

## **Zum Textsortenwissen in der Kommunikation und im Fremdsprachenunterricht am Beispiel der Textsorte Kontaktanzeige**

0. Vorbemerkungen. Das Ziel des vorliegenden Aufsatzes besteht nicht darin, sich mit der Textsortenproblematik auseinanderzusetzen. Es ist jedoch angebracht für die Zwecke der intendierten Diskussion über die Bedeutung des Textsortenwissens im Fremdsprachenunterricht am Beispiel der Textsorte Kontaktanzeige, solche Grundbegriffe wie: Textsorte, Textsortenwissen oder Textsortenklassifikation zu explizieren. Die Bewusstmachung der textsortenspezifischen Merkmale eines Textes, erlaubt dem Lehrer die Arbeit im Unterricht optimal zu gestalten. Er kann dann angemessene Techniken einsetzen, um seine Schüler auf Produktion und Rezeption von Texten vorzubereiten. „ Die Fähigkeit zu angemessenem aktiven und passiven Umgang mit häufig frequentierten Textklassen ist daher eine Voraussetzung dafür, dass jedes Mitglied einer Gesellschaft sprachlich – kommunikativ tätig sein kann.“ (Heinemann / Viehweger 1991,18)
1. Exkurs in die Textsortenlehre – Grundbegriffe. Ein Teil der Identität eines Textes besteht in seiner Textsortenzugehörigkeit , worauf Brinker mit Recht hinweist, wenn er behauptet, dass ein konkreter Text nicht nur ein Exemplar der Größe Text ganz allgemein, sondern ein Vertreter eines bestimmten Texttyps ist. (vgl. Brinker 1992, 101) Da die Textsorte als Schlüsselwort des vorliegenden Aufsatzes nicht eindeutig , oft in unterschiedlicher oder vager Bedeutung in der einschlägigen Literatur verwendet wird, wird auf repräsentative Versuche ihrer Begriffsbestimmung eingegangen. Je nach Forschungsansatz wird sie entsprechend weit oder eng definiert. Um Verdienste von Isenberg für die Textsortenforschung hervorzuheben, wird von seiner Definition der Textsorte ausgegangen. Nach Isenberg (1978,566) wird die Textsorte als bewusst vage gehaltene Bezeichnung für jede Erscheinungsform von Texten verstanden, die durch die Beschreibung bestimmter, nicht für alle Texte zutreffender Eigenschaften charakterisiert werden kann. Abhängig davon, auf welche Art und Weise diese Eigenschaften im Rahmen der Textsortenklassifizierung zu erfassen sind, wird der textintern orientierte Ansatz vom funktional ausgerichteten unterschieden. Gemessen an textimmanenten Kriterien sind Textsorten Klassen von Texten, die nach bestimmten von einer

