

3 Grundbegriffe und Forschungsmethoden der pragmatisch orientierten Stilistik

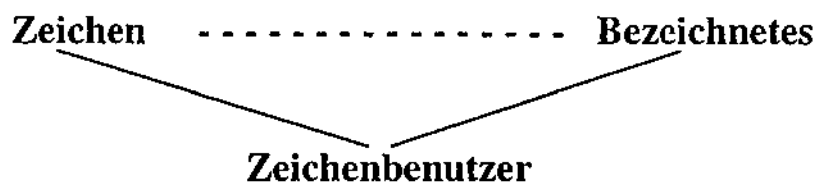
In der „Einleitung“ wurde bereits erörtert, dass die Neuorientierung in der Stilistik, die zu Beginn der 70-er Jahre einsetzt und bis heute noch fortgeführt und ausgebaut wird, an den Paradigmawechsel in der Linguistik gebunden ist. Deswegen wäre es sinnvoll, mit generellen Aspekten des neuen – kommunikativ-pragmatischen – Paradigmas zu beginnen.

3.1 Pragmatische Konzepte in der Linguistik

3.1.1 Was bedeutet *Pragmatik*?

Pragma ist ein griechisches Wort und bedeutet „Sache“, „Ding“, aber auch „Tun“, „Handeln“. Im Alltagssprachlichen Gebrauch des Wortes *Pragmatik* wird die erste Bedeutung angesprochen (*pragmatisch denken* heißt *in Bezug auf konkrete Sachen erfolgsorientiert denken*). *Pragmatik* in der zweiten Bedeutung aber ist ein relativ junger Begriff. Er stammt aus der Wissenschaft, die sich mit Zeichen generell beschäftigt. Diese Wissenschaft heißt **Zeichentheorie** oder **Semiotik**. Entscheidende Beiträge zur Etablierung der Semiotik als einer unabhängigen Wissenschaft leisteten die amerikanischen Philosophen Ch. S. Peirce (1839-1914) und Ch. W. Morris (1901-1979) sowie der Genfer Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure (1857-1913).

Die Semiotik macht Aussagen darüber, was Zeichen zu Zeichen macht, beschreibt die unterschiedlichen Zeichenarten und Zeichensysteme, behandelt die Frage der Zeichenfunktion. Dabei stützt sie sich auf ein bestimmtes Zeichenmodell. Seit Morris ist dies das sogenannte "semiotische Dreieck":



Diesen drei Dimensionen des Zeichenmodells entsprechen die semiotischen Teildisziplinen:

Syntaktik – Untersuchung der formalen Relation zwischen Zeichen untereinander.

Semantik – Untersuchung der Relation zwischen Zeichen und Gegenständen (Zeichenbedeutung)

Pragmatik – Untersuchung der Relation zwischen Zeichen und ihren Interpreten/Benutzern.

Hier ein Beispiel:

Sie haben sich im Wald verlaufen und suchen nun nach dem Weg. Da sehen Sie einen Pfeil, der an einem Baum befestigt ist. Im Weltwissen jedes Menschen ist diese konkrete Zeichenform (*syntaktische Dimension*) mit einer bestimmten Bedeutung (*semantische Dimension*) verbunden. Sie interpretieren das Zeichen in der vorhandenen Situation (*pragmatische Dimension*) und gehen in die empfohlene Richtung. Damit hat das Zeichen seinen Zweck bzw. seine Funktion erfüllt.

3.1.2 Linguistische Pragmatik als Theorie des sprachlichen Handelns

Die menschliche Sprache ist auch ein Zeichensystem (*Saussure*), das im Rahmen der linguistischen Semiotik bzw. der semiotischen Linguistik – der am weitesten fortgeschrittenen semiotischen Wissenschaft – erforscht wird.

Aus heutiger Sicht ist es völlig klar, dass das semiotische Konzept die generelle Richtung der Sprachforschung im 20. Jahrhundert vorausbestimmt hat. Kennzeichnend ist dabei, dass die semiotische Linguistik etappenweise voran kam, und dass diese Etappen den drei Zeichendimensionen (Syntaktik, Semantik und Pragmatik) genau entsprachen.

Im ersten Entwicklungsabschnitt konzentriert sich die Linguistik auf die *Syntaktik* und macht das Feststellen von Systemzusammenhängen zwischen den Strukturelementen der Sprache zu ihrem Forschungsobjekt. Kognitive (semantische) und kommunikative Leistungen der Sprache werden dabei fast völlig ignoriert. Auf der zweiten Entwicklungsstufe aber verlagert sich der Interessenfokus der Linguistik auf *Semantik*. Die Anhänger der semantischen Wende operieren mit der These, der Existenzgrund der Sprache liege in ihrer Bedeutsamkeit – in der Tatsache also, dass Sprachzeichen Bedeutung haben.

Diese beiden Forschungsrichtungen sind durch intralinguistische Orientierung gekennzeichnet, was auf folgenden Saussureschen Lehrsatz zurückgeht: „Die Sprache an und für sich selbst betrachtet ist der einzige Gegenstand der Sprachwissenschaft.“ Der Benutzer des Zeichens als eine extralinguistische Größe bleibt demzufolge noch jahrzehntelang außerhalb der Linguistik.

Die Lage ändert sich erst Anfang der 70-er Jahre, als der dritte – *pragmatische* – Aspekt des sprachlichen Zeichens als Hauptobjekt der linguistischen Forschung deklariert wird. Gerade diese Wende von der immanenten Sprachbetrachtung zur extralinguistischen Problematik wird als die **Neuorientierung** sowie der **Paradigmawechsel** in der Linguistik bezeichnet. Die generelle Verschiebung der linguistischen Interessen führte ihrerseits zur Herausbildung eines neuen

sprachwissenschaftlichen Zweigs, der sich unter dem Namen *Pragmalinguistik* bzw. *linguistische Pragmatik* weiterentwickelt hat.

Sprache pragmatisch orientiert betrachten, heißt Sprache darauf hin zu untersuchen, wie sie als Mittel der Kommunikation eingesetzt werden kann. Anders gesagt: Pragmatische Untersuchungen betreffen die Art und Weise, wie Kommunizierende ihren sprachlichen Austausch gestalten. Der Pragmatik geht es also nicht um das System der Sprache, um Form und Bedeutung der sprachlichen Einheiten. Es geht ihr darum, die grundsätzlichen Regeln aufzudecken, nach denen die Kommunikationspartner die Sprache in verschiedenen Situationen verwenden, **die Regeln des Sprachgebrauchs**.

Sprache gebrauchen heißt, mit Sprache nach ganz bestimmten Regeln etwas tun, *mit Sprache handeln*: Befehle erteilen, Fragen stellen, Wünsche äußern usw. Das Interesse für den Sprachgebrauch schließt also das Interesse für das Phänomen sprachlichen Handelns mit ein. Deswegen wird Pragmatik auch als **Sprach-Handlungs-Theorie** definiert.

Welches sind nun die Bedingungen dafür, dass wir mit Sprache handeln können? Die Antwort darauf geben *Kommunikations-* bzw. *Sprechhandlungsmodelle*.

3.1.3 Modell des sprachlichen Handelns¹

Die für das sprachliche Handeln relevanten Kategorien und ihre Verhältnisse werden durch das Kommunikationsmodell vereinigt und dargestellt. Es gibt zahlreiche Versuche, solche Modelle aufzubauen. Wir wenden uns an das weit verbreitete Muster, das nach der Grundformel „*wer sagt was zu wem mit welcher Absicht, mit welchen Mitteln, mit welcher Wirkung*“ gestaltet wird und die Komponenten enthält, die in jeder Kommunikation gegeben sind.

1. Die erste und wichtigste Komponente des Kommunikationsmodells sind **Personen**, die sich verständigen wollen und zu gegebener Zeit an gegebenen Orte sprachlich handeln, sowie ihre Beziehungen zueinander. Man bezeichnet sie als:

¹ Sprachlich handeln heißt kommunizieren. Deswegen steht die Theorie des sprachlichen Handelns in unmittelbarer Nähe zur Kommunikationstheorie. Dadurch lässt sich erklären, dass *Kommunikation* oft als *kommunikatives Handeln* bezeichnet wird, *sprachliche Kommunikation* aber als *sprachliches Handeln*. Es gibt auch kaum Unterschiede zwischen den Termini *Kommunikationsmodell* – *Modell des sprachlichen Handelns* – *pragmatisches Kommunikationsmodell* einerseits und *Kommunikationssituation* – *Handlungssituation* andererseits.

Kommunikationspartner	Adressat	→	Adressant
Gesprächspartner	Sprecher	→	Hörer
Kommunikatoren	Schreiber	→	Leser
Kommunikanten	Sender	→	Empfänger
Kommunizierende	Produzent	→	Rezipient
Interagierende	agierender Partner	→	reagierender Partner

Für den Kommunikationsprozess sind manche biologische, psychisch-psychologische und soziale Parameter der Kommunizierenden von Bedeutung, wie z. B. sozialer Status (Schichtzugehörigkeit, Geschlechtszugehörigkeit, Generationsangehörigkeit), soziale oder institutionsspezifische Rollen (Lehrer/Schüler, Arzt/Patient, Vater/Sohn usw.), kommunikative Rollen/Gesprächsrollen (agierender Partner – reagierender Partner).

Zu den wichtigsten Eigenschaften der Kommunikanten gehört ferner ihr **Vorwissen**: *Weltwissen* (enzyklopädische Weltkenntnis, soziales Wissen, kulturelle Erfahrung) und *Situationswissen sowie Situationsannahmen* (was sie von der Situation wissen, meinen, wahrnehmen, erwarten, wie sie den Angesprochenen einschätzen). Nicht zu ignorieren sind auch situationsbezogene Bedingungen, wie der Bekanntheitsgrad der Interagierenden, ihr emotionelles Verhalten zueinander, ihre Zahl (davon hängt es ab, ob sprachliche Handlungen einseitig oder zweiseitig sind und ob die Kommunikation einen monologischen, dialogischen oder polilogischen Charakter hat).

2. Am Anfang jeder sprachlichen Handlung stehen *Kommunikationsmotive* bzw. *Mitteilungsabsichten* und *Wirkungsziele*, die die Kommunizierenden verfolgen. Sie werden unter der Bezeichnung **Intention** zusammengefasst. Man spricht nur, wenn man dazu motiviert ist. Wenn jemand etwas sagt, unterstellt man ihm eine Intention und ist erst dann zufrieden, wenn man sie findet. Die Intention ist zugleich ein ergebnisbezogener Begriff: Ihre Realisierung hat in der Regel eine oder mehrere Folgen (Effekte), die sich im verbalen oder nichtverbalen Verhalten des Angesprochenen äußern.

