

Matějková, Pavla

Ansatz zur linguistischen Untersuchung sprachlicher Mittel der Vertrauensförderung

Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik. 2011, vol. 16 [25], iss. 1-2, pp. [161]-174

ISBN 978-80-210-5595-7

ISSN 1803-7380 (print); ISSN 2336-4408 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/114750>

Access Date: 17. 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.

PAVLA MATĚJKOVÁ
MASARYKOVA UNIVERZITA, BRNO
ERNST-MORITZ-ARNDT-UNIVERSITÄT, GREIFSWALD

ANSATZ ZUR LINGUISTISCHEN UNTERSUCHUNG SPRACHLICHER MITTEL DER VERTRAUENSFÖRDERUNG

Abstract:

Research in confidence has been established in many scientific disciplines during the last decades. Although there is evidence of a close relationship between language and confidence, this aspect has not been examined systematically so far. It can be considered a challenge for applied linguistics to analyse this relationship and to contribute to the research in confidence in this way.

The aim of this paper is to introduce a dissertation that deals with the means of language that contribute to the process of creating and supporting confidence. The introductory part of this paper focuses on a theoretical description of the process and on possibilities the language used influences it. Further, the paper discusses the method for text analysis used in the dissertation to define confidence support strategies of a text producer. Finally, the paper gives an example of an analysis of a text passage that demonstrates the analytical approach applied in the dissertation.

Inhalt:

1. Einleitung
2. Vertrauensförderung aus der Sicht der Linguistik: Ein semiotischer Prozess
 - 2.1 Theoretische Modellierung des Prozesses der Vertrauensförderung
 - 2.2 Perspektivierung der Fragestellung: Potenzial der Vertrauensförderung
3. Untersuchungskorpus und analytische Methode
4. Exemplarische Analyse
5. Zusammenfassung

1. Einleitung

Das Vertrauensphänomen erfreut sich eines ständig anwachsenden Interesses der Wissenschaftsgemeinde. Vertrauen als ein grundlegender Mechanismus des sozialen Zusammenlebens besitzt ein hohes Erklärungspotenzial im Hinblick auf Untersuchungen zentraler gesellschaftlicher Prozesse. Inzwischen hat sich quer

durch unterschiedliche Disziplinen ein breiter wissenschaftlicher Vertrauensdiskurs etabliert.¹ Die Linguistik hat sich bisher an dieser Forschungsrichtung nicht beteiligt. In der Vertrauensforschung herrscht allerdings ein breiter Konsens darüber, dass der Vertrauensaufbau stark an die Möglichkeiten und Ausprägungen der (sprachlichen) Kommunikation gebunden ist. Diese Lücke zu schließen und die Beziehungen zwischen Vertrauen und Sprache zu untersuchen, ist meines Erachtens eine Herausforderung für die angewandte Linguistik.

Die folgenden Ausführungen basieren auf meinem Dissertationsprojekt, das sich mit sprachlichen Strategien der Vertrauensförderung beschäftigt.² Das Ziel der Dissertation ist es, eine linguistische Methode zur Explikation des Potenzials der Vertrauensförderung zu entwickeln und exemplarisch anzuwenden, um konkrete sprachliche Mittel und Strategien der Vertrauensförderung durch Texte aufzeigen zu können. Dieser Beitrag soll zunächst den Prozess der Vertrauensförderung aus der Sicht der Linguistik näher beleuchten und den Begriff des „Potenzials der Vertrauensförderung“ erklären. Weiterhin wird die verwendete Analysemethode vorgestellt und exemplarisch an einem Textbeispiel demonstriert.

2. Vertrauensförderung aus der Sicht der Linguistik: Ein semiotischer Prozess

Die Dissertation beschäftigt sich mit sprachlichen Mechanismen der Vertrauensförderung durch Texte. Dabei wird terminologisch zwischen der „Vertrauensförderung“ und „Vertrauensbildung“ unterschieden. Unter „Vertrauensbildung“ wird ein idealtypischer natürlicher Prozess der Entwicklung von Vertrauen ohne Eingriffe in den natürlichen Ablauf verstanden. Das Wort „Bildung“ steht in der Zusammensetzung also etwa in der Bedeutung von „Wachstum“. „Vertrauensförderung“ dagegen beschreibt den Prozess einer intendierten Vertrauensbildung. Dieser basiert auf mehr oder weniger bewussten und intendierten Versuchen, den Vertrauensaufbau positiv zu beeinflussen. In diesem Sinne wären die sogenannten „vertrauensbildenden Maßnahmen“ eher als „vertrauensfördernde Maßnahmen“ zu verstehen. Dabei muss betont werden, dass jede Entwicklung von Vertrauen Freiwilligkeit braucht und nicht erzwungen werden kann (vgl. Kohring 2001, 63). Die kommunikative Förderung von Vertrauen besteht zum einen darin, Vertrauen begünstigende Umstände zu erzeugen, welche die Entwicklung von Vertrauen wahrscheinlicher machen und zum anderen

¹ Zum Stand der interdisziplinären Vertrauensforschung und der Rolle der Linguistik siehe Matějková 2009.

² Die Dissertation entsteht im Rahmen einer Doppelpromotion an der Masaryk-Universität in Brno und der Ernst-Moritz-Arndt-Universität in Greifswald.

darin, den Prozess der Vertrauensförderung durch angemessene kommunikative Vermittlung von Vertrauen begünstigenden Faktoren zu beeinflussen.