Textgrammatik zu liefernden graphetisch/ graphematischen, phonetisch/phonematischen, syntaktischen und semantischen Merkmalen bzw. Merkmalsbündeln zu klassifizieren sind. (vgl. Ermert 1979,41) Funktionale Texttypologien setzen die Textsorten mit Handlungssorten gleich. Sie sind Formen sprachlich – kommunikativen Handelns, die kognitiv gespeichert sind und über feste modelhafte Strukturen verfügen. Textsorten sind typische auf Konventionen der Sprachteilhaber beruhende Muster sprachlicher Handlungen mit charakteristischen funktionalen, situativen und thematischen Merkmalen und einer diesen Merkmalen entsprechenden sprachlichen Ausgestaltung. (vgl. Sommerfeldt, Starke 1998, 15) Als globale Schemata dienen sie zur Bewältigung von spezifischen kommunikativen Aufgaben. In der bestimmten kommunikativen Situation trifft der Textproduzent eine Entscheidung bezüglich der Struktur, in der ein Text zu realisieren ist. Inhalten, die der Textproduzent an seine Rezipienten vermitteln will, muss eine spezifische Gestalt gegeben werden. Der propositionale Gehalt wird entsprechend unterschiedlichen Zielen, die der Textproduzent mit seinem Text verfolgt, durch eine bestimmte Textsorte zum Ausdruck gebracht. Dabei aktiviert der Textproduzent ein spezifisches Alltagswissen über die globalen Textstrukturen. Dieses gemeinsame Wissen, das sich aus der Erfahrung im Umgang mit Texten und der Anwendung konventionalisierter Schemata ergibt, wird Textsortenwissen oder auch Textmusterwissen genannt. Es handelt sich um ein Wissen über bestimmte konventionalisierte, wiedererkennbare und erwartbare Muster des Sprachgebrauchs. (vgl. Linke, Portmann, Nussbaumer 1991,253) Die Sprecher einer Sprache können mit Textsorten umgehen, sie identifizieren und textsortenspezifische Regeln entdecken. (Lux 1981, 141) Das Textsortenwissen versetzt die Kommunikationspartner in die Lage, in unterschiedlichen Kommunikationsbereichen zurechtzukommen. Ihnen steht ein bestimmtes Reservoir an Kenntnissen, auf die bei der Produktion und Rezeption der Texte zurückgegriffen wird. (vgl. Heinemann, Viehweger 1991,144) Jeder Textrezipient geht an einen Text aufgrund seiner Kenntnisse über textsortenspezifische Merkmale mit einer entsprechenden Erwartungshaltung heran. Der Textproduzent muss diesen Erwartungen Rechnung tragen. In diesem Sinne determiniert das Textsortenwissen das sprachliche Verhalten der Kommunizierenden. Das Textsortenwissen der Kommunikationsteilnehmer ist keine feste Größe. Der Umfang und Inhalt dieses kognitiven Teilsystems sind von Erfahrungen der Kommunikationspartner bei der Lösung verschiedener kommunikativer Aufgaben abhängig. (vgl. Heinemann, Viehweger 1991, 170) Mit der Herausbildung und

Spezifizierung neuer Kommunikationsbereiche entstehen Textsorten, die das Textsortenpotential einer Sprachgemeinschaft entsprechend erweitern.

2. Kriterien der Textsortendifferenzierung. Auf der Grundlage ihres Textsortenwissens schaffen die Kommunizierenden leicht, eine Vielzahl von Texten bestimmten Textsorten zuzuordnen. Sie sind imstande, textsortenspezifische Merkmale zu identifizieren und anhand dieser Kriterien Texte zu klassifizieren. Der Zuordnung können je nach relevant gesetzten Differenzierungskriterien verschiedene Merkmale zugrunde liegen. Die Wahl unterschiedlicher Kriterien bedingt verschiedene Textsortenklassifikationen. In der Texttypologie wird die Frage gestellt, welche Merkmale als zentral für die jeweilige Klassifizierung der Textsorten gelten können. Für die Typologisierung der Texte muss auf relevante Eigenschaften zurückgegriffen werden. Jeder Text weist neben den grammatischen und kompositorischen Merkmalen auch für jede Textsorte spezifische Charakteristika auf. Bei den unterschiedlichen Textsorten sind konstitutive Merkmale unterschiedlich dominant. In bezug auf unterschiedliche Handlungs- oder Kontextfaktoren können sie unterschiedlich prominent zum Ausdruck kommen. Die Konstitution der einzelnen Textsorten ist ein Zusammenspiel der Merkmale von unterschiedlichem Status. Es gibt Textsorten, die sehr klar und eindeutig eingrenzbar sind. Für hoch standardisierte Textsorten ist eine große Zahl von distinktiven Merkmalen charakteristisch. Es gibt auch schwach standardisierte Textsorten, deren Grenzen verschwommen sind. Um Texte nach ihrer Textsortenzugehörigkeit zu differenzieren, ist es notwendig, eine einheitliche Typologisierungsbasis zu schaffen. Sie soll zu Unterscheidungen führen, die das intuitive Textsortenwissen der Kommunikationspartner bestätigen könnte. (vgl. Brinker 1992, 128) Es ist durchaus berechtigt, weil die kompetenten Sprachbenutzer jeweils bestimmte Charakteristika an Texten wiedererkennen und entsprechende Zuordnungen treffen können. Die Ansätze zur Textsortendifferenzierung wurden von Isenberg (1983) kritisiert, weil die Analyse Kriterien nicht homogen genug waren. Die entstandenen Textklassifikationen reflektieren die dominierenden theoretischen und methodologischen Positionen der Textlinguistik. Die ersten Klassifikationsvorschläge stehen in der Tradition der sprachsystemorientierten Textlinguistik. Textgrammatische Klassifikationsmodelle berücksichtigen vorwiegend grammatische Eigenschaften von Texten. Als erfolgversprechend auf dem Weg zur Textsortenklassifikation scheint die handlungstheoretisch ausgerichtete Herangehensweise zu sein. Eine Textsorte wird nun nicht mehr als eine grammatische Struktur angesehen, sondern als Realisierung eines

