

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

**STUDIA  
GERMANICA POSNANIENSIA**

**XXI**



POZNAŃ 1995



ed. 428094 II  
K

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

ANNALE DE L'UNIVERSITE DE POZNAŃ

ABHANDLUNGEN, AUFSATZE



# STUDIA GERMANICA POSNANIENSIA

## XXI

Sprachwissenschaft

Herausgegeben von

A. Z. BZDEGA, S. H. KASZYŃSKI, H. ORŁOWSKI

Sekretariat: Cz. KAROLAK



WYDAWNICTWO  
NAUKOWE

POZNAŃ 1995

428094 / 1995

BIP. UAM

W.A.K.

Redaktor naukowy  
ANDRZEJ Z. BZDEGA



*Wydanie publikacji dofinansowane przez Komitet Badań Naukowych*

Redaktor: Aleksander Klaja

Redaktor techniczny: Elżbieta Rygielska

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 1995

ISBN 83-232-0545-0  
ISSN 0137-2467

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

Nakład 520 egz. Ark. wyd. 10,00. Ark. druk. 8,00. Papier offset. kl. III. 80 g. 70×100.  
Podpisano do druku w lutym 1995 r. Druk ukończono w marcu 1995 r.

DRUK W ZAKŁADZIE GRAFICZNYM UAM, POZNAŃ, UL. H. WIENIAWSKIEGO 1

Bibl. UAM  
W 85

## INHALT

### ABHANDLUNGEN. AUFSÄTZE

Bolesław Andrzejewski: Instrument und Immanenz. Zur Sprachphilosophie der deutschen Frühromantik . . . . .	3
Hanka Błaszowska: Zur sprachlichen Ungleichbehandlung von Frauen und Männern im System der deutschen Personenbezeichnungen . . . . .	11
Andrzej Z. Bzdęga: Zur Relativierung von Fortschritt in der neueren Sprachwissenschaft	19
Alicja Gaca: Präpositionen mit doppelter Referenz im Polnischen und ihre Äquivalenz im Deutschen . . . . .	35
Rawil G. Gataullin: Zur stilistischen Funktion der Anthroponyme im Roman <i>Der Wundertäter</i> von Erwin Strittmatter . . . . .	49
Albrecht Greule: Möglichkeiten und Grenzen der Textgrammatischen Analyse . . . . .	55
Robert Ibañez: Kontext und Bedeutung . . . . .	67
Gabriela Koniuszaniec: Instrumentalsätze im Deutschen und Polnischen . . . . .	81
Inge Pohl: Ondulierstab OS 76, Plattenspieler Türkis 524, Cocktailstuhl Monice, Wofalor – Markennamen im Wortschatz der deutschen Sprache . . . . .	89
Izabela Prokop: Interaktionsschemata als Ordnungsprinzip von Textkorpora gesprochener Sprache . . . . .	97

### BERICHTE

Internationales Symposium der Martin-Luther-Universität Halle – Wittenberg – Gesprochene Sprache II, Lochmühle, 4.-8.06.1990 (Izabela Prokop) . . . . .	109
---	-----

### REZENSIONEN

Joachim Israel, Sprache und Erkenntnis – Zur logischen Tiefenstruktur der Alltagssprache, Frankfurt-New York 1990 (Izabela Prokop) . . . . .	113
Textproduktion. Ein interdisziplinärer Forschungsüberblick, hrsg. von Gerd Antos und Hans Peters Krings, Tübingen 1990 (Izabela Prokop) . . . . .	115
Wilhelm Franke, Elementare Dialogstrukturen – Darstellung, Analyse, Diskussion, Tübingen 1990 (Izabela Prokop) . . . . .	117
Peter Braun, Burkhard Schaefer, Johannes Volmert (Hrsg.), Internationalismen. Studien zur interlingualen Lexikologie und Lexikographie, Tübingen 1990 (Czesława Schatte)	119
Johannes Volmert, Politikerrede als kommunikatives Handlungsspiel. Ein integriertes Modell zur semantisch-pragmatischen Beschreibung öffentlicher Rede, München 1989 (Christoph Schatte) . . . . .	122



IZABELA PROKOP

## INTERAKTIONSSCHEMATA ALS ORDNUNGSPRINZIP VON TEXTKORPORA GESPROCHENER SPRACHE

Abstract. Prokop Izabela, *Interaktionsschemata als Ordnungsprinzip von Textkorpora gesprochener Sprache* [Interaction patterns as an internal structure principle of spoken language corpora], *Studia Germanica Posnaniensia*, Adam Mickiewicz University Press, Poznań, vol. XXI: 1995, pp. 97-108, ISBN 83-232-0545-0, ISSN 0137-2467.

The article is a methodical contribution to the analysis of spoken language. In its first part the author points to the difficulties in the classification of spoken language records. She then describes the various stages of analysis with the aim of obtaining homogeneous text corpora. Interaction patterns characteristic of two communication situations (in a shop and in an office) are presented. The author recommends such patterns for all types of interaction.

