

Textsortenäquivalenz in mehrsprachigen Unternehmenspublikationen

§ 1: Einleitung

Äquivalenz ist eine der Hauptanforderungen, die ein Übersetzungstext zu erfüllen hat. Um die Dimension der Äquivalenz ganzheitlich zu erfassen, greift die Übersetzungswissenschaft seit ungefähr 25 Jahren auch auf die Textwissenschaft zurück¹. Und zwar in folgender Hinsicht: In den Augen der Textwissenschaft erfüllt jeder Text eine kommunikative Funktion, die durch ein Bündel sprachlich-stilistischer, inhaltlicher sowie pragmatischer Variablen sichergestellt wird². Die beiden erstgenannten Variablen sind textintern, die letztgenannten textextern³. Sie sind in bestimmten Gruppen von Einzeltexten jeweils in identischer oder ähnlicher Kombination vorhanden – weshalb wir solche Einzeltexte in übergeordnete Textsorten zusammenfassen. Daraus folgt aus Sicht der Übersetzungswissenschaft: Der/die Übersetzer/in muss die relevanten Textsorten-Variablen berücksichtigen, um sicher zu gehen, dass sein/ihr Text in der Zielsprache dieselbe Funktion wie das Original in der Ausgangssprache wahrnimmt⁴.

Die Übersetzungswissenschaft ist demnach zur Erkenntnis gelangt, dass sich Äquivalenz auch auf Textebene erstreckt. Zusätzlichen Praxisgewinn verspricht sie sich von einer fortlaufenden Beschreibung von Textsorten. Diese Beschreibung soll dazu führen, standardisierte Textsorten festzustellen und für diese Übersetzungsroutinen zu definieren⁵ – was letztlich zu einem ökonomischeren Übersetzungsprozess führt.

Wie nahe ist die Übersetzungswissenschaft diesen Zielen? In meinem Beitrag widme ich mich dieser Frage und verfolge hierbei zwei Ziele:

- Erstens möchte ich zeigen, dass die bisherigen Versuche der Textsorten-Beschreibung und -standardisierung für die Übersetzungspraxis nicht im gewünschten Umfang taugen. Diese Behauptung dokumentiere ich an Texten aus dem Feld der Unternehmenspublizistik im allgemeinen beziehungsweise von Kundenzeitschriften und Websites im speziellen. Derartige Texte eignen sich für unsere Zwecke aus folgendem

¹ Kurze Zusammenfassung bei Henschelmann 1979, 53.

² S. hierzu die Darstellung bei Dressler 1975. Für die Dreiteilung in sprachlich-stilistische, inhaltliche sowie aussersprachlich-pragmatische Variablen vgl. ferner Kretzenbacher-Thurmair 1992, 135f., die zwischen formaler, inhaltlich-funktionaler und pragmatischer Äquivalenz unterscheiden.

³ Zur Unterscheidung von textinternen und textexternen Variablen s. Linke et al. 1996, 250f.

⁴ Zusätzlich hat der/die Übersetzer/in stets in Betracht zu ziehen, dass auf Grund sozio-kultureller Divergenzen eine bestimmte Textsorte in der Zielsprache allenfalls mit anderen Variablen als in der Ausgangssprache realisiert wird. Oder anders formuliert: die Textsorten in Ausgangs- und Zielsprache anders definiert sind. – In diesem Beitrag bleibt die Frage allfälliger sozio-kultureller Divergenzen ausgeklammert.

⁵ S. für diese Forderung Nord 1995, 263, die eine Systematisierung textsortenspezifischer Übersetzungsprobleme fordert.

Grund besonders gut: In der Kommunikation von Unternehmen genießt die Funktion vor der Form immer stärkeren Vorrang. Auslöser dieser Entwicklung ist das Aufkommen der so genannten „integrierten Unternehmenskommunikation“⁶. Dahinter verbirgt sich das Postulat, alle Kommunikationskanäle eines Unternehmens seien gleichzuschalten und deren Botschaften zu systematisieren. Ziel der integrierten Unternehmenskommunikation ist es, ein möglichst einheitliches Bild des Unternehmens zu vermitteln. Die Folge auf der Ebene der schriftlichen Kommunikation: klassische Textsorten-Definitionen und -Beschreibungen werden aufgeweicht, so genannte gemischte Textsorten oder „Hybridformen“⁷ kommen auf.

- Zweitens will ich im weiteren Verlauf des Beitrags darlegen, dass nur eine dynamische und wirkungsorientierte Textsorten-Beschreibung den oben geschilderten, modernen Hybridformen gerecht wird.

§ 2: Versuche der Textsorten-Definition und -Standardisierung

Vor der Untersuchung der Frage, in welchem Masse die aktuellen Erkenntnisse der Textwissenschaft modernen Texten – etwa Texten aus der Unternehmenspublizistik – gerecht werden, soll zunächst ein Überblick über die aktuellen Versuche der Textsorten-Beschreibung gegeben werden. Ich beschränke mich hierbei auf Versuche, die in der Übersetzungswissenschaft Berücksichtigung gefunden haben beziehungsweise für die Übersetzungswissenschaft relevant scheinen.

Grundsätzlich lässt sich zwischen zwei Beschreibungsmethoden unterscheiden: erstens theoretisch-deduktiv gewonnene Textsorten-Beschreibungen, zweitens empirisch-induktiv gewonnene Textsorten-Beschreibungen⁸.

Die theoretisch-deduktive Beschreibung setzt bei der pragmatischen Linguistik ein. Sie leitet die Funktionen eines Textes zunächst von den pragmatischen (textexternen) Variablen ab. Charakteristisch für diese Vorgehensweise ist die Arbeit von Reiss 1976, welche die deutsche Übersetzungswissenschaft bis heute prägt⁹. Die Autorin unterscheidet drei Texttypen:

- sachorientierter „informativer“ Texttyp: Im Zentrum der Textintention steht die Darstellung des Redegegenstands. Die sprachliche Gestaltung ist dem Redegegenstand angepasst. Zu diesem Texttyp zählt Reiss etwa den Bericht oder die Gebrauchsanweisung.
- senderorientierter „expressiver“ Texttyp: Im Zentrum der Textintention steht wie beim „informativem“ Texttyp die Darstellung des Redegegenstands. Die sprachliche Gestaltung ist jedoch dem Gestaltungswillen des Autors angepasst. Zu diesem Texttyp zählt Reiss künstlerische Textsorten wie den Roman oder die Novelle.

⁶ Eine Übersicht über die theoretischen Aspekte der „integrierten Unternehmenskommunikation“ vermittelt Mast 2002, 48ff.

⁷ Der Begriff der „Hybridform“ ist Weischenberg 2001, 67ff. entlehnt, der damit von den klassischen Mustern abweichende journalistische Darstellungsformen bezeichnet.

⁸ Vgl. für die folgenden Ausführungen den Forschungsüberblick bei Göpferich 1995, 70ff. sowie Neumann 2003, 11ff.

⁹ S. vor allem Reiss 1976, 17ff.

- verhaltensorientierter „operativer“ Texttyp: Im Zentrum der Textintention steht der Appell an den Leser. Die sprachliche Gestaltung ist dem Leser beziehungsweise seiner Ansprechbarkeit angepasst. Zu diesem Texttyp zählt Reiss Textsorten wie Werbe- oder Propagandatext.

