

Malá, Jiřina

Kommunikationsbereiche und ihre Textsorten

In: Malá, Jiřina. *Stilistische Textanalyse: Grundlagen und Methoden*. Vyd. 1.
Brno: Masarykova univerzita, 2009, pp. 112-139

ISBN 9788021050402

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/124018>

Access Date: 16. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

– **Schritt 4: Stilistischer Sinn, Stilwirkung**

Im letzten Schritt sollen die stilistischen Phänomene erörtert werden, die bei der Textanalyse noch nicht ganz deutlich zum Ausdruck gebracht worden sind: die stilistische Wirkung des Textes und der stilistische Sinn. Dies kann einerseits mit Stilzügen als inneren abstrakten Stileigentümlichkeiten im Zusammenhang stehen, womit eine gewisse „Charakteristik“ des Stils des vorliegenden Textes vollzogen wird.

Sprachstilistisch zeichnet sich die vorliegende Filmrezension durch Originalität, Kreativität und eine gewisse Exklusivität aus, was die gewählte Symbolik und Metaphorik bestätigte. Die Exklusivität lässt sich darüber hinaus durch die Auswahl und Kombination bildungssprachlicher Fremdwörter bestätigen: *fatale Attraktion, sexuelle Camouflage, sarkastische Demaskierung, etw. mit cleverer Chuzpe exekutieren, das sardonische Mienenspiel, bitterböse Farce, Penetranz*. Einen besonderen Stilwert weisen Kontraste zwischen der exklusiven und umgangssprachlichen Ausdrucksweise auf: *Zicken-Alarm, entrückte Klientel von Trend-Tussi und schwuchteligen Stylisten, die ... sich auf die Schenkel klopft*. (Abs. 3)

Andererseits, da es sich um eine Filmrezension handelt, sind die Textrezipienten an den Einstellungen des Autors hinsichtlich des rezensierten Filmes interessiert. Der Autor bewertet den Film eindeutig positiv: *jenseits seiner grobschlächtigen Attitüde [beweist er] sehr viel Charme im Detail und Sinn für die eher kleinen Gesten*. „Zwischen den Zeilen“ übt der Rezensent aber auch eine soziale Kritik an der *Welt des Hochglanzes* aus. Es scheint ihm geradezu Spaß zu machen, diesen Film und vor allem die hervorragende Hauptdarstellerin Meryl Streep zu rezensieren, was sich auch durch die Kreativität seiner Sprachverwendung bestätigte. Ein Text-Beispiel zum Schluss: der letzte, zusammenfassende Absatz mit der abschließenden Bewertung des Filmes:

- *Das sind grandiose Schau- und Showwerte (Alliteration, Wortspiel), die jederzeit über die schlichte Märchen-Moral, welche die bitterböse Farce versüßen soll, triumphieren.*

4. Kommunikationsbereiche und ihre Textsorten

4.1. Charakterisierung der Kommunikationsbereiche, Stiltypen, Textmuster und Textsorten

Im folgenden Kapitel werden Textbeispiele aus den jeweiligen Kommunikationsbereichen mit Anregungen zur stilistischen Textanalyse angeführt. Damit kann das Ziel der vorliegenden Monogra-

phie konsequent verfolgt werden, von den Textsorten und ihrer Spezifik primär auszugehen. Die stilistischen Textanalysen sollen also nicht nach einem allgemein gültigen und vorgegebenen „Muster“ durchgeführt werden, sondern es müssen die spezifischen Merkmale und Gesetzmäßigkeiten des Kommunikationsbereiches und der jeweiligen Textsorte beachtet werden, durch die das schöpferische individuelle Potential der Textproduzenten zum Ausdruck kommt, das von den Textrezipienten analysiert und interpretiert werden soll.

In Anknüpfung an die Traditionen der Prager Schule der 30.-40. Jahre des 20. Jahrhunderts unterscheidet man einzelne funktionale Stiltypen (vgl. Kapitel 1.2.). Das Einteilungsprinzip, das der funktionalen Stiltypologie zu Grunde liegt, basiert auf den kommunikativen Funktionen der Sprache in verschiedenen Lebenssituationen und – bereichen und bringt den Zusammenhang zwischen diesen kommunikativen Situationen und bestimmten sprachlichen Gebrauchswesen zum Ausdruck. Es gibt eine unzählige Menge von konkreten Situationen, die jedoch etwas Gemeinsames, Wiederkehrbares haben. Zur Befriedigung grundlegender Kommunikationsbedürfnisse dienen verschiedene Tätigkeiten, die den einzelnen Kommunikationsbereichen angehören, z.B. Einkaufsgespräche, Gespräche in der Familie, in der Schule, im Freundeskreis, beim Friseur, im Kosmetiksalon, aber auch Arzt-Patient-Dialoge, Beratungsgespräche in der Apotheke und viele andere nicht nur mündliche, sondern auch schriftliche Texte (private Briefe und E-Mails) und Texte, die im Internet die mündliche und schriftliche Kommunikation in Verbindung setzen (Chat, Blog) gehören dem Kommunikationsbereich *Alltagsverkehr* an.

Statt der traditionellen Gliederung von funktionalen Stiltypen spricht man heute unter dem Einfluss der Textlinguistik von den **Kommunikationsbereichen**:

- Kommunikationsbereich *Alltagsverkehr*
- Kommunikationsbereich *offizieller Verkehr*
- Kommunikationsbereich *Fachkommunikation*
- Kommunikationsbereich *Massenmedien*
- Kommunikationsbereich *künstlerische Literatur*

Die konkreten Texte aus den einzelnen Kommunikationsbereichen werden auf Grund von gemeinsamen bzw. typischen kontextuellen (situativen), kommunikativ-funktionalen und sprachstilistischen Merkmalen und Textmustern in *Textsorten* eingeteilt. Unter dem Begriff **Textsorte** wird eine Gruppe von Texten verstanden, die sich in der Sprachgemeinschaft historisch entwickelt haben und zum Alltagswissen der Sprachteilhaber gehören. Sie erleichtern den kommunikativen Umgang, indem sie den Kommunizierenden mehr

oder weniger feste Muster oder Orientierungen für die Produktion und Rezeption von Texten geben (vgl. Kap. 1.6.).

In einem Kommunikationsbereich, in dem eine Textfunktion dominiert, kann man also verschiedenartigen Textsorten begegnen, z.B. im Bereich der *Fachkommunikation*, wo die informierende Funktion an die Abstufung von Fachlichkeit gebunden ist, kann man streng wissenschaftliche Texte (Forschungstexte, Fachstudien, Fachaufsätze, Dissertationen) von den Lehrtexten (Lehrbücher, Lehrmaterialien), informationsverdichtenden/-speichernden Texten wie Rezension, Annotation oder populärwissenschaftlichen Texten in Zeitungen/Zeitschriften unterscheiden.

Wie sich aus dem oben Angeführten ergibt, überschneiden sich die Textsorten einiger Kommunikationsbereiche, z.B. populärwissenschaftliche Zeitungsartikel liegen an der Grenze zwischen Fachkommunikation und Massenmedien. Es gab viele Versuche, die Textsorten systematisch einzuteilen⁶⁷, wegen der Vielfalt von Erscheinungsformen von Texten ist dies jedoch nicht hundertprozentig möglich. Eine breite Basis für die Bestimmung von Textsorten stellen die Kommunikationsbereiche dar, als Kriterium bzw. Klassifizierungsbasis für einzelne Textsorten dienen neben den textinternen Eigenschaften vor allem bestimmte Sprecherintentionen einerseits und Erfahrungen von Textproduzenten sowie -rezipienten andererseits.

4.2. Kommunikationsbereich *Alltagsverkehr (Privatverkehr)* und seine Textsorten

In der Alltagskommunikation handelt es sich um den Sprachgebrauch in nicht offiziellen, zwanglosen privaten Situationen in der Familie, im Freundeskreis, am Arbeitsplatz unter vertrauten Kollegen, in lockeren Gesprächen des öffentlichen Lebens: bei Einkäufen, beim Frisör, bei geselligen Veranstaltungen.

Die Funktion der Texte aus dem Alltag ist vor allem Informieren, das Mitteilen von etwas, aber auch die appellative und bloße Kontaktfunktion kommen zur Geltung, z.B. in verschiedenen Anforderungen, bei Dank, Glückwunsch, Kondolation. Das Medium

67 Bisher wurde an die Textsorten eher empirisch herangegangen, es wurden einige Textsorten fokussiert und näher beschrieben, wie z.B. *Wetterbericht, Horoskop, Kochrezept, Glosse, Kommentar, Interview* (vgl. B. SANDIG 1978, 1986, 2006). Diese einzelnen Textsorten weisen jedoch erhebliche Unterschiede auf, einige sind stärker normiert (*Wetterbericht, Vertrag, Todesanzeige*) als andere, die sich durch eine Vielfalt von strukturellen und stilistischen Möglichkeiten auszeichnen, wie z.B. *Werbeanzeige, Kommentar, Reportage*.

(Kommunikationsform) ist hier meistens das direkte Gespräch (Face-to-Face-Gespräch), das Telefon (Handy), schriftlich erfolgt die Alltagskommunikation per Privatbrief (heute immer seltener) oder (heutzutage immer häufiger) per E-Mail im Internet. Zu den neuen Kommunikationsformen gehören auch der Internet-Chat bzw. andere Internetformen (Blog).