Izabela Prokop, Katedra Glottodydaktyki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, ul. 28 Czerwca 1956 r. nr 198, 61-485 Poznań, Poland.

Wenn man sich die Erforschung der gesprochenen Sprache in möglichst allen Erscheinungsformen zum Ziel setzt, stellt das Vorhandensein einer umfangreichen Materialbasis eine der wichtigsten Voraussetzungen dar. Ein Textkorpus muß einigen Forderungen gerecht werden, und zwar:

1. Die Repräsentativität wird dann erreicht, wenn das Korpus alle für eine Sprache charakteristischen Regelmäßigkeiten aufzeigt. Die Vertreter des empirischen Strukturalismus, Bloomfield und Harris, weisen jedoch darauf hin, die Textkorpora seien in der Tat nichts anderes als Stichproben, da sie aus praktischen Gründen beschränkt sein müssen. Diese Restriktion bedeutet für uns ein ständiges Bemühen um die Vollständigkeit der Korpora und kritische Einstellung bei der Auswertung des Materials.



2. Die Homogenität des Materials beruht darauf, daß alle Daten vom Aufnahmeverfahren her in sich gleichartig sein sollten. Die einzelnen Teile des Korpus müssen sich entsprechen, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Konstanten und Variablen ist anzustreben, so daß die einzelnen Aufnahmen oder deren Fragmente sich nach Art und Gewicht entsprechen.

3. Schließlich ist die Synchronie stets zu gewährleisten: die aufgezeichneten Daten sollten möglichst einheitlich sein, wenn es um die Erhebungszeit geht. Die Frage, welche Zeitspanne zugelassen werden kann, bleibt immer noch offen. Man muß sich vergewissern, daß das Zeitproblem manchmal von erstrangiger Bedeutung ist, z.B. bei der Erforschung der Kindersprache, da die Daten sich hier schnell desaktualisieren. Die kirchlichen Rituale dagegen weisen kaum Veränderungen auf. Es empfiehlt sich, die Datenerhebung für ein Forschungsvorhaben in überschaubarer Zeit abzuschließen, so daß der Zeitfaktor als Konstante gelten kann.

Was die Methodologie der Korpuserstellung anbetrifft, so beobachten wir eine ständige Wechselwirkung von Induktion und Deduktion. Die Ausarbeitung der Grundlagenkonzeption des Korpus erfolgt auf deduktivem Wege. Beginnt man jedoch die Aufnahmen, ohne genaue Vorstellung über den Verlauf der Kommunikation im erforschten Bereich zu besitzen, ist die erhobene Probe weder repräsentativ noch homogen. Bei den ersten Ordnungsarbeiten fällt ein großer Anteil von Gesprächsfragmenten, isolierten Äußerungen sowie deren Fetzen auf, die in vielen Fällen unverständlich zu sein scheinen. Deswegen ist als allererste Phase der Vorbereitungsarbeiten die Beobachtung der Kommunikation zu empfehlen. Erst aufgrund dieser empirischen Voruntersuchung ist es möglich, die für das Korpus grundlegende Texttypologie zu erarbeiten. In unserem Typologieversuch (Prokop, 1990) gehen wir von der Überzeugung aus, daß die Kommunikationsereignisse sich primär in anonyme und nicht anonyme einteilen lassen, und zwar aufgrund der Struktur der diese Kommunikationsereignisse begleitenden Texte. Sowohl die anonyme als auch die nicht anonyme Kommunikation kann sich im Rahmen einer Institution abspielen: mit der institutionalisierten anonymen Kommunikation haben wir es im Geschäft, Dienstleistungsbetrieb, in verschiedenen Ämtern oder in der Kirche zu tun. Die nicht anonyme institutionalisierte Kommunikation finden wir im Kindergarten, in den Schulen und Hochschulen, Büros und Produktionsbetrieben, Parteien und Organisationen, im Gesundheitswesen usw. Schon diese grobe Aufzählung zeigt die Vielfalt der kommunikativen Situationen. Ihre Gliederung ist Resultat der Beobachtungen, die teilweise mit begleitenden Probeaufnahmen durchgeführt wurden. Wenn der Entwurf der Texttypologie schon vorliegt, folgt die nächste, wieder empirische Phase: die eigentlichen Aufnahmen in ausgewählten Kommunikationsbereichen, denen eine detaillierte Beschreibung der jeweiligen kommunikativen Situation vorausgeht. Für eine exakte Beschreibung ist die Aufstellung von Interaktionsschemata als eine Bedingung sine qua non anzusehen.