Eine analoge theoretisch-deduktive Beschreibung verfolgen Hatim-Mason 1990¹⁰, die vor allem in der englischsprachigen Übersetzungswissenschaft auf Gehör gestossen ist. Die beiden Autoren schlagen wie Reiss eine Dreiteilung vor:

- „expositorischer“ Texttyp: alle Texte, die der Analyse oder Synthese eines Sachverhalts dienen.
- „argumentativer“ Texttyp: alle Texte, die der Überprüfung einer These oder Behauptung dienen.
- „instruktiver“ Texttyp: alle Texte, die das Verhalten des Lesers beeinflussen.

Diese drei Texttypen sind mit den von Reiss vorgeschlagenen Typen mehr oder weniger identisch. Über Reiss hinausgehend entwickeln Hatim-Mason eine präzise Vorstellung von Texttypen: Einzelne Textakte stehen für einzelne Absichten (stehen im pragmatischen Sinne also für einzelne Illokutionen). Gemeinsam verbinden sich diese Textakte zu einer Textstrategie und bilden einen Text mit klarem pragmatischem Fokus. Ein Texttyp ist für die Autoren folglich „a conceptual framework which enables us to classify texts in terms of communicative intentions serving an overall rhetorical purpose.“¹¹

Mit solch theoretisch-deduktiven Beschreibungsversuchen konkurrieren empirisch-induktiv gewonnene Textsorten-Beschreibungen, die jeweils von sprachlich-stilistischen Variablen ausgehen. Sprachstatistische Auswertungen liegen so der Arbeit von Biber 1988 zugrunde. Biber untersucht die Vertretung von 67 linguistischen Merkmalen in einem aus 481 Texten bestehenden englischen Corpus¹². Zu den statistisch erfassten linguistischen Merkmalen zählen ...

- Zeit- und Aspektformen des Verbums
- lokale und temporale Adverbien
- Pronomina
- Fragesätze
- Nominalformen
- passive Verbalformen

... und viele andere mehr¹³.

In der Folge filtert Biber so genannte „Faktoren“ heraus: Gruppierungen der oben beschriebenen linguistischen Merkmale, die häufig gemeinsam in Texten auftreten. Dabei nimmt der Autor an, dass diese Faktoren jeweils besondere kommunikative Funktionen erfüllen, die sich schliesslich zu folgenden sechs Dimensionen verdichten lassen:

¹⁰ S. vor allem Hatim-Mason 1990, 138ff.

¹¹ Zitiert nach Hatim-Mason 1990, 140.

¹² S. Biber 1988, 61ff.

¹³ Tabellarische Auflistung bei Biber 1980, 89f.

- Faktor 1 (z.B. viele Präsensformen des Verbs, Pronomina der 1. und 2. Person, emphatische und diskursive Partikel usw.; wenig Nominalisierungen, Präpositionen usw.) = Dimension „involved versus informational production“: Ein hoher Faktor 1 ist bezeichnend für persönlich geprägte Texte (z.B. Telefongespräche), ein tiefer Faktor 1 für stark informative Texte (z.B. offizielle Dokumente, Medienmitteilungen).
- Faktor 2 (z.B. viele Vergangenheitsformen des Verbs, Pronomina der 3. Person usw.; wenig Präsensformen des Verbs, Adjektive usw.) = Dimension „narrative versus non-narrative concerns“: Ein hoher Faktor 2 ist bezeichnend für stark narrative Texte (z.B. Romanliteratur), ein tiefer Faktor 2 für wenig narrative Texte (z.B. Interviews, Telefongespräche usw.).
- Faktor 3 (z.B. viele wh-Relativsätze in Objekt- und Subjektposition, Nominalisierungen usw.; wenig Adverbialien usw.) = Dimension „explicit versus situation-dependent reference“: Ein hoher Faktor 3 ist bezeichnend für wenig situationsgebundene Texte (z.B. offizielle Texte, akademische Texte usw.), ein tiefer Faktor 3 für stark situationsgebundene Texte (z.B. Telefongespräche, über elektronische Medien verbreitete Texte usw.).
- Faktor 4 (z.B. viele Infinitive, präskriptive Modalverben, persuasive Verben usw.) = Dimension „overt expression of persuasion“: Ein hoher Faktor 4 ist bezeichnend für stark persuasionsorientierte Texte (z.B. Geschäftsbriefe, Editorials usw.), ein tiefer Faktor 4 für wenig persuasionsorientierte Texte (z.B. Medienmitteilungen, über elektronische Medien verbreitete Texte usw.).
- Faktor 5 (z.B. viele koordinierende Konjunktionen, Passiva, Partizipialsätze der Vergangenheit usw.) = Dimension „abstract versus non-abstract information“: Ein hoher Faktor 5 ist bezeichnend für Texte stark abstrakten Inhalts (z.B. akademische Texte, offizielle Texte usw.), ein tiefer Faktor 5 für Texte wenig abstrakten Inhalts (z.B. Romanliteratur, Telefongespräche usw.).
- Faktor 6 (z.B. viele „that“-Sätze und Demonstrativa usw.) = Dimension „on-line informational elaboration“: Ein hoher Faktor 6 ist bezeichnend für stark ad hoc produzierte Texte (z.B. Reden), ein tiefer Faktor 6 für stark geplante Texte (z.B. Romanliteratur).

Durchs seine sechs Faktoren gewinnt Biber eine Skala, auf der sich jeder Text einordnen und in Bezug auf andere Texte klassifizieren lässt. Diese Beschreibung einzelner Texte führt zur Konstituierung neuer Textsorten. Was den zwischensprachlichen Vergleich betrifft, so sind die einzelnen Faktoren grundsätzlich sprachspezifisch – das heisst: abhängig von den einzelsprachlichen Ressourcen – zusammengesetzt. Die durch die Faktoren repräsentierten Dimensionen sind hingegen sprachübergreifend und bieten sich für den Textsortenabgleich an. Die hier vorgestellten Ansätze bilden die theoretisch-deduktiven beziehungsweise empirisch-induktiven Endpunkte auf einer Skala möglicher Methoden zur Textsorten-Beschreibung. Im folgenden wollen wir prüfen, in welchem Masse diese Ansätze den Problemen gerecht werden, die sich in der Übersetzungspraxis bieten.

§ 3: Probleme der Übersetzungspraxis

Zur Prüfung, in welchem Masse eine theoretisch-deduktive beziehungsweise empirisch-induktive Vorgehensweise den Problemen der Übersetzung gerecht werden, soll uns eine erste Textprobe dienen. Sie entstammt einem Kundenmagazin, das von einer Schweizer Gross-

bank an die Inhaber einer von der Bank distribuierten Kreditkarte versandt wird. Das Magazin präsentiert Angebote (vor allem Reisen, Konsumgüter, Tickets zu Sport- und Kulturveranstaltungen), die den Kreditkarten-Inhabern zu exklusiven Konditionen offeriert werden. Aus Marketing-Sicht ist es damit ein klassisches Kundenbindungs-Instrument. Gleichzeitig soll es aber – gemäss den Maximen der „integrierten Kommunikation“ (s. in § 1) – die Identität der Bank im Bewusstsein der Kunden verankern. Dies etwa durch grafische Massnahmen, welche der Corporate Identity des Unternehmens transportieren. Das Magazin erscheint dreisprachig deutsch-französisch-italienisch, wobei die deutsche Fassung die Ausgangsfassung ist. Die folgende Textprobe A soll den Lesern den Kauf von Bonbonnieren zur Weihnachtszeit schmackhaft machen.