Um das Mitteilungsziel zu realisieren, wird eine *Planbildung* vorgenommen – die Handlung wird *vor-organisiert*: Der Sprecher plant eine einfache oder eine komplexe Handlung und die Art ihrer Durchführung. Es wird auch die Entscheidung über konkrete *Handlungsstrategien* getroffen. Als kommunikative Strategien bezeichnet man Verhaltenstechniken, die die Art der Handlungsdurchführung bestimmen. Typische Strategien sind z.B. *sich unwissend*

stellen, die Schuld auf den Gesprächspartner schieben, die Spannung erhöhen, Zeit zum Überlegen gewinnen u. ä.

3. Jede Kommunikation hat ihren **Gegenstand** (Sprachhandlungsinhalt): Es wird in jedem konkreten Fall über etwas Bestimmtes kommuniziert. Die Art der Themabehandlung/Sachverhaltsdarstellung bezieht sich auf kommunikative Erfahrungen und Erwartungen des Rezipienten.

4. Die Kommunikation findet an einem bestimmten Ort und zu einer bestimmten Zeit statt. Wenn sich Kommunizierende im gemeinsamen Raum befinden, der einen unmittelbaren Kontakt (face-to-face) gewährleistet, haben wir es mit einem mündlichen **Übertragungskanal** zu tun. Wenn aber die Kommunikation ohne direkte räumliche oder zeitliche Verbindung verläuft, bedarf sie eines technischen **Mediums** (Informationsträger wie Schriftmedien, Plakatwände, Postkarten, Rundfunkprogramme, Fernsehkanäle, elektronische Medien u. ä).

5. Mittel der Realisierung von sprachlichen Handlungen sind **Texte**: Texte werden hergestellt, um damit jeweils Bestimmtes zu tun, um damit sprachlich zu handeln. Demgemäß sind manche sprachliche Handlungen als *Textherstellungshandlungen*, auch *textkonstitutive Handlungen* (z.B. Ankündigen, Zusammenfassen, Gliedern, Paraphrasieren, Verdeutlichen usw.) zu verstehen.

Die Kommunikationspartner stehen in der Handlungssituation drin: Was gesagt wird, wird vom Sprecher in diese Situation eingepasst und vom Hörer in Bezug auf diese Situation verstanden. Das bedeutet, dass jeder Text von der Gesamtheit aller situationsrelevanten Bedingungen geprägt sein muss. Um dies zu bewältigen, reicht *die sprachliche Kompetenz* (Fähigkeit, eine unbegrenzte Zahl grammatisch korrekter Sätze zu äußern und zu verstehen) nicht mehr aus. Dazu braucht man schon *die kommunikative Kompetenz* (Befähigung zur Kommunikation). In Bezug auf die Sprache ist dieser Begriff mit der Sprechhandlungskompetenz bzw. Sprachgebrauchskompetenz identisch.

Wie aus dem Gesagten ersichtlich, stellt das Kommunikationsmodell den **Handlungskontext** dar, der die Situationsparameter und die Art der Handlungsdurchführung (*nach Rehbein*) in sich vereinigt:

1. Situationsparameter

- Kommunizierende mit ihren Eigenschaften, ihren Beziehungen zueinander, ihren Partnerhypothesen, ihren Gefühlen und Emotionen, mit ihrem Welt- und Situationswissen, mit ihrer sprachlichen und kommunikativen Kompetenz, mit

ihren analogen soziokulturellen Erfahrungen, ihren Intentionen und Erwartungen, mit ihrem Kommunikationsgegenstand;

- Ort und Zeit des sprachlichen Handelns; Art des Sprachkontakts;
- Kanäle und Medien, die Kommunizierende zur Informationsübertragung nützen.

2. Art der Handlungsdurchführung:

Vorwissen über die Situation → Einschätzung der Situation/Partnerhypothesen
 → Motivation zur Handlung → Intention/Zielsetzung → Planbildung
 → Ausführungsstadium (sprachliches Formulieren/Textherstellung) →
 Resultat (Text) → Hörerplan → Interpretation → intendierte Folgen

Der gesamte Handlungskontext findet seine Widerspiegelung im Text: Der Sprecher sagt mit dem Text, wer er ist, wie er seinen Adressaten sieht, wie sein Adressat – seiner Annahme nach – ihn sieht, wie er sich von seinem Adressaten gesehen wissen will, was die Situation ist, worüber er spricht, welche Wirkung er intendiert usw. Der Handlungskontext prägt den Text, kann aber durch ihn verändert (definiert, modifiziert...) werden.

3.1.4 Handlungsmuster und Textmuster

Komplexe Handlungen, die in ähnlichen Handlungssituationen verlaufen, werden standardisiert und konventionalisiert: Es entstehen genormte, reproduzierbare (typisch wiederkehrende) Verlaufsformen von Handlungen, die man als **Handlungsmuster** bezeichnet. Konventionelle Einheiten, die die Handlungsmuster versprachlichen, heißen **Textmuster** oder **Textsorten**. Muster für das Herstellen von Texten (wie Zeitungsnachricht, Bewerbung, Grußwort usw.) sind damit Muster für entsprechende Handlungstypen. Die Textsorten sind, anders gesagt, die Mittel, mit denen die Textherstellungshandlungen konventionell realisiert werden. Diese Mittel beherrschen wir aktiv oder sie sind uns passiv vertraut: Sie sind Einheiten unserer Kompetenz. Abweichungen und Fehler werden erkannt aufgrund unserer intuitiven Textmusterkenntnis. Mit Sprache handeln lernen heißt, Textsorten bilden und gebrauchen lernen. Es gibt Menschen, die eine Sprache sehr gut können, sich aber in manchen Kommunikationssphären ganz hilflos fühlen, weil sie die entsprechenden Textmuster nicht beherrschen. Je mehr Textsorten der Sprecher/Schreiber produzieren bzw. rezipieren kann, desto vielfältiger sind seine Möglichkeiten, sich als gleichberechtigter Kommunikationspartner an verschiedenen Kommunikationssituationen zu beteiligen. Die Muttersprachler können ihre *Textsortenkompetenz* ständig erweitern, bei den Fremdsprachlern aber muss dies im Unterricht erreicht werden.

Jeder konkrete Text konstituiert sich nach einer bestimmten Textsorte. Neben den textsortenspezifischen Eigenschaften kann er auch individuelle Merkmale haben, die den Text weniger konventionell machen. Dadurch gibt es besonders typische Exemplare, aber auch nicht ganz typische. Diese Merkmale realisieren sich auch standardmäßig: Sie dürfen die Grenze, die die Textsorte zur Textsorte macht, allerdings nicht überschreiten.

3.1.5. Der globale kommunikativ-pragmatische Kontext zur Textherstellung

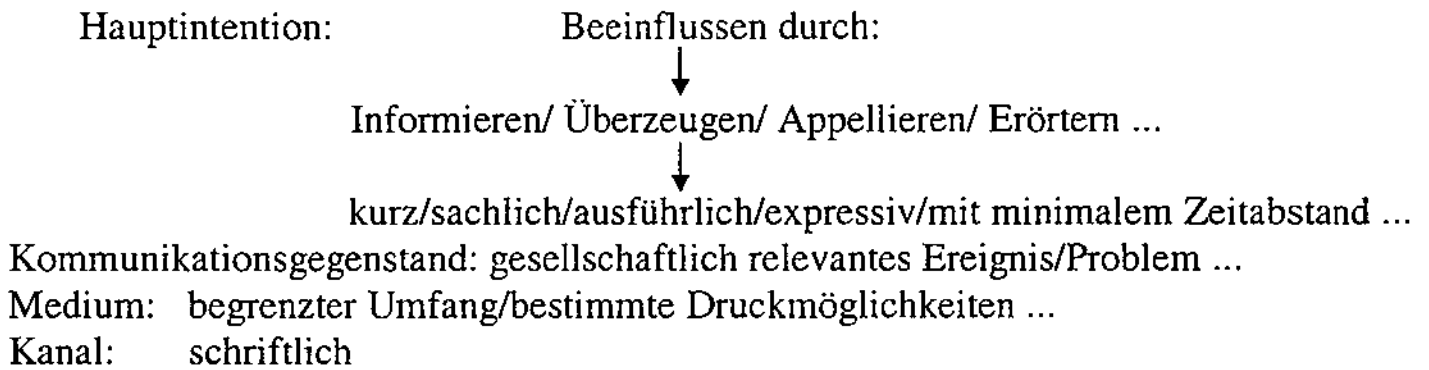
Jeder Textsorte liegt ein standardisiertes Kommunikationsmodell zugrunde. Die Kommunikationsmodelle der Textsorten, die zu einem kommunikativen Bereich (dem wissenschaftlichen, dem offiziellen usw.) bzw. einer Institution gehören, stimmen in wesentlichen Zügen überein. Sie variieren hingegen – ihren konkreten Kommunikationssituationen entsprechend – *das invariante Modell des kommunikativen Bereichs bzw. der Institution*. Davon ausgehend, soll es einen kontextuellen Rahmen geben für *alle* Textsorten, die zu ein und demselben Bereich gehören. Das Kommunikationsmodell jeder einzelnen Textsorte darf die Variationsmöglichkeiten dieses Kontextes nicht überschreiten: Die Grenzen, innerhalb derer die Komponententypen variieren können, sind vom sozialen Anwendungsbereich der Sprache streng festgelegt. Das Modifizieren irgendeiner Komponente des Kommunikationsmodells unter Einfluss von äußeren Faktoren kann zum Entstehen einer Subtextsorte oder sogar einer neuen Textsorte führen.

Wie ersichtlich, ist jeder konkrete Text, der stets irgendeine Textsorte repräsentiert, in einen weiteren pragmatischen Raum (den Kontext des gesellschaftlichen Tätigkeitsbereichs) eingebettet. Die Rolle dieses Kontextes bei der Text- bzw. Textsortengestaltung kann am Beispiel der Zeitungskommunikation illustriert werden.

Die Zeitung stellt einen weitläufigen sozio-kommunikativen Raum dar, in dem sich mehrere Sprachhandlungen abspielen und dementsprechend mehrere Textsorten hergestellt werden. Die Struktur dieses Raumes sowie seine Grenzen sind durch das relativ abstrakte Kommunikationsmodell festgelegt, genauer gesagt – durch die Variationsmöglichkeiten seiner Komponenten, die eine bestimmte Schwankungsbreite aufweisen; wie zum Beispiel:

Adressant: Presseagentur/Zeitungssredaktion/Journalist/bekanntePersönlichkeit...