Die Hauptmerkmale (Stilzüge) sind *Ungezwungenheit, Lockerheit* und *Umgangssprachlichkeit*. Alle drei Merkmale finden ihre sprachstilistische Realisierung durch umgangssprachliche, saloppe oder derbe (vulgäre) Wörter und Wendungen, zur Anwendung kommen Dialektismen, Modewörter, Abtönungspartikeln (*doch, ja, mal, halt*), Wortschatzelemente mit verschiedenen Stilfärbungen (scherzhaft, spöttisch, ironisch, hyperbolisch), in der Syntax kommen Ellipsen, Satzbrüche (Anakoluth), Satzabbrüche (Aposiopese) und Neuansätze, Nachträge, Isolierungen, Parenthesen, Katachresen (Kontaminationen) und Ausrahmungen vor. Bedeutend für den Alltagsverkehr ist auch die *Emotionalität* der Rede, die durch die Verwendung von verschiedenen Wortarten wie Interjektionen, grammatischen Mitteln (Modalität) und von Stilmitteln und -figuren wie Hyperbeln, Metaphern, Personifizierungen, Periphrasen, Vergleiche oder Idiome zustande kommen kann. Eine wichtige Rolle spielen in der mündlichen Alltagsrede die *prosodischen* Mittel wie Ellisionen (*aufm Balkon*), Klitika (Proklise: *n kleines bisschen* und Enklise: *son bisschen*) und Assimilationen (Apokope: *ich streif* und Synkope: *ham wir*) (vgl. FIX u.a.2002, 169f), die auch in schriftliche Äußerungen eindringen können (Chat).

In der *Transkription* des mündlichen Gesprächs können die *Pausenlaute* (*äh, hmm...*), die die Verzögerung zum Ausdruck bringen, erhalten bleiben, in den Presseinterviews werden sie jedoch meistens getilgt. Weitere Aufmerksamkeit verdienen die phonostilistischen Mittel, die in der Transkription des Gesprächs grafisch hervorgehoben werden (Dehnung eines Vokals: *jaaa*, Markierung des Akzents durch Großbuchstaben *WIRKlich*, Simultansprechen durch *Kursive*). Unverständliche Wörter und das Räuspern werden metasprachlich gekennzeichnet durch eckige Klammern [Räuspern].

Der *Stil des Alltagsverkehrs* ist abhängig von dem Gesamtcharakter des Kommunikationsereignisses, von der Kommunikationssituation, den Partnerbeziehungen, von der Individualität des Textproduzenten (Ideolekt). Die einzelnen **Textsorten** des Kommunikationsbereiches Alltag weisen zahlreiche Unterschiede auf: der Alltagsstil wird auch in literarisch-künstlerischen Prosa- und Dramatexten in Dialogen literarischer Figuren verwendet, auch viele journalistische Interviews, besonders in Boulevardblättern, werden *umgangssprachlich* geführt.

Kaufgespräch (Beratungsgespräch) im Haushaltgeschäft:

A: Guten Tag.

B: Guten Tag.

A: Bitteschön?

B: Ich wollte mich erkundigen für diese Kühlmann-Bratentöpfe.

Die haben ja so Plastikgriffe dran...

A: Ist Kunststoff...

B: ... oder Kunststoff. Ja, ja.

A: Ja, wir haben genau da einen da jetzt im Angebot, hier momentan.

B: Äh hm... nee ... ich hab so nen Topf hab ich bereits...

A: Ja.

B: Äh ich möchte den nun ganz gern in den Backofen unten reinstecken. Aber das geht ja mit den Griffen schlecht.

A: Nein, die... sie...

B: Kann man die Griffen da auswechseln? oder ich hab da jetzt gehört, es gäbe...

A: Ich meine, also am...

B: Also...

A: ... besten grad wegmachen...

B: ... andere Griffen

A: ... weil andere gibts keine.

B: Gibt keine. Und auch bei anderen Kühlmann-Töpfen gibts das nicht?

A: Nein. Wenn Sie das in den Backofen reinschieben, müssen Sie halt die Griffen wegmachen.

B: Ah ja.

A: Aber andere gibts keine.

B: Sehr sinnreiche Konstruktion natürlich, nicht?

A: Nein, also - da müßt man halt schon ganz... also wenn ganz aus Metall...

B: Aha, aha.

A: Gibts schon - hats mal Griffen gegeben, aber... wo gleich dran waren, also die konnt man gar nicht wegmachen.

B: Ja ja, ja ja, aber das Plastikzeug, das...

A: Das hat ja auch...

B: ...geht also nicht.

A: Nein, es geht nicht.

B: Na gut, da haben wir Pech gehabt.

A: Bitte.

B: Schönen Dank. Wiedersehn!

A: Wiedersehn!

(nach ENGEL, 1988, 126)

Beispieltext:**Kaufgespräch (Beratungsgespräch) im Haushaltsgeschäft (S. 116)****Anregungen zur Stilanalyse:**

1. Bestimmen Sie die Textfunktion (Informieren, Überzeugen, Kontakt) und Kommunikationsform (mündlich, dialogisch, direktes Gespräch).
2. Charakterisieren Sie die Textkomposition und die sprachstilistische Realisierung (Grußformeln, Eröffnungs- und Schlussformeln, Frage-Antwort-Sequenzen; Ellipsen, Satzbrüche: *Ich wollte mich erkundigen für diese...* und Satzabbrüche, Wortwiederholungen, Ellisionen, Klitika, Assimilationen: *so nen großen, grad, gibt's, hats, reinschreiben*, Pausenlaute: *äh, hm, nee* u.a.).
3. Worin besteht das Wesen der „saloppen Alltagssprache“, was ist Simultansprechen, was bringen die Pausenlaute zum Ausdruck?

4.3. Kommunikationsbereich Fachkommunikation

Die Fachkommunikation ist äußerst facettenreich und weist eine breite Skala von Textsorten auf. Folgend die Traditionen der Funktionalstilistik der Prager Schule kann man auch von dem Funktionalstil der Wissenschaft sprechen, die wissenschaftlichen Textsorten bilden jedoch nur einen Teil der Fachkommunikation, denn die Fachkommunikation betrifft auch andere gesellschaftliche Bereiche wie Technik, Bankwesen, Justiz und viele andere, so dass die Grenze zwischen dem Fachlichen und der öffentlichen Kommunikation fließend ist.

Die Fachkommunikation stellt einen relativ jungen Forschungszweig dar: die wissenschaftlich-technische Entwicklung der sechziger und siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts führte zu Differenzierungsprozessen der Fachsprachen, worauf die Fachsprachenlinguistik nach der kommunikativ-pragmatischen Wende seit den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts verstärkt reagierte.⁶⁸

In der Fachkommunikation werden Informationen aus der Forschung und Lehre, neue oder übertragene Erkenntnisse, Überlegungen, Erfahrungen oder Polemiken, des Weiteren auch Hinweise zur Wissenschaftsleitung und -organisation dargeboten. Nicht zu vergessen ist die Wissenschaftspopularisierung in Zeitungen, Zeit-

68 Vgl. L. HOFFMANN 1988; H.-R. FLUCK: Fachsprachen 1996; Kleine Enzyklopädie. Deutsche Sprache 2001.

schriften und Internetquellen. Die Fachsprache wird charakterisiert als Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten (vgl. HOFFMANN 1988). Die Fachsprachen sind öffentlich, überregional und durch eine charakteristische Auswahl, Verwendung und Frequenz sprachlicher Mittel, besonders auf den Systemebenen Morphologie, Syntax, Lexik und Text, bestimmt.

Zu den Hauptmerkmalen des Fachstils gehören also *Fachlichkeit*, *öffentlicher Charakter* (Standardsprache), *Begrifflichkeit*, *Genauigkeit* und *Klarheit*, die durch spezifische sprachstilistische Mittel realisiert werden können: die *Fachlichkeit* kommt durch die Verwendung von fachsprachlicher Lexik (Termini), die zum Teil Fremdwörter sind, und von für die Fachsprache typischen grammatischen Konstruktionen zum Ausdruck. Der **Fachwortschatz** gilt als eigenständiges Merkmal der Fachsprachen, in der Terminologie wird das Wissen des jeweiligen Fachgebietes repräsentiert: z.B. in der Medizin werden die Körperorgane durch folgende Termini bezeichnet: *Herz*, *Thorax*, *Magen-Darm-Trakt*; Krankheiten und Syndrome als *Schlaganfall*, *Herzinfarkt*, *AIDS*, Untersuchungsverfahren und Operationstechniken: *Computertomographie*, *Biopsie*; Bezeichnungen von Patienten: *Diabetiker*. Der Terminus (das Fachwort) zeichnet sich durch eine Definition aus, die seine Eindeutigkeit und Exaktheit festlegt. Es wird auch allgemeiner Fachwortschatz benutzt: *System*, *Experiment*, *Funktion*. Im wissenschaftlichen Text begegnet man auch der Synonymie: *Diabetes mellitus* – *Zuckerkrankheit*.

Der Grad der *Fachlichkeit* wird durch die Funktion des Textes bestimmt: ein Fachaufsatz (Studie) in einer Fachzeitschrift im Bereich der natur- oder geisteswissenschaftlichen Disziplinen bzw. der Technik unterscheidet sich von einem populärwissenschaftlichen Artikel in der Presse und Publizistik in der Häufigkeit und Intensität der Verwendung der Fachbegriffe. Zur *Klarheit* und *Genauigkeit* tragen lexikalische Mittel mit höchstmöglicher semantischer Eindeutigkeit bei, die Thema-Rhema-Beziehungen werden beachtet und der Gebrauch von emotionalen und expressiven Stilmitteln wird eingeschränkt. Das bedeutet jedoch nicht, dass der wissenschaftliche Fachstil ganz ohne Metaphorisierungen und Idiomatisierungen existiert, vgl.: *Computervirus*, *springende Gene*, *genetischer Fingerabdruck* oder Neuprägungen wie *spaltbares Material*, *autogenes Training*. Grammatisch (syntaktisch und morphologisch) zeichnet sich der Fachstil durch syntaktische Komprimierungsformen: einfache und erweiterte Attribute, Genitiverweiterungen, präpositionale Substantivgruppen, Partizipialgruppen, Ellipsen, Aufzählungen, die zur Exaktheit der Aussage und der Sprachökonomie beitragen. Als

morphologische Formen werden z.B. die 3. Person Singular (*man*), Präsens und Passiv ausgenutzt. Der hohe Anteil von Substantiven und Adjektiven bewirkt den Nominalstil.