Die Vertrauensförderung ist ein *semiotischer Prozess*. Vertrauensfördernd können nur solche Mittel wirken, die vom konkreten Rezipienten in einer konkreten Kommunikationssituation wahrgenommen und als Zeichen interpretiert werden (vgl. Keller 1995). Es ist durchaus davon auszugehen, dass die vom Produzenten als vertrauensfördernd gedachten Mittel vom Rezipienten als solche nicht wahrgenommen oder interpretiert werden müssen. Beide Kommunikatoren beziehen sich in der jeweiligen kommunikativen Situation auf das geteilt geglaubte semiotische Wissen, das sich in der Regel nicht komplett deckt. Darüber hinaus wird der Prozess der Vertrauensförderung maßgeblich auch durch den individuellen Erfahrungs- und Erwartungshorizont und durch Vorstellungen von einem potenziell vertrauenswürdigen Partner beeinflusst (vgl. Schweer 1997). So muss angenommen werden, dass in vielen Fällen die beabsichtigte Textwirkung, die der kommunikativen Intention des Produzenten entspricht, und die tatsächliche Textwirkung auf einen konkreten Rezipienten nicht identisch sind. Mit anderen Worten: Der Prozess der Vertrauensförderung durch Texte ist nur dann erfolgreich, wenn ein konkreter Rezipient die Textelemente und den Text als Ganzes als Zeichen wahrnimmt und als Signale der Vertrauenswürdigkeit interpretiert. Dementsprechend heißt es: Sämtliche Textelemente „haben also dann (und nur dann) Bedeutung, wenn ihnen die an der konkreten Kommunikationssituation Beteiligten Bedeutung *zuschreiben*“ (Antos/Spitzmüller 2007, 44, Hervorhebung i. O.).

2.1 Theoretische Modellierung des Prozesses der Vertrauensförderung

Aus dem oben skizzierten Verständnis von Vertrauensförderung als semiotischer Prozess ergibt sich eine theoretische Modellierung dieses Prozesses. Die Vertrauensförderung ist demnach als ein komplexer interaktiver Prozess zwischen dem Produzenten und Rezipienten zu verstehen, die jeweils über ein bestimmtes semiotisches Wissen verfügen. Die Prozesshaftigkeit impliziert die zeitliche Dimension der Vertrauensförderung, die eine wichtige Rolle spielt, denn Vertrauen braucht Zeit. Auf der Produzentenseite gehen wir von bestimmten kommunikativen Absichten und von einer beabsichtigten Textwirkung aus, die sich in der Textfunktion und entsprechend in der Wahl der Textsorte und konkreter sprachlicher und nicht sprachlicher (z. B. graphischer) Mittel widerspiegeln. Bei der Untersuchung der Vertrauensförderung wird unterstellt, dass eine der kommunikativen Funktionen eines Textes die „Vertrauensfunktion“ darstellt, die Textwirkung soll also die Vertrauenswürdigkeit des Produzenten stützen.³

³ Diese Unterstellung mag etwas vereinfachend sein, weil sie eine intendierte, d.h. bewusste Strategie der Inszenierung von Vertrauenswürdigkeit impliziert und dadurch die Gefahr läuft,

Besonders im Fall der institutionellen Kommunikation nach außen können wir annehmen, dass die produzierten Texte verstärkt die Vertrauensfunktion tragen und die Organisation als vertrauenswürdig darstellen sollen. Die Textproduzenten gehen dabei von ihrer eigenen Erfahrung als Rezipienten aus und setzen solche Mittel ein, von denen sie selber annehmen, dass sie auf die Vertrauenswürdigkeit der Organisation schließen lassen. Es gilt prinzipiell für alle vertrauensfördernden Mittel, was Antos/Spitzmüller (2007, 45) für typographische Elemente feststellen:

Der Textproduzent oder -designer versucht, Schlussfolgerungen bei den Rezipienten dadurch anzustoßen, dass er typographische Elemente verwendet, von denen er annimmt, dass die Rezipienten sie als Zeichen wahrnehmen und in einer bestimmten (assoziativen oder regelbasierten) Art und Weise (zugunsten des von ihm angestrebten Kommunikationsziels) interpretieren.

Der Textproduzent setzt also in seiner Kommunikation verschiedene Mittel ein, von denen er annimmt, dass sie ihn vertrauenswürdig darstellen werden. Dies ist der produzentenseitige Part im Prozess der Vertrauensförderung.

Der Rest des Prozesses ist durch den Rezipienten bestimmt. Bei der Rezeption eines Textes kommt es darauf an, ob der jeweilige Rezipient die vom Produzenten eingesetzten Mittel überhaupt wahrnimmt und als Zeichen für Vertrauenswürdigkeit interpretiert. Es kann passieren, dass er die als vertrauensfördernd gedachten Mittel nicht wahrnimmt, dafür aber andere, die vom Textproduzenten nicht in der Weise intendiert waren. Werden vom Rezipienten Signale der Vertrauenswürdigkeit wahrgenommen und als solche interpretiert, werden sie in einem Zuschreibungsprozess verarbeitet und dem Textproduzenten wird Vertrauenswürdigkeit zugeschrieben. Vertrauenswürdigkeit wird hier dementsprechend nicht als eine „objektive“ Eigenschaft einer Person verstanden, sondern als ein subjektives Zuschreibungsprodukt. Wird die Zuschreibung der Vertrauenswürdigkeit im weiteren Verlauf der Kommunikation mit dem Produzenten gestützt und bestätigt (was die Rolle der Beziehungsgeschichte für die Entwicklung von Vertrauen in den Vordergrund stellt), kann sich mit der

