unberücksichtigt.

13. Die Unterscheidung der drei Textklassen (These 11) ist entsprechend



den Grundarten von Kommunikationsabsichten Informieren, Aktivieren und Klären erfolgt, die — wie gezeigt worden ist — zu den Grundzügen des Bewußtseins in Beziehung gesetzt werden können und mit den drei von uns angenommenen Grundfunktionen der Sprache korrespondieren. Sie stellen jedoch begriffliche Abstraktionen dar und treten in der Praxis jeweils in speziellen Erscheinungsformen auf. So gibt es in der Kommunikation nicht das Informieren an sich, sondern Informieren realisiert sich entweder als sachbetontes oder erlebnisbetontes Informieren; ebenso treten das Aktivieren und das Klären in verschiedenen speziellen Formen auf. Es wird deshalb für die praktische Arbeit notwendig, die Grundarten von Kommunikationsabsichten (und Textfunktionen) nach ihren speziellen Erscheinungsformen weiter aufzugliedern und ihre Entsprechungen auf der Textebene zu beschreiben. Es handelt sich bei dieser Aufgliederung um offene Reihen, die im Zuge des vertieften Eindringens in die Materie aller Wahrscheinlichkeit nach noch zu erweitern sein werden. Die Aufgliederung der drei Grundarten von Kommunikationsabsichten = Textfunktionen jeweils in spezielle Kommunikationsabsichten und Textfunktionen ermöglicht eine Untergliederung der drei Textklassen Informieren, Aktivieren und Klären. Die Elemente dieser drei Textklassen präsentieren sich in der gesellschaftlichen Kommunikation — entsprechend den in ihnen dominierenden speziellen Textfunktionen — auf der nächstniedrigeren Ebene als Typen von Texten, und zwar unterscheiden wir sachbetont informierende, erlebnisbetont informierende; überzeugende, mobilisierende, normierende, interessierende, emotional bewegende; untersuchende und problemlösende Texte (vgl. Thesen 16—18).

14. Die Texttypen lassen sich auf einer weiteren, untergeordneten Ebene in Textarten untergliedern. Diese Einteilung erfolgt auf der Grundlage der bei der Textanalyse als dominierend feststellbaren Kommunikationsverfahren. Kommunikationsverfahren ordnen sich als geistig-sprachliche Operationen einer kommunikativen Handlung ein und dienen der Verarbeitung des ausgewählten Stoffes unter rationalen, emotionalen und voluntativen Aspekten, so daß mit seiner Übermittlung die „kommunikative Einstellung“ als Einstellung des Textproduzenten auf die Faktoren und Bedingungen des Kommunikationsprozesses sichtbar wird. Kommunikationsverfahren bilden die Strukturelemente des Kommunikationsplanes und bei seiner Realisierung eine wichtige Grundlage der sprachlichen Gestaltung des Textes. Ihre adäquate Erfassung ist ein Bestandteil der Textrezeption und stellt eine der Voraussetzungen für die Realisierung intendierter Wirkungen dar, da der Rezipient dadurch Aufschlüsse über die kommunikative Einstellung des Kommunikationspartners erhalten kann. Kommunikationsverfahren sind u. a. Anregen, Bitten, Aufrufen, Appellieren, Anweisen, Befehlen, Mitteilen, Berichten, Beschreiben, Erzählen, Schildern, Vergleichen, Zusammenfassen, Schlußfolgern, Verallgemeinern, Beurteilen, Begründen, Beweisen, Widerlegen, Argumentieren, Erörtern. So kann also ein sachlich informierender Text als Mitteilung, Bericht, Beschreibung, Vergleich, Zusammenfassung oder ein mobilisierender Text als Anregung, Bitte, Aufruf, Appell, Anweisung, Befehl zu klassifizieren sein usw.