Kommunikationstyps. (vgl. Lux 1981,31) Demzufolge ist die Textsortenklassifikation auf eine Handlungstypologie zurückzuführen. Besonders deutlich ist der Bezug auf Searlesche Sprechaktklassifikation bei Rolf (1993), der folgende Typologie der Texte vorschlägt: 1. deklarative, 2. expressive, 3. assertive, 4. direktive, 5. kommissive Textsorten. Die assertiven Textsorten dienen der Informationsvermittlung. Wenn sie gezielt eingesetzt werden, geht es dem Textproduzenten im allgemeinen darum, dass der Textrezipient etwas Bestimmtes zur Kenntnis nehmen soll. Die Funktion der direktiven Textsorten besteht darin, den Textrezipienten zur Ausführung einer ganz bestimmten Handlung zu bewegen. Textsorten, deren Funktion als kommissiv bezeichnet werden kann, bezwecken die Orientierung des Textrezipienten hinsichtlich eines bestimmten zukünftigen Verhaltens des Textproduzenten. Realisierung der expressiven Textsorte stellen Reaktionen auf bereits eingetretene Umstände dar. Deklarative Textsorten schaffen eine neue institutionelle Wirklichkeit. Eine ähnliche sprachtheoretisch fundierte Klassifikation von Textsorten ist bei Brinker (1992,133) zu finden, der die Funktion als Basiskriterium zur Differenzierung von Textsorten bezeichnet. Demnach werden fünf Textsortenklassen unterschieden: 1. Informationstexte, 2. Appelltexte, 3. Obligationstexte, 4. Kontakttexte, 5. Deklarationstexte. Aber die Textfunktion darf nicht als einziges Klassifikationskriterium für die Abgrenzung der Textsorten gelten, was Brinker (1971; 1992) ausdrücklich betont: „Für die Entwicklung eines zureichenden Textbegriffs und die Erstellung einer Texttypologie ist nicht von textimmanenten, strukturellen, sondern von textexternen Kriterien auszugehen und zwar vor allem im soziologischen Sinne (etwa aufgrund der Intentionen, Haltungen, Rollen).“ Bei der Unterscheidung der Subklassen sind auch kontextuelle (situative) und strukturell-thematische Merkmale wichtig. Die Kommunikationssituation, die Textfunktion und der Inhalt eines Textes bilden die entscheidenden textsortendifferenzierenden Kriterien, die auch Dimter (1981) bei der Analyse der alltagssprachlichen Textsortenkonzepte unterschieden hat, weil die Textsorten ihre Wurzeln im Alltagsverständnis haben. Die Kategorie Textsorte vermittelt nicht nur die Relation zwischen der Ausdrucks- und Inhaltsseite von Texten, sondern stellt auch Beziehungen zwischen den beiden Kommunikationspartnern in der Interaktion her. Unter handlungstheoretischem Aspekt sind Textsorten als Sprachhandlungsmuster zu begreifen, die durch je spezifische regelhafte Komplexe sprachinterner und sprachexterner Komponenten charakterisiert werden. Dies bestätigt auch Beck (1973) in seiner Definition der Textsorte. Zu Textsorten werden Texte zusammengefasst, deren Merkmalskombinationen sich als