mit Mechanismen der Manipulation in Verbindung gebracht zu werden. Tatsächlich muss man jedoch davon ausgehen, dass jeder Mensch bei der Interaktion mit seiner Umgebung ein Bild von sich produziert und pflegt und dass die vertrauenswürdige Selbstdarstellung eine wichtige, wenn nicht die wichtigste, Quelle für den Vertrauensaufbau darstellt: „Grundlage allen Vertrauens ist die Darstellung des eigenen Selbst als einer sozialen, sich in Interaktionen aufbauenden, mit der Umwelt korrespondierenden Identität“ (Luhmann 2000, 80). Die Selbstdarstellung muss jedoch in der Zeit konsistent bleiben, um als Grundlage für den Vertrauensaufbau dienen zu können, denn „alle Selbstdarstellung verpflichtet – allein schon dadurch, daß sie ein Selbst darstellt, für das Identität in Anspruch genommen wird, Man muß, will man derselbe bleiben, so bleiben, wie man sich gezeigt hat“ (Luhmann 2000, 81).

Zeit Vertrauen entwickeln. Dies ist dann nicht mehr als einseitige Zuschreibung zu verstehen, sondern es beschreibt eine Beziehungsdimension.

Aus einer solchen Modellierung des Prozesses der Vertrauensförderung geht hervor, dass der Kommunikator lediglich durch die Gestaltung seiner Kommunikation zur Vertrauensförderung beitragen kann, denn die weitere Entwicklung liegt beim Rezipienten. Daraus ergibt sich die Relevanz der Beschäftigung mit sprachlichen Mitteln, die producentenseitig eingesetzt werden (können), um die Vertrauensförderung anzuregen (nicht jedoch zu steuern!). Es ist anzunehmen, dass die Kategorien der potenziell vertrauensfördernden Mittel sich auf verschiedenen Ebenen des sprachlichen Systems befinden (siehe dazu die analytischen Kategorien weiter unten). Was sind jedoch die gemeinsamen Merkmale solcher Mittel? Die Antwort auf diese Frage stellt in der Untersuchung ein Modell dar, das die Kategorien von potenziell vertrauensfördernden Mitteln thematisch spezifiziert. Das Modell formuliert drei Kategorien: *Interesse, koordiniertes Handeln* und *Glaubwürdigkeit*⁴. Bei der Formulierung des Modells wurde von der Überlegung ausgegangen, dass langfristig stabile Vertrauensbeziehungen ohne eine dieser Komponenten nicht funktionieren können. Diese drei Komponenten wurden also im weiteren Schritt als Vertrauen begünstigende Faktoren definiert⁵. Werden diese thematisch spezifizierten Faktoren kommunikativ vermittelt, können sie als Signale der Vertrauenswürdigkeit funktionieren, vom Rezipienten als solche interpretiert werden und zur Zuschreibung von Vertrauenswürdigkeit an den Produzenten führen. Eine solche Modellierung von Vertrauensförderung hat konkrete Auswirkungen auf die linguistische Auseinandersetzung mit der Problematik und auf die Wahl von Methoden für eine sprachwissenschaftliche Untersuchung dieses Prozesses.

2.2 Perspektivierung der Fragestellung: Potenzial der Vertrauensförderung

Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung der Mechanismen der Vertrauensförderung muss sich zunächst die Frage stellen, auf welche Phase des gesamten Prozesses sie sich konzentriert. Die Produktions- und Rezeptionsmechanismen mit einer Methode zu untersuchen, ist nicht möglich. Sie müssen selbstverständlich in einem Zusammenhang gesehen werden, bei der Analyse muss jedoch eine Seite stärker in den Vordergrund gestellt werden. Ich untersuche den Prozess aus der Produzentenperspektive. Fokussiert wird also die kommunika-

4 Glaubwürdigkeit wird für die Zwecke der Untersuchung als *Kompetenz* und *Konsistenz* operationalisiert. Auf die Erklärung der Zusammenhänge und der Wahl dieser zwei Unterkategorien muss hier aus Platzgründen verzichtet werden.

5 Auf die konkrete Definition dieser Kategorien kann hier nicht näher eingegangen werden. Vielmehr ist wichtig, dass diese Faktoren als übergeordnete Kategorien bei der Analyse gelten und die thematische Klammer zwischen den einzelnen vertrauensfördernden Mitteln bilden.

tive Absicht und die dazu eingesetzten Mittel, also die Vertrauensfunktion der Texte und nicht ihre Wirkung⁶.

Da die empirische Überprüfung der tatsächlichen Wirkung der Texte nicht die Aufgabe dieser Arbeit ist, soll unter der produzentenseitigen Perspektive vom *Potenzial der Vertrauensförderung* gesprochen werden. Ob das Potenzial wirklich eingelöst wird, hängt von einer Reihe von Variablen auf der Rezipientenseite ab (Wissen über das Thema, Wissen über den Kommunikator, bisherige Erfahrungen mit dem Kommunikator bzw. mit ähnlichen kommunikativen Situationen, normative Erwartungen, kommunikative Kompetenz u.a.). In der Arbeit können über die Wirkung lediglich Vermutungen aufgestellt werden. Die Untersuchung konzentriert sich also auf diejenigen Mechanismen der Vertrauensförderung, die der Textproduzent durch die Gestaltung seiner Kommunikation beeinflussen kann.