Adressat: der ganze Leserkreis/bestimmte soziale, berufliche u.a. Gruppen...



Verschiedene Kombinationen von Komponentenvarianten bilden konkrete standardmäßige Kommunikationssituationen, in denen mit entsprechenden Textsorten sprachlich gehandelt wird. Für die Textsorte „Nachricht“ gelten beispielsweise folgende wichtige Kombinationen:

Adressant: Presseagentur

Adressat: der ganze Leserkreis

Intention: maximal knapp und operativ informieren

Kommunikationsgegenstand: ein Ereignis

Die Variierung auch nur **eines** textsortenrelevanten Parameters führt zu einer anderen Kombination: Demzufolge ändert sich die Kommunikationssituation und es entsteht eine andere Textsorte:

Intention: sachlich über den Verlauf des Ereignisses informieren → Bericht

expressiv über den Verlauf des Ereignisses informieren → Reportage

Diese drei Textsorten realisieren also die kommunikative Absicht „Informieren“ auf ihre jeweils eigene Art. Aber in allen Fällen sind die Realisierungen zeitungsgemäß: Sie kommen im Rahmen des allgemeinen Zeitungskontextes zustande (ganz anders steht es beispielsweise mit dem „Informieren“ in einem Polizeibericht.). Dadurch werden auch die Beziehungen der Textsorten zueinander erkennbar: Jede von ihnen erfüllt eine Teilaufgabe und erhält ihren kommunikativen Wert nur im Kontext der gesamten Zeitungsgattungen.

Der soziokommunikative Handlungsbereich ordnet sich ferner in den Großkontext der historischen Zeit und Kultur. Am Beispiel von zwei Zeitungsnachrichten aus unterschiedlichen Zeitperioden haben wir schon gesehen, dass die Textsorten historisch wandelbar sind, Moden unterliegen. Interkulturelle Forschungen der letzten Jahre aber haben gezeigt, dass das Versprachlichen der adäquaten Handlungsmuster im Rahmen verschiedener Kulturen unterschiedlich sein kann.¹

¹ Die Textsorte „Telefongespräch“ wird z. B. im georgischen kommunikativen Kulturraum ganz anders gestaltet, als im deutschen.

Zusammenfassend kann Folgendes festgestellt werden: Sprachliche Handlungen werden vollzogen und verstanden in situativen Handlungskontexten. Der Handlungskontext seinerseits ist in einen globalen kommunikativ-pragmatischen Großkontext (Makrokontext) eingebettet, der ihn mit dem ganzen soziokulturellen Umfeld (dem Handlungsbereich, der Institution, historischer Zeit, dem kulturellen Raum) in Zusammenhang bringt. Für die Text- bzw. Textsortengestaltung sind alle oben behandelten Aspekte und Relationen dieses Kontextes relevant (bedeutsam).

3.2 Grundsätze einer pragmatischen Stilistik

Die theoretische Basis der sprachpragmatisch orientierten Stilistik wurde in der germanistischen Linguistik Anfang der 70-er Jahre angelegt und innerhalb der folgenden drei Jahrzehnte weiterentwickelt. Dazu haben viele deutsche Sprachwissenschaftler beigetragen, vor allem aber B. Sandig, B. Spillner, G. Lerchner, U. Fix, U. Püschel, G. Antos, M. Hoffmann, M. Selting, W. Kallmeyer, J. Schwitalla, I. Keim, B. Stolt, H. Kotthoff, S. Günthner, W. Holly, J. Rehbein, A. Herbig.

Die große Vielfalt stilistischer Phänomene erschwert traditionell das Entwickeln einer einheitlichen Position bei der Statusbestimmung von Stil, sowie seiner Beschreibung. Es ist ganz klar, dass diese Vielfalt mit unterschiedlichen Konzepten angegangen werden muss: Verschiedene theoretische und methodologische Perspektiven eines komplexen Gegenstandes beleuchten ja jeweils seine verschiedenen Aspekte und Eigenschaften. Die Forschungslandschaft der pragmatischen Stilistik ist auch ziemlich weitläufig und bunt: Man interpretiert Stil als pragmatische Information und spricht ihm dadurch die Zeichenhaftigkeit zu; man versucht, Erkenntnisse über Kommunikation stiltheoretisch umzudeuten und pragmatische Merkmale stilistischer Art von pragmatischen Merkmalen nichtstilistischer Art abzugrenzen; man behandelt das Problem „Stil und Kontext“, untersucht Textstile und Gesprächsstile, erarbeitet neue Methoden der Analyse von Alltagskommunikation, institutionsspezifischer sowie interkultureller Kommunikation, schreibt über ideologische und politische Bezogenheit von Stilen, diskutiert die Frage der stilistischen Kompetenz im Zusammenhang mit Soziolekten, Regiolekten, Fachsprachen, Gruppenstilen, analysiert einzelne Textsorten- und Gesprächssortenstile, beschreibt Abweichungen vom standardmäßigen sprachlichen Handeln und Mustermischungen, schneidet das Thema der Intertextualität in einem neuen Kontext an. Alle diese Forschungsaspekte und entsprechenden Anschauungen hier zu berücksichtigen, ist nicht möglich. Bei weiteren theoretischen Überlegungen stütze ich mich hauptsächlich auf das Stilkonzept von Barbara Sandig, wie es in ihrem Buch „Stilistik der deutschen Sprache“ und zahlreichen Beiträgen, die nach der Veröffentlichung des Buches erschienen sind, dargestellt ist.

3.2.1 Handlungskontext und Stil

Was ist *Stil* aus der Sicht der pragmatischen Stilistik? Es gibt eine Vielfalt an Definitionen, die zum Großteil auf *einen* einheitlichen theoretischen Ansatz zurückzuführen sind: Die Grundlage der pragmatisch orientierten Stilistik ist die Theorie des sprachlichen Handelns und demgemäß muss Stil im Zusammenhang mit beiden kommunikativ-pragmatischen Kategorien – der des sprachlichen Handelns und der des Textes als Mittel der Handlungsrealisierung – definiert werden. Hier einige dieser Definitionen:

- (1) Eine sprachliche Handlung wird „in einem Stil“ vollzogen. Deshalb ist Stil ein Teilaspekt sprachlichen Handelns, und dabei – ein isolierbarer Handlungsaspekt.
- (2) Stil ist das Mittel der Situationsanpassung von Handlungen.
- (3) Sprachlicher Stil ist die sozial relevante Art der Durchführung einer Handlung mittels Text oder interaktiv als Gespräch.
- (4) Stil ist Eigenschaft von Texten in Handlungskontexten.
- (5) Stil ist Teilaspekt von Texten: Jede Äußerung und jeder Text hat Stil, gleichgültig ob auffällig stilisiert oder ‚neutral‘. Das heißt, es kann jede Sprachverwendung zum Gegenstand stilistischer Untersuchung gemacht werden. Es gibt auch nicht Stil schlechthin, sondern Stile – bezogen auf die unterschiedlichen Aspekte und Funktionen sprachlichen Handelns: ein Stil ist immer ein von anderen Stilen verschiedener Stil eines Textes.

Im Kommunikationszusammenhang wird auch die generelle Funktion von Stil postuliert: Stilistisches als Texteigenschaft ist Information über die konkreten Parameter eines kommunikativen Aktes, es ist eine pragmatische Information. Daraus resultiert, dass Stil ein System ist, das auf verschiedene Dimensionen des Kommunikations- bzw. Sprachhandlungsmodells bezogen ist und nur im Zusammenhang mit diesem interpretierbar ist. Oder mit anderen Worten: Stilistische Textqualitäten sind bezogen auf Eigenschaften des situativen Kontexts und können erst interpretiert werden, wenn sie in Relation zu stilrelevanten Aspekten der Kommunikation gesehen werden. Dies erlaubt die Behauptung, dass Stil *relational* ist.

Wenden wir uns dem Forschungsverfahren von Barbara Sandig zu, die die stilistisch relevanten Relationen zwischen Geäußertem (Text/Gespräch) und den Kommunikationsaspekten modelliert und sie in Zusammenhang mit zahlreichen – fachlichen sowie alltagssprachlichen – Ausdrücken mit dem Wort „Stil“ bringt.¹

¹ Zu Lehrzwecken wird das Modell etwas vereinfachter dargestellt.

Stil zeigt sich, wie gesagt, in der Art der Berücksichtigung des Handlungskontextes:

Großkontext¹

- historische Zeiten/Moden: - Stile sind eingebunden in historische Zeiten und unterliegen Moden [*Epochenstil, Zeitstil, Barockstil*].
- Institution/Situationstyp - Stile sind geprägt durch Institutionen und Situationstypen [*Behördenstil, Amtsstil, Kanzleistil*].

situativer Handlungskontext

- Handlungstypen - Mit Stil werden sozial relevante Handlungstypen differenziert [*Predigtstil, Erzählstil, Interviewstil*].
- Sprachproduzent - Stil ist ein Mittel sprachlicher Selbstdarstellung sowie der Gestaltung sozialer und kommunikativer Rollen [*Personalstil, Kaufmannsstil, professoraler Stil, Gruppenstil*].
- Einstellungen - Mit Stil können Einstellungen, z. B. Wertungen oder Emotionen, ausgedrückt werden [*emotionaler Stil, witziger Stil, aggressiver Stil, feierlicher Stil*].
- Thematyp - Dasselbe Thema kann in verschiedenen Stilen entfaltet werden [*literarischer Stil, Fachstil, Feuilletonstil*]. Aber ob Sachverhalte *sachlich* oder *emotional*, *klar* oder *unscharf* dargestellt werden, hängt von situativen Faktoren ab.
- Kanal
Textträger - Eigenschaften des Kanals wie Schriftlichkeit und Mündlichkeit der Übermittlung prägen Stile entscheidend [*Sprechstil, Redestil, Schreibstil, Briefstil, Papierstil*].
- Medium - Verschiedene Medien führen zu verschiedenen Stilerwartungen [*Bildzeitungsstil, Spiegelstil*].
- Adressatenberücksichtigung - Stil kann geprägt sein durch die Art, wie der Adressat berücksichtigt wird [*kindergemäßer Stil, volkstümlicher Stil, populärer Stil, attraktiver Stil, verständlicher Stil*].
- Beziehung
Sprachproduzent/-rezipient - Hier geht es darum, wie die Kommunizierenden ihre Beziehungen stilistisch gestalten können [*familiärer Stil, (un)persönlicher Stil, (un)höflicher Stil, autoritärer Stil*]
- Text - Jede Äußerung, jeder Text hat Stil [z. B. *Gesprächsstil*]:
Der Text mit bestimmten Eigenschaften ist das Ergebnis stilistischen Textherstellens. Zu bestimmten Textmustern gehören konventionelle Textmusterstile [*Anzeigenstil, Kochrezeptstil, Reportagenstil*]

¹ Die Wirkung der kulturellen Gegebenheiten auf die Handlungsdurchführung sowie Textgestaltung zeigt sich insbesondere bei interkulturellen und ethnolinguistischen Forschungen: Beispielsweise werden sprachliche Handlungen an einer georgischen Tafel ganz anders durchgeführt, als an einer deutschen, und die Textsorte „Tischrede/Trinkspruch“, die dabei produziert wird, hat ihren sozialen Wert und kann nur in der entsprechenden kommunikativen Kultur verstanden werden.