15. Das Einteilungskriterium auf der obersten Ebene der Textklassen ist also die bestimmende generelle Textfunktion, auf der Ebene der Texttypen die dominierende spezielle Textfunktion und auf der Ebene der Textarten das dominierende Kommunikationsverfahren. Hier muß die Frage gestellt werden,

ob auch das Einteilungsprinzip auf der Ebene der Textarten als funktional zu bezeichnen ist. Während die Textklassen und Texttypen direkt und unvermittelt auf die Textfunktionen — generelle (= kommunikative Grundfunktionen) und spezielle Funktionen — zurückgeführt werden, werden die Textarten nach Kommunikationsverfahren bestimmt. Entscheidend ist, daß die Kommunikationsverfahren als geistig-sprachliche Operationen der Realisierung von Intentionen und damit der Realisierung von Textfunktionen dienen. Es liegt auch hier das Kriterium der Funktion, allerdings vermittelt, zugrunde. Die Funktion bildet also — unterschiedlich akzentuiert — das Einteilungsprinzip für alle drei Unterscheidungsebenen. Diese Ebenen sind damit gleichzeitig im Abstraktionsgrad des Einteilungskriteriums voneinander abgehoben (generelle oder Grundfunktion, spezielle Funktion, Operation als Mittel zur Realisierung der speziellen Funktion).

16. Die Klasse der informierenden Texte umfaßt sachbetont informierende und erlebnisbetont informierende Texte.

16.1. Beim sachbetonten Informieren verfolgt der Textproduzent das Ziel, sein Wissen über bestimmte Sachverhalte auf den Rezipienten zu übertragen. Sachbetontes Informieren ist auf sachliche und sachgemäße Darstellung von Fakten gerichtet. Deshalb kommt der Auswahl der Fakten (Informationsauswahl) besondere Bedeutung zu. Unter den Bedingungen der Kommunikation in der sozialistischen Gesellschaft verlangt sachbetontes Informieren, die Sachverhalte in der dialektischen Einheit von Wesen und Erscheinung zu erfassen, im Einzelnen zugleich das Allgemeine zu zeigen und unter Beachtung der Kategorien Zufall und Notwendigkeit auf das Gesetzmäßige zu orientieren. Die Auswahl und Anordnung der Informationen ist deshalb auf das Wesentliche gerichtet und dient nicht der Befriedigung eines oberflächlichen, auf Sensationen gerichteten Interesses, wie das z. B. bei den Massenmedien in der spätbürgerlichen Gesellschaft häufig der Fall ist.

Unter die sachbetont informierenden Texte fallen Textarten wie Beschreibung, Protokoll, Sachbericht u. ä.

16.2. Beim erlebnisbetonten Informieren verfolgt der Textproduzent das Ziel, dem Rezipienten seine Empfindung, Eindrücke und Einstellungen von bzw. zu bestimmten Sachverhalten zur Kenntnis zu geben. Deshalb ist die Darstellung nicht in erster Linie von dem Bestreben bestimmt, die Sachverhaltsstruktur adäquat wiederzugeben, sondern es stehen stärker subjektive Aspekte im Vordergrund. Als Textbeispiele (Textarten) sind zu nennen: Schilderung, Reisebeschreibung, Erlebnisbericht u. ä.

17. Die Klasse der aktivierenden Texte umfaßt mehrere Texttypen, und zwar überzeugende, mobilisierende, normierende, interessierende und emotional bewegende Texte. Allen gemeinsam ist die Kommunikationsabsicht, den Rezipienten in einer bestimmten Weise zu aktivieren, auf seine Einstellungen, Haltungen, Verhaltensweisen und Handlungen Einfluß zu nehmen.

17.1 Beim Überzeugen geht es darum, dem Rezipienten die Wahrheit von Sachverhaltsurteilen einsichtig zu machen, so daß er sich die damit vertretenen Auffassungen zu eigen macht und gegebenenfalls entsprechend handelt. Überzeugen gründet sich weitgehend auf Beweise, es hat daher den Charakter der Objektivität und dient vorwiegend der rationalen Einflußnahme. Eine wichtige Rolle spielt das Bewerten, und dadurch sind auch emotionale Elemente der Realisierung bedingt. Ein bestimmendes Prinzip des Überzeugens ist

die Parteilichkeit. Unter den Bedingungen der sozialistischen Kommunikation verlangt Überzeugen in allen gesellschaftlich relevanten Fragen, daß der Textproduzent den Standpunkt der fortgeschrittensten Klasse, der Arbeiterklasse, vertritt. Die Übereinstimmung der Interessen der Arbeiterklasse mit dem gesamtgesellschaftlichen Interesse ist die objektive Grundlage für eine adäquate Erfassung und Darstellung gesellschaftlicher Sachverhalte. Das Überzeugen ist darauf gerichtet, dem Rezipienten diese objektiv existierende Übereinstimmung bewußtzumachen.