Unsere Interaktionsschemata umfassen den gesamten Verlauf der Kommunikation, bilden eine Art Muster und enthalten in sich möglichst alle Varianten des sprachlichen und nonverbalen Verhaltens. Eine beliebige Interaktion realisiert dieses Muster in toto oder nur in Fragmenten. Die erhobenen Textfragmente können aber jetzt im Korpus an richtiger Stelle gespeichert, d.h. dem entsprechenden Teil des Interaktionsschemas zugeordnet werden. Bei der Erstellung der Interaktionsschemata erwies sich auch die Befragung als sehr nützlich. Die mündliche und schriftliche Befragung kompetenter Fachleute brachte eine ganze Reihe von Informationen über die in einer Institution zu lösenden Aufgaben, Organisation der Arbeitsprozesse, Spezifik der Branche, organisatorische Struktur der Betriebe usw.

Als Illustration unserer Ausführungen seien zwei Beispiele angeführt. Beispiel 1 bezieht sich auf die institutionelle anonyme Kommunikation im Bereich des Handels. Die gesamte Kommunikation sieht in Übersicht folgendermaßen aus:

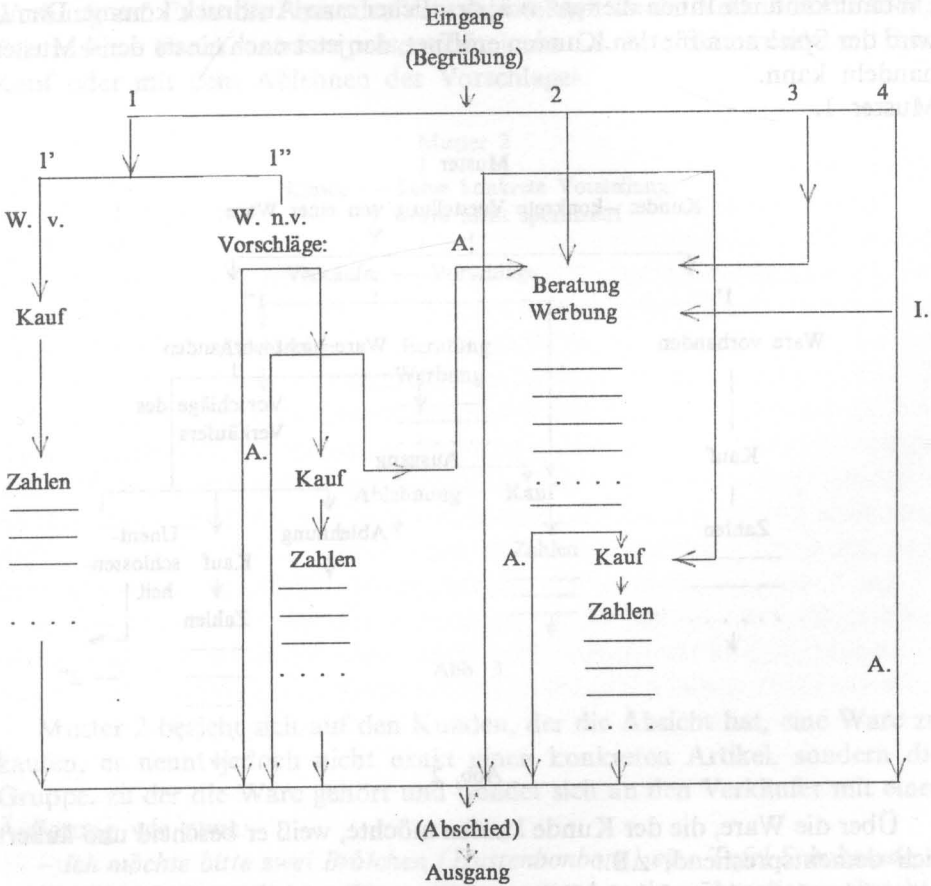


Abb. 1

Vor dem Eintritt in das eigentliche Verkaufsgespräch kann die Begrüßung geäußert werden, und zwar durch den Kunden, durch den Verkäufer oder durch beide Kommunikationspartner. Dieser Schritt fällt aber häufig aus, deswegen markieren wir die Begrüßung als optional. Sie kommt vorwiegend in kleineren Geschäften zustande – viel häufiger als in einem Supermarkt. Schon selbst die Organisation des Verkaufs am Ladentisch trägt zur Herausbildung der familiären Atmosphäre bei und erzwingt die Begrüßungsformel. Jetzt beginnt die eigentliche Kommunikation. Mit den Nummern 1-4 werden die am häufigsten vorkommenden Typen des Kundenhandelns markiert, deren Erfassung von großer Bedeutung ist. Die Typen determinieren nämlich die Wahl sprachlicher Mittel, die der Realisierung konkreter Kommunikationsabsichten dienen. Auf der Seite des Verkäufers haben wir es mit dem Erwartungsmoment und der Bereitschaft zu tun, den Kontakt mit dem Kunden aufzunehmen und konkrete Handlung auszuführen, was manchmal mittels der Höflichkeitsfloskel „Womit kann ich Ihnen dienen“ o.ä. deutlicher zum Ausdruck kommt. Damit wird der Spielraum für den Kunden eröffnet, der jetzt nach einem der 4 Muster handeln kann.

Muster 1.