„situationstypische Verwendungsweisen mündlicher und schriftlicher Sprachäußerung, welche zu mehr oder minder festen und gesellschaftlich sanktionierten Sprech-/Schreibhandlungsmustern geworden sind, herausgebildet haben“. (Beck 1973,73) Die Klassifizierungsmerkmale müssen hierarchisch relationiert werden. Nach Engel (1988) sind es Ziel und Konstellation, die die allgemeine Ausdrucksform eines Textes mitbestimmen. Jeder Text hat sein Ziel und zu jedem Text gibt es eine spezielle Konstellation. Engel (1988,118) nennt sechs Globalziele von Texten: 1. Informieren, 2. Veranlassen, 3. Überzeugen, 4. Belehren, 5. Kontaktpflege, 6. Emphase – Abbau. Diese sechs Ziele implizieren, dass sie mit typischen Sprachhandlungen erreicht werden. Jeder Äußerung eines Sprechers liegt ein Handlungsmuster zugrunde, mit dessen Realisation der Versuch unternommen wird, unter je gegebenen Bedingungen ein Kommunikationsziel zu erreichen. Den situativen Rahmen für die Textproduktion und -rezeption nennt Engel die Textkonstellation. Die Einbeziehung der Situation und der sprachlich agierenden Kommunikationspartner führt nicht automatisch zur adäquaten Beschreibung von Textsorten. Man muss die Interpendenz zwischen den verschiedenen Faktoren der kommunikativen Interaktion untersuchen. Daher stellt die integrative Betrachtungsweise von textexternen Faktoren und textinternen Eigenschaften von Texten einen wesentlichen Fortschritt bei der Klassifikation der Texte dar. Eine Liste von Textsortenkonstituenten hat Nussbaumer (1991,260-269) vorgeschlagen, die alle für die Kategorisierung prototypischen Merkmale umfasst: 1. der Inhalt, der Textgegenstand; 2. Text-Gesamt-Illokution, Textgrundfunktion, Text-Ziel; 3. Text- Teilillokutionen, Vertextungstypen; 4. Verknüpfungsmuster, Muster thematischer Entfaltung; 5. Textbaumuster, Grobgliederung; 6. Äußeres Erscheinungsbild, Materialisierung des Textes; 7. Kommunikationsmedium, Kanal, Textbenutzer, Kommunikationsraum, Kommunikation; 8. Sprachmittelwahl, Sprachmittelkonfiguration. Für Nussbaumer sind die Sprachmittel und Sprachmittelkonfiguration eine zentrale Konstituente jeder Textsorte. Es hat einen textsortenspezifizierenden Charakter, welche Lexeme und mit welcher Bedeutung gebraucht werden, welche morphosyntaktischen und morphologischen Eigenheiten im Text überwiegen. Es werden auch der Inhalt und der Textgegenstand genannt. Obwohl diese Konstituente für die meisten Textsorten offen ist, gibt es auch solche, die konventionell mit spezifischen Inhalten verbunden sind. Nussbaumer betont auch, dass viele Textsorten charakteristische Textgrobgliederungen aufweisen, die die globale Ordnung eines Textes festlegen. Auch Heinemann/Viehweger (1991) ordnen ihre Typologisierungen in ein Mehr-Ebenen-Modell ein, in dem sie die

Theorie sprachlichen Handelns, der Grammatik und der Textkomposition integrieren. Für die Beschreibung von Textsorten sind folgende Aspekte wichtig: 1. kommunikative Funktion, 2. situative Bedingungen, die sich nach der Anzahl der Partner und deren sozialen Rollen beschreiben lassen, 3. inhaltlich-thematische Ausgestaltung, 4. charakteristische Struktur- und Formulierungsmuster.