Textprobe A: UBS CardNews 5/03, Seite 2 – Leadtext

Leadtext	Deutsch (Ausgangstext)	Französisch (Zieltext 1)	Italienisch (Zieltext 2)
1.	Überraschen Sie Freunde und Verwandte mit einem süssen Geschenk der Zürcher Confiserie Sprüngli.	Pour les fêtes de fin d'année, surprenez vos amis et parents en leur offrant une superbe boîte de friandises du confiseur zurichois Sprüngli,...	Fate una dolce sorpresa ad amici e parenti con un dono della Confiserie Sprüngli di Zurigo.
2.	Eine eigens gestaltete Weihnachtskarte liegt jeder Sendung bei.	... accompagnée d'une carte de vœux personnalisée.	Ogni regalo sarà accompagnato da uno speciale biglietto d'auguri.

Vergleichen wir die deutsche Ausgangsfassung des Leadtextes mit den Übersetzungen, stellen wir folgendes fest:

- Die französische Fassung fasst den Inhalt des Leadtextes mit Hilfe einer Partizipialkonstruktion („... accompagnée d'...“) in einem einzigen Satz zusammen, wofür die deutsche Ausgangsfassung zwei Sätze (A.1, A.2) benötigt. Die italienische Fassung hält sich an die vom deutschen Ausgangstext vorgegebene Gliederung.
- In A.1 spezifiziert die französische Fassung den Anlass des Angebots und stellt diesen in den Fokus: „Pour les fêtes de fin d'année ...“. Die italienische Fassung hält sich an die vom deutschen Ausgangstext vorgegebene Gliederung.
- In A.2 geben die französische wie die italienische Fassung den deutschen Begriff „Weihnachtskarte“ in Ermangelung eines zielsprachlichen Äquivalents durch „carte de vœux“ beziehungsweise „biglietto d'auguri“. Hierbei wird an der italienischen Fassung nunmehr ein Nachteil sichtbar: Der durch deutsch „Weihnachtskarte“ beziehungsweise französisch „Pour les fêtes de fin d'année ...“ abgedeckte Kontext des Angebots bleibt im Leadtext unerwähnt.

Fortsetzung Textprobe A: UBS CardNews 5/03, Seite 2 – Lauftext

Lauftext	Deutsch (Ausgangstext)	Französisch (Zieltext 1)	Italienisch (Zieltext 2)
3.	Zur Weihnachtszeit bereiten die süssen Kreationen aus dem Hause Sprüngli doppelte Freude.	Choisir les douces créations de la maison Sprüngli, c'est doubler le plaisir des fêtes de Noël:	Per Natale, le dolci creazioni di Sprüngli garantiscono una doppia gioia:
4.	Wunderschön verpackt sind sie für Auge wie Gaumen ein Genuss.	emballées avec goût, elles sont un régal pour les yeux et le palais.	nelle loro bellissime confezioni, sono un piacere per il palato e per gli occhi.
5.	Nach dem grossen Verkaufserfolg im letzten Jahr hat der Zürcher Confiseur für UBS-Kreditkarteninhaber auch dieses Jahr drei exklusive Geschenke zusammengestellt.	Fort du succès enregistré l'an dernier, le confiseur zurichois propose à nouveau cette année aux détenteurs de cartes de crédit UBS trois boîtes-cadeaux exclusives.	Dopo il successo di vendite dello scorso anno, la Confiserie zurighese ha preparato anche quest'anno tre esclusivi regali per i titolari di carte di credito UBS.
6.	Schenken Sie Ihren Lieben, Freunden oder Verwandten eine Auswahl an Sprüngli-Truffes, Pralinen oder Hüppen – zu einem Spezialpreis.	L'occasion d'offrir à ceux que vous aimez – proches, amis, parents – une sélection de truffes, pralinés ou gaufrettes Sprüngli, à un prix très avantageux.	Regalate ai vostri cari, amici o parenti una selezione di tartufi, praline o cialde a un prezzo speciale.
7.	Selbstverständlich können Sie die Süssigkeiten auch für den eigenen Genuss bestellen.	Et si le coeur vous en dit, faites-vous aussi plaisir...	Ovviamente potrete ordinare queste delizie anche per voi!
8.	Und dies ganz bequem per Post von zu Hause aus.	–	E tutto ciò comodamente per posta da casa vostra.
9.	Sprüngli sorgt dafür, dass Ihr Geschenk den Empfänger rechtzeitig vor Weihnachten erreicht.	Sprüngli s'occupera de faire parvenir par courrier votre cadeau à son destinataire pour les fêtes de Noël.	Sprüngli farà pervenire il vostro regalo al destinatario poco prima di Natale.

Im weiteren Verlauf des Texts bestätigt sich das im Leadtext beobachtete Verhalten: die italienische Fassung hält sich getreuer an Wortlaut und inhaltliche Aufmachung des deutschen Ausgangstextes. Die französische Fassung zeigt hingegen einige deutliche Abweichungen:

- In A.3 präsentiert die französische Fassung ein unpersönliches Subjekt, während der deutsche Ausgangstext als Subjekt die „süssen Kreationen“ nennt.
- In A.6 wählt der/die Verfasser/in der französischen Fassung einen Nominalsatz.

- In A.7 wird das eher abstrakte „für den eigenen Genuss“ der deutschen Ausgangsfassung in der französischen Fassung durch personalisiertes „... si le coeur vous en dit ...“ wiedergegeben. Nota bene: Auch der/die Verfasser/in der italienischen Fassung wählt hier persönliches „per voi“.
- Der Inhalt von A.8 entfällt in der französischen Fassung vollständig.

Unsere Analyse zeigt, dass sich gerade der/die Verfasser/in der französischen Fassung offenkundig vor Übersetzungsprobleme gestellt sieht. Diese Probleme legen es ihm/ihr nahe, in gewissen Passagen von den Vorgaben der deutschen Ausgangsfassung abzuweichen: im einzelnen durch ...

- Weglassen einzelner Informationseinheiten (A.8)
- Kombinieren einzelner Informationseinheiten in längeren Sätzen (A.1+A.2)
- Nominalsatz statt vollständiger Satz (A.6)
- konkrete statt abstrakte Ausdrucksweise (A.7)
- Wahl eines anderen Satzfokus oder eines anderen Subjekts (A.1, A.3)

Diese Abweichungen sind nicht durch die unterschiedlichen Sprachsysteme bedingt (wie etwa die Wahl eines äquivalenten französischen wie italienischen Begriffs für deutsch „Weihnachtskarte“ in A.2). Vielmehr sind sie sprachlich-stilistischer Natur. Gemäss der in § 1 präsentierten Ausgangslage können diese Abweichungen im Sinne sprachlich-stilistischer (textinterner) Variablen also textsortenrelevant sein. Ob dies der Fall ist, soll § 4 klären – beziehungsweise im Sinne der Formulierung von § 2 die Frage beantworten, in welchem Masse die behandelten Ansätze der Textsorten-Beschreibung solche Abweichungen einordnen und im Hinblick auf eine Textsorten-Äquivalenz bewerten können.