Die *Klarheit* und *Eindeutigkeit* werden durch nichtverbale Darstellungen wie Abbildungen, Tabellen, Grafen, Diagramme, Landkarten usw. unterstützt, dies hängt jedoch von dem Ziel und Zweck des Fachtextes ab.

Für die Einteilung der **Textsorten** ist zunächst wichtig, zwischen den mehr fachlich-praktischen, theoriegeleiteten und theoriegebundenen wissenschaftlichen Fachsprachen zu unterscheiden. In der **horizontalen Gliederung** werden die Fachsprachen nach den Fachgebieten bestimmt: Fachsprache Mathematik, Medizin, Elektrotechnik, Linguistik, Psychologie: die Zahl der Fachsprachen entspricht der Zahl der Fächer.

In der **vertikalen Gliederung** werden die Fachsprachen nach dem Grad der „Wissenschaftlichkeit“ abgestuft: Sprache der theoretischen Grundlagewissenschaften, Sprache der experimentellen Wissenschaften, Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik, Sprache der materiellen Produktion bis hin zu populärwissenschaftlichen und praktischen Texten.

Es wurden zahlreiche Klassifizierungsversuche unternommen, z.B. nach der Art der wissenschaftlichen Tätigkeit:

- **Forschung: Forschungstexte** (Studie, Fachaufsatz, Monographie, Dissertation, Thesen u.a.), die auch situationsgebunden und mündlich vorgetragen werden können (Referat, Diskussionsbeitrag, Polemik)
- **Lehrtätigkeit: Lehrtexte** (Lehrbuch und –material, Übungstexte)
- **Informationstätigkeit:** Rezension, Annotation, Forschungsbericht, Gutachten
- **Praktische Texte:** Anweisungen, Studieneinleitungen, Einladungen zu Konferenzen, technische Dokumentation usw.
- **Wissenschaftspopularisierung:** populärwissenschaftlicher Aufsatz als Zeitungs/Zeitschriftenartikel

Textbeispiele:

1. Heinemann/Viehwegger: Textlinguistik. Eine Einführung (1991):

Kapitel 1.2.6.2.1. Zur mentalen Organisation von Kenntnissystemen

2. Monika Schwarz-Friesel: Sprache und Emotion (2007):

1 „Gefühl ist alles...“

Anregungen zur Stilanalyse:

1. Vergleichen Sie die beiden linguistischen Studien (Textauszüge) und stellen Sie die Gemeinsamkeiten fest, die für die wissenschaftliche Fachsprache typisch sind (linguistische Termini, Satzbau, Textaufbau, Zitate u.a.)
2. Welche sprachlichen Unterschiede weist der um 16 Jahre jüngere Fachaufsatzauszug von Monika SCHWARZ-FRIESEL auf? Beachten Sie besonders die Art und Weise der Zitationen!

1. Heinemann/Viehweg: Textlinguistik. Eine Einführung

2 „Gefühl ist alles ...“: Einführung in die Thematik

als Ausdruck von Irrationalität, die dem Verstand konträr gegenübersteht, verändert sich zugunsten einer Gefühlskonzeption, die auch die positiven Funktionen der Emotionalität für den Menschen beachtet (s. z. B. die Aufsätze in Mansstead et al. 2004).

Der Einfluss von Emotionen auf kognitive Prozesse zeigt sich besonders im Bereich der Sprachverarbeitungsprozesse: Sowohl die Produktion als auch die Rezeption sprachlicher Äußerungen wird oft maßgeblich von emotionalen Komponenten determiniert. Viele der Untersuchungen auf diesem Gebiet, insbesondere in der Linguistik, stecken allerdings noch in den Anfängen. Auch an der wissenschaftlichen Akzeptanz der Interaktion zwischen Sprache und Emotion mangelt es noch: So bleibt die systemorientierte theoretische Linguistik oft dem alten Denkparadigma der digitalen Informationsverarbeitung verhaftet, welches Sprache als ein autonomes Kognitives System sieht, Sprachverarbeitungsprozesse als in sich abgeschlossene Operationen betrachtet und emotionale Komponenten als bloße Performanzfaktoren einstuft und daher vernachlässigt bzw. komplett außer Acht lässt.

Die Ergebnisse der kognitiven Neurowissenschaft zeigen jedoch, dass sich Kognition und Emotion nicht immer strikt trennen lassen, sondern in enger repräsentationalen Verflechtung im Gedächtnis und in einer prozessualen Wechselwirkung bei der mentalen Verarbeitung von Informationen stehen (s. Damasio 1997, Roth 2003, Isen 2004). Dies dient dem vorliegenden Buch als wesentliche Grundannahme.¹ Dass die Interaktion kognitiver und emotionaler Faktoren noch umfassender Detailuntersuchungen bedarf, um auch nur annähernd in ihrer Komplexität verstanden und erklärt werden zu können, ist dabei ebenfalls eine Basisannahme. Trotz der noch lückenhaft vorliegenden Analysen zur Trias Sprache-Kognition-Emotion gibt es jedoch schon einige wesentliche Ergebnisse, die uns dem Verstehen dieses komplexen Zusammenhangs näher bringen. Es ist ein Ziel dieses Buches, diese Ergebnisse zusammenhängend darzustellen und durch eigene theoretische Überlegungen sowie textlinguistische Untersuchungen ergänzend zu vermitteln. Es soll einerseits gezeigt werden, dass die Relevanz emotional geprägter Sprachäußerungen und ihrer Analyse gar nicht hoch genug angesetzt werden kann, andererseits soll ein Einblick in die verschiedenen textuellen Phänomenebereiche gegeben werden, die eine besonders intensive Symbiose von Emotion und Sprache aufweisen.

¹ So werde ich auch in Kap. 4 zeigen, dass die bislang stets als fundamental verschieden voneinander abgegrenzten Komponenten Gefühl und Gedanke wesentliche Gemeinsamkeiten aufweisen.

2

1 „Gefühl ist alles ...“: Einführung in die Thematik

1.1 Einleitende Bemerkungen

„Ich fühle, also bin ich.“ (Antonio R. Damasio)

„Feelings are what matter most in life.“ (Charles Birch)

Emotionen sind für das menschliche Leben und Erleben konstitutive Phänomene. Menschen sind liebende und leidende und reflektierende Wesen, weil sie empfinden und fühlen. Emotionen bestimmen einen Großteil unserer Bewusstseinszustände sowie Denk- und Handlungsprozesse und spiegeln sich in allen Bereichen menschlicher Existenz erfahrung wider. Mittels der Sprache drücken wir unsere intern und subjektiv erfahrenen Gefühle aus: In sprachlichen Äußerungen erhalten Emotionen eine bestimmte Repräsentation und werden somit für andere mittelbar. Das Verhältnis von Sprache und Emotion, von kognitivem Kennmissystem und konzeptueller Gefühlswelt ist somit einer der wichtigsten Phänomenbereiche, wenn man den Menschen als Menschen verstehen will.

Aspekte der Emotionalität waren jedoch lange aus der sprach- und kognitions-wissenschaftlichen Untersuchung ausgeschlossen, da man Sprache und Kognition als autonome, von Gefühlen nicht oder nicht wesentlich beeinflusste Systeme betrachtete. Seit einigen Jahren aber zeichnet sich eine „emotionale Wende“ in den kognitiven Wissenschaften ab. Insbesondere die Befunde und Erkenntnisse der Kognitiven Neurobiologie haben maßgeblich dazu beigetragen, das Bild des rational bestimmten Menschen mit einem rein kognitiv determinierten Verstand zu relativieren (s. hierzu Damasio 1997 und Roth 2003). Emotionen werden mittlerweile in den meisten aktuellen Kognitionstheorien als konstitutive bzw. determinierende Bestandteile kognitiver Zustände und Prozesse betrachtet und analysiert. Die lange als irrelevanten Begleiterscheinungen, marginale Nebeneffekte oder bloße Störfaktoren klassifizierten und nicht beachteten Emotionen finden heute nicht nur zunehmend Berücksichtigung. Auch die negative Konzeption von Gefühlen,

2. Monika Schwarz-Friesel: Sprache und Emotion

1.2.6.2. Grundlagen

Das eigentlich Neue des prozeduralen Ansatzes besteht vor allem in der Einbeziehung verschiedener Kennnissysteme der Kommunikationspartner in die Textbeschreibung und in der Aufdeckung von Prozeduren für deren Aktualisierung und Verarbeitung im Rahmen von Motivationen und Strategien der Textproduktion und des Textverstehens.

1.2.6.2.1. Zur mentalen Organisation von Kennnissystemen

Die triviale Feststellung, daß die Kommunikationspartner bestimmte Elemente ihres Wissens in kommunikative Prozesse einbringen, sagt noch nichts aus über die unterschiedlichen Kennnissysteme der Kommunizierenden. Beim derzeitigen Stand der Einsichten können nur Hypothesen über Anzahl und Charakter dieser Wissensbestände aufgestellt werden.⁷⁵ An dieser Stelle sei nur erwähnt, daß wir uns in Darlegungen die folgenden Wissenssysteme zugrundelegen: das enzyklopädische Wissen, das sprachliche Wissen, das interaktionale Wissen und das Wissen über globale Textmuster (dazu ausführlich Kap. 2).

Für linguistische Untersuchungen sind alle Kennnissysteme relevant; dabei wird das sprachliche Handlungswissen als grundlegend angesehen (MORSCHPASCHE 1984, 1986, VIERWIEGER 1987b).

Über die Art, wie die einzelnen Kennnissysteme in sich strukturiert sind, vermittelt die kognitive Psychologie interessante Aufschlüsse. Als Festpunkte des Wissensbesitzes dürfen fraglos Begriffe/Konzepte angesehen werden (KLUX 1984, 10). Sie sind mit bestimmten relevanten Merkmalen im Bewußtsein gespeichert, und der Prozeß des Erkennens von Begriffen verläuft daher auch über die Identifikation von Merkmalen und die Zuordnung dieser Merkmale zu bestimmten Objekten (und die Zuordnung der Objekte zu bestimmten Klassen von Objekten).