3. Untersuchungskorpus und analytische Methode

Die zu analysierenden Texte hat dankenswerterweise die Brücke/Most-Stiftung zur Verfügung gestellt.⁷ Damit ist der Prozess der Vertrauensförderung funktional in einen institutionellen Kontext und thematisch in den Kontext der deutsch-tschechischen Beziehungen eingebettet. Das Untersuchungskorpus besteht aus 67 unterschiedlich langen Texten, die die Stiftung im Untersuchungszeitraum von anderthalb Jahren (2007–2008) im Zusammenhang mit den von ihr (mit)organisierten Veranstaltungen veröffentlichte. Das Korpus beinhaltet unterschiedliche Textsorten, die größten Gruppen bilden dabei Einladungen und Pressemitteilungen. Alle Texte im Korpus sind Produkte der Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung und als solche stellen sie prototypische „Eins-zu-Viele-Kommunikation“ (vgl. Dürscheid 2005) zwischen dem Produzenten und Rezipienten, die räumlich und zeitlich voneinander getrennt sind.

Die Korpusanalyse erfolgt mit Mitteln der pragmatischen Stilistik (vgl. Sandig 2006). Diese Methode eignet sich für die Untersuchung sprachlicher Strategien der Vertrauensförderung in besonderem Maße, weil sie vor allem Stilabsichten auf der Produzentenseite fokussiert:

⁶ Es gibt auch Arbeiten, die den Rezipienten in den Vordergrund stellen und die tatsächliche Wirkung von Texten, Botschaften, Werbung, Medien usw. untersuchen. Diese sind größtenteils dem Bereich der Persuasions- bzw. Wirkungsforschung zuzuordnen, konkret vor allem der Medienwirkungsforschung (vgl. Bentele 2008, 353).

⁷ Die Brücke/Most-Stiftung ist eine private, 1997 in Dresden gegründete Stiftung, die sich für die deutsch-tschechische Verständigung und Zusammenarbeit einsetzt. Die Homepage der Stiftung ist unter <http://www.bruecke-most-stiftung.de> abrufbar.

Der pragmastilistische Ansatz ist methodisch vor allem für solche Texte angemessen und Erfolg versprechend, bei denen ausgeprägte Wirkungsabsichten bestehen und in denen es besonders auf die Gestaltung sozialer Beziehungen zwischen Sender und Empfänger ankommt, z. B. bei Kontakt herstellenden und appellierenden Texten (Kontaktanzeigen, Bewerbungsschreiben, Aufrufe, Aushänge, Reden, politische und Wirtschaftswerbung u. a.) (Fix/Poethe/Yos 2001, 151).

Die pragmatische Stilistik basiert auf einem handlungsorientierten Stilbegriff, der auf ganze Texte anwendbar ist. Durch eine pragmatische Stilanalyse können zusätzliche Informationen, die über den reinen Textinhalt hinausgehen, vermittelt werden. In Anlehnung an Fix/Poethe/Yos (2001, 35) gibt der Stil eines Textes Informationen über

- die Situation, in welcher der Text entstanden ist,
- die Selbstdarstellung des Produzenten,
- die Beziehungsgestaltung zwischen dem Produzenten und Rezipienten,
- die Art und Weise, wie ein Text gelesen werden soll (als welche Textsorte) und über
- die Einstellung des Produzenten zu der von ihm benutzten Sprache.

Aus der Auffassung von Stil als Handeln folgt, dass stilistisches Handeln intentional ist. Der Textproduzent wählt konkrete Formulierungsmöglichkeiten im Hinblick auf den Kommunikationszweck und den Kommunikationspartner. Die Analyse konzentriert sich vor allem auf die Stilabsichten, die Stilwirkungen können mit der pragmatischen Stilanalyse nicht direkt ermittelt werden:

Über die tatsächlich eingetretene **Wirkung** eines Textes lassen sich keine absoluten Aussagen treffen, sie ist immer individuell und außer von der wirkungsvollen sprachlichen Gestaltung auch von der Erwartung, der Einstellung und anderen Faktoren abhängig. Wir können lediglich Überlegungen zu potentiellen, wahrscheinlichen Wirkungen anstellen (Fix/Poethe/Yos 2001, 156 Hervorhebung i. O.).

Dieser Ansatz entspricht den oben ausgeführten Überlegungen über die Einführung des Begriffes „Potenzials der Vertrauensförderung“ in die Untersuchung. Eine pragmatische Stilanalyse der Texte kann zeigen, welches Selbstbild die Stiftung vermittelt, welche Mittel sie verwendet, um das Image der Vertrauenswürdigkeit herzustellen und zu wahren, wie sie die Beziehungen zu ihrer Zielöffentlichkeit gestaltet und durch welche Art von Texten sie dies tut. In Anlehnung an Fix/Poethe/Yos (2001, 86) ist dabei zu erwarten, dass die Texte (da sie dem Bereich des institutionellen Verkehrs angehören) von den Faktoren der Selbstdarstellung der Institution und der Beziehungsgestaltung zwischen Vertretern der Institution und ihren Klienten dominiert sein werden.