§ 4: Deduktive und induktive Beschreibung und Probleme der Übersetzungspraxis

Den Beginn macht die theoretisch-deduktive Beschreibungsmethode. Ein Blick auf den deutschen Ausgangstext offenbart bereits erste Probleme: eine klare Zuweisung des Ausgangstextes zu den von Reiss oder Hatim-Mason definierten Texttypen ist nicht möglich, da es sich hierbei um eine Hybridform gemäss § 1 handelt. Dementsprechend enthält der Ausgangstext Bestandteile aller Texttypen. Er ist ...

- „informativ“ beziehungsweise „expositorisch“, da er über ein Angebot informiert – was im weiteren Textverlauf übrigens noch nuancierter zum Vorschein kommt, da der Text in journalistischer Aufmachung die Geschichte der Confiserie Sprüngli aufrollt.
- „expressiv“ beziehungsweise „argumentativ“, da er dem Leser die Vorteile des Produkts mit verkäuferischer Begeisterung schildert.
- „operativ“ beziehungsweise „instruktiv“, da er den Leser zum Kauf des Produkts auffordert.

Selbst wenn wir davon ausgingen, dass die theoretisch-deduktiven Beschreibungsansätze die Realisierung der einzelnen kommunikativen Funktionen mit jeweils klaren sprachlichen

Handlungsanweisungen verknüpfen – was nur ganz bedingt der Fall ist¹⁴ – würde der hohe Grad der Hybridisierung keine klare Bewertung der deutschen Ausgangsfassung von Textprobe A und ähnlich konzipierter Texte erlauben. Dementsprechend wäre es auch nicht möglich, die Übersetzungen bezüglich ihrer Textsortenäquivalenz zu prüfen.

Diese Schwierigkeit ist bei der empirisch-induktiven Beschreibungsmethode a priori nicht gegeben. Eine sprachstatistische Vorgehensweise klassifiziert Texte flexibel und wird daher Hybridformen gerecht. Allerdings besitzen auch empirisch-induktive Ansätze einen entscheidenden Nachteil: Wie gezeigt beschreiben sie einen Text anhand sprachliche-stilistischer Variablen. Jedoch berücksichtigen sie nicht konsequent die von den erfassten Variablen wahrgenommenen Funktionen. Die in § 2 vorgestellte Faktoranalyse von Biber 1988 entgeht diesem Problem nicht. Zwar sind gewisse von Bibers Faktoren funktions- und wirkungsgebunden (etwa Faktor 4, der die Persuasionshaltung eines Textes misst), andere jedoch situationsgebunden (etwa Faktor 6, der die Produktionsbedingungen eines Textes erfasst). Dies ist gerade für die Bewertung von Übersetzungen ein entscheidender Nachteil: Gemäss § 1 nimmt jeder Text eine bestimmte kommunikative Funktion wahr; dabei ist Textsortenäquivalenz nur im Falle der funktionalen Identität von Ausgangstext und Übersetzung gegeben. Wenn jedoch die Funktion oder Wirkung des Ausgangstexts nicht vollständig erfasst werden kann, lässt sich auch keine funktionale Identität mit dem Zieltext feststellen. Oder konkret auf unser Fallbeispiel bezogen: Der deutsche Ausgangstext in Textprobe A lässt sich durch Bibers Faktoranalyse hinsichtlich seiner – offensichtlich komplexen – Funktion nicht umfassend festlegen. Damit scheidet der Vergleich mit den Zieltexten.

Fazit: Sowohl die theoretisch-deduktive als auch die empirisch-induktive Textsorten-Beschreibung sind aus unterschiedlichen Gründen nicht dazu geeignet, die Textsortenäquivalenz zu prüfen. Welche Anforderungen hingegen eine – gerade für die Übersetzungswissenschaft – taugliche Beschreibung zu erfüllen hat, soll § 5 zeigen.

§ 5: Preliminarien zu einem neuen Ansatz der Textsorten-Beschreibung

In § 4 haben wir die Defizite der herkömmlichen Beschreibungsmethoden genannt. Aus diesen Defiziten lassen sich implizit vier Anforderungen ableiten, die eine Textsorten-Beschreibung gerade für die Bedürfnisse der Übersetzungswissenschaft erfüllen muss. Sie lauten im einzelnen: Eine Textsorten-Beschreibung ...

¹⁴ So berücksichtigt beispielsweise Brinker 1997, 126ff. in seiner theoretisch-deduktiven Textsorten-Klassifikation in einem letzten Analyseschritt auch „textsortenspezifische sprachliche (lexikalische und syntaktische) Mittel“. Vgl. speziell Brinker 1997, 140f.: „Abschließend ist zu betonen, daß die aufgeführten Kriterien primär zur Abgrenzung von Textsorten dienen; eine Beschreibung von Textsorten hat vor allem Merkmale zu berücksichtigen, die die sprachliche Gestaltung des Textes betreffen (Syntax, Lexik usw.). Aufgrund der vorgeschlagenen Kriterien kann zumindest der Bereich der Gebrauchstexte so weit gegliedert werden, daß eine systematische Untersuchung sog. textsortenspezifischer sprachlicher Formen und Strukturen auf breiter Textbasis möglich wird.“ Brinkers letzter Hinweis impliziert nota bene, dass – wie oben im Text ausgeführt – eine theoretisch-deduktive Klassifikation Hybridformen sprachlich nur schwer gerecht werden kann.

- ... muss ausreichend dynamisch sein, um auch hybride Textformen ausreichend zu erfassen. In diesem Sinne muss sie weniger starre Klassifizierung als vielmehr flexible Beschreibung sein.
- ... muss die kommunikative Funktion eines Textes erfassen und wirkungsorientiert sein¹⁵. Die Funktion beziehungsweise Wirkung eines Textes orientiert sich dabei gemäss § 1 einerseits am pragmatischen Kontext; andererseits bemisst sie sich an sprachlich-stilistischen wie inhaltlichen Variablen. Da der pragmatische Kontext bei Ausgangstext wie Zieltext identisch ist – beide Texte erscheinen beispielsweise im selben Medium – sind für die Frage der Textsortenäquivalenz nur die sprachlich-stilistischen wie inhaltlichen Variablen relevant.
- ... muss diese sprachlich-stilistischen und inhaltlichen Variablen zu übergeordneten Textdimensionen vereinen. Diese Dimensionen müssen sowohl die rein sprachliche Realisierung (Mikrostruktur) wie auch die inhaltliche Thematisierungsstrategie (Makrostruktur) bemessen. Zu dieser inhaltlichen Thematisierungsstrategie gehören im weitesten Sinne textgestalterische Vorgaben – wie etwa die Vorgabe eines Titels, eines Leadtexts usw.
- ... muss in konkrete sprachlich-stilistische und inhaltliche Handlungsanweisungen münden.

Diese vier Anforderungen dienen uns in § 6 als Leitfaden, einen neuen, für die Zwecke der Übersetzungspraxis geeigneten Ansatz der Textsorten-Beschreibung zu formulieren.