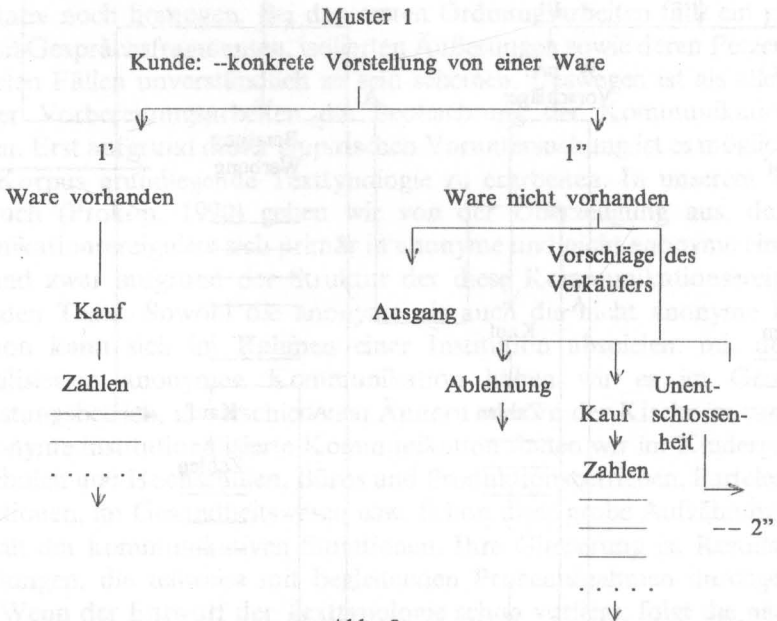


Abb. 2

Über die Ware, die der Kunde kaufen möchte, weiß er bescheid und äußert sich dementsprechend, z.B.:

– *Ich möchte bitte Jakobs Krönung (Nivea-Creme, ASS-Combi)*, häufig mit der genauen Mengenangabe, z.B.:

– kleine/große Packung, 20 Stück, manchmal auch mit weiterer Spezifizierung der Ware, z.B.:

– Brausetabletten, Salbe usw.

Die nächste Interaktionsphase, das Zahlen, kann im Extremfall wortlos verlaufen, obwohl sie auch durch ausgebaute Äußerungen realisiert wird, z.B. die Fragen nach dem Kleingeld, die Abrechnung des Restbetrages usw. Es kann passieren, daß die gewünschte Ware zur Zeit nicht vorhanden ist (1''). In diesem Falle kann der Kunde das Geschäft sofort verlassen oder den Vorschlag des Verkäufers, einen Ersatzartikel zu kaufen, ablehnen und erst dann die Interaktion beenden. Sonst kommt es zum Einkauf. Die dritte Möglichkeit eröffnet sich, falls der Kunde im ersten Moment unentschlossen ist und sich beraten läßt. Seine Unentschlossenheit ist die notwendige Bedingung für die Übernahme der Initiative durch den Verkäufer. Im Gespräch tauchen jetzt solche Sprechakte wie Informieren, Ratschlag, Beratung und/oder Elemente der Werbung auf. Es ist die Phase des Verkaufsdialogs, wo der Verkäufer die breite Palette seiner Fachkenntnisse präsentieren kann. Die Interaktion endet mit dem Kauf oder mit dem Ablehnen des Vorschlages.

Muster 2

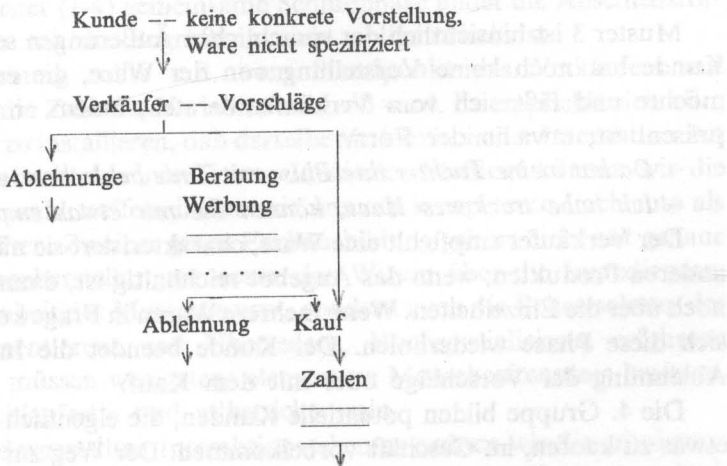


Abb. 3

Muster 2 bezieht sich auf den Kunden, der die Absicht hat, eine Ware zu kaufen, er nennt jedoch nicht exakt einen konkreten Artikel, sondern die Gruppe, zu der die Ware gehört und wendet sich an den Verkäufer mit einer Äußerung wie etwa:

– Ich möchte bitte zwei Brötchen (Hustenbonbons) eine Tafel Schokolade...