Experimentell (durch Assoziationstests) nachgewiesen wurde ferner, daß begriffliches Wissen nicht isoliert im Gedächtnis gespeichert ist. So gibt es zwischen bestimmten Begriffen (*Hand – bellen*, *Schüler – lernen – Schule*) besonders enge Verbindungen, zwischen anderen (*Hand – ziehen*) nur lockere, und zwischen einer relativ großen Teilmenge von Begriffen sind solche gekoppelten Speicherungen grund-

sätzlich ausgeschlossen (*Tunnel – blond*). Abstrahiert man von der zuletzt genannten Gruppe, dann ergibt sich für die Gesamtheit der im Gedächtnis miteinander verknüpften Begriffe das Bild eines Netzes (das „semantische Netz“), das natürlich auch einige individuelle Unterschiede der Quantität und Qualität der Speicherung erkennen läßt.

Innerhalb dieses Netzes von langfristig fixierten Bedeutungsträgern (Konzepten, Begriffen) lassen sich 2 grundlegende Relationstypen voneinander abheben (nach KLUX/KUKULA/KOHN 1979, 13ff; KLUX 1984, 16f):

1. Innerbegriffliche Relationen (Merkmalrelationen)

Für sie ist das In-Beziehung-Setzen von Merkmalen untereinander und von Merkmalen zu Begriffen charakteristisch.

Beispiele:

X ist ein Y	Über- und Unterordnung	<i>Baum – Birke/</i>
X ist QUAL	Qualitätsmerkmal	<i>Zucker – süß/</i>
X ist mehr als Y	komparative Relation	<i>Sturm – Wind/</i>
X ist Gegenteil von Y	Kontrasteleation	<i>hoch – tief/</i>

Gemeinsam ist allen innerbegrifflichen Relationen, daß sich relevante Informationen aus dem Vergleich zwischen begrifflichen Merkmalen ergeben. Diese Relationen sind – nach KLUX – nicht fest im Gedächtnis gespeichert; sie werden also operativ gebildet.

2. Zwischenbegriffliche Relationen

Sie sind nicht aus Merkmalen ableitbar, sondern als feststehende Relation zwischen Begriffen fixiert.

Beispiele:

Handlungsträgerrelation (Akteur = unbelebt)	<i>(Affe – klettern/</i>
Aktorrelation	<i>Scheibe – klirren/</i>
Lokalisationsrelation	<i>(Karpfen – Teich/</i>
Instrumentrelation	<i>(Axt – spalten/</i>
Objektrelation	<i>unterrichten – Schüler/</i>
Finalitätsrelation	<i>putzen – glänzen/</i>

Durch Kombination solcher semantischer Basisrelationen entstehen komplexe Einheiten, die gleichfalls explizit im Bewußtsein gespeichert sind.

⁷⁵ Gelegentlich wird zwischen enzyklopädischem Wissen und Alltagswissen unterschieden (HILLIG 1988, 157; HANSA/PRELL/MELIENK 1979, 27). In anderen Darstellungen werden noch ein Weltwissen und das Situationswissen zusätzlich genannt (VAN DIEKENSICHT 1985). Und KORNICZAK 1984, 26ff teilt 2 Hauptklassen von Kennnissystemen hervor: das Weltwissen und das Sprachwissen (zu dem dann das Wissen über das Sprachsystem, das Textwissen und das Textmusterwissen gehören).

4.4. Kommunikationsbereich des offiziellen gesellschaftlichen Verkehrs und seine Textsorten

Der Bereich der offiziellen Kommunikation weist eine große Heterogenität und viele Berührungspunkte mit der Fachkommunikation (z.B. Rechtssprache) auf. Unter dem offiziellen gesellschaftlichen Verkehr wird die Kommunikation auf folgenden Teilgebieten verstanden:

1. Verwaltung: es handelt sich um die Kommunikation zwischen gesellschaftlichen Institutionen, Behörden, Dienststellen, Organisationen und Leitungsinstanzen auf der allgemeinen, nicht streng fach- oder berufsspezifischen Ebene sowie um den Verkehr der Bürger mit solchen Institutionen, in der Tradition der Prager Schule als *Amtsstil* bezeichnet.

2. Wirtschaft: Kommunikation zwischen oder innerhalb der Firmen, Unternehmen, Betrieben, Banken.

3. Justiz: Kommunikation im Bereich des Gerichtswesens. Besonders in den Bereichen **Verwaltung** und **Justiz** gibt es viele Gemeinsamkeiten. Zu zahlreichen Überschneidungen kommt es zwischen dem „offiziellen“ und dem Fachstil: man kann im gewissen Sinne von der Fachsprache der Verwaltung, der Politik, der Börse, der Justiz sprechen.

Dominierend sind die Merkmale der *Schriftsprachlichkeit* (Standardsprache), *Unpersönlichkeit* und *Genormtheit*. Der Grad der *Fachlichkeit* ist von der jeweiligen Textsorte abhängig. Von der Fachkommunikation unterscheidet sich der offizielle Verkehr durch die verstärkte *Genormtheit* der Texte, obwohl auch der Grad der *Genormtheit* bei den einzelnen Textsorten der offiziellen Kommunikation unterschiedlich ist: anders bei einem Gesetzestext (Paragrafenstruktur) und z.B. einem Begrüßungstext im diplomatischen Verkehr. Die *Genormtheit* bezieht sich auf die äußere Form (Architektonik) des Textes, z.B. bei Formularen gibt es eine spezifische Aufteilung des Blattes) sowie auf die innere Struktur des Textes (Komposition: Datum, Anrede, ... Unterschrift).

Die konkreten Stilelemente, die mit dem Merkmal „offiziell“ versehen werden können, hängen ebenfalls von der Textsorte ab. Zu allgemeinen Charakteristika der offiziellen Textsorten aus sprachstilistischer Sicht gehören jedenfalls:

- die Nominalisierungen (der Nominalstil) und die damit verbundenen syntaktischen Konstruktionen und morphologischen Formen (Partizipialkonstruktionen, Passivformen und unpersönliche Formulierungen): „*Der Mieter ist zur Übergabe der Wohnung in einem zum vertragsgemäßen Gebrauch geeigneten malermäßigen Zustand verpflichtet.*“ (Zivilgesetzbuch)

- die Nutzung des offiziellen (Fach)wortschatzes („Papierdeutsch“): *laut Gesetz, aktenkundig, Postwertzeichen, Beförderungsdokument, Straffälliger*
- Funktionsverbgefüge: *in Kraft treten, ein Gesetz verabschieden, Maßnahmen treffen*

Innerhalb des offiziellen gesellschaftlichen Verkehrs lassen sich zahlreiche spezifische **Textsorten** unterscheiden, die jeweils dem spezifischen Bereich der öffentlichen menschlichen Tätigkeit zuzuordnen sind :

- 1. Verwaltung:** offizielle Briefe: Antrag, Einladung, Kündigung, Kondolation...
amtliche Kurztexte: Vollmacht, Beglaubigung, eidesstattliche Erklärung, Mietsvertrag (Übergangszone Justiz)
Bekanntmachung, Anweisung, Beschwerde, Gesuch, Eingabe...
amtliche Formulare (Anträge auf: Arbeitslosengeld, soziale Unterstützung, Kindergeld, Rente...)
- 2. Wirtschaft:** Handelskorrespondenz: Geschäftsbriefe: Einladung, Angebot, Anfrage, Faktura...
Vertrag, Verhandlungsprotokoll, Garantieschein, Reklamation
Berufliche Tätigkeit: Stellenangebot, Bewerbungsschreiben, Lebenslauf, Kündigung, Arbeitszeugnis
- 3. Justiz:** Gesetzestexte: Verfassung, Strafgesetzbuch, Zivilgesetzbuch, Handelsrecht...
(Fachsprache)
Polizeiliche Protokolle: Unfallbericht
Gerichtsverhandlungen: Verhör, Gerichtsprotokolle, Verteidigungsrede

Textbeispiele: Bekanntmachungen in der Straßenbahn (nach FIX u.a. 2002, 156f):

Fahrgäste ohne gültigen Fahrausweis haben 60 DM erhöhtes Beförderungsentgelt zu zahlen.



Sehr geehrter Fahrgast!
60 DM SIND VIEL GELD ...
Nach den Allgemeinen Beförderungsbedingungen müssen wir diesen Betrag von Ihnen erheben, wenn Sie öffentliche Verkehrsmittel ohne gültigen Fahrausweis benutzen.
Kaufen Sie sich lieber etwas Schönes dafür! Sie tun sich einen großen Gefallen und ersparen uns unangenehme Arbeit.

Sehr geehrte Fahrgäste,
bitte halten Sie Ihren gültigen Fahrausweis für Kontrollen bereit. Sollten wir Sie ohne gültiges Ticket antreffen, müssen wir Sie zur Zahlung von DM 60 auffordern.

Vielen Dank für Ihr Verständnis Ihre Leipziger Verkehrsbetriebe

(Aushang in den Straßenbahnen Leipzig, seit 1997)

Herzklopfen von der ersten bis zur letzten Station kostet bei uns nur DM 60,-

Schwarzfahren kostet DM 60,- und 'ne Menge Nerven.
Fahrgästen ohne gültigen Fahrausweis müssen wir eine Gebühr von DM 60 berechnen.

Für nur DM 60,- hören wir uns auch jede originelle Ausrede an!

Schwarzfahren kostet DM 60,- und 'ne Menge Nerven.
Fahrgästen ohne gültigen Fahrausweis müssen wir eine Gebühr von DM 60 berechnen.