Für die Analyse wurden 18 unterschiedlich breit aufgefasste Kategorien formuliert. Die Analyse fokussiert zunächst die makrostilistische Ebene, auf

der die Textsorte, die Themen sowie das Textdesign analysiert werden. Auf der mikrostilistischen Ebene werden u. a. folgende Kategorien berücksichtigt: Sprechhandlungen, Attribute, Metaphern, Zahlentopos, Autoritätstopos, stilistisch markierte Wörter und Wendungen, Selbstreferenz auf die Stiftung, Referenz auf die Rezipienten bzw. die Zielgruppe, Zeitkonzept (Hinweise auf das Verständnis von Zeit), Schlüsselwörter und thematische Leerstellen. Darüber hinaus wird auf einer übergeordneten Ebene danach gefragt, wie die Stiftung sich selbst präsentiert und wie die deutsch-tschechischen Beziehungen dargestellt werden. Diese beiden Kategorien werden als zentrale Bezugsgrößen bei der Vertrauensförderung angenommen, denn ob man einer Stiftung vertraut, die sich für die deutsch-tschechische Zusammenarbeit einsetzt, hängt stark von der Selbstdarstellung der Stiftung und von der Darstellung der deutsch-tschechischen Beziehungen ab.

Nachdem die pragmatische Stilanalyse durchgeführt wird, werden die ausgearbeiteten Stilmittel den übergeordneten thematischen Kategorien „Interesse“, „koordiniertes Handeln“, „Kompetenz“ und „Konsistenz“ (als Komponenten der Glaubwürdigkeit) zugeordnet. Auf diese Weise soll aufgezeigt werden, welche funktionalen Mittel zur konkreten Ausformulierung von welchen thematischen Kontexten verwendet werden. Das Ergebnis einer solchen korpusgestützten Analyse von Texten der Brücke/Most-Stiftung sollte somit eine Übersicht über die verwendeten potenziell vertrauensfördernden sprachlichen Mittel auf unterschiedlichen Ebenen der Betrachtung geben und eine Darstellung der komplexen Beziehungen zwischen ihnen ermöglichen.

4. Exemplarische Analyse

Nachdem das methodische Vorgehen bei der Analyse grob beschrieben wurde, soll nun praktisch gezeigt werden, wie die formulierten Kategorien von potenziell vertrauensfördernden Mitteln analytisch ermittelt werden. Für die exemplarische Analyse wurde ein Text aus dem Untersuchungskorpus ausgewählt. Es handelt sich um ein Faltblatt, welches das Projekt „Zeitzeugendialog“ beschreibt und die Möglichkeiten der Teilnahme am Projekt darstellt.⁸ Der Text weist eine Textmuster Mischung von expliziter (Projekt)Beschreibung und impliziter Einladung auf. Im Folgenden beschränke ich mich auf die Analyse des Projekttitels (der zugleich die Hauptüberschrift des Textes darstellt), um zu zeigen, welche Art von Informationen man durch die pragmatische Stilanalyse

⁸ Das Projekt wird in dem Text wie folgt vorgestellt: „Das Projekt: Im Rahmen des Zeitzeugenprojekts der Brücke/Most-Stiftung werden Schulklassen ermutigt, in ihrem Ort auf die Suche nach den Spuren von Judenverfolgung und Zwangsarbeit zu gehen. Den Höhepunkt bildet dann eine von der Brücke/Most-Stiftung begleitete Begegnung mit einem Zeitzeugen.“

gewinnen kann. Aus Platzgründen können an dieser Stelle nicht der gesamte Text und das Textdesign des Faltblattes dargestellt werden,⁹ es ist jedoch wichtig, den Projekttitel im Kontext zu sehen und die Bezüge zwischen Text und Projekttitel bei der Analyse zu berücksichtigen.

Es wird davon ausgegangen, dass der Projekttitel als Aushängeschild des Projektes funktioniert und im Kontext der gesamten Tätigkeit der Stiftung eine bestimmte Position vertritt. Der Projektname besteht aus zwei Teilen. Den ersten Teil stellt der übergeordnete Name „Zeitzeugendialog“ dar, der graphisch als zwei mit Bindestrich verbundene, untereinander geschriebene Wörter „Zeitzeugen – Dialog“ gestaltet wird. Den zweiten Teil bildet der weiterführende Untertitel „Gespräche und Spuren – Jugendliche treffen Zeitzeugen des Naziterrors an Gedenkorten“. Der Ausschnitt aus der Titelseite zeigt die Anordnung der Textteile und die graphische Einbindung eines inhaltsbegleitenden Bildes in den Projektnamen. Auf eine ausführliche Analyse des Layouts muss hier leider verzichtet werden. Im Fokus stehen stattdessen die textuellen Merkmale des Projektnamens und die für die Semantik relevante graphische Darstellung des Titels.

Der Titel ist von zwei Elementen dominiert: Erstens handelt es sich um die *Metapher* „Zeitzeuge“ im übergeordneten Projektnamen und zweitens um die Wörter „Dialog“, „Gespräch“ und „treffen“ im Untertitel, die alle dem thematischen Feld „direkte Interaktion“ angehören.¹⁰ Der Projektname wird mit einem Bindestrich geschrieben, die zwei Wörter „Zeitzeugen“ und „Dialog“ werden graphisch (räumlich) und farblich getrennt. Dies legt die Absicht des Produzenten nahe, ein Interpretationsfeld zu eröffnen. Der Titel kann so als ein Binde-



⁹ Das Faltblatt ist farbig gedruckt und beinhaltet viele inhaltsbegleitende Bilder.