Der Verkäufer stellt jetzt Fragen, um genaue Angaben über die gewünschte Ware zu bekommen, oder reagiert wie im Muster 1''. Falls der Vorschlag nicht

eindeutig abgelehnt oder unkritisch akzeptiert wird, befinden sich beide Partner wieder in der Phase der Beratung und weiter verläuft die Interaktion in Richtung Ablehnung oder Kauf.

## Muster 3

Kunde -- Keine Vorstellung von der Ware



Verkäufer -- Übernahme der Initiative



Beratung



Werbung



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ablehnung



Kauf



Zahlen



.....



Abb. 4

Muster 3 ist hinsichtlich der sprachlichen Äußerungen sehr produktiv. Der Kunde hat noch keine Vorstellung von der Ware, die er eventuell kaufen möchte und läßt sich vom Verkäufer beraten, indem er ihm sein Problem präsentiert, etwa in der Form:

- *Da hat meine Tochter ihre Bluse mit Tinte bekleckert, eine Popelinbluse...*
- *Ich habe trockenes Haar, können Sie mir etwas empfehlen?*

Der Verkäufer empfiehlt eine Ware, charakterisiert sie näher, vergleicht mit anderen Produkten; wenn das Angebot reichhaltig ist, dann informiert er sich noch über die Einzelheiten. Wenn mehrere Waren in Frage kommen, dann kann sich diese Phase wiederholen. Der Kunde beendet die Interaktion mit der Ablehnung der Vorschläge oder mit dem Kauf.

Die 4. Gruppe bilden potentielle Kunden, die eigentlich ohne die Absicht, etwas zu kaufen, im Geschäft vorbeikommen. Der Weg zur Identifikation der Ware führt nicht über konkrete Bedürfnisse oder Vorstellungen, sondern das Interesse für bestimmte Ware wird durch visuelle Stimuli geweckt. Die dabei produzierten Texte enthalten zahlreiche deiktische Indikatoren, vor allem lokale Deixis, z.B.:

- *Zeigen Sie mir mal bitte das da! Nicht das da, sondern das da!*
- *Was ist denn das da? Nein, das daneben!*

Nachdem die Ware auf diesem Wege identifiziert wurde, können die Kommunikationspartner in das Beratungsgespräch eintreten oder den Kontakt abbrechen.

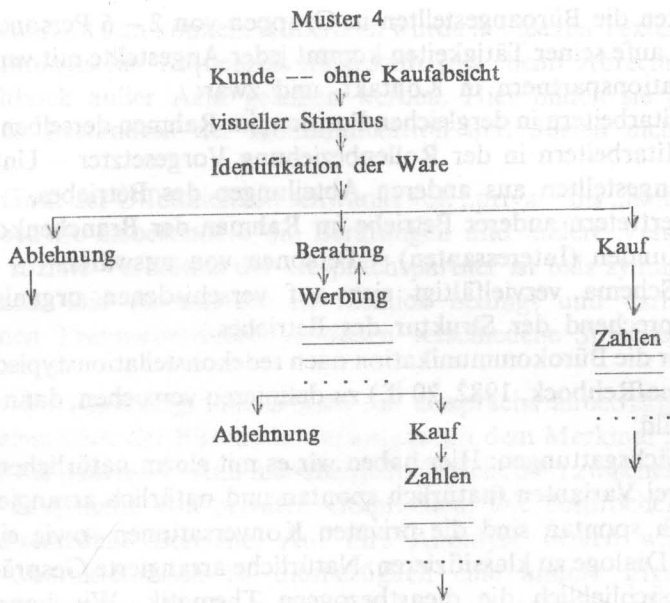


Abb. 5

Die für alle Muster (1-4) gemeinsame Schlußphase bildet die Abschiedsformel, die jedoch so wie die Begrüßung nicht obligatorisch ist.

Die Datenerhebung sollte u.E. vom Standpunkt des Verkäufers aus erfolgen, da sonst die Zahl der Variablen zu groß wird. Es empfiehlt sich also, das Mikrophon so zu installieren, daß derselbe Verkäufer in der Interaktion mit vielen Kunden beobachtet werden kann. In diesem Moment können wir die richtige Probandenwahl treffen, indem wir uns um kompetente Fachleute als Informanten bemühen. Zu einer guten Fachausbildung gehört nicht nur genaue Kenntnis der Warenherstellungsprozesse, das Wissen über die Ingredienzen, über die Beschaffenheit des Materials usw., sondern auch die Beherrschung der Kunst des Argumentierens und Überredens. Hochspezialisierte, erfahrene Kräfte im Handel müssen wenigstens elementare Menschenkenntnis besitzen, kontaktfreudig, schlagfertig und selbstsicher sein.

Aufgrund des dargestellten Interaktionsschemas ordnen wir die erhobenen Daten den mit Überschriften versehenen Teilmengens unseres Korpus zu. Jetzt finden auch isolierte Äußerungen ihren richtigen Platz, wenn wir auch nonverbales Handeln als ein Teil der Interaktion (z.B. eine Replik, oder auch Frage oder Mitteilung) berücksichtigen.