§ 6: Ein neuer Ansatz der Textsorten-Beschreibung

Gemäss den in § 5 formulierten Präliminarien bezeichnen wir unseren Beschreibungsansatz als „dynamisch-wirkungsorientiert“. Ausgangspunkt ist eine empirische Beobachtung: Die in der Praxis bewährten Textsorten-Beschreibungen nennen jeweils sprachlich-stilistische wie inhaltliche Handlungsanweisungen. Dabei findet sich ein wiederkehrendes Muster. Die von den Praktikern empfohlenen Handlungsanweisungen lassen sich jeweils vier Dimensionen zuschreiben:

1. Handlungsanweisungen bezüglich des Sprachstils
2. Handlungsanweisungen bezüglich des Inhaltspräsentation
3. Handlungsanweisungen bezüglich der Textstruktur
4. Handlungsanweisungen bezüglich der äusseren Gestaltung

¹⁵ Bezüglich der Textwirkung orientiere ich mich am empirisch gewonnenen „Kommunikationsquadrat“ von Schulz von Thun 1981, 44ff. Demnach wirkt ein Text auf vier Ebenen: auf der Sachebene (der Verfasser informiert über den Sachverhalt), auf der Selbstoffenbarungsebene (der Verfasser offenbart seine Meinung, Einstellung usw.), auf der Beziehungsebene (der Verfasser gibt zu verstehen, was er vom Leser hält) sowie auf der Appellebene (der Verfasser nimmt Einfluss auf den Leser). Diese vier Wirkungsebenen lassen sich durchaus mit den drei Texttypen bei Reiss 1976 beziehungsweise Hatim-Mason 1990 Beziehung bringen. Vorwiegend auf der Sachebene operieren so der „informative“/„expositorische“ Texttyp, auf der Selbstoffenbarungs- und Beziehungsebene der „expressive“/„argumentative“ Texttyp, auf der Appellebene der „operative“/„instruktive“ Texttyp.

Die Handlungsanweisungen der ersten und zweiten Dimension sind sprachlich-stilistisch (mikrostrukturell), diejenigen der dritten und vierten Dimension inhaltlich (makrostrukturell).

Zur Illustration dieser empirisch gewonnenen Dimensionen soll uns ein Beispiel dienen: die Handlungsanweisungen zur Textsorte „Presseerklärung“ – eine klassische Textsorte der Unternehmenskommunikation. Wir richten uns dabei nach der jüngsten Darstellung von Falkenberg 2000, 122ff.:

1. Erste Dimension: Handlungsanweisungen bezüglich des Sprachstils:
 - o unpräzise Äußerungen vermeiden.
 - o knapp und prägnant schreiben, Umfang beschränken (auf 70 Zeilen à maximal 50 Anschläge = 1 1/2 Seiten).
2. Zweite Dimension: Handlungsanweisungen bezüglich der Inhaltspräsentation:
 - o Daten und Fakten zum Thema präsentieren.
 - o Tatsachen und Stellungnahme kombinieren.
 - o anschauliche und klare Zitate verwenden.
 - o eine klare inhaltliche Position der Organisation einnehmen.
3. Dritte Dimension: Handlungsanweisungen bezüglich der Textstruktur:
 - o sich auf ein klares Thema beschränken.
 - o wahlweise mit Daten oder über Stellungnahme in den Text einsteigen.
 - o zentrale Aussagen deutlich hervortreten lassen.
 - o klare Schwerpunkte setzen (also Daten und Argumente selektiv aufführen).
4. Vierte Dimension: Handlungsanweisungen bezüglich der äusseren Gestaltung:
 - o bei längeren Texten Leadtext in Betracht ziehen.
 - o bei mehr als zwei Absätzen Zwischentitel einfügen.
 - o das Datum einfügen.
 - o anschliessend an den Text Auskunftsperson (mit Adresse, Telefonnummer) nennen.

Diese vier sprachlich-stilistischen beziehungsweise inhaltlichen Dimensionen bilden auch den Kern anderer, von Praktikern vorgenommener Textsorten-Beschreibungen. Der Nachweis hierfür muss andernorts erfolgen. Für unsere Zwecke entscheidend ist vielmehr, dass sich diese vier Dimensionen zu folgendem „dynamisch-wirkungsorientierten“ Beschreibungsansatz systematisieren lassen:

1. Erste Dimension „Sprachstil“:
 - 1.1. extensiv oder komprimiert? -> Variable „Verständlichkeit“
 - 1.2. anregend oder nüchtern? -> Variable „Anreiz“
2. Zweite Dimension „Inhaltspräsentation“:
 - 2.1. informierend oder Stellung nehmend? -> Variable „Faktizität“
 - 2.2. vorgänglich oder beschreibend? -> Variable „Dynamik“

3. Dritte Dimension „Textstruktur“ :
 - 3.1. deduktive oder induktive Argumentation? → Variable „Deduktivität“
 - 3.2. poly- oder monoperspektivisch? → Variable „Perspektivität“
4. Vierte Dimension „Textgestaltung“ :
 - 4.1. gegliedert oder unstrukturiert? → Variable „Gliederung“
 - 4.2. formelhaft oder frei formuliert? → Variable „Reglementierung“

Den einzelnen Dimensionen sind jeweils zwei, binär formulierte Variablen zugeordnet, die sprachlich-stilistische wie inhaltliche Charakteristika des Texts hinterfragen. Unser vierdimensionaler Ansatz erfüllt dabei die in § 5 gestellten Anforderungen an eine für die Übersetzungspraxis geeignete Textsorten-Beschreibung:

- Er ist insofern dynamisch, als sich die acht Variablen quantitativ bemessen und auf einer Skala einordnen lassen. Ein Text ist also mehr oder weniger extensiv und dadurch weniger oder mehr komprimiert, mehr oder weniger anregend und dadurch weniger oder mehr nüchtern usw. Wie wir weiter unten zeigen, sind diese Variablen jeweils mit klaren sprachlich-stilistischen wie inhaltlichen Handlungsanweisungen verbunden.
- Er ist insofern wirkungsorientiert, als die acht Variablen Charakteristika prüfen, die über die Textwirkung entscheiden. Zumindest einige dieser Variablen sind in ihrer kognitiven Wirkung erforscht und präzise fassbar (siehe etwa zur Verständlichkeit § 7).

In diesem Beitrag fehlt der Platz, die einzelnen Dimensionen beziehungsweise Variablen ausführlich vorzustellen. Einen Überblick gewährt die Checkliste mit den wesentlichen sprachlich-stilistischen wie inhaltlichen Handlungsanweisungen, die im Anhang am Ende des Beitrags folgt. Im folgenden beschränke ich mich darauf, in § 7 sowie § 8 die zwei ausgewählten Variablen „Verständlichkeit“ beziehungsweise „Dynamik“ anhand eines Ausgangs- und eines Zieltexts vorzustellen.

§ 7: Erstes Beispiel – die Variable „Verständlichkeit“

Die Variable „Verständlichkeit“ gehört der sprachlich-stilistischen Dimension „Sprachstil“ an. Sie bemisst sich am Grad der Extensivität beziehungsweise Komprimierung der sprachlichen Aussage. Die wichtigsten Handlungsanweisungen dieser Variablen lauten¹⁶:

Variable: 1.1 „Verständlichkeit“	
übergeordnete Dimension: 1. „Sprachstil“	
<i><- abnehmende Verständlichkeit</i> = <i>komprimiert</i>	<i>zunehmende Verständlichkeit -></i> = <i>extensiv</i>
nominale Ausdrucksweise: Handlung zu Nomen (Verbalabstrakta) verdichtet	verbale Ausdrucksweise: Handlung durch Verben ausgedrückt
Nominalgruppen und Klemmkonstruktionen: nominale Attribute	Satzgefüge: Attribute durch Relativsätze ausgedrückt

¹⁶ Weitere Handlungsanweisungen zur Steigerung der sprachlichen Verständlichkeit nennen Hajnal-Item 2000.