3. Kontaktanzeige aus texttypologischer Sicht. Vor dem Hintergrund der theoretischen Ausführungen zur Textsortendifferenzierung scheint es berechtigt zu sein, auf textsortenspezifische Merkmale der Kontaktanzeige hinzuweisen. Als Bezugsgrundlage soll der Katalog von textsortenspezifischen Parametern gelten, der von Nussbaumer erstellt wurde und alle Merkmale umfasst, die je nach dem Text seine Textsortenzugehörigkeit mit unterschiedlicher Intensität prägen. Bei der Erfassung von textsortenspezifischen Merkmalen der Kontaktanzeigen wird der Schwerpunkt auf solche gelegt, die ihren Status eines Textes mit Appellcharakter legitimieren. Die Anzeigen zählen zur Textklasse der Appelltexte und bilden eine recht heterogene Gruppe. Die meisten Klassifizierungsversuche der Anzeigen gehen auf Dovifat (1976) zurück. Er unterscheidet neben den Geschäftsanzeigen oder eigentlichen Werbeanzeigen amtliche Anzeigen, Familienanzeigen also Geburts-, Heirats- und Todesanzeigen sowie kleine Anzeigen. (vgl. Dovifat 1976,183) In die letzte Gruppe fallen sämtliche Anzeigen aus den Rubriken Stellenanzeigen, Kontaktanzeigen, Immobilienanzeigen. Sie können nach dem Öffentlichkeitsgrad der Bekanntmachung, nach dem Auftraggeber und Inhalt, nach thematischen sowie medialen Gesichtspunkten differenziert werden, was in zahlreichen Analysen dieser Textsorte dargestellt wurde. Das kommunikative Geschehen ist ein Prozess, der sich zwischen dem Textproduzenten und –rezipienten abspielt. Texte sind Produkte sozialen Handelns, in denen auf die außersprachliche Wirklichkeit Bezug genommen wird. Zur Herstellung von Kontaktanzeigen führen Defizite in zwischenmenschlichen Kontakten, die der Textproduzent bestrebt ist, mit seinem Text auszugleichen. Eine entscheidende Voraussetzung für das Zustandekommen des intendierten Kommunikationsaktes liegt in der inhaltlichen Entsprechung der Erwartungen. Die Kenntnis des Kommunikationsanlasses steuert auch die Erwartungen des Textrezipienten auf textsortenspezifische Strukturen. Sie resultieren aus dem Textsortenwissen der Kommunikationspartner, das sie bei der Produktion und Rezeption von Texten instrumentalisieren. Die hinter dem sprachlich Realisierten versteckten Intentionen und beabsichtigten Konsequenzen sollen eben bei der Textrezeption erschlossen werden. Aus dem Verhältnis der textinternen Charakteristika zu den

textextern aufgebauten Erwartungen ergibt sich der Eindruck, den der Text bei dem Textrezipienten hinterlässt. Der Anlass für die Produktion eines Textes gibt Hinweise auf die Intention seines Produzenten. Besonders wichtig ist die Frage nach der Intention in Kontaktanzeigen, weil sie direkt in der Textsortenbezeichnung signalisiert wird. Allgemein kann man ihnen die Senderintention Kontaktsuche zusprechen. Der Aufbau einer persönlichen Beziehung ist der übergeordnete Zweck von Anzeigetexten. Die Intention des Textproduzenten steht im Wechselverhältnis zur Gestaltung des Textes in bezug auf Inhalt und Form. Es bedeutet, dass die Struktur ihrerseits die Funktion indiziert, die ein Text in einem Interaktionskontext erfüllt. Mit jedem Text bezieht sich sein Produzent immer auf einen Abschnitt der außersprachlichen Realität, der die Thematik des Textes bildet. Der Prozess der Textformulierung beginnt mit der Festlegung auf ein Rahmenthema, dem der Textinhalt zuzuordnen ist. Im Falle der Kontaktanzeigen ist das die Personenbeschreibung. Neben Kontaktanzeigen, die dazu dienen, einen Lebenspartner zu finden, existieren ebenfalls Inserate, die andere Absichten verfolgen, beispielsweise einen Partner für Freizeitaktivitäten oder Brieffreude kennen zu lernen. Von den Faktoren Inhalt und Thematik hängt die Auswahl der zu verwendenden lexikalischen Elemente ab. Die Thematik wirkt sich darauf aus, welche Wortschatzbereiche mit besonders vielen Schlüsselwörtern im Text repräsentiert sind. Die Kommunikationspartner erwerben in ihrem Sozialisationsprozess auch ein Wissen darüber, dass mit einer Textsorte konventionell immer nur spezifische Inhalte zu erwarten sind. In Kontaktanzeigen treten Lexeme auf, die semantisch- begriffliche Felder „Aussehen, Charakterzüge und Hobbys“ bilden und die Selbstdarstellung des Inserenten ermöglichen bzw. seine Wünsche in Bezug auf den Partner sowie Art der intendierten Beziehung zum Ausdruck bringen. Der Inserent muss überlegen, welche Propositionen sein Anliegen am angemessensten reflektieren. Die zur Verfügung stehenden sprachlichen Mittel müssen zielgerecht eingesetzt werden, um die angestrebte Wirkung zu erreichen. Texte können sich auf die soziale Beziehung des Textrezipienten zum Textproduzenten auswirken, den Erkenntnisstand des Rezipienten, den emotionalen Bereich beeinflussen oder den Rezipienten zum Handeln bewegen. Kontaktanzeigen stellen eine gesellschaftlich anerkannte und in der Pressekommunikation verankerte kommunikative Praktik dar, zwischenmenschliche Kontakte aufzubauen. Auf die Produktion des Textes, d.h. die Darbietung des Inhalts und Gestaltung des Textes wirkt sich die Art seiner Präsentation aus. Bei der schriftlichen Kommunikation ist das Trägermedium von besonderer Bedeutung. Die Wahl des Mediums wird durch den