Viele Schwierigkeiten bereitet das Zusammenstellen vom Interaktionsnetz im Bereich der Bürokommunikation, die uns die Vielfalt der in einem Betrieb zu lösenden kommunikativen Aufgaben bereitet.

Ein Teil der Büroangestellten verfügt über eigene Büroräume – dies betrifft vor allem die Direktoren, ihre Stellvertreter und teilweise die Abteilungsleiter.

Sonst arbeiten die Büroangestellten in Gruppen von 2 – 6 Personen in einem Raum. Im Laufe seiner Tätigkeiten kommt jeder Angestellte mit verschiedenen Kommunikationspartnern in Kontakt, und zwar:

- mit Mitarbeitern in dergleichen Position, im Rahmen derselben Abteilung,
- mit Mitarbeitern in der Rollenbeziehung Vorgesetzter – Untergebener,
- mit Angestellten aus anderen Abteilungen des Betriebes,
- mit Vertretern anderer Betriebe im Rahmen der Branchenkooperation,
- mit Kunden (Interessanten) – Personen von auswärts.

Dieses Schema vervielfältigt sich auf verschiedenen organisatorischen Ebenen entsprechend der Struktur des Betriebes.

Wenn wir die Bürokommunikation nach redekonstellationstypischen Merkmalen (Henne/Rehbock, 1982, 20 ff.) zu definieren versuchen, dann ergibt sich folgendes Bild:

1. Gesprächsgattungen: Hier haben wir es mit einem natürlichen Gespräch in seinen zwei Varianten (natürlich spontan und natürlich arrangiert) zu tun. Als natürlich spontan sind die privaten Konversationen sowie ein Teil der dienstlichen Dialoge zu klassifizieren. Natürliche arrangierte Gespräche umfassen fast ausschließlich die dienstbezogene Thematik. Wir konnten sogar verschiedene Vorbereitungsstadien solcher Gespräche beobachten, die auf unterschiedliche Art und Weise verlaufen, z.B. als Resultat individueller Tätigkeit entstehen schriftlich fixierte Notizen – Stichpunkte oder fertige Textteile, die dann im Gespräch geäußert werden. Ab und zu werden einzelne Punkte mit anderen Personen besprochen. Manchmal kommt sogar Gruppenarbeit vor, wo mehrere Sprecher je nach eigenen Kenntnissen, Erfahrungen und Fertigkeiten einzelne Teile des künftigen arrangierten Gesprächs vorbereiten.

2. Hinsichtlich des situationellen Kontextes: Die Kommunikation verläuft sowohl face-to-face als auch zeitlich simultan und räumlich fern. Die Telefongespräche nehmen einen sehr wichtigen Platz in der Bürokommunikation ein. Ihre Struktur und Zusammenhänge mit der face-to-face-Kommunikation bedürfen gesonderter Studien.

3. Die Konstellationen der Gesprächspartner weisen eine große Formverschiedenheit auf: interpersonale dyadische Gespräche gehen oft in Gruppengespräche über und umgekehrt, beide Formen durchdringen sich dermaßen, daß die Grenzen zwischen ihnen manchmal nur hypothetisch gesetzt werden können. Diese Probleme ergeben sich aus der Tatsache, daß die Zahl der miteinander kommunizierenden Personen leicht festgestellt werden kann, der Übergang aber vom dyadischen Gespräch zum Polylog zu dem Zeitpunkt geschieht, wo ein drittes Individuum, das bis jetzt an der Kommunikation nicht beteiligt war, die Sprecherrolle oder wenigstens die Rolle des aktiven Zuhörers übernimmt. Eine passive Zuhörerrolle ist von totalen Desinteressement am Gespräch kaum zu unterscheiden, da die akustischen sowie visuellen Daten



häufig irreführend sein können. Außerdem wurde in unseren Texten die Präsenz einiger monologischer Sequenzen festgestellt (u.a. beim Abrechnen), die bei Henne/Rehbock außer Acht gelassen werden. Hier bilden sie jedoch einen wesentlichen Bestandteil der Kommunikation und dürfen nicht übersehen werden.

4. Der Grad der Öffentlichkeit schwankt von „privat“ bis „halb öffentlich“. Letzteres betrifft insbesondere die Beratungen und andere Versammlungen.

5. Das soziale Verhältnis der Gesprächspartner ist teils symmetrisch, teils asymmetrisch. Die Asymmetrie ist fachlich bedingt und variiert je nach besprochenen Themenbereichen, in denen verschiedene Sprecher kompetent sind.