Von diesem Standpunkt aus ist **Stil als Teilaspekt sprachlichen Handelns ins Handeln verwoben**: durch den Bezug zu Kontextgegebenheiten und durch die Möglichkeit, Einstellungen auszudrücken. Die Angemessenheit des Stils ist daher als die Angemessenheit der Handlungsdurchführung und der Einstellungenformulierung zu interpretieren: Die Art der Durchführung ist für die konkrete Zielsetzung angemessen, für eine Handlung dieses Typs, für ein Thema dieses Typs, in einer Situation dieses Typs, in einer Partnerbeziehung dieses Typs, in dieser historischen Zeit; die ausgedrückten Einstellungen sind dem Kommunikationsthema angemessen, dem Handlungstyp, den Voraussetzungen der Situation, der Partnerbeziehung, sie sind zeitgemäß.

Andererseits stellt Stil auch Kontext her: Durch den gewählten Stil wird erst der Kontext geschaffen, in dem die sprachlichen Aktivitäten der Beteiligten zu interpretieren sind.

3.2.2 Kommunikativ-pragmatische Forderungen

Der extralinguistische Makrokontext stellt meines Erachtens an die sprachliche Gestaltung der Textsorte einen ganzen Komplex von kommunikativ-pragmatischen Forderungen. Die Textsorte ihrerseits muss diesen Forderungen Rechnung tragen. Jeder einzelnen Forderung liegt eine minimale Teilaufgabe zugrunde, die die Textsorte erfüllen muss.

Der Begriff der kommunikativ-pragmatischen Forderung scheint ein Bindeglied zwischen der textuellen Extra- und Intralinguistik zu sein. Er bietet die Möglichkeit, textexterne Faktoren mit textinternen (sprachlichen und kompositorischen) in Verhältnis zu bringen, da sich jede Forderung in bestimmten textsortenspezifischen Ausdrucksmöglichkeiten manifestiert. Aber zwischen den kommunikativ-pragmatischen Forderungen und ihren Realisationsmöglichkeiten gibt es keine 1:1-Entsprechung: Ein und dieselbe Forderung kann mit verschiedenen Sprachmitteln formuliert werden, und umgekehrt kann unterschiedlichen Forderungen ein und dieselbe intratextuelle Erscheinung entsprechen.

Die Realisierung der kommunikativ-pragmatischen Forderungen kommt durch das Zusammenspiel einer globalen Invariante und ihrer lokalen Varianten zustande. Globale Forderungen werden an die Texte gestellt, die in ein und denselben Tätigkeitsbereich gehören. Lokale Forderungen sind die textsortenspezifischen Modifikationen von globalen, je nach der kommunikativen Aufgabe, die die konkrete Textsorte zu erfüllen hat. Dabei gelten einige globale Forderungen für alle Texte ein und desselben Kommunikationsbereiches (z. B. in der Zeitungskommunikation die Forderung, nur „Wahres“ mitzuteilen), die anderen aber weisen eine gewisse Schwankungsbreite der Variabilität auf und werden in Textsortenkontexten als lokale

Forderungen mit unterschiedlichem Stärkegrad konkretisiert (z. B. ökonomische Anforderungen an Zeitungstexte: Nachricht vs. Feuilleton).

Außer den kommunikativ-pragmatischen Forderungen, denen die konstitutiven Eigenschaften entsprechen, die den Textsortenstandard gewährleisten, gibt es auch fakultative (nichttextsortenspezifische Faktoren), die das Formulieren der Texte nur wenig beeinflussen können. In der Zeitungskommunikation ist das beispielsweise das Image einer Zeitung, die Art der Information (regional, international) usw. So sind regionale Nachrichten freier, expressiver, intimer.

Um das bisher Gesagte zu illustrieren, wenden wir uns an informierende Zeitungstextsorten: die Nachricht, den Bericht, die Reportage. (Textbeispiele s. im Seminaranteil, Übung 3.)

Die globale kommunikative Intention des Zeitungsbereiches „Informieren“ wird in der Nachricht als „über das Ereignis operativ und knapp informieren“, im Bericht als „über den Verlauf des Ereignisses operativ und sachlich informieren“ und in der Reportage als „über das Ereignis erlebnisbetont zu informieren“ modifiziert. Parallel wird der Adressant als „nicht definit“ (Nachricht), als „definit/indefinit“ (Bericht) und als „definit“ (Reportage) konkretisiert. Daraus ergeben sich die mehr oder weniger unterschiedlichen kommunikativ-pragmatischen Forderungen an diese Textsorten:

Nachricht

- 1) Registrierung des Ereignisses
- 2) strenge Auswahl der zu thematisierenden Ereignisaspekte
- 3) Hervorhebung der wichtigsten Information im Texteröffnungssatz
- 4) maximale Komprimierung der Information;
- 5) objektive Modalität.

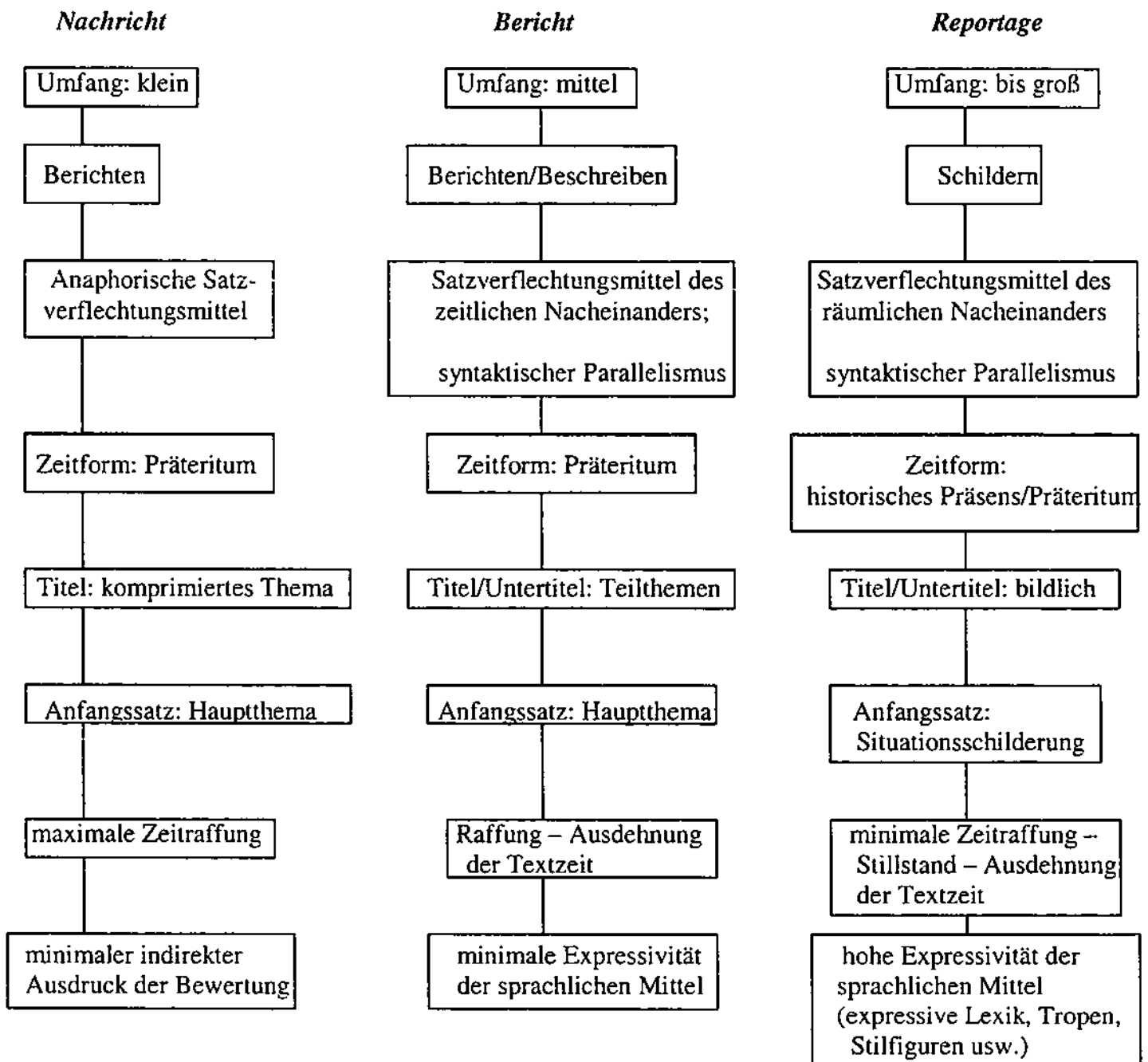
Bericht

- 1) Wiedergabe des Ereignisverlaufs
- 2) strenge Auswahl der zu thematisierenden Aspekte des Ereignisverlaufs und ihre Darstellung in chronologischer Reihenfolge.
- 3) gleichmäßiges Verteilen der Information im Text
- 4) standardangemessene Komprimierung der Information;
- 5) subjektive Modalität im Rahmen der Sachlichkeit.

Reportage

- 1) Darstellung der Ereignisse als Erlebnisse;
- 2) freie Auswahl der zu thematisierenden Aspekte und ihre Darstellung unabhängig vom zeitlichen Nacheinander;
- 3) Einbettung der Information in einen persönlich gefärbten Kontext;
- 4) minimale Komprimierung der Information;
- 5) subjektive Modalität.