¹⁰ Dieses thematische Feld kann anhand der Analyse als für die Texte der Stiftung typisch betrachtet werden. Der dominante Begriff auf diesem Feld ist die „Begegnung“, die im Korpus einen hohen Stellenwert aufweist und als Schlüsselwort funktioniert. Das Konzept der Begegnung wird auch in dem Beispieltext explizit, indem eine Textpassage, welche die Rolle der Zeitzeugen in dem Projekt darstellt, mit der Überschrift „Begegnung“ versehen ist.

strichkompositum „Zeitzeugen-Dialog“ mit mehreren möglichen Bedeutungen gelesen werden oder eventuell als zwei Wörter in einer engen, aber nicht näher spezifizierten Beziehung. In beiden Fällen sind verschiedene Interpretationen möglich, wie z. B. Dialog der/zwischen/mit/über Zeitzeugen.

Die Zeitzeugen-Metapher stellt die an dem Projekt beteiligten Senioren als Zeugen des Naziregimes dar. Aus dem Kontext wird klar, dass es sich um „Überlebende der Shoah und der Zwangsarbeit aus Tschechien und der Slowakei“ handelt, man könnte also alternativ den Opfer-Begriff bemühen, tut das aber nicht. Die Metapher „Zeitzeuge“ unterstellt im Vergleich zu „Opfer“ einen verhältnismäßig objektivierenden Abstand von den besprochenen Ereignissen, was auch die mehrfache Formulierung „Berichte der Zeitzeugen“ im Text unterstützt. Andererseits sind die Zeitzeugen gerade wegen ihrer persönlichen Erfahrung so wichtig und geschätzt. Die Einbringung der persönlichen Perspektive in die Diskussion ist der zentrale Gedanke des Projektes, der aus dem Ansatz der Oral History stammt.¹¹ Dieser Gedanke wird durch die mehrfache Verbalisierung des Konzeptes der persönlichen Interaktion unterstützt: Bei dem Projekt geht es um einen Dialog, um Gespräche und um ein persönliches Treffen der zwei unterschiedlichen Personengruppen. Die Trennlinie zwischen ihnen verläuft dabei nicht gerade. Es handelt sich um Vertreter zweier Generationen („*Jugendliche treffen Zeitzeugen des Naziterrors*“), wobei die eine die im Projekt thematisierten negativen Ereignisse persönlich erlebt hat, während die andere Gruppe diese Erfahrungen gerade nicht hat und haben kann.¹² Die ältere Generation vertritt also eine gewisse Lehrerrolle, sie besitzt Autorität. Der *Autoritätstopos* kommt im Projektnamen durch die zentrale Stellung der Zeitzeugen zum Tragen. Im Text des Faltblattes wird er vor allem durch die persönlichen Erlebnisse der Zeitzeugen und durch ihr Interesse an der aktiven Zusammenarbeit im Projekt konstituiert. Die Zeitzeugen werden im Text mehrfach als „Überlebende“ bezeichnet. Dieser Begriff unterstützt den Autoritätstopos zusätzlich, indem er offen legt, dass nicht alle die Nazizeit überlebt haben und als Zeitzeugen von ihren Erlebnissen heute erzählen können.¹³

11 Die Charakteristika und Vorteile dieses Ansatzes werden im Text folgenderweise dargestellt: „Durch den Bericht des Zeitzeugen wird die Geschichte aus einer individuellen Perspektive betrachtet und damit eindrucksvoll nachföhlbar“.

12 Die negative Einstellung zu den Ereignissen der Zeit wird lexikalisch durch die Verwendung des Wortes „*Naziterror*“ ausgedröckt.

13 Darüber hinaus wird die Autorität der im Projekt aktiven Zeitzeugen dadurch gestözt, dass sie ihre Erlebnisse auch zielgruppengerecht darstellen und didaktisch aufbereiten können. Dadurch wird gezeigt, dass sie die Autorität nicht nur wegen ihrer Erfahrungen verdienen, sondern auch als kompetente Lehrer gesehen werden sollen. „Begegnung (Überschrift des Absatzes): Die Zeitzeugen sind nicht nur Überlebende, die überaus eindrucksvoll ihre schwierigen Lebenswege erzählen, sie sind auch erfahren im Umgang mit Jugendlichen. Einföhlsam stellen sie sich auf verschiedene Alters- und Lerngruppen ein. Viele ihrer Berichte werden durch Anschauungsmaterial wie Filme, Power-Point-Präsentationen, persönliche Erinnerungsstücke

Das Erzählen von persönlichen Erlebnissen ist insofern besonders wichtig, als das Thema Zwangsarbeit – nach Meinung der Brücke/Most-Stiftung – im Unterricht zu wenig vertreten ist.¹⁴ Das steigert zusätzlich die Autorität der im Projekt aktiven Zeitzeugen und rückwirkend auch die Autorität der Stiftung, denn die Zeitzeugen werden mit Bedacht und im Hinblick auf ihre didaktischen Kompetenzen ausgewählt und nicht „nur“ durch ihr Überleben als Lehrer der jungen Generation qualifiziert.

Die Projektteilnehmer sind nicht nur Vertreter zweier Generationen. Aus dem Kontext erfahren wir, dass sie darüber hinaus auch Vertreter verschiedener Nationen sind (tschechische bzw. slowakische Zeitzeugen und deutsche Schüler), die geschichtlich mit der Täter- bzw. Opferrolle verbunden sind. Dieser Aspekt ist implizit im Text präsent, wird aber nicht explizit thematisiert.¹⁵ Diese Tatsache kann als eine *Leerstelle* gedeutet werden, die dem Textproduzenten ermöglicht, die positiven Aspekte des Austausches (Dialogs) in den Vordergrund zu stellen und die Gemeinsamkeiten (das Interesse am Dialog) anstatt die Unterschiede zu betonen.