Einmal im Mittelpunkt stehen gibt's bei uns für nur DM 60,-

Schwarzfahren kostet DM 60,- und 'ne Menge Nerven.
Fahrgästen ohne gültigen Fahrausweis müssen wir eine Gebühr von DM 60 berechnen.

Auffällige Gesichtsröte gibt's bei uns für nur DM 60,-

Schwarzfahren kostet DM 60,- und 'ne Menge Nerven.
Fahrgästen ohne gültigen Fahrausweis müssen wir eine Gebühr von DM 60 berechnen.

Bekanntmachungen in den Straßenbahnen in Würzburg, Sommer und Herbst 2007:

- **Schwarzer Tag für Schwarzfahrer**
- **Rote Karte für Schwarzfahrer**
- **Blauer Brief für Schwarzfahrer**

Anregungen zur Stilanalyse:

1. Welcher Aushang entspricht den Gesetzmäßigkeiten des offiziellen institutionellen Stils am meisten, welche Abweichungen weisen die meisten Aushänge auf?
2. Wodurch unterscheiden sich die Aushänge in den Leipziger und Würzburger Verkehrsmitteln stilpragmatisch (kommunikative Strategien und Sprachhandlungen) und zu welchem Kommunikationsbereich stehen sie am nächsten?
3. Durch welche Stilelemente zeichnen sich die einzelnen Aushänge aus (Umgangssprache, Phraseologie)?
4. Welche Idiome verbergen sich in den Aushängen der Würzburger Verkehrsmittel und welche Wirkung üben sie aus?

4.5. Kommunikationsbereich der Massenmedien und seine Textsorten

4.5.1. Allgemeine Charakterisierung

Der Kommunikationsbereich der Massenmedien bildet einen stilistisch sehr ergiebigen Kommunikationsbereich, der heute die Presse und Publizistik (Printmedien), das Radio und Fernsehen sowie neue elektronische Medien wie Internet (Online-Versionen der Zeitungen und Zeitschriften) mit einschließt. Wie alle anderen Kommunikationsbereiche ist auch der Bereich der Massenmedien durch eine große Heterogenität geprägt, die sich nicht nur aus der grundlegenden Gliederung nach der Form ergibt, sondern auch inhaltliche Aspekte mit berücksichtigt, die dann in den einzelnen konkreten Textsorten ihren Niederschlag finden. Die konkreten Texte in der Presse und Publizistik, wie sie sich im Laufe der Geschichte der (Druck)Medien herausgebildet haben, können auf Grund von gemeinsamen bzw. typischen Merkmalen in Textsorten eingeteilt werden.

Zu den Differenzierungskriterien, nach denen die Gliederung der journalistischen Textsorten erfolgt, gehören die Kategorien: Kommunikationsbereich, Kommunikationsform (mündlich, schriftlich, Medium), kommunikativ-funktionale und strukturelle Kriterien. Die Bestimmung der publizistischen Textsorte hängt von ihrer Funktion in der massenmedialen Kommunikation ab.

Im Kommunikationsbereich der Massenmedien gibt es zahlreiche Entwürfe, wie man die Textsorten klassifizieren kann. Im Mittelpunkt der Unterscheidung zwischen den einzelnen medialen Textsorten stehen die intentionalen Funktionen *Informieren*, *Bewerten*, *Argumentieren*, *Unterhalten*.

In der Fachliteratur begegnet man Klassifizierungen der journalistischen Textsorten, die sich ähnlicher Kriterien bedienen und bei denen die *Funktion* eine vorrangige Rolle spielt. So könnte man auf Grund von „klassischen“ Einteilungen von H. BURGER (1991, 50) und H.- H. LÜGER (1995, 77ff) folgende Klassifizierung publizistischer Textsorten aufstellen:

- Informationsbetonte Textsorten: *Meldung*, *Nachricht*, *Bericht*, *Wetterbericht*, *Reportage* als „*Bericht mit Phantasie*“
- Meinungsbetont-persuasive Textsorten: *Leitartikel*, *Kommentar*, *Glosse*, *Rezension*
- Bizentrierte Textsorten: *Interview*, *Debatte*, *Konsultation*
- „Belletristische“ Textsorten: *Feuilleton*, *Essay*, auch *Reportage*⁶⁹

Zwischen den einzelnen Textsorten gibt es zahlreiche Übergänge, so dass die Grenze manchmal nicht präzise zu ziehen ist (z.B. bei der *Reportage*), darüber hinaus entwickeln sich heute in der Publizistik ganz neue Textsorten und Textsorten-Mischformen.

Dadurch ist jedoch die Spezifik einer Zeitung oder Zeitschrift noch gar nicht erschöpft, in die Zeitungen und Zeitschriften gehören auch *Wetterbericht*, verschiedene *Ratgebungen*, *Kochrezepte*, *Horoskope*, *Annoncen*, *Fernsehprogramm* und die allgegenwärtige *Werbung*. Man kann sagen, dass jede Zeitung/Zeitschrift eine „Welt für sich“ darstellt, mit charakteristischem Layout, eigenen Ressorts/Rubriken, spezifischer Info-Grafik, die Fotos, Bilder, verschiedene Grafen, Tabellen, Schemata, Landkarten usw. einschließt. Der modernen Journalistik sind heute keine Grenzen gesetzt, was die Aufmachung, die Vielfalt von Textsorten und andere Möglichkeiten (Online-Versionen) angeht.⁷⁰

Die Hauptmerkmale des publizistischen Stils lassen sich nur sehr allgemein bestimmen, da die Vielfalt der Printmedien (solide Presse, Boulevardpresse, Life style Magazine, Yellow Presse, Hobby-

69 Vgl. auch J. MISTRÍK (1985, 486). Die makrostilistische Textanalyse der Zeitungstexte (Leitartikel, Feuilletontexte, Interviews, mediale Wissenschaftstexte) ist weiterhin bei H.-W. EROMS (2008, 227-234) zu finden.

70 Mit der Problematik der „neuen Medien“ (der „Hypertext“ in den Online-Medien) beschäftigen sich zahlreiche Fachpublikationen nach dem Jahre 2000, z.B. H. BURGER (2005): *Sprache der Massenmedien*. Tübingen; W. KALLMEYER (Hrsg.) (2000): *Sprache und neue Medien*. Berlin; U. SCHMITZ (2004): *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin.

presse, Fachpresse), Programme im Rundfunk und Fernsehen und Textsorten in den Medien immens ist.

Informieren, Überzeugen, Unterhalten: diese Kriterien werden durch verschiedene sprachstilistische Mittel realisiert, immer in Abhängigkeit von der konkreten Textsorte. So unterscheidet sich prinzipiell die *Nachricht* von dem *Kommentar* dadurch, dass sie unpersönlich und objektiv gehalten wird, während im Kommentar persönliche Einstellung des Journalisten durch emotional-expressive sprachliche Mittel zum Ausdruck kommt: durch Kontraste der umgangssprachlichen und gehobenen Ausdrucksweise, wörtliche Zitate des gegnerischen Wortes bis zu dessen figurenreichen Ironisierung, durch Metaphern, originelle Einmalbildungen, modifizierte Phraseologismen oder Wortspiele.

Der Metaphorik und der Phraseologie/Idiomatik in den gegenwärtigen Massenmedien wird eine große Aufmerksamkeit geschenkt (vgl. Kap. 2.5.6.) In einer neueren Studie stellt H. BURGER (1999) fest, dass mit den sehr allgemeinen Konzepten bezüglich der Funktionen der Phraseme in der Presse und Publizistik wie *Expressivität, Anschaulichkeit* usw. nicht viel gewonnen sei, sondern erst die Verwendung der Phraseme in spezifischen Kontexten aussagekräftige Resultate ergebe. Seiner Empfehlung nach sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Produktionsbedingungen der Texte
- Textsorte
- Thematischer Bereich – Innen- und Außenpolitik, Wirtschaft, Sport, Kultur u.a.
- Typ von Presseorgan – Abonnementpresse vs. Boulevard, Nachrichtenmagazin, Frauenzeitschrift etc. (vgl. BURGER 1999, 78).

H. BURGER konstatiert, dass die Idiome umso häufiger auftreten, je stärker ein Text den *kommentierenden* Charakter aufweist, „am deutlichsten dort, wo zum gleichen Thema verschiedene Textsorten nebeneinander (bzw. nacheinander) in der gleichen Zeitung bzw. Sendung vorkommen.“ (BURGER 1987, 14). „Auch heute noch sind kommentierende Texte der sicherste Fundort für Phraseologie, doch finden sich auch in Berichten [...]. Der klarste Unterschied, der sich auch auf die Phraseologieverwendung auswirkt, besteht darin, dass Kommentare meist thematisch und strukturell geschlossene Einheiten sind, während Berichte, insbesondere solche, die von Agenturen stammen, nach hinten hin ‚offen‘ sind, d.h. die Informationen nach dem Prinzip zunehmender Spezifikation (und damit abnehmender Wichtigkeit) anordnen.“ (BURGER 1999, 78f). Interessant ist auch die Feststellung, dass die Idiome in kommentierenden Texten an bestimmten Stellen der Textentwicklung, am Anfang oder am Schluss des Artikels oder des Teilthemas, eines Arguments verwendet wer-