Diese unterschiedlichen Forderungen verursachen ihrerseits sprachlich-textuelle Unterschiede zwischen diesen zwei Textsorten. Einige davon sind:



3.2.3 Stildefinition und wichtigste stilistische Begriffe

Wie aus dem oben Erörterten ersichtlich, sieht sich die pragmatische Stilistik dazu berufen, möglichst das zu rekonstruieren, was die Kommunizierenden mit welchem Stil tun und wozu sie es tun. Dementsprechend ist, wie gesagt, für diesen Bereich auch bei Stildefinitionen die Orientierung an den Begriff des sprachlichen Handelns kennzeichnend: „Für die Beteiligten ist also Stil alles andere als ein bloßes und beliebiges Ornament [...]: Er ist ein System, das auf die verschiedenen Dimensionen des sprachlichen Handelns bezogen ist und das den Arten der Handlungsdurchführung differenzierenden sozialen Sinn verleiht.“ (Sandig)

Jede Äußerung und jeder Text hat Stil, gleichgültig ob stilistisch auffällig oder stilistisch neutral. Stilistische Bedeutungsaspekte sind im Text durch stilistische Phänomene repräsentiert, die, miteinander kombiniert, in die gleiche Bedeutungsrichtung weisen. Dabei sind Aspekte stilistischer Bedeutung von Aspekten kommunikativen Handelns in Situationen nicht zu trennen, was auch folgende umfangreiche Stildefinition expliziert: „Sprachlicher Stil ist die für die Beteiligten sinn-volle und Wirkungen auslösende Art der Durchführung konkreter Handlungen mittels Texten/Äußerungen in Situationen, bezogen auf das (nicht unbedingt bewußte) Wissen der Beteiligten über Situationstypen, Handlungsmuster, Text- und Wissensmuster, Typen stilistischen Sinns und stilistischer Wirkung, stilistische Strukturtypen und -prinzipien, Stiltechniken, Stilinventare und Stilmuster.“ (Sandig)

Die pragmatischen Grundbegriffe (die der Situation, des Handlungsmusters, des Textmusters usw.) haben wir bereits behandelt. Im Folgenden werden Begriffe rein stilistischer Art erläutert.

1. *Typen stilistischen Sinns.* Es geht hier um die stilistischen Durchführungsmöglichkeiten von Handlungen.

Der Beitrag des Stilistischen zur Handlungsdurchführung kann aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden. Die wichtigsten davon sind:

- Art der Handlung und unterschiedliche Möglichkeiten ihrer Durchführung (Erzählstil, Beratungsstil, Diskussionsstil ...);
- Bindung der stilistischen Durchführungsmöglichkeiten von Handlungen an bestimmte soziale oder institutionsgebundene Situationen (Predigtstil, Gesetzstil; Funktionärsstil, Amtsstil...)
- Typen von Sinn, die durch die Art der Handlungsdurchführung vermittelt werden können: *Selbstdarstellung* (Individualstil, Personalstil, Stil eines Autors...), *Adressatenberücksichtigung* (kindgemäßer Stil, Kinderton, volkstümlicher Stil...), *Beziehungsgestaltung* (höflicher/unhöflicher Stil ...);

- Sinntyp, der sich auf subjektive Einstellungen des Sprechers/Schreibers bezieht (emotionaler Stil, witziger Stil, lakonischer Stil ...)

2. *Typen stilistischer Wirkung.* Alle Aspekte sprachlichen Handelns haben bei Stilwirkungen Relevanz. Aber in diesem Fall werden sie aus der Sicht des Rezipienten wichtig. Deshalb ist es nötig, den Rezipientenstandpunkt möglichst zu rekonstruieren. Dabei muss man aber eingestehen, dass die Wirkung der Sprache ein problematischer Gegenstand ist: Ein und derselbe Text kann auf verschiedene Rezipienten (je nach dem Bildungsgrad, der Generationszugehörigkeit, der Schichtzugehörigkeit usw.) sehr unterschiedlich wirken. Die spezifische Stilwirkung erfasst man in der Regel mit allgemeinen Wirkungsausdrücken: auffallend, nüchtern, bedrückend, monoton, albern, schön, kunstvoll, lyrisch, sentimental, kitschig, peinlich, empörend, ungehobelt, merkwürdig, angemessen usw.

3. *Stiltechniken.* Beim Herstellen von Stil unterscheidet man zwei generelle Techniken: stilistisches Typisieren und stilistisches Unikalalisieren.

Mit stilistischem Typisieren ist gemeint, dass der Text *mustergemäß* erstellt wird: Ein stilistisch typisierter Text folgt deutlich den typischen Eigenschaften des Musters. Es wird typisiert, um ohne besonderen Aufwand handeln zu können oder um die Normen zu befolgen.

Mit stilistischem Unikalalisieren haben wir es zu tun, wenn der Sprecher/Schreiber eine Handlung *individuell* gestaltet: Der stilistisch unikalisierte Text hat mehr oder weniger Bezug zu Mustern. Es wird unikalisiert, um Konventionen und Normen zu entgehen und den Text originell, auffällig, lebendig zu machen. Wichtig ist, dass auch Unikalalisieren nach bestimmten Regeln erfolgt: Es gibt Grade des Unikalisierens, von der radikalen Kleinschreibung bis zu Textmustermischungen.

4. *Stilmuster.* Stilmuster sind stilistische Handlungstypen/Handlungsmuster, die nach gesellschaftlich eingespielten Mustern durchgeführt werden: Sie geben Orientierungen, mit welchen Mitteln stilistisch operational gehandelt werden kann. Mit anderen Worten: Stilmuster sind die Verfahren, Teilmuster, Strukturen und Mittel, die typischerweise der Durchführung stilistischer Operationen dienen (*Fix*).

Stilmuster sind vielfältig, liegen auf verschiedenen Ebenen und haben unterschiedliche Beziehungen zueinander. Es werden drei Gruppen von Stilmustern unterschieden (*Fix*):

- 1) *Formulierungsverfahren.* Das sind stilistische Handlungsmuster wie z.B. GESTALTEN, ORIGINALISIEREN, ABWEICHEN, VERSTÄNDLICH MACHEN, BEWERTEN, EMOTIONALISIEREN, SICH SELBST DARSTELLEN (*als witzig, fachkundig, einer Gruppe zugehörig*),

AKADEMISCH MACHEN, ENTGEGENSETZEN USW. Sie können analog zu Handlungsmustern beschrieben werden:

- einen Text *lebendig machen* kann man durch *Variieren, Abweichen, Metaphorisieren...*
- einen Text *witzig machen* kann man durch *Wortspielen, Ironisieren...*
- einen Text *attraktiv machen* kann man durch die Verwendung *bildlicher Ausdrücke*.

- 2) **Formulierungsmuster.** Sie sind Elemente der Situationsgestaltung im Text, die als Funktionalstile und deren Stilzüge bekannt sind.
- 3) **Formulierungsstrukturen/stilistische Strukturen und -mittel.** Sie sind Elemente der Herstellung von Textoberflächen. Sie entstehen durch das Zusammenwirken von sehr verschiedenen Einheiten, die auf mehreren unterschiedlichen linguistischen Ebenen angesiedelt sind:
 - Lautliches wie Reim, Alliteration ...
 - Rhythmische Gestaltung von Sprache (wie Versmaße)
 - Lexeme mit besonderen Stilwerten (Antlitz, Fresse)
 - Stilfiguren wie Metapher, Vergleich, Parallelismus ...

Stilmuster sind also Muster für stilistische Handlungen. Aber Muster sind nicht absolut, sie können zu „Nichtmustern“ werden. Je nach Entstehungszeit der Texte, je nach sozialen und situativen Gegebenheiten kann ein und dieselbe sprachliche Erscheinung als „musterhaft“, „nicht musterhaft“ oder „musterbrechend“ gelten.

5. *Stilinventar.* Ein stilistisches Handlungsmuster ist als Zusammenhang von stilistischem Handlungstyp und einem Inventar von Mitteln (Stilelementen) zur Realisierung zu beschreiben. Ein stilistischer Handlungstyp wird realisiert, indem Mittel aus dem Stilinventar gewählt werden.

Stilmittel des Inventars sind verschiedenen Ebenen linguistischer Sprachbeschreibung zugehörig. So sind die Stilmittel des VERSTÄNDLICHMACHENS schriftlicher Informationstexte auf folgenden Ebenen zu finden: Schriftbild (*Hervorhebungen und Unterstreichungen*), Lexik (*kurze Einheiten, Vermeidung von Fremdwörtern ...*), Syntax (*kurze und grammatisch einfache Sätze*) usw.

6. *Stilistische Kompetenz.* Der Sprachgebrauch gibt vielfältige Hinweise darauf, dass Stil auch ein Kompetenzphänomen ist: So steht *Stilgefühl* für eine besonders ausgeprägte stilistische Kompetenz. Sie umfaßt alle diejenigen Kenntnisse und Fähigkeiten von Sprachbenutzern, die die Verwendung sprachlicher Mittel nach stilistischen Gesichtspunkten ermöglichen bzw. das Ergebnis der Verwendung zu

erkennen erlauben. (Püschel) Damit wird stilistische Kompetenz als Teilaspekt der kommunikativen Kompetenz anerkannt.

Wie aus dem Obengesagten hervorgeht, sind stilistische Bedeutungsaspekte vielfältig kombinierbar, und die entsprechenden Strukturen sind deshalb äußerst variabel. Das „Chamäleonhafte“ von Stil ist gerade als seine grundsätzliche Anpassungsfähigkeit an diese Vielfalt zu verstehen. Deswegen ist die Auffassung, Stil sei ein Chamäleon, eher selbstverständlich als beunruhigend.

Nun wäre es möglich, auf Grund erläuterter Stilbegriffe Texte ganzheitlich stilistisch zu analysieren – alle Relationen zwischen Geäußertem und Kommunikationsaspekten in ihrer Stilrelevanz systematisch zu beschreiben und die Stilmuster zu rekonstruieren, die die Kommunizierenden aufgrund ihres stilistischen Wissens/ihrer stilistischen Kompetenz bzw. ihres Stilgefühls zur Realisierung der geplanten Sprechhandlungen benutzen. Eine der solchen Analyse ist von Barbara Sandig vorgenommen worden. Daran Interessierte können sie in ihrer „Stilistik der deutschen Sprache“ (S. 170-300) nachlesen. Wir aber führen hier als Beispiel einen Auszug an, der den Beziehungsgestaltungsaspekt Kommunizierender betrifft.