Als Textbeispiele sind verschiedene Textarten aus den Bereichen von Pädagogik, Agitation und Propaganda, Kunst und Wissenschaft zu nennen, die der Ausbildung von Überzeugungen dienen.

17.2. Mobilisierende Texte zielen auf voluntative Beeinflussung. Sie dienen in der Regel der auf einen aktuellen Fall bezogenen veranlassenden Einflußnahme auf das Handeln des Rezipienten. In der sozialistischen Gesellschaft sind mobilisierende Texte darauf angelegt, beim Rezipienten Verhaltensweisen und Handlungen hervorzurufen, die mit den gesellschaftlichen Interessen übereinstimmen. Kennzeichnend für mobilisierende Texte ist es, daß ihnen — anders als bei den übrigen Texttypen — spezielle Kommunikationsverfahren zugeordnet sind: Anregen, Bitten, Aufrufen, Appellieren, Auffordern, Anweisen, Befehlen. Damit sind eine Gruppierung der mobilisierenden Texte nach dem Grad der Verbindlichkeit und der Intensität der Einflußnahme gekennzeichnet und gleichzeitig bestimmte Anwendungsbereiche fixiert.

Textbeispiele sind bereits mit den angeführten Kommunikationsverfahren benannt.

17.3. Normierende Texte unterscheiden sich von mobilisierenden Texten, die das Handeln des Rezipienten in aktuellen Situationen inzitieren, dadurch, daß sie grundsätzliche Regelungen für das Verhalten von Individuen, Personengruppen, Institutionen und Organisationen treffen. Die Inhalte solcher Texte sind primär von der jeweiligen Gesellschaftsordnung bestimmt. In der sozialistischen Gesellschaft erfolgt die Normierung durch staatliche oder gesellschaftliche Organe, deren Festlegungen unter breiter demokratischer Mitwirkung der Werktätigen und ihrer Organisationen im gesellschaftlichen Auftrag mit dem Anspruch auf Allgemeingültigkeit ausgearbeitet werden (Gesetze, Verordnungen, staatliche Standards u. ä.), oder sie kommt durch Vereinbarung zwischen zwei oder mehreren Partnern (juristischen oder natürlichen Personen) mit Verbindlichkeit für die beteiligten Partner zustande (Abkommen, Verträge, Statuten, Geschäftsordnungen u. ä.). Damit ist auch die Möglichkeit einer Untergliederung normierender Texte gegeben. Entsprechend ihrem Verbindlichkeitscharakter folgen die normierenden Texte meist mehr oder weniger strengen Konventionen; sie weisen oft fachspezifische Formeigenheiten auf.

17.4 Interessierende Texte verfolgen das Ziel, die Aufmerksamkeit des Rezipienten mit Hilfe der Darstellung auf Gegenstände oder Sachverhalte bzw. auf die sprachliche Darstellung von Gegenständen und Sachverhalten zu lenken und seine aktive Aufnahmebereitschaft für die Information zu wecken. Das geschieht vorwiegend durch das Bewußtmachen des Informationsgefälles zwischen dem Textproduzenten und dem Rezipienten und die Ausnutzung der damit entstehenden Spannung. Das Bewußtmachen des Informationsgefälles erfolgt durch Vermittlung von Teilinformationen, z. B. Mitteilung

von Einzelheiten, Beispielen ohne Angabe des Zusammenhangs; Darstellung des Allgemeinen ohne Angabe von Einzelheiten; Wertung von Sachverhalten als Anregung zur eigenen Urteilsbildung; Darstellung von Eindrücken ohne Angabe der zugrunde liegenden Erscheinungen; andeutende Vorwegnahme u. ä. Interessierende Texte fungieren oft als einleitende Teiltex-te, sie können aber auch selbständig auftreten.