den. Sie ersetzen die Argumentation nicht, sondern sie schaffen einen *Rahmen* für die Argumentation, indem man den Idiomen eine klare Platzierung in den prominentesten Passagen hinweist. Beim Bericht dagegen sind die Phraseme über den ganzen Text gestreut. Und der Kommentar wegen seinem rhetorischen Charakter arbeitet auch stärker mit Modifikationen von Idiomen als der Bericht (ebd., 79). Nicht nur topologische, sondern auch semantisch-stilistische Besonderheiten der Phraseme wecken die Aufmerksamkeit von H. BURGER. Er verzeichnet die Häufigkeit der *militärischen* Phraseologie und Metaphorik und eine hohe Frequenz von Idiomen, die die Subjektivität und den Individualismus zum Ausdruck bringen. „Im Kommentar kann der Journalist zeigen, daß er brillant formulieren kann, daß er die Techniken der Rhetorik beherrscht. Phraseologismen werden offenbar als besonders wirksame rhetorische Elemente aufgefaßt – dies wohl deshalb, weil sie einerseits ein leicht verfügbares Arsenal an Metaphorik, Metonymien etc. anbieten und weil sie andererseits durch Modifikationen an den jeweiligen Kontext angepaßt werden können, bis hin zum eigentlichen Sprachspiel mit der potentiellen Doppeldeutigkeit.“ (BURGER 1987, 19). In diesem Zusammenhang bietet sich jedoch die Frage, wo die Grenzen zwischen der Kreativität des kommentierenden Journalisten und der Maniertheit, dem Verbalismus und der „Schaumschlägerei“ liegt, die z.B. dem Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* vorgeworfen werden (vgl. CARSTENSEN 1971). Auch die Unterschiede zwischen der Verwendung der Phraseologie in der seriösen und der Boulevardpresse läßt H. BURGER nicht außer Acht. Er versucht zu beweisen, dass die Idiome nicht per se manipulatorische Aspekte haben, sondern dass sie verschiedenartig eingesetzt werden können, was in ihrer Semantik begründet liegt. Bei der Verwendung der Phraseologismen spielen auch die inter- und intratextuellen Relationen eine wichtige Rolle, die Phraseme können sich in verschiedenen Übernahme- und Umformungsprozessen befinden, die ihre „Resistenz“ überprüfen (vgl. BURGER 1999, 83ff).

Ähnliche Ergebnisse lassen sich auch bei Idiomen in publizistischen Textsorten anderer Presseorgane, besonders in den „seriösen“ Zeitungen und Zeitschriften, erwarten.

4.5.2. Exkurs 5: Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*: Entwicklung, Textsorten, Sprache und Stil

Da die Vielfalt der Massenmedien so groß ist, wird im Folgenden diese Problematik an Hand von Textbeispielen aus dem deutschen Nachrichtenmagazin „*Der Spiegel*“ näher spezifiziert.

Das Wochenmagazin *Der Spiegel*, gegründet 1947 von Rudolf Augstein, gehört zu den renommiertesten Zeitschriften in der BRD. Als Vorbild für die Aufmachung diente das US-amerikanische Magazin „Time“. „Das Nachrichtenmagazin trifft eine Auswahl aus den Nachrichten einer Woche, die in festliegenden Sparten gestaltet, reichlich mit Fotos, Bildern oder graphischen Darstellungen illustriert, durch einen eigenwilligen Stil erzählend dargeboten, im Zusammenhang und vor einem Hintergrund geschildert und mit besonderer Zuspitzung und Voranstellung ihres menschlichen, persönlichen Elements in meist kritischer Interpretation dargestellt werden. Eine Ergänzung können mit Namen gezeichnete Kommentare bilden. Es dient somit als Zeitschrift fortlaufend und in regelmäßiger Folge einer bestimmten Stoffdarbietung, die in ihrer Universalität eine sekundäre, begrenzte Aktualität und eine wöchentliche Erscheinungsweise bedingt.“ (U. MAGNUS zit. in: CARSTENSEN 1971, 20f).

Der Spiegel spielte eine wichtige Rolle im öffentlichen und politischen Leben der BRD, beeinflusste maßgeblich die öffentliche Meinung in Deutschland durch die Enthüllung einiger politischer Skandale.⁷¹

Der Spiegel ist durch eine große thematische Vielfalt gekennzeichnet. Die Journalisten schöpfen die Themen aus der Innen- sowie Auslandspolitik, Wirtschaft, Wissenschaft, Technik, Kultur sowie dem Sport. In jedem Heft kommen regelmäßig die Ressorts/ Sparten/Rubriken *Deutschland, Wirtschaft, Gesellschaft, Ausland, Medien, Wissenschaft und Technik, Kultur* und *Sport* vor. Zu erwähnen ist auch die *Spiegel-Serie*, die jeweils mehrere *Spiegel*-Hefte durchzieht und ein geschichtliches Ereignis (meist zu einem Jubiläum), wissenschaftliche Forschungsereignisse, politische Begebenheiten oder ein interessantes Problem aus der Technik, Kultur, Gesellschaft dokumentiert. Den Kern von jedem Heft und die wichtigste und interessanteste Textsorte stellt die *Titelstory (Titelgeschichte)* dar, die bereits auf dem Umschlag angekündigt wird. Aber auch die Texte in anderen Sparten (besonders *Deutschland, Gesellschaft, Ausland, Sport* und *Kultur*) sind nach dem *Story-Prinzip* aufgebaut: „Die Form, in der *Der Spiegel* seinen Nachrichten-(Neuigkeits)Gehalt interessant an den Leser heranträgt, ist die *Story*. Damit ist gemeint,

71 *Der Spiegel* ließ bereits einige skrupellose Politiker, unfähige Beamte und Industrielle oder verantwortungslose Geschäftsleute spüren, „was die Macht der Presse als Faktor und Reflektor der öffentlichen Meinung und als Instrument öffentlicher Kontrolle bedeuten kann“ (H. D. BECKER, ehem. Chefredakteur, danach Verlagsdirektor, in: *Der Spiegel* 9.10.1964, zit. nach M. KIRSCHENHOFER (Manuskript der Abschlussarbeit, Institut für Germanistik der Universität Regensburg 2000, 31).

daß der Bericht über ein aktuelles Geschehen in Aktion (Handlung) umgesetzt werden sollte. Der Leser soll dadurch den Eindruck gewinnen, daß er selbst bei dem Geschehen dabei ist, es in allen Phasen miterlebt. Der Mensch wird im SPIEGEL handelnd dargestellt, daß heißt er ist in Bewegung, er tut etwas, oder mit ihm wird etwas getan.“ (CARSTENSEN 1971, 31). Die Textsorte *Kurznachricht* kommt in den Sparten *Panorama*, *Personalien*, *Register*, *Szene Hohlspiegel/Rückspiegel* vor. In der Rubrik *Kultur* ist die Textsorte *Film*, *Buch*-, *Musikrezension* zu finden. Nicht regelmäßig erscheint der *Spiegel-Essay*. Von weiteren journalistischen Textsorten sind *Leserbrief* und *Interview* (*Spiegel-Gespräch*) zu nennen.

Die Übersicht der Sparten/Rubriken und der darunter publizierten Texte befindet sich auf den ersten Seiten der Zeitschrift, wo auch eine kurze Charakteristik der aufschlussreichsten Texte mit den dazugehörigen Bildern präsentiert wird.

Die „traditionelle“ Klassifizierung der Textsorten, wie sie H. BURGER oder H.-H. LÜGER vornehmen, gerät im Bezug auf den Spiegel ins Wanken. Vor allem mit der *Titelstory* wurde eine neue journalistische Textsorte eingeführt, die als Mischform bezeichnet werden könnte, in der *informationsbetonte*, *meinungsbetonte* und *unterhaltende* Textsegmente vertreten sind. Sie wird von mehreren Autoren verfasst und redigiert, und die Schnittstellen kann man deutlich erkennen: „Ein Teil beschäftigt sich informativ wertend mit einem aktuellen Ereignis, das den Anlaß zur Titelstory gab; ein anderer beruht auf Recherchen, gibt Überblicke über historische Parallelfälle, wissenschaftliche Untersuchungen usw., und ein dritter schließt den Text in Form eines Kommentars ab.“ (SCHWITALLA 1993, 9). Auch andere Artikel über politische, gesellschaftliche und kulturelle Ereignisse aus In- und Ausland stellen ebenso eine Mischung aus Reportage, Bericht und Kommentar dar. Für die Magazine dieser Art ist es typisch, dass die Journalisten sowohl *informieren* als auch *appellieren* wollen. Darüber hinaus wollen sie auch das Publikum fesseln, aufrütteln, ergötzen, unterhalten. Diese Funktionen werden durch die Sprache realisiert.

Die Sprache in dem Spiegel bildet ein Kapitel für sich und wurde seit den sechziger Jahren in zahlreichen linguistischen Abhandlungen meist sehr kritisch betrachtet. Die Sprachkritiker werfen dem Spiegel „Snobismus“ und „Maniertheiten“ vor und behaupten, dass Der Spiegel keinen eigenen Stil habe, sondern es sei die eigenbrötlerische sprachliche „Masche“.⁷² Andererseits ruft die Spiegel-Sprache eine Art Faszination aus, es ist also eher der Ansicht von

72 Vgl. B. CARSTENSEN: *SPIEGEL-Wörter, SPIEGEL-Worte. Zur Sprache eines deutschen Nachrichtenmagazins*. München 1971.

B. CARSTENSEN (1971, 18) zuzustimmen, „dass *Masche* kein Gegenbegriff zu *Stil* ist, kann man die Definition akzeptieren und sich darüber freuen, daß der SPIEGEL eigenbrötlerisch ist – sonst wäre er langweilig und kein Nachrichtenmagazin.“ Die Sprache und der Stil im Spiegel zeichnen sich auf jeden Fall durch Originalität und Kreativität aus, wozu folgende Merkmale beitragen: Wortspielerei, Anspielung, Ironie, Scharfsinn, Schlagfertigkeit, Witz und Ergötzliches (vgl. ASMUTH 1991, 36). Die Spiegel-Journalisten meiden Wiederholungen, Stereotype, Klischees und streben nach Einmaligkeit und Aktualisierung. Diese Tendenz drückt sich besonders in der Wahl der Lexik aus. Die Publizisten versuchen alle Möglichkeiten auszunutzen, die ihnen der Wortschatz bietet und sind stets auf der (manchmal übertriebenen und fast maniakalen) Suche nach synonymen Varianten. Sie pflegen gehobene Ausdrücke neben umgangssprachlichen Wörtern, Archaismen wie Neologismen, soziale und professionelle Jargonismen, Fremdwörter und Fachwörter zu verwenden, um dem Sprachstil den Eindruck der Erlesenheit und Exklusivität zu verleihen. Durch die gegensätzlichen Tendenzen (gehoben vs. umgangssprachlich) versucht man Verfremdungseffekte durch Kontraste zu erzielen. Die Textautoren bedienen sich auch ihrer eigenen okkasionellen Neubildungen, die als adjektivische oder substantivische Komposita (oftmals mit Bindestrich) erscheinen, Kürzungen und Wortmischungen. Zu den sprachlichen Eigentümlichkeiten gehört auch eine bestimmte Sucht, amüsante und kraftvolle Beiwörter (Epitheta) einzusetzen. Um die Anschaulichkeit und Bildlichkeit der sprachlichen Äußerung zu erreichen, nutzen die Journalisten figürliche Benennungen (Metapher, Metonymie, Synekdoche, Personifikation, Periphrase), Idiome und andere Stilmittel wie Alliteration oder Wortspiel (Paronomasie, Figura etymologica) und syntaktische Figuren (Parallelismus, Ellipse, Oxymoron, Antithese, Klimax, Zeugma). Einer großen Beliebtheit erfreuen sich die Anspielungen auf bekannte Literaturwerke, Filme, Lieder, politische Zitate, Werbeslogans und Variationen und Modifikationen von Redewendungen und Sprichwörtern.