Vereinfachung des Zeitelements: vermehrt einfache statt zusammengesetzte Zeiten	Ausschöpfung des Zeitelements: zusammengesetzte Zeiten (sofern sie der sprachlichen Logik entsprechen)
unkontrollierter Satzbereich: informationsreiche, lange Sätze	kontrollierter Satzbereich: dosierte Information pro Satz, kürzere Sätze

Kognitive Studien bestätigen den Zusammenhang zwischen zunehmender Komprimierung und abnehmender Verständlichkeit und somit die Wirkung dieser Handlungsanweisungen¹⁷. Die Relevanz der Variablen „Verständlichkeit“ bestätigt sich im Praxisvergleich. In der Folge prüfen wir die Äquivalenz eines Zieltextes anhand der oben aufgelisteten Handlungsanweisungen. Unsere Textprobe B stammt aus dem Jahresbericht der Novartis AG und leitet in das Kapitel „Corporate Citizenship“ ein; der Ausgangstext ist in Englisch, der Zieltext in Deutsch abgefasst.

Textprobe B: Aus dem Jahresbericht 2002 der Novartis AG (S. 40)

	Englisch (Ausgangstext)	Deutsch (Zieltext)
1.	Corporate Citizenship Making Things Happen	Corporate Citizenship Aus Tugenden werden Taten
2.	In our previous Corporate Citizenship reporting we focused extensively on explaining the reasons for our social, humanitarian and ecological commitment and describing the processes we initiated to fulfil our pledges.	In unserer bisherigen Corporate Citizenship Berichterstattung war es uns immer ein Anliegen, ausgiebig die Gründe für unsere gesellschaftlichen, humanitären und ökologischen Ziele zu beschreiben und unsere Prozesse zu erläutern, die die Umsetzung gewährleisten sollen.
3.	These mainly revolved around ascertaining our performance in the relevant areas, developing policies and guidelines, and defining targets.	Primär ging es darum, in vielen relevanten Gebieten den augenblicklichen Status zu erheben, Grundsätze zu definieren, Richtlinien zu formulieren und Ziele festzulegen.
4.	We also reported on our many implementation programs and awareness campaigns aimed at incorporating our Corporate Citizenship principles into our business activities.	Wir berichteten auch über viele unserer Ansätze, mit Bewusstseinskampagnen und Programmen unsere Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung in unsere Geschäftsprozesse zu inkorporieren.
5.	At the time we had few tangible results to show for all our new endeavors.	Aber wir hatten bisher nur wenige Ergebnisse zu präsentieren.

¹⁷ S. hierzu die Zusammenfassung bei Groeben 1982, 218ff.

6.	This year, based on the feedback we have received from stakeholders, we have tried to focus more on describing the tangible results of our activities and on discussing both our successes and shortcomings.	Basierend auf der Resonanz, die wir von vielen Seiten erhalten haben, versuchen wir in diesem Jahr, uns stärker auf die greifbaren Ergebnisse unserer Aktivitäten zu konzentrieren und Erfolge ebenso wie die Defizite zu diskutieren.
7.	We believe that this new reporting attitude reflects a new level of corporate maturity.	Wir glauben, dass dieser neue Stil unserer Berichterstattung einen neuen Grad der Reife in unserem Unternehmen widerspiegelt.
8.	To us, Corporate Citizenship builds on three pillars:	Corporate Citizenship baut für uns auf drei Säulen auf:
9.	active engagement in society in areas where we are competent; helping where we can and where help is needed most; establishing and implementing transparent, ethical corporate standards and policies.	erstens auf dem gesellschaftlichen Engagement in allen Bereichen, in denen wir kompetent sind, zweitens darauf, überall Hilfe anzubieten, wo wir dazu in der Lage sind und wo sie am nötigsten gebraucht wird und drittens konzernweit klar verständliche ethische Standards und Strategien einzuführen und umzusetzen.

Der Vergleich von Ausgangstext und Zieltext ergibt folgendes:

- Ausgangstext wie Zieltext stützen sich stark auf eine nominale Ausdrucksweise ab. Dabei präsentiert sich der deutsche Zieltext noch eine Spur komprimierter: vgl. B.2 deutsch „... und unsere Prozesse zu erläutern, die die Umsetzung gewährleisten sollen“ mit nominalem „Umsetzung“ für englisch „... and describing the processes we initiated to fulfil our pledges“ mit verbalem „to fulfil“.
- Ausgangstext wie Zieltext verwenden Nominalgruppen, die allerdings nicht übermäßig lang sind: vgl. B.6 „the tangible results of our activities“ beziehungsweise „die greifbaren Ergebnisse unserer Aktivitäten“, B.7 „a new level of corporate maturity“ beziehungsweise „einen neuen Grad der Reife in unserem Unternehmen“. Wie das letzte Beispiel zeigt, neigt die deutsche Übersetzung aus Systemgründen auch hier zu längeren Nominalgruppen. So entspricht dem englischen „corporate maturity“ aus attributivem Adjektiv plus Nomen die deutsche Nominalgruppe „Reife in unserem Unternehmen“. Analog verhält es sich in B.7, wo englisch „this new reporting attitude“ durch die deutsche Nominalgruppe „dieser neue Stil unserer Berichterstattung“ wiedergegeben werden muss.
- Ausgangstext wie Zieltext setzen auf das einfache Erzähltempus (Simple Past beziehungsweise Präteritum). Sie verzichten damit auf zusammengesetzte Zeiten: so insbesondere auf das englische Present Perfect beziehungsweise das deutsche Perfekt, das gemäß journalistischem Usus zumindest im deutschsprachigen Raum in einem Einleitungssatz wie B.2 Standard ist.
- Ausgangstext wie Zieltext charakterisieren sich durch lange Sätze: vgl. so B.2 (englisch: 30 Wörter; deutsch: 34 Wörter), B.6 (englisch: 31 Wörter; deutsch: 34 Wörter), B.9 (englisch: 29 Wörter; deutsch: 43 Wörter). Die Sätze im deutschen Zieltext sind

dabei aus Systemgründen (z.B. deutscher Artikel, deutsche Nominalgruppen für englische Adjektive usw.) mehrheitlich etwas länger als im Ausgangstext.

Die Analyse zeigt, dass Ausgangstext wie Zieltext hinsichtlich der Variablen „Verständlichkeit“ grundsätzlich äquivalent sind. Gleichzeitig stellen wir fest, dass der deutsche Zieltext sich in Einzelheiten eine Spur komprimierter präsentiert. Ursache hierfür ist das Bemühen des deutschen Übersetzers, sich eng an den englischen Ausgangstext zu halten – ein Bemühen, das sich auch in der diskutablen Wiedergabe von „incorporating“ (B.4) durch „(zu) inkorporieren“ sowie von „based on“ (B.6) durch „basierend auf“ manifestiert.

Fazit: In Einzelfragen hätte der deutsche Übersetzer bei grösserer Sensibilität für die Variable „Verständlichkeit“ durchaus die Freiheit besessen, an gewissen Textpassagen extensiver zu formulieren. Damit hätte er bei voller Äquivalenz die Nachteile einer komprimierten Sprache – sprich: geringere Textverständlichkeit – vermieden.