Als Textbeispiele sind zu nennen: Buchankündigungen, manche Theater- und Filmkritiken u. ä.

17. 5. In Texten des emotionalen Bewegens geht es um bewußtes Einwirken des Produzenten auf den Rezipienten mit dem Ziel einer qualitativen und/oder quantitativen Veränderung seines Gemütszustandes. Durch bewußte Erweckung oder Verstärkung von Gefühlen, die auf positiver oder negativer Wertung beruhen, soll eine Veränderung der Beziehung des Rezipienten zur Wirklichkeit erreicht werden. Die Kommunikationsabsicht emotionales Be-wegen erscheint als Erwecken von Freude, Begeisterung, Liebe, Haß, Mitleid, Trauer, Zorn, Asbcheu u. ä.

Die Veränderung der subjektiven Beziehung zur objektiven Realität ist dabei nicht Selbstzweck, sondern erfolgt meist im Interesse einer übergeordne-ten Absicht, z. B. Anregen zur Veränderung. Dementsprechend ist das emotio-nale Bewegen oft einer anderen Kommunikationsabsicht untergeordnet, ins-besondere dem Mobilisieren, Überzeugen, erlebnisbetonten Informieren, d. h., es bestimmt die Gestaltung von einzelnen Abschnitten innerhalb einer Gesamt-darstellung. Doch tritt es durchaus auch als selbständige Kommunikations-absicht auf und konstituiert damit auch den Typ der emotional bewegenden Texte.

Als Textarten sind zu nennen: Laudatio, Gedenkrede und Texte in verschiede-nen Lebensbereichen, die auf Erzeugung von Begeisterung, Freude, Trauer, Haß, Mitleid usw. gerichtet sind.

18. Die Klasse der klärenden Texte läßt sich in zwei Texttypen aufglie-dern, und zwar danach, ob die Texte dem Untersuchen und Erforschen unbe-kannter Sachverhalte bzw. dem Analysieren gegebener, meist komplexer Sachverhaltsstrukturen oder dem Erörtern offener Probleme dienen. Wir unterscheiden demnach die Texttypen Untersuchen und Problemlösen.

18.1. Die untersuchenden Texte sind dadurch gekennzeichnet, daß sie auf die mit wissenschaftlichen Methoden betriebene Klärung von Sach-verhalten gerichtet sind, die nicht oder nicht genügend klar und überschaubar sind. Der Textproduzent verfolgt ein kognitives Ziel; es geht um die Aufdek-ung unbekannter Sachverhalte und um das differenzierte Eindringen in gegebene, meist sehr komplexe Sachverhaltsstrukturen mit dem Ziel der theoretischen Klärung.

Beispiele für untersuchende Texte sind wissenschaftliche Untersuchungen (Dissertationen, Analysen literarischer Kunstwerke, Texte, die komplexe ökonomische Tatbestände untersuchen, wie Betriebsanalysen, volkswirts-chaftliche Analysen u. ä.).

18.2. Das Ziel der theoretischen Klärung eines Problems steht auch bei den problemlösenden Texten im Vordergrund. Doch verfolgt der Textprod-uzent darüber hinaus auch die Absicht, durch die Darlegung und Klärung des Problems auf seinen Kommunikationspartner aktiv einzuwirken, d. h., dessen Einstellungen, Verhalten und Handeln zu beeinflussen. Entscheidend

für die Abgrenzung von der Textklasse Aktivieren ist es jedoch, daß die problemlösenden Texte primär ein Erkenntnisziel verfolgen. In einzelnen Fällen dürfte allerdings bei der Verquickung zweier Ziele die klare Abgrenzung nicht immer leicht sein.

Beispiele für problemlösende Texte sind Erörterungsaufsätze, Essays, manche Theater- und Filmkritiken u. ä.