Die Originalität von der „Spiegel-Sprache“ zeugt von ausgezeichneten Sprachkenntnissen der Redakteure und Publizisten und von ihrer Fähigkeit, mit der Sprache schöpferisch umzugehen. Alles soll auf die Faszination des Lesers und auf seine (politische) Beeinflussung zielen. Als Ergebnis eines übertriebenen Strebens nach origineller Wirkung und Aktualisierung können jedoch Wortverbindungen und -kombinationen entstehen, die zumindest „ungeschickt“ oder sogar gespreizt wirken und infolge ihrer Undurchsichtigkeit zu Verständnisschwierigkeiten führen können. Diese „Verstöße“ gegen den guten und angemessenen Stil sind oft Thema der Sprach-

pflge und -kritik, wie sie z.B. H. BURGER (1990, 117f) äußert: Die Autoren der Spiegel-Texte bemühen sich (manchmal auch ein bisschen krampfhaft) um eine kreative, originelle Sprache, was dazu führt, dass sie, wenn möglich, das gleiche Wort nicht zweimal verwenden; und wenn der Synonymwortschatz der deutschen Sprache nicht ausreicht, um dieses Prinzip durchzuhalten, erfinden sie am Laufmeter Neologismen, die sog. Augenblickkomposita. Dies kann man an einer Reihe von Synonymen illustrieren, die in einem Artikel über nichtärztliche Psychotherapeuten vorkommen: *Psycho-Experten, Psycho-Heiler, Psycho-Behandler, Seelenfachleute, Seelenkundler, Seelenspezialisten, Seelen-Wohltäter, Seelenexperten, Psycho-Zunft*.

Der typische Spiegel-Text (die *Story*) fängt mit einem Lead an, der das Thema anschlägt. Der Lead besteht eher aus einem beurteilenden Kommentar, ist also mehr wertend als informierend. Dann wird entweder eine Person vorgestellt oder eine Situation (Szene) durch eine Reportagetechnik (szenischer Einstieg) dargeboten. Dieses Textsegment wird als Reportage gestaltet – die Person, der Raum, die Zeit, die Umstände werden dem Leser nähergebracht, oft mit Gleichnissen aus Legenden, Mythen, Märchen oder anderen Anspielungen. Der Einstieg soll überraschend wirken und als weiterer Anreiz dienen.

Im weiteren Textverlauf wechseln dann die *berichtenden* Teile mit den *kommentierenden*.

Es werden mit vielen Wechseln der Zeitbezüge und der Perspektiven von Gruppen und Einzelpersonen die Meinungen zum gegebenen Thema referiert. „Wertende Aktivitäten sind so sehr in die Darstellung von Ereignissen verwoben, daß beides gleichwertig die Funktion der Textsorte bestimmt. Auf Schritt und Tritt begleitet ein explizites Urteil eine Sachinformation [...]. Dadurch entsteht ein Bericht eigener Art, der die berichtenden Vorgänge ständig beurteilend begleitet ...“ (SCHWITALLA 1993, 10). Im Text wird auch oft *zitiert*, es werden Rückblenden in die Vorgeschichte oder Voraussagen in die jüngste Entwicklung mit einbezogen.

Die meisten Texte weisen einen überraschenden, effektvollen, pointierten Schluss auf. Es muss jedoch nicht immer gelingen, und manchmal wirkt es „verkrampt und gewollt launig“ (vgl. CARSTENSEN 1971, 39). An dieser Stelle kommen oft Zitate oder es werden Idiome (oft in verschiedenen Modifikationen) eingesetzt.

Nicht zu vergessen ist die Rolle des Titels (die *Schlagzeile*), der die Rezipienten zum Lesen animieren soll. Die Schlagzeile kann humorvoll, ironisch, doppelsinnig wirken, es werden oft Metaphern und Idiome, wiederum nicht selten variiert oder modifiziert, verwendet. Die Idiomatik und zugleich der Doppelsinn werden z.B. in dem

Beitrag aus der Rubrik *Gesellschaft* über Fernbeziehungen in der Partnerschaft „*Liebe in vollen Zügen*“ (Der Spiegel 39/1999, S. 174ff) ausgenützt: das Idiom *etw. in vollen Zügen genießen* („etw. ausgiebig genießen“) wird demotiviert, und die Polysemie der Komponente der *Zug* (hier als „Verkehrsmittel“) kommt zur Geltung, was eine humorvolle Wirkung ausübt. Im Textverlauf wird dann an die Partnerbeziehungen, Fernliebe und Verkehrsmittel eingegangen, so dass die Schlagzeile bereits auf die thematische Kette, die den ganzen Text durchzieht, aufmerksam macht.

4.5.3. Beispieltext: Populärwissenschaftlicher Artikel „Schlemmen im Konvent“

(Der Spiegel 41/2004, S. 222)

Anregungen zur Stilanalyse:

1. Welche pragmatischen (Rubrik, Zitate, Hinweise) und sprachstilistischen Mittel (Fach- und Fremdwörter, Phraseologie, Syntax) dienen als Beweis für die Fachlichkeit des Textes?
2. Welche Stilelemente stehen im Dienste der Expressivität und Emotionalität (Metaphorik und Idiomatik, expressive Synonymie, „Kraftausdrücke“)?
3. Warum kann man diesen Text als „populärwissenschaftlich“ bezeichnen, wodurch wird die Auflockerung des Fachstils erreicht?
4. Welche sind für den Spiegel typische journalistische Strategien (Kontraste, Kreativität, Originalität, Humor, Ironie)?

GESCHICHTE

Schlemmen im Konvent

Mittelalterliche Mönche litten unter Rückenproblemen und Gelenkarthrose – weil sie täglich bis zu 6000 Kalorien zu sich nahmen.

Auf dem zügigen Monte Cassino hatte der Ordensgründer Benedikt von Nursia im sechsten Jahrhundert die Devise ausgegeben: „Nie darf sich bei einem Mönch Übersättigung einschleichen.“

Nicht lange darauf war die Anweisung des frommen Gottesmannes Makulatur. Das Bild vom zügellosen Schlemmen hinter Klostermauern zieht sich wie ein roter Faden durch Literatur und Ikonografie. „Sie tragen Pelze und essen Fleisch und Fett“, wetteuerte Bernhard von Clairvaux, geistiger Vater des Zisterzienserordens, im 12. Jahrhundert. „Wie kann man von diesen Mönchen behaupten, dass sie die Regel einhalten.“

Jetzt ist die Archäologin Philippa Patrick vom University College London der Legende vom Bruder Fettwanst mit Hilfe von Knochenanalysen auf den Grund gegangen.

Hunderte von mittelalterlichen Skeletten aus drei Londoner Abteien untersuchte die Forscherin auf verräterische Deformationen. Das Ergebnis der Knochenschau bestätigt alle Vorurteile: „Die Mönche litten fünfmal häufiger unter Fettsucht als ihre weltlichen Zeitgenossen – wohlhabende Kaufleute und Mitglieder des Hofes eingeschlossen“, erklärt die Expertin.

Klosterbewohner, die das vierte Lebensjahrzehnt erreichten, fielen demnach dreimal öfter als die Allgemeinbevölkerung einem Rückenleiden zum Opfer, bei dem sich infolge von Übergewicht und Fresssucht knöcherne Zusatzstrukturen an den Brustwirbeln bilden.

Das häufig mit Typ-2-Diabetes einhergehende Leiden ist nicht zwangsläufig schmerzhaft. Doch wenn die wie heruntergelaufenen Kerzenwachs aussehenden Verknöcherungen den Rückenmarkskanal einengen, drohen den Opfern jähe Komplikationen: Vielen der klösterlichen Tafelhelden dürften Lähmungen oder Schluckstörungen die Lust an der Vollerei geraubt haben.



Mönchs-Rückgrat
Wachstartige Verknöcherung



Spottblatt über Vollerei im Kloster (Kupferstich von 1609): Legende vom Bruder Fettwanst

Auch Knie- und Hüftgelenke machten ihnen zu schaffen. Viele der Gelenkköpfe wirkten bei genauerem Hinsehen wie glatt poliert und gläsern – Anzeichen dafür, dass sich die Knorpelschicht unter der Last des Körpergewichts aufgelöst hatte und bei jedem Schritt der fröhlichen Prasser Knochen auf Knochen scheuerte.

Auch Arthrosen in den Fingerendgelenken gelten unter den Medizinern als Hinweis auf übertriebene Gaumenfreuden. Bei den Londoner Mönchen waren sie laut Patrick um das Sechsfache erhöht.