§ 8: Zweites Beispiel – die Variable „Dynamik“

Die Variable „Dynamik“ gehört der sprachlich-stilistischen Dimension „Inhaltspräsentation“ an. Sie bemisst sich am Vorgangsgehalt eines Textes; also daran, in welchem Masse der Text seine Kernaussagen dynamisch-vorgänglich herleitet oder statisch-beschreibend präsentiert. Die wichtigsten Handlungsanweisungen dieser Variablen lauten:

Variable: 2.2 „Dynamik“	
übergeordnete Dimension: 2. „Textinhalt“	
<i><- abnehmende Dynamik</i> = <i>statisch-beschreibend</i>	<i>zunehmende Dynamik -></i> = <i>dynamisch-vorgänglich</i>
passive Handlungsträger: wenig handelnde Personen und Institutionen	aktive Handlungsträger: viele handelnde Personen und Institutionen
statischer Verbalcharakter: statische Verben und Zustandspassiva	aktiver Verbalcharakter: aktive Handlungsverben
reguläre Syntax: Prädikatsätze, Hauptsatz plus Nebensatz, Standard-Wortfolge usw.	syntaktische Anomalien: Nominalsätze, Einwortsätze, Nachträge, Abweichen von der Standard-Wortfolge usw.
eingebundene Handlungspassagen: klare Bezüge zwischen den einzelnen Handlungspassagen durch Zeitadverbien, -konjunktionen, Pronomen usw.	Verselbständigen der einzelnen Phasen eines Geschehens: Verzicht auf genaue Zeitadverbien, Zeitkonjunktionen, Pronomen usw.
statische Epitheta: wenige, statische Adjektive oder Adverbialien	dynamische Epitheta: Verlaufspartizipien, dynamische Adjektive oder Adverbialien usw.

Die Wirkung dieser Handlungsanweisungen ist zumindest empirisch bestätigt¹⁸. Auch bestätigt sich die Relevanz der Variablen „Dynamik“ im Praxisvergleich. In der Folge prüfen wir die Äquivalenz eines Zieltextes anhand der oben aufgelisteten Handlungsanweisungen. Unsere Textprobe C entstammt der Website der Schweizerischen Bundesbahnen. Der Text will zum Buchen einer Städtereise anregen; der Ausgangstext ist in Deutsch, der Zieltext in Französisch abgefasst.

Textprobe C: Städtereisenangebot der Schweizerischen Bundesbahnen

	Deutsch (Ausgangstext)	Französisch (Zieltext)
1.	Mailand – Shoppingmetropole	Milan – Métropole du shopping
2.	Der Hit unter den City-Hits begeistert.	Le hit d'entre les City-Hits.
3.	Und das kommt nicht von ungefähr.	Et pas par hasard.
4.	Denn hier sind die berühmtesten Designer, die eleganteste Mode, die meisten Feinkostläden und die besten Restaurants zuhause.	Milan est la ville où se donnent rendez-vous les plus célèbres designers, la mode la plus élégante, les plus nombreuses épiceries fines, et les meilleurs restaurants.
5.	Umgeben von imposanten Palazzi und eindrucklichen Kirchen entwickelt sich hier eine lässige Ungezwungenheit, die für Shopping- und Kulturvergnügen geradezu prädestiniert ist und die das typische italienische Flair ausmacht.	L'atmosphère de nonchalance insouciant qui se perçoit entre ces palazzi superbes et ces églises étonnantes reflète parfaitement l'art de vivre citadin du nord de l'Italie.
6.	In dieser modernen, dynamischen und zukunftsorientierten Metropole verborgen sich einmalige Architektur- und Kunstschätze der Vergangenheit.	Milan n'est pas seulement réputée pour ses boutiques, alors ne manquez pas de visiter le Dôme, la figure emblématique de la ville.
7.	Wie der Dom, das Schloss der Sforza, die Oper Scala oder die Pinakothek Brera.	Le Château des Sforza, l'opéra de la Scala ou la Pinacothèque Brera méritent aussi le détour.

Der Vergleich von Ausgangstext und Zieltext ergibt folgendes:

- Der französische Zieltext ist bemüht, ein Plus an aktiven Handlungsträgern zu präsentieren: so in C.7, wo der französische Zieltext die Sehenswürdigkeiten in Subjekte eines Prädikatsatzes verwendet („l'opéra ... ou la Pinacothèque ... méritent ... le détour“).
- Der französische Zieltext verwendet zumindest partiell aktivere Verben: vgl. so in C. 4 aktives „se donnent rendez-vous les plus célèbres designers“ versus statisches „sind zuhause“ im deutschen Ausgangstext.
- Der französische Zieltext setzt zu Beginn in vermehrtem Masse auf Nominalsätze: vgl. so C.2, C.3.

¹⁸ S. zu diesen Handlungsanweisungen Kurz et al. 2000, 149ff.

- Der französische Zieltext verzichtet auf Zeitadverbien: vgl. im deutschen Ausgangstext „hier“ (C.4 und C.5), das im französischen Zieltext keine Entsprechung hat.
- Der deutsche Zieltext verzeichnet ein Plus an Adjektiven. Diese sind allerdings statisch-beschreibend (vgl. „modernen, dynamischen und zukunftsorientierten“ in C.6) und finden im französischen Zieltext keine Berücksichtigung.

Die Analyse zeigt, dass Ausgangstext wie Zieltext hinsichtlich der Variablen „Dynamik“ nicht vollständig äquivalent sind. Der französische Zieltext ist in wahrnehmbaren Masse dynamischer abgefasst.

Fazit: Der Eindruck, es handle sich beim französischen Zieltext um eine „freie“ Übersetzung, bestätigt sich. Unsere Analyse offenbart die Hintergründe dieser „freien“ Übersetzung: Ausgangstext und Zieltext sind bezüglich der Variablen „Dynamik“ nicht äquivalent. Der/die Übersetzer/in gestaltet den Zieltext dabei dynamischer, um das Angebot nicht nur zu statisch zu beschreiben, sondern durch vorgängliche Elemente eine Spur anregender zu präsentieren.

§ 9: Schlussbemerkungen

Wir haben in § 3 exemplarisch an Textprobe A gesehen, dass die herkömmlichen Methoden der Textsorten-Beschreibung aktuellen Texten aus der Unternehmenskommunikation nicht gerecht werden. Dies trifft auch für die beiden in § 7 beziehungsweise 8 behandelten Textproben B und C zu:

Die Textprobe B ist informationsorientiert, enthält jedoch gleichzeitig einen hohen Grad an Selbstdarstellung. Gemäss der in § 2 behandelten theoretisch-deduktiven Textsorten-Typologie von K. Reiss handelt es sich hier um einen hybriden, keiner der drei Haupttypen zuordbaren Text. Analog verhält es sich mit unserer Textprobe C, die aus theoretisch-deduktiver Sicht ebenso heterogene Textsorten-Elemente eines informativen Prospekts, eines expressiven Reiseführers und eines operativen Verkaufstexts aufweist. Umgekehrt lässt sich leicht absehen, dass auch eine empirisch-induktive Textsorten-Beschreibung wie diejenige von D. Biber den beiden Textproben kaum gerecht würde. Textprobe B enthielte gemäss Biber sprachliche Elemente eines narrativen wie eines abstrakten Textes. Und Textprobe C wäre in Biber's Klassifikation wohl nirgends recht einzureihen. Da die Ausgangstexte durch die herkömmlichen, auch in der Übersetzungswissenschaft rezipierten Methoden nicht zu erfassen sind, ist durch sie ein Vergleich von Ausgangstext mit Zieltext nicht möglich. Damit entfällt auch die Möglichkeit, die Textsorten-Äquivalenz zu überprüfen.