6. Was die Handlungsdimensionen des Gesprächs anbetrifft, so sind die fachbezogenen Teile der Bürokommunikation mit dem Merkmal „direktiv“ zu versehen. Rein „narrativ“ sind manche (jedoch nicht alle) zwischen ihnen auftauchende Fragmente von privaten Gesprächen. Die besprochene Thematik umfaßt verschiedene Bereiche. Auf ihre Analyse wollen wir hier nicht eingehen. Charakteristisch ist diesbezüglich eine andere Eigenschaft der Bürokommunikation: ständiges Sprechen, fast pausenloses Vor-, Sich-Hin-Reden und auch häufig vorkommende Selbstgespräche. Stimuli für diese zahlreichen verbalen Handlungen kommen nicht immer von außen in Form sprachlicher Äußerungen. z.B. als Fragen. Als auslösender Impuls ist vielleicht bloß die Präsenz anderer Personen im Zimmer anzusehen. An dieser Stelle müssen wir uns die Frage stellen, ob die Anwesenheit des aufnehmenden Linguisten die erhöhte Redebereitschaft hervorrufen kann.

7. Der Bekanntheitsgrad der Gesprächspartner schwankt von „vertraut“ über „befreundet“ und „gut bekannt“ bis „bekannt“, was die Führung privater Gespräche wesentlich erleichtert.

8. Der Grad der Vorbereitetheit der Gesprächspartner steht in engem Zusammenhang mit dem Anteil der Fachproblematik an der gesamten Kommunikation. Fachbezogene Gesprächssegmente sind häufig ganz deutlich vorbereitet, wovon schriftlich fixierte Unterlagen zeugen. Die privaten Gespräche scheinen meist vollkommen spontan zu sein.

9. Dasselbe gilt auch für die Themafixiertheit des Gesprächs. Ständiger Themenwechsel, Wiederaufnahme des schon besprochenen Themas, zahlreiche Subthemen sind für die private Konversation typisch. Gespräche über Fachthemen sind meist themagebunden und ähneln den Diskussionen.

10. Was das Verhältnis von Kommunikation und nicht sprachlichen Handlungen anbetrifft, so kann der Situationsbezug von Bürogesprächen sowohl empirisch als auch apraktisch sein.

Die Versuche, die im Büro verlaufende Kommunikation mit Hilfe vorhandener Modelle zu beschreiben, stoßen auf wesentliche Schwierigkeiten. Die Grenzen des Hyperpragmams decken sich mit Arbeitsbeginn und Arbeitsschluß



(als Zeitpunkte verstanden). Sprachlich kommen diese Grenzen ganz deutlich zum Vorschein, wenn die Eröffnungs- und Schlußsignale, d.h. Begrüßungs- und Abschiedsformeln verwendet werden. Zwischen diesen Grenzen liegt aber ein kommunikativer Knoten, d.h. ein Redefluß, der sich aus dienstlichen Gesprächen, privaten talks und Telephongesprächen zusammensetzt. Die Teilgespräche verlaufen teilweise parallel, kreuzen sich, werden abgebrochen und nach einer Pause wieder aufgenommen. Wir haben es hier mit vier Kommunikationssträngen zu tun:

- mit telephonischen dienstlichen Gesprächen,
- mit telephonischen privaten Gesprächen,
- mit dienstlichen face-to-face-Gesprächen und
- mit privaten face-to-face-Gesprächen.

Für die untersuchte Bürokommunikation ist ein Diskurschema (Interaktionsschema) charakteristisch, das man „kollektive Äußerungserzeugung“ nennen kann. Diese Erscheinung beruht darauf, daß die angesprochene Person, statt eine Antwort auf die gestellt Frage zu geben, erst einmal die erforderliche Information mit anderen Kommunikationsteilnehmern berät, wobei zwei, drei oder mehrere Teilgespräche stattfinden. In einen Anfangsdialog werden mehrere Sprecher eingeschaltet, nach einigen Sequenzen geht das Gruppengespräch wieder in ein dyadisches Gespräch über. Als Resultat der Subgespräche entsteht eine Replik, die schließlich als Antwort auf die am Anfang der Interaktion gestellte Frage geäußert wird. Das Verlaufsschema sieht folgendermaßen aus:

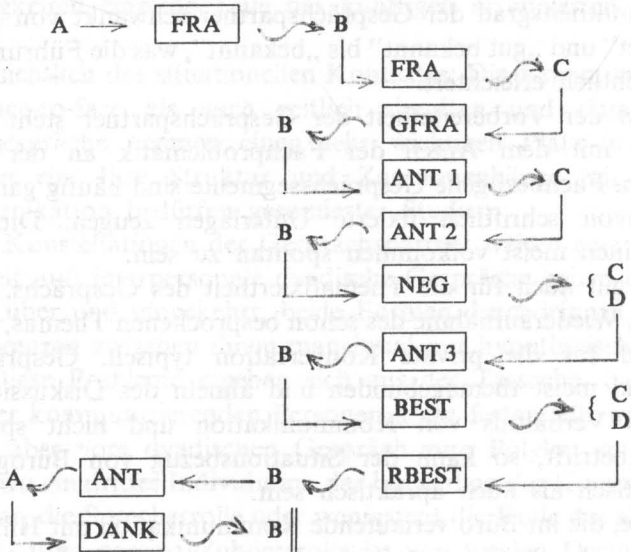


Abb.6

Es gibt in der Abteilung vier Mitarbeiter, die wir als A, B, C, und D markieren. A stellt eine Frage an B. B leitet diese Frage an C weiter. C stellt die Gegenfrage, die wiederum B beantwortet. Der nächste Schritt bringt die Antwort von C auf die am Anfang gestellte Frage, B negiert jedoch diese Äußerung und wendet sich dabei an C und D. D war die ganze Zeit anwesend, beteiligte sich aber nicht am Gespräch. C und D geben die Antwort, mit der B zufrieden ist und äußert die Bestätigung der Replik. Von C und D kommt noch die Rückbestätigung. Die so gewonnene Information wird A von B mitgeteilt, wofür sich A bedankt. Diese Art der Sequenzmusterexpansion bezeichnet Wunderlich (1981, 2) als „Einbettung“, aber in seinen Beispielen entwickeln sich die zusätzlichen Teilgespräche nur bei Präsenz von zwei Gesprächspartnern. Obligatorisch ist in diesem Gespräch nur die Frage-Antwort-Sequenz (Interaktion zwischen A und B). Die übrigen Interaktionen sind optional. Die besprochene Form kommunikativen Handelns kommt nicht nur in der face-to-face-Kommunikation vor, sondern auch unter Verwendung des Telefons. Als Reaktion auf eine telephonisch gestellte Frage entwickeln sich identische oder ähnliche Sequenzen. Es ist interessant, daß man kaum jemanden anruft, um von ihm die Bestätigung oder Rückbestätigung zu bekommen. Für die Entstehung des Schemas ist also die Präsenz der eventuellen Gesprächspartner erforderlich.

Die oben besprochenen sowie die für die Kommunikation in der Schule und Hochschule, einschließlich Forschungsgruppen, erstellten Interaktionsschemata erwiesen sich als sehr nützlich. Der für ihre Ausarbeitung notwendige Arbeits- und Zeitaufwand rentiert sich. „Wirklich objektive, d.h. repräsentative (und dabei bearbeitungsfähige) Korpora können nur auf der Basis theoretischen Vorwissens über den Untersuchungsgegenstand und -bereich gewonnen werden“. (Henne/Rehbock 1982, 48).

#### LITERATUR

- Bzdęga, A. Z., *Induktion und Deduktion in der Erstellung von kontrastiven Grammatiken*, in: Linguistische Arbeitsberichte 48, Leipzig 1985, S. 1-10.
- Deutrich, K. H., *Redekonstellation und Sprechsituation – Versuch zur Beschreibung eines Kommunikationsaktes*, in: *Gesprochene Sprache. Bericht der Forschungsstelle Freiburg*, hrsg. von U. Engel und I. Vogel, Tübingen 1975, S. 111-192.
- Dobrick, M., *Gegenseitiges [Miß-/Verstehen in der dyadischen Kommunikation*, Munster 1985.
- Ehlich, K., Rehbein, J., *Zur Konstitution pragmatischer Einheiten in einer Institution: Das Speiserestaurant*, in: D. Wunderlich (Hrsg.), *Linguistische Pragmatik*. Frankfurt/M. 1972, S. 209-254.
- Henne, H., Rehbock, H., *Einführung in die Gesprächsanalyse*, Berlin-New York 1982.
- Metzing, D., *Zur Entwicklung prozeduraler Dialogmodelle*, in: D. Metzing (Hrsg.): *Dialogmuster und Dialogprozesse*. Hamburg 1981, S. 51-72.

- Prokop, I., *Zur Konzeption eines zweisprachigen Textkorpus*, in: *Theorie der deutsch-polnischen Konfrontation und Translation*. Rzeszów, 1989, S. 221-230.
- Prokop, K., *Kommunikation im Büro – erste Analyseergebnisse*, in: *Linguistische Studien, Reihe A: Arbeitsberichte 199*. Berlin 1989, S. 116-123.
- Prokop, I., *Versuch einer Typologie mündlicher Texte*, in: *Gesprochene Sprache I. Materialien des I. wissenschaftlichen Symposiums im Rahmen des Forschungsprojekts „Linguistische Studien zur gesprochenen Sprache“*, 23.-29.06.1988, Poznań 1990, S. 37-44.
- Prokop, I., *Idiolekt und Korpuserstellung*, in: *Gesprochene Sprache II. Materialien des II. wissenschaftlichen Symposiums im Rahmen des Forschungsprojekts „Linguistische Studien zur gesprochenen Sprache“*, Lochmühle, 4.-10.06.1990, Halle 1991, (im Druck).
- Ruoff, A., *Grundlagen und Methoden der Untersuchung gesprochener Sprache*, Tübingen.
- Weiers, M., *Linguistische Feldforschung. Ein Leitfaden*. Wiesbaden 1980.
- Wunderlich, D., *Ein Sequenzmuster für Ratschläge. Analyse eines Beispiels*, in: D. Metzger (Hrsg.), *Dialogmuster und Dialogprozesse*. Hamburg 1981.