Während der gemeine Mann und seine Familie im Mittelalter für gewöhnlich darboten, labten sich die Klosterinsassen an gewaltigen Mengen Rindertalg, Schmalz und Butter. Gesättigte Fettsäuren standen hinter den Klostermauern hoch im Kurs. Die Gemüsepalette dagegen wirkte eher bescheiden.

Mehr als 6000 Kalorien täglich, so haben Recherchen der britischen Historikerin Barbara Harvey in den Rechnungsbüchern von Westminster Abbey ergeben, stopften sich Mönche im 14. Jahrhundert an normalen Tagen in den Wanst – das Äquivalent von einem Dutzend „Big Macs“. Auch an Fastentagen brachten es die von Berufs wegen unter Bewegungsarmut leidenden Beter noch auf stolze 4500 Kalorien.

In vielen Klöstern machten sie sich einen Sport daraus, die Regeln des Ordensgründers trickreich abzuwandeln. Das Fleisch von „vierfüßigen Tieren“ etwa, so hatte Benedikt verordnet, dürfe im Refektorium nicht verzehrt werden – die Mönche flüchteten, wie Aufzeichnungen beweisen, mit den indizierten Steaks einfach in andere Säle des Konvents.

An Festtagen von wichtigen Heiligen brutzelten die Köche wegen der langen und anstrengenden Gottesdienste auf Anordnung der Äbte häufig stärkende Extraspeisen. Die Folge: In den meisten Klöstern nahm die Zahl der Jubiläen im Mittelalter sprunghaft zu. „Um das 11. Jahrhundert herum musste es sich schon um einen sehr ärmlichen Klosterkalender handeln, wenn auf ihm nicht wöchentlich mehr als ein hochrangiger Heiliger gefeiert wurde“, berichtet Harvey.

„Die Fakten sind überwältigend, dass Fettsucht und Typ-2-Diabetes zu den Risiken des mittelalterlichen Klosterlebens zählten“, resümiert Tony Waldron, Archäologe am University College London. Auch er hat in den vergangenen Jahren Skelette mittelalterlicher Mönche wie ein moderner Gerichtsmediziner unter die Lupe genommen. Gewaltige Körperfülle und die daraus resultierenden Folgeleiden hält er seither für eine Art „Berufskrankheit“ des Klosterlebens.

Waldron-Schülerin Patrick hofft dennoch auf den profanen Nutzwert ihrer Knochenstudien: „Wenn die Couch Potatoes von heute die Skelettveränderungen sähen, würden sie sich eine gesündere Lebensweise angewöhnen.“ GÜNTHER STOCKINGER

4.6. Kommunikationsbereich *künstlerische Literatur* (Belletristik)

Literarisch-künstlerische Texte stellen eine für die Textstilistik sehr komplizierte Erscheinung dar, deren Analyse nur in Zusammenarbeit mit der Literaturwissenschaft erfolgen kann. Die Unterschiede zwischen dem literarisch-künstlerischen und nicht künstlerischen Text resultieren aus der spezifischen Funktion der sprachlichen Zeichen in der poetischen Kommunikation. Auf Grund seiner zusätzlichen, speziellen Bezüge zur Wirklichkeit zielt der literarisch-künstlerische Text auf andere kommunikative Wirkungen und unterliegt neben den sprachlichen noch weiteren, übergreifenden Faktoren: *Fiktionalität*, stärkere *Individualität*, *Variabilität* und bewusste *Unikalität* und *Originalität* sind die charakteristischen Merkmale der literarisch-künstlerischen Texte (vgl. LERCHNER 1984, 13; FIX u.a. 2002, 50).

Als „außersprachliche“, aus der Literaturwissenschaft hergebrachte Faktoren, die die Spezifik der literarisch-künstlerischen Texte ausmachen, gelten *semiotische Konfigurationen* wie Gattungen (Epik, Lyrik, Dramatik) und ihre einzelnen Genres (Roman, Novelle, Erzählung; Ode, Ballade; Komödie, Tragödie), *literarisch-ästhetische Kategorien* wie Fabel, Sujet, Handlung (Plot), Figurenkonstellation (Epik); Vers, Reim, Rhythmus (Lyrik); Szene, Akt (Dramatik), die dazu helfen, textgestalterische und formal-strukturelle Gegebenheiten zu charakterisieren, und *kommunikativ-pragmatische Merkmale*: Wissen über die biographischen Daten des Verfassers, seine Zeit, seine Haltung; des Weiteren das Kulturwissen, das die historisch-gesellschaftliche Situation der Entstehung des Werkes einschließt sowie das Werk selbst betrifft.

Die grundlegenden Stilmerkmale *Variabilität* und *Originalität* werden durch die Verwendung auffälliger sprachstilistischer Mittel wie Neologismen, Okkasionalismen in Form von originellen Wortbildungskonstruktionen und Wortkombinationen, Tropen und Stilfiguren realisiert, die emotional und expressiv wirken. Nicht jeder literarisch-künstlerische Text wirkt jedoch expressiv. Wichtig ist die *Fiktionalität* der künstlerischen Texte, der Widerspruch zwischen der Realität und Fiktionalität ist im Rezeptionsprozess zu lösen.

Die Charakterisierung einzelner Gattungen erfolgt hier nur in groben Umrissen, denn die Belletristik stellt ein weites Feld für die Untersuchungen, die eine enge Zusammenarbeit zwischen der Literaturwissenschaft und Linguistik erfordern und durch viele Ansatzpunkte gekennzeichnet sind (Hermeneutik).

Die **Lyrik** ist durch sujetlose Komposition und die stark in den Vordergrund tretende Persönlichkeit des Subjekts gekennzeichnet.

Die Gedichte werden meist in gebundener Sprache verfasst (Verse), aus mikrostilistischer Sicht lassen sich reichlich poetische Bilder (Metaphern, Personifikationen, Synästhesie), originelle Wortbildungs- und syntaktische Konstruktionen und Figuren (Anapher, Epipher, Chiasmus, Klimax), Wortspiele (Paronomasie, Figura etymologica) sowie phono- und graphostilistische Mittel ermitteln.

Beispieltext von Erich Fried aus seiner Gedichsammlung „Es ist was es ist“. Liebesgedichte – Angstgedichte – Zorngedichte, Verlag Klaus Wagenbach, Berlin 1992.

Anregungen zur Stilanalyse:

1. Was wissen Sie über das Leben und Werk von Erich Fried, wie lassen sich seine Lebenserfahrungen mit dem folgenden Gedicht in Verbindung setzen?⁷³
2. Zu welchen der drei oben angeführten Gebiete (Liebesgedichte, Angstgedichte, Zorngedichte) gehört das vorliegende Gedicht und warum?
3. Welche Sprachspiele lassen sich im Gedicht finden? Worauf gründen sie sich? Erklären Sie diese Konfigurationen!

Vom Sparen

Eine uralte Art des Sparens
ist das Sparschwein

Von den Sparschweinen
kommt vielleicht das Wort Sparschweinerien

Denn oft muß gespart werden
für eine Schweinerei

Auf die werden dann
die Ersparnisse verwendet

Je tödlicher die Schweinerei
desto lebhafter muß gespart sein

73 ERICH FRIED, 1921 in Wien geboren, floh 1938 nach der Besetzung Österreichs nach England und lebte seitdem in London; seit 1946 freier Schriftsteller. Übersetzungen aus dem Englischen, Hebräischen und Griechischen (Shakespeare, Dylan Thomas, T. S. Elioth, Sylvia Plath u.a.). Starb 1988.

Je mörderischer
desto mörderischer das Sparen

Für jede Rakete zum Beispiel
muß sehr viel gespart sein

Da muß man jetzt sparen
damit einem *dann* nichts erspart bleibt

Wenn die Rechnung oben nicht stimmt
heißt es unten Sparen

Denn die Sparschweinereien
werden fast immer verfügt

von fetten Schweinen
auf Kosten der armen Schweine

Fußnote:

Seit Veröffentlichung der Gedichte ›Eine Stunde‹ und ›Vom Sparen‹ sind die Sparmaßnahmen, die Rüstungsausgaben und der Hunger größer geworden.

In der **Epik** stellt das narrative (erzählende) Verfahren die Grundlage dar. Für erzählende Texte sind die Bauelemente des Erzählens von großer Bedeutung. Dazu gehören die Kategorien wie: der Erzähler (Ich-Erzähler, Er-Erzähler, der auktoriale Erzähler), der zeitliche Aufbau (mit Rückblenden, Vorausdeutungen), die Erzählweisen (erzählender Bericht, szenische Darstellung, Beschreibungen und Schilderungen, Dialoge, innere Monologe, Reflexionen). In einem epischen Kunstwerk können Textsorten aus allen Kommunikationsbereichen vorkommen: wissenschaftliche Abhandlungen, offizielle Briefe, publizistische Kommentare, Lieder, Gedichte u.a. Der Individualstil des Autors, der sich nach spezifischen Zügen und typischen sprachstilistischen Realisierungsmitteln identifizieren lässt, spielt eine große Rolle.

In der **Dramatik** kommen mehrere künstlerische Richtungen zu Wort. Der Dramatext ist zwar eine literarische Gattung, ein Theaterstück wird jedoch in Zusammenarbeit mit anderen Künsten realisiert: Schauspielkunst, Choreographie, Bühnenbild (Szene), Musik, Licht, Einsetzung neuer Technik (Projektion) usw. Es sind neue Genres entstanden, z.B. Musical. Der dramatische Text wird durch Dialoge, Monologe bzw. Polyloge gestaltet. Im Dialog der Figuren kommt in neueren Schauspielen oft die gesprochene Alltagssprache

vor, umgangssprachliche, saloppe, derbe oder vulgäre Lexik ist keine Seltenheit und trägt zum Ausdruck der Emotionalität und zur expressiven Wirkung bei. Je nach dem Thema des Stückes kann auch Dialekt oder Soziolekt eindringen, um das Kolorit zu veranschaulichen.