Ein weiteres Merkmal des Projekttitels ist der Begriff „*Spuren*“, der als ein Teil der Metapher „Spuren suchen“ zu verstehen ist, die im Text auch als „Spurensuche“ auftaucht. Diese Metapher impliziert, dass ein Sachverhalt (die Erfahrungen aus der Nazizeit) nicht überall präsent ist und ohne Weiteres untersucht werden kann, sondern dass es zuerst eines aktiven zielgerichteten Handelns, einer Spurensuche, bedarf, die auch Unerwartetes zutage fördern kann. Diese Tatsache wird auch durch die Formulierung „Jugendliche *treffen* Zeitzeugen“ unterstützt. Die Verwendung des aktiven Verbs „treffen“ stellt die jungen Menschen in die Rolle des Agens und deutet darauf hin, dass sie es sind, die aktiv handeln. Die Bereitschaft, aktiv an dem Projekt mitzuwirken, wird im Text auch explizit als eine Voraussetzung für die Teilnahme am Projekt formuliert. Gegenüber einer möglichen alternativen nominalisierten Formulierung „Ein Treffen von Jugendlichen und Zeitzeugen“ wird also durch die gewählte Formulierung die Aktivität und Prozesshaftigkeit betont. Dies hängt mit der Auffassung des *Zeitkonzepts* zusammen. Der Projekttitel könnte im Hinblick auf das Zeitverständnis folgenderweise paraphrasiert werden: „In diesem Projekt treffen sich hier und jetzt die Vergangenheit (in Gestalt der Zeitzeugen) mit der Zukunft (in Gestalt der Jugendlichen) zu einem Dialog“. Für eine bessere

und Fotos ergänzt.“

- 14 „In Lehrbüchern und Unterrichtsmaterialien ist zum Thema Zwangsarbeit und Vernichtung durch Arbeit wenig zu finden. Dabei liefert gerade die Behandlung der nationalsozialistischen Kriegswirtschaft – und damit der Verschleppung und Zwangsverpflichtung von Millionen Menschen – einen Schlüssel zum Verständnis dieser Zeit“.
- 15 Thematisiert wird er allerdings auf der Projekthomepage. Diese ist unter <http://www.zeitzeugen-dialog.de> abrufbar.

Zukunft, deren Träger die heutige Jugend ist, ist es wichtig, die Geschichte fundiert zu erarbeiten. Diese Konzeptualisierung von Aufbereitung der gemeinsamen deutsch-tschechischen Geschichte als Grundlage für die gemeinsame Zukunft kann als für das Textkorpus typisch bezeichnet werden. Aus dieser Konzeption, die eine gemeinsame Verantwortung im Hinblick auf die deutsch-tschechischen Beziehungen postuliert und einen aktiven Dialog fordert und fördert, ergibt sich die potenzielle Vertrauenswirkung der Texte und der Stiftung als Träger dieser Konzeption.

Zu der analytischen Kategorie des Zeitkonzeptes gehören darüber hinaus die *historischen Narrative*, also konkrete historische Daten und Ereignisse, die in den Texten thematisiert werden. In diesem Text ist das die Zwangsarbeit als Aspekt des Naziterrors.¹⁶ Nicht zuletzt ist die Nennung des Treffpunktes „Gedenkorte“ im Projekttitle von Relevanz. Diese Aussage kann aus zwei Perspektiven betrachtet werden: Erstens muss berücksichtigt werden, dass die Stiftung durch die Auswahl des Ortes eine Aussage über ihre Einstellung zu dem behandelten Thema „Naziterror“ tätigt und dem Treffen so einen würdigen und emotional geladenen Rahmen gibt. Zweitens ist der Ort des Treffens anscheinend für die Stiftung so wichtig, dass er direkt im Projekttitle genannt wird, obwohl Projekttitle generell nur einen sehr beschränkten Platz bieten und die darin anzuführenden Informationen gut überlegt und sortiert werden müssen.

Wie man bereits bei der Analyse des Projektname sehen kann, ermöglicht uns die pragmatische Stilanalyse, zusätzliche Informationen zu gewinnen, die über die inhaltliche Ebene weit hinausgehen. Eine anschließende Interpretation der Daten im Kontext des gesamten Untersuchungskorpus und die Herausarbeitung ihres Zusammenhangs mit den übergeordneten Vertrauen begünstigenden Kategorien versetzt uns in die Lage, das Potenzial der Vertrauensförderung der Texte zu bestimmen.