Kommunikationsanlass sowie durch den Sender und seine Intention bestimmt. Für manche Kommunikationsabsichten gibt es bevorzugte Trägermedien, die sich am besten zur Verwirklichung der betreffenden Intention eignen. Die Kommunikationssituation in Kontaktanzeigen unterscheidet sich fundamental von nicht medial vermittelten Formen des Kennenlernens. Das Fehlen direkter, wechselseitiger Beziehungen zwischen dem Sender und Empfänger verursacht eine Reduktion außerverbalen Kommunikationsmöglichkeiten, die für die zwischenmenschliche Beziehungsebene besonders wichtig sind. Dies ergibt sich aus dem Umstand, dass die Kommunikationspartner füreinander nicht identifizierbar sind. Die Orientierung auf den Kommunikationspartner ist für das Gelingen des Kommunikationsaktes maßgebend, weil der Textproduzent das mögliche Gegenhandeln seines Rezipienten antizipatorisch einplanen kann. Wenn der Text seine Funktion erfüllen soll, muss der vom Textproduzenten intendierte Kontaktversuch Erwartungen des Textrezipienten Rechnung tragen. Denn jede Textfunktion soll unter zweierlei Aspekten definiert werden, einmal hinsichtlich der Intention des Textproduzenten, zum anderen hinsichtlich der Wirkung auf den Rezipienten. Sie ergibt sich aus der jeweils spezifischen Konstellation von Sender/Senderintention, Empfänger/Empfängererwartung, Medium, Zeit, Ort und Anlass. Das sind die sog. textexternen Faktoren der kommunikativen Situation, in der ein Text seine Funktion realisiert. Die Kontaktanzeige ist, wenn man textexterne Kriterien zur Bestimmung der Textfunktion zugrunde legt, eine Textsorte mit dominierendem Appellcharakter. (vgl. Brinker 1992,104) Sie zählt zur Textklasse der Appelltexte, in denen der Textproduzent dem Rezipienten zu verstehen gibt, dass er ihn zu einer bestimmten Handlung bewegen will. Die Kontaktanzeige kann wie andere Textsorten nicht auf die Appellfunktion beschränkt werden. Sie soll also nicht nur jemanden auffordern, mit dem Autor der Anzeige in Kontakt zu treten. Komplementär ist die Informationsfunktion der Kontaktanzeige. Ein inserierendes Subjekt muss Angaben zu seiner Person geben, den Wunschpartner beschreiben sowie Art der angestrebten Relation präzisieren. Diese drei Informationseinheiten müssen vorhanden sein, weil der Text eine Werbung in persönlicher Sache darstellt. Der Rezipient muss dazu veranlasst werden, der Aufforderung zur Kontaktaufnahme zu folgen. Um ein solches Ziel zu verwirklichen, wählt der Textproduzent ein entsprechendes Handlungsmuster. Jede Textsorte verfügt über feste Schemata von sprachlichen Handlungen. Die illokutive Struktur von Kontaktanzeigen determinieren Informationshandlungen. In Texten dieser Textsorte müssen Informationen vorkommen, die auf den Inserenten, seine Vorstellung von dem



Partner und der intendierten Beziehung referieren. Sie bilden den thematisch-propositionalen Gehalt des Textes. Von der Beschaffenheit der einzelnen Propositionen hängt ab, ob der Kommunikationspartner dem Angebot entgegenkommt und den Kontakt aufnimmt.