„Heiratsannoncen dienen dazu, eine ‚intime‘ Beziehung möglich zu machen; deshalb ist es gerechtfertigt, danach zu fragen, ob sie über die expliziten Angaben hinaus auch stilistisch implizite Hinweise auf eine Art möglicher Beziehung enthalten. Methodisch zeigt sich dies am besten durch einen Vergleich („Die Zeit“, 11.6.1982):

(1)

Einer Frau, sehr weiblich empfindend und aussehend (Wenig-Raucherin), die mit den Verhärtungen in meiner Seele umgehen will wie eine liebevolle Gärtnerin mit steinigem Boden, würde ich gerne ein zärtlicher, ehrlicher Freund und Partner sein (32, fehlerhaft, Mischung aus Sozialist [aktiv], Bürger und Streuner, äußerlich ruhig arbeitsam, verständnisvoll.) Ich fänd's schön, Post von Dir zu bekommen (evtl. mit Bild?): WZ 3824 DIE ZEIT, Postfach 10 68 20, 2000 Hamburg 1.

(2)

MANN MIT FLÜGEL

könnte sich in einen strahlenden, schönen, frechen Engel verlieben, dem alle irdischen Freuden himmlisches Vergnügen bereiten, der aber aus den Wolken fällt, wenn die Welt geschunden wird.

Aufs Land geflüchteter Medizynmann (34), der sich aber in der Stadt sehen lassen kann, hat in seinem Paradies im Norden einen Apfelbaum und ist jetzt neugierig auf den Sommer. Bildzuschriften bitte an: ZF 3799 DIE ZEIT, Postfach 10 68 20, 2000 Hamburg 1

In der ersten Annonce referiert der Annoncierende auf sich selbst mit *ich*. Dadurch kann er schreiben: *in meiner Seele, würde ich gerne, Ich fänd's schön*. Die reine Selbstbeschreibung ist ‚zurückhaltend‘ eingeklammert und vermeidet die Verwendung von *ich*. Dabei ist auf die Gesuchte am Beginn der Annonce noch in der 3. Person referiert, am Ende der Annonce geht der Schreiber jedoch zum *Du* über... Im Text wird eine Wendung von der Anrede mit der ‚distanzierten‘ 3. Person zum ‚nahen‘ *du* vollzogen. Dabei ist allerdings der Anfangsausdruck *Einer Frau* ... bereits Teil der Äußerung *Einer Frau (...) würde ich gerne (...) Freund und Partner sein*, d. h. ‚Distanz‘ ist nur graduell ausgedrückt.

Nun zur zweiten Annonce: Der Schreiber referiert auf sich selbst und auf die Gesuchte distanziert in der 3. Person. Auch die Aufforderung zum Kontakt geschieht unpersönlich: *Bildzuschriften bitte an*. Man vergleiche damit Beispiel (1): *Ich fänd's schön, Post von Dir zu bekommen (evtl. mit Bild?)* Die eingeklammerte Frage läßt der Angesprochenen Freiheit, während in Beispiel (2) Bestimmtes erbeten wird. Die Gesuchte wird im ersten Teil metaphorisch „verpackt“ als *Engel* und syntaktisch gelagert als Objekt (syntaktische Ergänzung) zum Prädikat, dessen Subjekt der Schreiber selbst ist; im zweiten Teil ist sie nur per Anspielung... vorhanden: als „Eva“ im Paradies des Schreibers mit seinem Apfelbaum. Insgesamt dominiert in dieser Annonce die Selbstdarstellung, von der Überschrift mit der mehrdeutigen ‚verrätselnden‘ Prädikation *Flügel* über sich selbst (‚Instrument‘, ‚Pegasusflügel‘, ‚ein Engelsflügel‘?) bis zu dem auch sonst ‚intelligent‘, ‚sprachgewandt‘ verfassten Text.

Man wird, nur aufgrund der Art der Durchführung, vermuten dürfen, dass der Schreiber des ersten Textes nicht nur von Partnerschaft schreibt, sondern sie auch ermöglichen könnte; der Schreiber des zweiten Textes dürfte eher eine ‚egozentrische‘ Beziehung möglich machen: Durch die Art der Selbstdarstellung und

der Partnerbeschreibung und durch die Art der Relation beider wird auch die Art der möglichen Beziehung stilistisch mit dargestellt.

Man hier aus betrachtet können noch einmal die Sinntypen Selbstdarstellung und Adressatenberücksichtigung aufgenommen werden: Durch positive Selbstdarstellung und gleichzeitige geringe Adressatenberücksichtigung entsteht eine ‚negative‘, ‚distanzierte‘, ‚verächtliche‘ Beziehung zum Adressaten; durch Mittel der Adressatenberücksichtigung entsteht eine ‚positive‘, ‚nahe‘, ‚wertschätzende‘ Beziehung zum Adressaten. Und dies sowohl schriftlich wie mündlich.“

Seminarübungen zum Thema „Grundbegriffe und Forschungsmethoden der pragmatisch orientierten Stilistik“

Aufgabe 1. Wir legen Ihnen das Muster der pragmatischen Stilanalyse vor, die Birgit Stolt am Beispiel einer Heiratsanzeige aus der Hamburger Wochenzeitschrift „Die Zeit“ unternimmt. Verfolgen Sie verschiedene Analysenschritte und machen Sie sich eine klare Vorstellung über den Zusammenhang von Handlungskontext und Stil.

MEINE BEINE ...

reichen bis auf den Boden, auch wenn sie natürlich bei 1,60 m Körpergröße nicht in den Himmel ragen! Findet sich trotzdem ehewilliger „großer Junge“ (~30 j.) für „kleine zierliche Blondine“? Ach ja, Lehrerin – so viel begehrt – bin ich auch nicht; „nur“ Pharmazeutin (27J.) – alle sonstigen anzeigenüblichen Eigenschaften verstehen sich von selbst! Wer wagt es – Rittersmann oder Knapp – zu schicken mir Brief und (evtl.) Bild?

Vorgaben der Textsorte

Aus der Textsorte: Heiratsanzeige ergibt sich automatisch *Was*, das Zentralanliegen des Textes: Mann sucht Frau, Frau sucht Mann zwecks Ehe. Dies ist bereits durch die Überschrift der Zeitungssseite sowie die Zeichen für das Geschlecht gegeben. Auch über *Wer* und *Zu Wem* lassen sich erste, allgemeine Angaben machen: *Wer* ist eine anonyme Frau. Empfänger sind ebenso anonyme ZEIT-Leser, von denen viele diese Texte nur zum Vergnügen lesen, von denen jedoch eine Teilmenge, d.h. geeignete Bewerber, sich „angesprochen“ fühlen sollen. Aus der Textsorte ergibt sich auch, daß Kürze geboten ist. Auf gedrängtem Raum soll das Anliegen möglichst effektiv formuliert werden. Um effektiv zu sein, muß ein solcher Text verschiedene Ansprüche erfüllen: er soll das Gefühl

positiv ansprechen (= emotiv sein), den „Richtigen“ treffen (=selektiv sein) und diesem einen Anreiz zur Eigeninitiative geben (inziativ sein).

Da das Anliegen ständig das gleiche ist, hat die Textsorte Klischees und stereotype Wendungen entwickelt (...). Den Peinlichkeiten einer Selbstanpreisung kann man auf verschiedenen Weisen aus dem Wege gehen. Es gibt „Anzeigenübliches“, das als bekannt vorausgesetzt werden kann. Der zitierte Text spielt mit den Bezeichnungen „großer Junge“, „kleine zierliche Blondine“, „anzeigenübliche Eigenschaften“ deutlich darauf an.

Äußere Textform

Die äußere Aufmachung dieser Anzeige ist eher bescheiden. Die Größe liegt etwas über dem Durchschnitt. Augenfällig ist einzig die Überschrift in Versalien¹; die folgenden drei Pünktchen sollen zum Weiterdenken anregen. Keine Untergliederung des Textes in Absätze wird vorgenommen.

Sender: Inserent

Wer: der Bildungsstand der inserierenden Frau ist – wie auch der des Lesers – soziologisch durch die Wahl der Zeitschrift „Die Zeit“ als zur gebildeten Mittel- und Oberschicht gehörig eingekreist. Aus dem Text gehen Alter und Beruf hervor. Ein leichter Hinweis auf Bildung wird auch durch die Travestie des Eingangs von Schillers Ballade „Der Taucher“ gegeben („*Wer wagt es, Rittersmann oder Knapp', Zu tauchen in diesen Schlund?*“). Das Geschlecht wirkt sich hier auf die Selbstbezeichnung aus: „Frauen können auch in ernsthaften Kontexten durch eine triviale Eigenschaft wie ihre Haarfarbe charakterisiert werden, z.B. *Blondine*, ein Mann wird höchstens, wenn er Berufsfußballer ist und der Anlaß eine Fußballweltmeisterschaft, als *Blondschof* beschreiben“ (*Trömel-Plötz...*). Geschlechtstypisch ist ferner, daß das inzitative Moment, die Aufforderung, zur Feder zu greifen und eine Zuschrift abzulassen, als Frage formuliert wird: „Wer wagt es?“ (Anzeigentypisch für Frauenanzeigen ist auch: „Wer hat Mut?“, während Männer die direkte Aufforderung bevorzugen: „Haben Sie Mut!“, „Überwinden Sie sich“ ect. (...).

Textthematische Gliederung

Was: die gebotene Information im Einzelnen besteht aus folgenden Inhaltseinheiten: als Überschrift wird die Aufmerksamkeitsappell von beabsichtigter Banalität gewählt. Es folgen Selbstbeschreibung, Partnerbezeichnung und Selbstbezeichnung, noch einmal eine kurze Selbstbeschreibung sowie die Aufforderung zum Schreiben, als Frage verkleidet. Eine Beschreibung des Wunschpartners wird nicht gegeben.

¹ die *Schriftart* (der Versal – die Versalien: *Großbuchstabe*)

Stilmittel

Diese Einheiten sind durchaus üblich, ebenso ist die Wortwahl nicht außergewöhnlich (abgesehen vom „Rittersmann oder Knapp“). Dennoch ist die Art, wie die Einheiten realisiert werden, originell. Mit geringen Mitteln wird der anzeigentypische Stil in persönlichen Stil abgewandelt, wird die übliche Form der Selbstbezeichnung und Selbstbeschreibung gleichzeitig belächelt und ausgenutzt. Der männliche Leser, der durch den banalen Anrufsreiz „MEINE BEINE...“ Erwartungen erweckt fühlt, sieht sich bei weiterem Lesen an der Nase herumgeführt. Es entsteht dadurch ein humoristischer Überraschungseffekt, der durch das Bild der „in den Himmel ragenden“ Beine noch verstärkt wird. Der damit angeschlagene scherzhaft-überlegene Ton wird den ganzen Text hindurch eingehalten. Die anzeigentypischen Bezeichnungen „großer Junge“, „kleine zierliche Blondine“ sind in Gänsefüßchen gesetzt, womit bedeutet wird, daß sich die Inserentin von dem Klischeehaften mit leichter Ironie distanziert. Die mit der Bezeichnung gegebene Information hat jedoch durchaus Gültigkeit. Dies gilt andererseits nicht für die „anzeigenüblichen Eigenschaften“, die ohne das Ironiesignal der Gänsefüßchen samt und sonders in Anspruch genommen werden, und zwar als die selbstverständlichste Sache von der Welt. Hier liegt eindeutig scherzhafte Übertreibung vor. Damit wird etwas für die Schreiber solcherart von Anzeigen sehr Wichtiges erreicht: die Peinlichkeit der schönfärberischen Selbstanpreisung wird effektiv umgangen.