Ausgehend von der Analyse des Projekttitle könnte man folgende Aussagen im Hinblick auf das Potenzial der Vertrauensförderung des Textes tätigen: Die Brücke/Most-Stiftung bezieht eine eindeutige Position hinsichtlich des zu behandelnden Themas und zeigt deutlich, dass demokratische Werte die Grundlage für das Zeitzeugenprojekt bilden. Dadurch sorgt sie für Transparenz und Vorhersagbarkeit. Sie räumt dem Austausch über die Zwangsarbeit eine wichtige Rolle im Prozess der gemeinsamen Bewältigung der Geschichte ein und unternimmt in dieser Hinsicht konkrete Schritte, indem sie ein Projekt organisiert, das Rahmenbedingungen für den Austausch schafft. Sie verpflichtet sich somit öffentlich zum aktiven Handeln, übernimmt Verantwortung und bleibt

¹⁶ Im Projektname wird nur das übergeordnete Konzept „Naziterror“ genannt, eine Präzisierung des Themas erfolgt im Text. Auf den Sachverhalt wird unterschiedlich Bezug genommen: „Zwangsarbeit“ und „Verschleppung und Zwangsverpflichtung von Millionen Menschen“ werden genannt.

nicht bei Worten stehen, sondern macht gleich den ersten Schritt. Dabei macht die Stiftung deutlich, dass eine aktive Zusammenarbeit von mehreren Parteien wichtig ist und lädt andere zur Zusammenarbeit ein. Sie versteht die gemeinsame Aufbereitung der Geschichte als eine wichtige Voraussetzung für eine friedliche Zukunft und zeigt sich bereit, an diesem Prozess aktiv als Vermittler (Brückenbauer) teilzuhaben und ihn zu fördern. Dies kann man als Hinweise auf die innere Konsistenz der Stiftung und auf Bereitschaft zum koordinierten Handeln auf dem Weg zum gemeinsamen Ziel deuten. Die Stiftung begreift ihr Publikum als einen wichtigen Partner, den sie zur Kooperation einlädt. Gleichzeitig zeigt die Stiftung ihr Verständnis von dem Vertrauensaufbau zwischen Deutschen und Tschechen. Für die Vertrauensförderung ist eine gemeinsame Basis notwendig, die auf der Aufbereitung der Geschichte aufbaut und intensiven Austausch zwischen beiden Partnern zum grundlegenden Prinzip macht. Die Stiftung zeigt sich aufgeschlossen, aktiv handelnd und aufrichtig an der Problematik interessiert. Die Summe dieser Merkmale macht das Potenzial der Vertrauensförderung aus, das anhand der Analyse des Projektstitels beschrieben werden kann.

5. Zusammenfassung

Die Untersuchung der Beziehung zwischen Sprache und Vertrauen verstehe ich als eine Herausforderung für die angewandte Linguistik. Ich gehe davon aus, dass mit sprachlichen Mitteln Vertrauen gefördert werden kann. Der Prozess der Vertrauensförderung ist von der Gestaltung der Kommunikation durch den Produzenten und von der Wahrnehmung und Interpretation dieser Kommunikation durch den Rezipienten abhängig. Ich fokussiere mich auf die Textproduktion und untersuche exemplarisch sprachliche Mittel, die das Potenzial der Vertrauensförderung besitzen. Die tatsächliche Textwirkung wird dabei nicht erfasst. Die Korpusanalyse erfolgt auf der methodischen Grundlage der pragmatischen Stilistik, welche die Analyse von Stilabsichten im Blick hat und zusätzliche, über den reinen Textinhalt hinausgehende, Informationen pragmatischer Art liefern kann. An der Analyse eines Projektnamens habe ich versucht exemplarisch zu zeigen, wie die formulierten analytischen Kategorien ermittelt werden können. Gleichzeitig wurde skizziert, wie breit das Spektrum der durch die pragmatische Stilanalyse gewonnenen Daten sein kann. Eine anschließende Interpretation ermöglicht die Explikation des Potenzials der Vertrauensförderung der Texte. Ich möchte mit dieser Analyse einen Beitrag zum besseren Verständnis der Beziehung von Sprache und Vertrauen leisten.

6. Literaturverzeichnis

- ANTOS, Gerd/ SPITZMÜLLER, Jürgen (2007): Was ›bedeutet‹ Textdesign? Überlegungen zu einer Theorie typographischen Wissens. In: ROTH, Kersten Sven/ SPITZMÜLLER, Jürgen (Hg.): Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation. Konstanz, S. 35–48.
- BENTELE, Günter (2008): Vertrauen und Glaubwürdigkeit. In: (Hg.) BENTELE, Günter/ FRÖHLICH, Romy/ SZYSZKA, Peter, Handbuch der Public Relations: wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Wiesbaden, S. 346–361.
- DÜRSCHIED, Christa (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: Linguistik online 22, 1/05.
- FIX, Ulla/POETHE, Hannelore/YOS, Gabriele (2001): Textlinguistik und Stilistik für Einsteiger. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Frankfurt am Main.
- KELLER, Rudi (1995): Zeichentheorie. Zu einer Theorie semiotischen Wissens. Tübingen.
- KOHRING, Matthias. (2001): Vertrauen in Medien – Vertrauen in Technologie. Arbeitsbericht der Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg, Nr. 196. Stuttgart.
- LUHMANN, Niklas (2000): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. 4. Aufl. Stuttgart.
- MALÁ, Jiřina (2009): Stilistische Textanalyse: Grundlagen und Methoden. Brno 2009.
- MATĚJKOVÁ, Pavla (2009): Kann sich Linguistik an der Vertrauensforschung beteiligen? Überlegungen zu einem neuen Gebiet der sprachwissenschaftlichen Forschung. In: BGGN 14, 2009, 1–2. S. 45–63.
- SANDIG, Barbara (2006): Textstilistik des Deutschen. 2. Aufl. Berlin.
- SCHWEER, Martin K.W. (1997): Eine differentielle Theorie interpersonalen Vertrauens – Überlegungen zur Vertrauensbeziehung zwischen Lehrenden und Lernenden. In: Psychologie in Erziehung und Unterricht, 44, 2–12.