4. Texte im Fremdsprachenunterricht – Textauswahl am Beispiel der Kontaktanzeigen. Einen sinnvollen Unterricht ohne Text gibt es nicht. Sprachliche Kommunikation vollzieht sich in Texten und der Unterricht ist durch Textorientiertheit geprägt. Als spezifische Forderung für den Fremdsprachenunterricht gilt die Konzentration auf die für didaktische Prozesse relevanten Textsorten. Um das Textsortenwissen der Lernenden zu aktivieren, werden solche Textsorten gewählt, die dazu beitragen können, Lesestrategien zu üben und kommunikatives Handeln zu fördern. Daraus ergibt sich die Einteilung der Textsorten in solche, die die Lernenden aktiv und kreativ beherrschen müssen und solchen, die nur für Steuerungsprozesse beim Leseverstehen wichtig sind. Für eine erfolgreiche Textarbeit ist die angemessene Textauswahl von Bedeutung, bei der lerner-, text- und lernzielbezogene Kriterien mitberücksichtigt werden müssen.(vgl. Solmecke 1993) Die Lernenden sollten im Fremdsprachenunterricht dazu befähigt werden, geschriebene Texte eigenständig zu erarbeiten, das Verstandene zu interpretieren und zum Ausgangspunkt eigener mündlicher und schriftlicher Textproduktion zu machen.(vgl. Solmecke 1993,34) Aus diesem Grunde muss der Lehrer nicht nur gesetzte Lernziele im Auge behalten, aber in erster Linie seine Schüler und ihre Bedürfnisse in Betracht ziehen. Wichtig ist die thematische Anpassung von Texten, die der emotionalen und intellektuellen Entwicklung der jeweiligen Zielgruppe Rechnung trägt. Die Schüler engagieren sich mehr für die Arbeit am Text, wenn dessen Thematik sie anspricht. Wichtig sind auch ihre Kenntnisse, mit denen sie an den Text herangehen. Das Leseverstehen kommt effektiver zustande, wenn die Schüler auf ihrem Vorwissen beim Rezeptionsvorgang basieren können. Die Texte müssen dem Sprachkönnen der Leser angepasst werden, wenn sie keine Schwierigkeiten bereiten sollen. Bei der Textauswahl sind auch textbezogene Kriterien relevant, die über die Textverständlichkeit entscheiden.(vgl. Bussmann 1990) Das sind die Stimulanz, Einfachheit und Übersichtlichkeit, Kürze und Prägnanz. Die Art und Weise, wie dargestellte Inhalte dem Leser sprachlich angeboten werden, beeinflusst die Textrezeption. Die Wahl von einfachen Satzstrukturen und der teilweise bekannten Lexik erleichtert die Entschlüsselung der Textbotschaft. Auf die Textverständlichkeit wirkt sich die Übersichtlichkeit aus. Sie äußert sich darin, dass der Text sowohl die innere als auch