Der humoristische Effekt wird bis zum Schluß aufrechterhalten, indem der in Frauenanzeigen häufige Abschluß „Wer wagt es?“ durch die Fortsetzung mit der travestierten Balladenzit auf Schillersches Pathosniveau gehoben wird. Die stilisierende Verfremdung durch die abweichende Wortstellung gibt dem Text abschließend eine eigenwillige Note.

Diese Inserentin braucht nicht explizit zu schreiben, daß sie Humor hat, eine auf dem Heiratsmarkt stark gefragte Eigenschaft. Aus dem Text geht dies eindeutig hervor. Diese Textwirkung gehört zu dem „emotiven Zweitsinn“, der sich erst im Lese- und Kommunikationsprozeß realisiert.

Die obigen Ausführungen haben gezeigt, daß eine pragmatische Stilanalyse eine Vielzahl von Aspekten berücksichtigen muß. Es wurde auch demonstriert, wie eng diese miteinander zusammenhängen und wie die kommunikativen Bedingungen stilistisch wirksam sind. Die Relevanz der beschriebenen Phänomene ergibt sich erst aus dem kommunikativen Zusammenhang. Es gilt, das „Übliche“ ebenso zu beschreiben wie das Ungewöhnliche. Erst im Zusammenspiel der Elemente ergibt sich die Potenz der Einzelheit.

(nach: Spillner (Hrsg.), *Methoden der Stilanalyse*)

Aufgabe 2. Bestimmen Sie für beide Texte entsprechende Handlungskontexte. Verbinden Sie die sprachliche Beschaffenheit von Texten mit Kontextgegebenheiten und beschreiben Sie die stilistischen Merkmale, die die Textproduzenten zur Realisierung der geplanten Sprechhandlungen benutzen.

Text 1

Über die Grenzen Thüringens, ja Deutschland hinaus drang Weimars Ruhm, als es im letzten Viertel des 18. Jahrhunderts zur Stadt der deutschen Klassik wurde.

1772 holte die Herzogin Anna Amalia den Professor der Philosophie an der Universität Erfurt, Christoph Martin Wieland, in die Residenz, um dem Erbprinzen die modernste Erziehung angedeihen zu lassen, die damals möglich war.

Dem bedeutenden Wortführer des Humanismus folgten bald weitere dem Fortschritt aufgeschlossene Persönlichkeiten. Weimar wurde für sie ein magnetisch wirkender Anziehungspunkt.

Drei Jahre nach Wieland kam Goethe als Gast des jungen Herzogs Carl August nach Weimar und gewann in der Stadt eine neue Heimat.

Auf Goethes Wunsch berief der Herzog 1776 den Schrittmacher der deutschen Aufklärung, Johann Gottfried Herder, nach Weimar, der als oberster Geistlicher des Landes zugleich eine segensreiche Tätigkeit für das Schulwesen entfaltete.

Den Namen J. G. Herders trägt der Platz am Südausgang der Jakobsstraße. Das wichtigste Baudenkmal des Platzes ist die Stadtkirche zu St. Peter und Paul, auch Herderkirche genannt. Der erste Kirchenbau wurde 1245/49 errichtet. Er fiel zwei Feuersbrünsten in den Jahren 1299 und 1424 zum Opfer. 1498 – 1500 baute der Deutschritterorden die Kirche im spätgotischen Stil neu auf. Um Mitte des 16. Jahrhunderts bestimmte Herzog Johann Friedrich die Stadtkirche zur Grabstätte seines Geschlechts. Auf diese Grabdenkmäler blickt seit mehr als 400 Jahren das große Altarbild von Lucas Cranach herab, das letzte Werk des Achtzigjährigen. Ein Kunstwerk voll Phantasie, Geist und Kraft der Empfindung, noch unvollendet in seiner Farbenpracht.

Neben Lucas Cranach sind noch drei Namen mit der Geschichte der Kirche verbunden: Luther, Bach und Herder. Luther predigte bei seinen wiederholten Aufenthalten in Weimar in dieser Kirche. Bach, der 1707 – 1717 Organist an der Schloßkirche war, spielte mitunter auf der größeren und reicher registrierten Orgel der Stadtkirche, wo sein Vetter und Freund Johannes Walther Organist war.

Mit Recht trägt die Kirche heute den Namen des Mannes, der sechzig Jahre später Oberpfarrer der evangelischen Stadtgemeinde, Generalsuperintendent des Weimarer Landes war: Johann Gottfried Herder. Er gab dem Haus einen neuen Geist und verteidigte ihn siebenundzwanzig Jahre gegen alle Angriffe und Schwierigkeiten. (nach Tourist-Stadtführer)

Text 2

WEIMAR

Sprecher: Führer bei den Weimarer Gedenkstätten

An der Stelle, an der wir jetzt stehen, befand sich einmal das Erfurter Tor, d. h. das nach Westen gerichtete Tor der Stadt Weimar.

An diesem Tor ereignete sich am 7. November des Jahres 1775 morgens um 7.00 Uhr folgendes: Es erschien ein Wagen, eine schöne, neue Kutsche, über den Höhenzug zwischen Erfurt und Weimar herankommend, vor diesem Tore, das natürlich im November morgens um 7.00 Uhr geschlossen war; denn das war ja mitten in der Nacht. Zwei junge Herren springen aus dem Wagen, begehren stürmisch Einlaß; und der Torwächter, der ein bißchen eingedusselt ist, schreckt auf, ist ärgerlich, daß man ihn mitten in der Nacht stört, kommt heraus und schnarrt die beiden Reisenden an: „Bitte die Reisepässe!“ – worauf diese eilfertig in ihre Taschen greifen und die Reisepässe vorlegen. Er gibt den einen Reisepaß wieder zurück; das war ja ein weimarischer Beamter, der interessierte ihn gar nicht. Aber der zweite, das ist ein Fremder, aha, aus Frankfurt, Frankfurt am Main. Wer ist das? „Doktor Go, Goe, Goethe, Doktor Goethe aus Frankfurt“ – hat er schließlich herausgestottert. Na, wir wollen das dem Torschreiber nicht übelnehmen, daß der nicht wußte, wer Dr. Goethe aus Frankfurt war. Und in Weimar gab es verschiedene Leute, die wußten es sehr genau, und die warteten mit größter Spannung auf die Ankunft des Doktor Goethe. Nun, er wollte diesem Doktor Goethe noch ein bißchen auf den Zahn fühlen; d. h., er liest das Signalement, und das stand drin: Größe 1,76, Gestalt schlank, Haar schwarz, Augen feurig oder irgend etwas, nun er hatte nichts auszusetzen, es stimmte alles; und noch recht ungnädig sagte er: „Kann passieren!“ – worauf er das zweite, das inner Tor öffnet, Goethe und sein Begleiter wieder in die Kutsche steigen. Und ich mache hier meinen Besuchern, mit denen ich gehe, den Vorschlag, mit in diese Kutsche hineinzusteigen, damit wir mit Goethe einfahren in die Stadt, mit seinen Augen auch diese Stadt kennenlernen.

Die Fahrt geht gar nicht weit, da halten wir bereits wieder; denn wir müssen wissen, Weimar ist eine kleine Stadt, und Johann Peter Eckermann, Goethes Mitarbeiter, sagt einmal von dieser Stadt: „Klein ist die Stadt, Du kannst sie, wenn Du willst, von einem Tor zum anderen rasch durchheilen, doch wunderbar, durchheilen wirst Du nicht, oft wirst Du stehen, und sinnend wirst Du weilen“. Ja, und so bleiben wir jetzt stehn, gegenüber einer großen Kirche. Unser Wagen macht eine kurze Wendung, fährt durch ein rundes Tor in einen Hof ein, und die beiden Reisenden springen heraus. Der weimarische Beamte sagt: „Herr Doktor, wir sind am Ziel. Hier wohne ich; und Sie werden doch nicht in einem Gasthof logieren wollen. Sie sind selbstverständlich mein Gast, bis Sie etwas Passendes gefunden haben“. Wir stehen also vor dem Hause, vor der Kirche, vor dem ersten Wohnhause Goethes in Weimar. Denn Goethe hat die Gastfreundschaft des Herrn

von Kalb, so hieß der Kammerherr, den Karl August geschickt hatte, um den berühmten Gast nach Weimar zu geleiten; Goethe hat in diesem Hause ein halbes Jahr zugebracht bis zum April 1776.

Man kann sich vorstellen, daß die beiden Reisenden nach dieser nächtlichen Fahrt recht durchfroren sind. Sie frischen sich ein wenig auf, sie wärmen sich; und dann hat aber Goethe keine Ruhe, jetzt muß er heraus, er will Weimar kennenlernen. Dieses kleine Nest von 6.000 Einwohnern. Gott, was war das eigentlich eine dumme Idee, her nach Weimar zu fahren! Goethe, der Frankfurt kennt, der in Straßburg und Leipzig studiert hat, der kommt in so ein kleines Ackerbürgerstädtchen Weimar mit 6.000 Einwohnern. Nun, man wird sehen, was das Leben für ihn hier bereit hält. Und als Goethe auf den Platz tritt, ist das erste, was ihm ins Auge fällt, die große Kirche. Er sieht an dem Turm sofort: Aha, Gotik, Spätgotik, etwa um 1500. Und wie er jetzt mit Behagen die gotischen Merkmale an dem Langhaus der Kirche betrachten will, fällt er doch fast auf den Rücken. Hat man doch diese schönen hohen gotischen Fenster durchschnitten, hat sie in drei Stücke zersäbelt. Die gotischen Türen sind nicht mehr vorhanden. Ein Fürst hat einmal das Bedürfnis gehabt, diese gotische Kirche im Barockstil umzubauen. Was herauskam, war ein Mischmasch. Und Goethe ist darüber so ärgerlich, daß der Herr von Kalb ihn nur damit beruhigen kann, daß er sagt „Herr Doktor, ärgern Sie sich nicht, kommen Sie mit mir herein in die Kirche, ich möchte Ihnen da mal etwas Schönes zeigen“.