## LITERATURVERZEICHNIS

- Agricola, E., *Der Text und sein Thema*, in: Sprachpflege 25 (1976a), S. 5—7.
- Agricola, E., *Vom Text zum Thema*, in: Probleme der Textgrammatik, hrsg. von F. Daneš und D. Viehweger (studia grammatica XI), Berlin 1976, S. 13—27.
- Allgemeine Sprachwissenschaft*, Bd. I, Existenzformen, Funktionen und Geschichte der Sprache, von einem Autorenkollektiv unter der Leitung von B. A. Serébrennikow. Ins Deutsche übertragen und herausgegeben von H. Zirkmund und G. Feudel, 2. Aufl., Berlin 1975 (Allgemeine Sprachwissenschaft I).
- Einführung in die Sprachwissenschaft*. Von einem Kollektiv unter der Leitung von A. Graur, Berlin 1974 (Einführung in die Sprachwissenschaft).
- Fleischer, W. — Michel, G. (Hrsg.), *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache*, Leipzig 1975.
- Große, E. U., *Texttypen. Linguistik gegenwärtiger Kommunikationsakte*, Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz 1974.
- Isenberg, H., *Einige Grundbegriffe für eine linguistische Texttheorie*, in: Probleme der Textgrammatik, hrsg. von F. Daneš und D. Viehweger (studia grammatica XI), Berlin 1976, S. 000.
- Kainz, F., *Psychologie der Sprache*, 1. Bd.: Grundlagen der allgemeinen Sprachpsychologie, 3. Aufl., Stuttgart 1962.
- Lehmann, G. K., *Die Dialektik von Kommunikation und Bewußtsein als Gegenstand kultursociologischer Untersuchungen*, in: Deutsche Zeitschrift für Philosophie 25 (1977), Heft 1; S. 25—37.
- Marx, K. — Engels, F., *Die deutsche Ideologie*, in: MEW, Bd. 3, Berlin 1969.
- Philosophisches Wörterbuch*, hrsg. von G. Klaus und M. Buhr, 2 Bde, 10. Aufl., Leipzig 1974 (Phil. WB).
- Riesel, E. — Schendels, E., *Deutsche Stilistik*, Moskau 1975.
- Rubinstein, S. L., *Grundlagen der allgemeinen Psychologie*, 8. Aufl., Berlin 1973.
- Sprachliche Kommunikation und Gesellschaft*. Von einem Autorenkollektiv unter Leitung von W. Hartung, Berlin 1974 (Sprachliche Kommunikation).
- Wörterbuch der marxistisch-leninistischen Soziologie*, hrsg. von einem Autorenkollektiv, 2. Aufl., Berlin 1977 (Wörterbuch M—L Soziol.).

## TEZE K POPISU A ROZDĚLENÍ TEXTŮ

Článek podává v osmnácti bodech návrh klasifikace textů, přičemž vychází z pojmu „funkce textu“ (Textfunktion) jakožto základu typologické hypotézy. Teze 1—10 definují různé pracovní pojmy (např.: text, komunikační činnost, komunikační plán aj.) a hodnotí přínos dosavadní odborné literatury. V dalších bodech autor rozlišuje (se zřetelem k empirické analýze) na základě „textové funkce“ (= dominující komunikativní intence textu) tři třídy (Textklassen): texty informující, aktivizující a objasňující. Jde tu o pojmové abstrakce, které v praxi existují jako zvláštní formy. Na nižší rovině se projevují jako „typy textů“ (Texttypen). Tak lze např. rozlišit věcně informující texty od textů, ve kterých je informace podávána formou zážitků apod. (sachbetont informierende, erlebnisbetont informierende Texte). Další rovinou jsou tzv. „textové druhy“ (Textarten), přičemž klasifikačním kritériem je „komunikační postup“ (Kommunikationsverfahren). Výsledkem tohoto rozdělení jsou pak např. u věcně informujících textů textové druhy, jako popis (Beschreibung), zpráva (Sachbericht), protokol aj. Jako klasifikační kritérium tedy v rovině textových tříd slouží určující všeobecná textová funkce, v rovině textových typů převládající zvláštní textová funkce a v rovině textových druhů dominující komunikační postup.