äußere Gliederung aufweist. Die äußere Strukturierung (Absätze, Überschriften, Zwischentitel) hat zur Folge, dass der Text für den Leser überschaubar ist. Für die Textverständlichkeit ist die innere Gliederung am wichtigsten, weil sie den logischen Gedankengang des Textproduzenten widerspiegelt. Die Informationen im Text müssen in einer sinnvollen Reihenfolge dargeboten werden, so dass die Leser sie als zusammenhängende Ganzheit rezipieren. Das Kriterium Prägnanz bezieht sich auf die Knappheit der Darstellung. Zu viele ausführliche Informationen können das Verstehen des Textes beeinträchtigen. Die Präsenz der Kontaktanzeigen in vielen Lehrwerken für Deutsch als Fremdsprache zeugt davon, dass diese Textsorte den Anforderungen entspricht, die an Texte im Fremdsprachenunterricht gestellt werden. Es sind Texte, mit denen die Lehrer auf Bedürfnisse ihrer Schüler eingehen können, weil sie ihrer Aufgeschlossenheit für andere entgegenkommen. Deswegen eignen sich Kontaktanzeigen für Lernende im Schulalter besonders gut. Aber nicht nur Kinder und Jugendliche fühlen sich bei der Arbeit an Texten dieser Textsorte stark motiviert. Der Wille, Kontakte mit anderen anzuknüpfen, liegt dem menschlichen sprachlichen Verhalten zugrunde, so dass die Motivation in unterschiedlichen Zielgruppen stark gefördert wird. Außerdem zeichnen sich die Kontaktanzeigen durch ihre Verständlichkeit aus. Ihre Einfachheit resultiert daraus, dass die Lexik zum Thema Personenbeschreibung- Aussehen, Charakterzüge, Hobbys teilweise schon bekannt ist. Die Struktur der Sätze ist wegen der reduzierten Syntax leicht zu verstehen. Für die Rezeption von Kontaktanzeigen ist die äußere Gliederung relevant. Zwar kann die Reihenfolge von Strukturelementen textexemplarisch variieren, aber die Textrezipienten wissen aufgrund ihres Textsortenwissens ganz genau, welche Informationen der Text vermitteln sollte. Die Knappheit der Darstellung lässt sich auf die Platzierung der Texte in der Zeitung zurückführen. Es bedeutet aber nicht, dass man sich nicht intensiver mit Thema der zwischenmenschlichen Kontakte beschäftigen kann. Alles hängt von gesetzten Zielen und sprachlichen Möglichkeiten der Lernenden ab. Im Umgang mit Kontaktanzeigen erwerben die Lernenden nötige sprachliche Mittel zur Personenbeschreibung. Sie bietet einen guten Anlass, den Gebrauch von Adjektiven zu üben. Viel wichtiger ist jedoch, dass sich die Lernenden mit dem sprachlichen Muster der Kontaktaufnahme vertraut machen. Denn sie ist eine Voraussetzung für erfolgreiche zwischenmenschliche Kommunikation.

## Literaturverzeichnis:

1. Beck,G.(1973): Textsorten und Soziolekte. Funktionen und Reziprozität in gesprochener und geschriebener Sprache. In: H. Sitta, K. Brinker, Studien zur Theorie und der deutschen Grammatik. Düsseldorf, S.73 – 112.
2. Brinker,K. (1992): Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden. Berlin.
3. Bussmann, H.(1990): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart.
4. Dimter, M. (1981): Textklassenkonzepte heutiger Alltagssprache. Tübingen.
5. Dovifat,E. (1976):Zeitungsslehre. Berlin, New York.
6. Engel, U.(1988): Deutsche Grammatik. Heidelberg.
7. Ermert,K.(1979): Briefsorten. Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation. Tübingen.
8. Heinemann,W. / Viehweger, D. (1991): Textlinguistik. Eine Einführung. Tübingen
9. Isenberg,H.(1978): Probleme der Texttypologie. Variation und Determination von Texten. In: Wissenschaftliche Zeitschrift der Karol – Marx – Universität Leipzig. Gesellschafts- und Sprachwissenschaftliche Reihe, S. 565-579.
10. Isenberg, H.(1983): Grundfragen der Texttypologie. In: F.Daneš, D. Viehweger. Ebenen der Textstruktur. Berlin, S.303-342.
11. Linke, A./Nussbaumer, M./Portmann,P.R.(1991):Studienbuch Linguistik. Tübingen
12. Lux,F. (1981): Text, Situation, Textsorte. Tübingen.
13. Nussbaumer, M. (1991): Was Texte sind und wie sie sein sollen. Tübingen.
14. Rolf,E.(1993): Die Funktionen der Gebrauchstextsorten. New York/Berlin.
15. Solmecke.,G. (1993): Texte hören, lesen und verstehen. Berlin/München.
16. Sommerfeldt, K.-E. , Starke, G. (1998): Einführung in die Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen.

Streszczenie artykułu na temat: „Wiedza o typach tekstów w komunikacji językowej i na lekcji języka obcego na przykładzie ogłoszeń towarzyskich”.

Powyższy artykuł jest próbą odpowiedzenia na pytanie, na ile wiedza z zakresu lingwistyki tekstu może być użyteczna przy doborze tekstów na lekcję języka obcego. Autorka stawia tezę, że uświadomienie sobie konstytutywnych dla danego typu tekstu cech pozwala nauczycielowi optymalnie wykorzystać go na lekcji, a nie zredukować jego rolę do prezentacji materiału leksykalnego.