Und als Goethe nun mit ihm die Kirche betreten hat, da zeigt der Begleiter zunächst die Kanzel und sagt: „Was meinen Sie denn, wer auf dieser Kanzel sehr oft gepredigt hat? Es war Martin Luther. Denn Weimar und ganz Thüringen gehörte zum Inspektionsbereich Martin Luthers. Als Superator der Kurfürsten von Sachsen. Wir wissen zum Beispiel, daß er auf seiner Reise nach Worms hier eine berühmte Predigt gehalten hat, die heute noch im Druck zu lesen ist. Und schauen Sie bitte einmal die Orgel da an. An dieser Orgel, da hat kein Geringerer musiziert als Johann Sebastian Bach. Er ist zwar nicht Organist dieser Kirche gewesen, denn Bach stand in fürstlichen Diensten. Aber was half es Bach, wenn er in der kleinen Kirche, die sich im Schloß befand, seine Kantaten aufführte vor wenigen Menschen. Es war ein Glück, daß sein Vetter der Organist dieser großen Kirche war; und er gab ihm die Gelegenheit, seine in Weimar entstandenen Kantaten in dieser Kirche vor einem größeren Publikum aufzuführen und auch seine Orgelwerke auf dieser großen Orgel zum ersten Male ertönen zu lassen.“

Und der dritte Name – nun, Goethe hat ja längst nach dem großen Bilde geschaut, das vorne im Chor stand. Der dritte Name, das war Lucas Cranach. Und muß ich, so oft ich das Bild sehe, den armen Goethe bedauern, daß er in seinem Leben niemals erfahren hat, daß der Schöpfer dieses Bildes, daß der Maler Lucas Cranach, sein eigener Ahn gewesen ist; Das Goethes Mutter eine unmittelbare Nachkommin von Lucas Cranach war. Nun, Goethe hat es nicht erfahren. Wir bedauern das. Ich stelle mir vor, ihn in dem Augenblicke, wenn man Goethe gesagt hätte „dieser Meister, der war Dein Ahn“, der wäre vor Vergnügen in die Luft gesprungen, der hätte gesagt: „Oh! Dann brauch ich mich nicht mehr zu wundern, daß es mich so zieht zur Kunst und zur eigenen Bestätigung mit Stift und Pinsel. Dann weiß ich jetzt, woher das kommt“. Nun also, Goethe wußte das nicht.

Aber er bewundert dieses große Bild, und er ist vollständig beruhigt, als er diese Kirche wieder verläßt. Denn er hat von drei großen Männern gehört, von Martin Luther, von Lucas Cranach und von Johann Sebastian Bach. Für den vierten Mann aber sorgt er selbst. Und dieser vierte Mann, der ist am allerinnigsten mit diesem Gotteshause in Verbindung gekommen: es ist nämlich Johann Gottfried Herder. Goethe schreibt ja bereits von dieser ersten Interimswohnung an dem Platze dort an seinen Freund Herder, schildert ihm das geistige Leben und fordert ihn auf, doch auch nach Weimar zu kommen. Aber Herder, der ist zunächst ein bißchen skeptisch, oder sagen wir, etwas vorsichtig. Herder sagt: Ich bin hier Hofprediger in Bückenburg, wenn ich nach Weimar kommen soll, dann muß ich zunächst mal fragen, was bietet Ihr mir denn? Nun, Goethe, der inzwischen der Minister des Herzogs geworden ist, geht zum Herzog und stellt ihm die Sache vor. Der Herzog sagt: „Nun, bei mir, da wird er Generalsuperintendent für das ganze Land, und er wird Hofprediger an der großen Staatskirche; und ich geb ihm so und so viel tausend Mark Honorar.“ Herder kommt also nach Weimar, und mit ihm sind dann drei Dichter in Weimar versammelt. Denn als Goethe ankam, war schon einer da, und wenn der nicht gewesen wäre, dann wäre vielleicht Goethe gar nicht nach Weimar gekommen. Denn Jo..., denn Johann Christoph Wieland war es, der in dem jungen Herzog Karl August die Liebe für Goethe erweckt hatte, so daß dieser eine Reise nach Paris benutzt, um in Frankfurt mit Goethe zu reden und schließlich dann, als er die Regierung angetreten hat, Goethe einzuladen, nach Weimar zu kommen.

So, jetzt ist Goethe da, und damit soll meine kleine Führung beendet sein.
(nach G.Wazel)

Aufgabe 3. Bestimmen Sie sprachliche Mittel, die der Realisierung unterschiedlicher textsortenspezifischer Forderungen dienen.

Text 1: Nachricht

Anschlag im Herzen Amerikas

Das World Trade Center in New York stürzte ein, nachdem zwei Flugzeuge in die Türme gerast waren; ein weiteres Flugzeug stürzte auf das Pentagon in Washington; das Regierungsviertel um das Weiße Haus wurde evakuiert.

*Text 2: Bericht***Massenpanik in New York / Weißes Haus in Washington evakuiert**

Die USA sind am Dienstag vor den Augen der ganzen Welt von einer beispiellosen Terrorwelle überrollt worden, bei der möglicherweise tausende Menschen getötet wurden. Ziele waren die Symbole der amerikanischen Macht: die Millionenstadt New York und die Hauptstadt Washington. Zwei Flugzeuge rasten am Morgen innerhalb von 18 Minuten ins World Trade Center in New York. Beide Türme stürzten zusammen. Kurz nach dem Anschlag stürzte ein Flugzeug oder Hubschrauber auf das US-Verteidigungsministerium in Washington. Teile des Gebäudes brachen ein. Angeblich war ein weiteres entführtes Flugzeug in Richtung auf das Pentagon unterwegs. Das Weiße Haus, das Parlamentsgebäude und

wichtige Ministerien wurden nach den Anschlägen in New York sofort evakuiert. Bürgermeister Rudolph Giuliani ordnete die Evakuierung des südlichen Manhattan an. Alle Flughäfen in den USA wurden gesperrt, sämtliche Flüge von Europa in die USA gestoppt oder nach Kanada umgeleitet. Die New Yorker Börse setzte ihren Handel aus.

Die 411 Meter hohen Zwillingstürme des World Trade Center gingen nach den schweren Explosionen sofort in Flammen auf. Wrack- und Gebäudeteile flogen auf die Straße. Es herrschte völliges Chaos. Die Anschläge ereigneten sich um 4.48 und 9.06 Uhr Ortszeit. Die Sicht war zu dieser Zeit vollkommen klar, und die Zone im Süden Man-

hattans, wo das Gebäude stand, war nicht für Flüge zugelassen.

Die beiden Maschinen gehörten zur Fluggesellschaft *American Airlines*. Diese meldete den Verlust von zwei Flugzeugen mit 156 Menschen an Bord. Es handelte sich um den Flug mit der Nummer 11 von Boston nach Los Angeles mit 81 Passagieren. Auch das zweite Flugzeug wurde entführt. Die Maschine mit dem Flug Nummer 77 hatte den Angaben zufolge 58 Menschen an Bord. Sie war von Washington nach Los Angeles unterwegs. Aus unbekannten Gründen stürzte auch ein Passagierflugzeug bei Pittsburgh ab. *United Airlines* bestätigte den Absturz.

(Aus der *Süddeutschen Zeitung*, gekürzt)

Das amerikanische Inferno

11. September 2001: Der Tag, an dem der Tod nach Manhattan und Washington kommt und die Supermacht durch Terror verwundet wird.

Irgendetwas ist anders. Irgendetwas fehlt. Einsam steht das alte Wahrzeichen da, das Empire State Building. Aber irgendetwas fehlt. Der Himmel ist perfekt blau an diesem Tag, eine Leinwand, frei von Flugzeugen, aber auch ohne die Türme, die aus ihr herausgeschnitten wurden. Wo vor wenigen Stunden das World Trade Center die Stadt überragte, silbern, symbolisch, scheinbar unverwundbar, stehen zwei Stümpfe, Rauch speiend, weißen, schwarzen, braunen. Alles verschleiern, die Wunde, die Antworten. Die Sonne scheint und wärmt die Stadt. Ein Tag im Frühherbst. Dienstag, der 11. September 2001. Auf der Thomas Street kann man die Katastrophe riechen. Die Asche schmecken. Die Benommenheit spüren. Polizisten schreien hinter Masken, ihre Haare, ihre Wimpern, ihre Uniformen, gepudert mit Asche. Sie laufen, gestikulieren, lassen Wasser aus Flaschen in Mäuler laufen. Zwei umarmen sich. Hinter ihnen speien die Stümpfe wie Vulkane, und lautlos regnet Asche auf die Stadt. Lower Manhattan sieht aus wie ein düsteres Gemälde. Es ist, als sei eine finstere Prophezeiung wahr geworden. Die Lichter der Rettungswagen blinken. Polizeimotorräder rasen über

abgesperrte Straßen, den Stümpfen entgegen, Wagen mit Blutkonserven eskortierend. Ein gepanzerter Polizeiwagen rumpelt ihnen hinterher. Vier Männer in Tarnanzügen entsteigen ihm, sie tragen elektronische Geräte, vorsichtig, fast behutsam. Hinter ihnen parkt ein Geländewagen mit verdunkelten Scheiben. Männer in dunklen Anzügen mit Knöpfen im Ohr steigen aus. Funkgeräte krächzen. Sirenen überall. Die Stadt schreit um Hilfe. Nein, nicht die Stadt, das ganze Land schreit. Denn nicht nur die beiden Türme des World Trade Centers sind in sich zusammengefallen, getroffen von zwei Passagierflugzeugen, die in der Hand von Entführern für Zehntausende zu Mordwaffen wurden. Binnen Stunden sind die politischen und militärischen Schaltzentralen Amerikas getroffen oder bedroht, das Pentagon, das State Department. Die Ministerien, das Parlament, das Weiße Haus werden evakuiert, die Streitkräfte in Alarmbereitschaft versetzt. Bei Pittsburgh zerschellt eine Boeing 757, offenbar sollte sie in Camp David niedergehen, dem Ort, wo der Frieden zwischen Israel und Ägypten besiegelt wurde. Eine Serie von Anschlägen erschüttert das Land. (Th. Fischermann u. a., *Die Zeit*, gekürzt)