Ein dynamisch-wirkungsorientiertes, empirisch begründetes und deduktiv untermauertes Beschreibungsmodell deckt hingegen unsere Ansprüche ab. Es wird erstens hybriden Textformen gerecht und spielt zweitens seine Stärken gerade im Textvergleich aus. In Textprobe B fällt in § 7 aus Sicht eines Praktikers auf, dass der deutsche Zieltext den Nominalstil des englischen Ausgangstexts aufnimmt und gelegentlich sogar übersteigert. Unser Modell bestätigt und kategorisiert diese Einschätzung. Analog würde ein Praktiker bei Textprobe C in § 8 wohl die „freie“ Übersetzung des französischen Zieltextes hinterfragen. Auch hier unterstützt unser Modell diesen Eindruck und vermag ihn zu objektivieren. Bei beiden Textproben gibt unser Modell – obschon nur jeweils eine Variable abgefragt wird – klar über die Frage der Äquivalenz Rechenschaft.

Wozu dient unser Beschreibungsmodell in der Übersetzungspraxis? Dank seinen klaren Handlungsanweisungen ist es dem/der Übersetzer/in behilflich, seinen/ihrer Übersetzungs-

text bei Wahrung der Äquivalenz zu gestalten und allfällige Spielräume auszuloten. Es vermag ferner eine vorliegende Übersetzung zu evaluieren und allenfalls zu rechtfertigen.

Anhang: Checkliste „Dynamisch-wirkungsorientierte Textsorten-Beschreibung“

Die folgende Checkliste bietet eine Übersicht der wichtigsten Handlungsanweisungen der dynamisch-wirkungsorientierten Textsorten-Beschreibung:

Variable: 1.1 „Verständlichkeit“ übergeordnete Dimension: 1. „Sprachstil“	
<i><- abnehmende Verständlichkeit</i> <i>= komprimiert</i>	<i>zunehmende Verständlichkeit -></i> <i>= extensiv</i>
Nominale Ausdrucksweise: Handlung zu Nomen (Verbalabstrakta) verdichtet	verbale Ausdrucksweise: Handlung durch Verben ausgedrückt
Nominalgruppen und Klemmkonstruktionen: nominale Attribute	Satzgefüge: Attribute durch Relativsätze ausgedrückt
Vereinfachung des Zeitelements: vermehrt einfache statt zusammengesetzte Zeiten	Ausschöpfung des Zeitelements: zusammengesetzte Zeiten (sofern sie der sprachlichen Logik entsprechen)
unkontrollierter Satzumfang: informationsreiche, lange Sätze	kontrollierter Satzumfang: dosierte Information pro Satz, kürzere Sätze
Variable: 1.2 „Anreiz“ übergeordnete Dimension: 1. „Sprachstil“	
<i><- abnehmender Anreiz</i> <i>= geringe Spannung und Emotion</i>	<i>zunehmender Anreiz -></i> <i>= hohe Spannung und Emotion</i>
geringes Problembewusstsein: keine Fragen an den Leser	hohes Problembewusstsein: Fragen an den Leser
geringe Anschaulichkeit: wenig Bilder (Metaphern) und Vergleiche, viele Abstraktionen	hohe Anschaulichkeit: Bilder (Metaphern) und Vergleiche, wenig Abstraktionen
geringe Provokativität: keine Wortspiele und Provokationen	hohe Provokativität: Wortspiele und Provokationen
geringe Variabilität: sich wiederholende Ausdrücke, monotone Satzbaumuster	hohe Variabilität: wechselnde Ausdrücke, abwechslungsreiche Satzbaumuster

Variable: 2.1 „Faktizität“ übergeordnete Dimension: 2. „Inhaltspräsentation“	
<- <i>abnehmende Faktizität</i> = <i>Stellung nehmend</i>	<i>zunehmende Faktizität</i> -> = <i>informierend</i>
individuelle Wortwahl: Dialektwörter, sozioklektisch markierte Wörter, Neologismen	normierte Wortwahl: Standardwörter
expressive Aussagen: rhetorische Stilmittel, markierte Satzgliedfolgen	entsubjektivierte Aussagen: sachbezogene Stilmittel, unmarkierte Satzgliedfolgen
heterogener Sprachstil: Stilbrüche	homogener Sprachstil: kontinuierliche Stilebene
sprachliche Nähe: keine Modalverben und Modalpartikel, direkte Zitate	sprachliche Distanz: Modalverben, Modalpartikel, indirekte Zitate und Redeberichte
Variable: 2.2 „Dynamik“ übergeordnete Dimension: 2. „Inhaltspräsentation“	
<- <i>abnehmende Dynamik</i> = <i>statisch-beschreibend</i>	<i>zunehmende Dynamik</i> -> = <i>dynamisch-vorgänglich</i>
passive Handlungsträger: wenig handelnde Personen und Institutionen	aktive Handlungsträger: viele handelnde Personen und Institutionen
statischer Verbalcharakter: statische Verben und Zustandspassiva	aktiver Verbalcharakter: aktive Handlungsverben
reguläre Syntax: Prädikatsätze, Hauptsatz plus Nebensatz, Standard-Wortfolge usw.	syntaktische Anomalien: Nominalsätze, Einwortsätze, Nachträge, Abweichen von der Standard-Wortfolge usw.
eingebundene Handlungspassagen: klare Bezüge zwischen den einzelnen Handlungspassagen durch Zeitadverbien, -konjunktionen, Pronomen usw.	Verselbständigen der einzelnen Phasen eines Geschehens: Verzicht auf genaue Zeitadverbien, Zeitkonjunktionen, Pronomen usw.
statische Epitheta: wenige, statische Adjektive oder Adverbialien	dynamische Epitheta: Verlaufspartizipien, dynamische Adjektive oder Adverbialien usw.

Variable: 3.1 „Deduktivität“ übergeordnete Dimension: 3. „Textstruktur“	
<- <i>abnehmende Deduktivität</i> = <i>induktive Argumentation</i>	<i>zunehmende Deduktivität</i> -> = <i>deduktive Argumentation</i>
induktiver Einstieg: szenisch-sinnlicher Einstieg	deduktiver Einstieg: Vorspann-Einstieg
chronologische Gedankenfolge: linear folgende Darstellung der Geschehensphasen	hierarchische Gedankenfolge: Darstellung der Geschehensphasen nach den klassischen „W?-Fragen“
entwicklungsorientierte Darstellungshaltung: erzählende Darlegung	ergebnisorientierte Darstellungshaltung: mitteilende Darlegung
Variable: 3.2 „Perspektivität“ übergeordnete Dimension: 2. „Textstruktur“	
<- <i>abnehmende Perspektivität</i> = <i>monoperspektivischer Text</i>	<i>zunehmende Perspektivität</i> -> = <i>polyperspektivischer Text</i>
einfache personale Perspektive: sachbezogene Perspektive	wechselnde personale Perspektive: individuelle Perspektiven neben sachbezogener Perspektive
einfache zeitliche Perspektive: gegenwartsbezogene Perspektive	wechselnde zeitliche Perspektive: Vergangenheits- und Zukunftsperspektive neben gegenwartsbezogener Perspektive
einfache räumliche Perspektive: standortbezogene Perspektive	wechselnde räumliche Perspektive: standortunabhängige Perspektiven neben standortbezogener Perspektive

Variable: 4.1 „Gliederung“ übergeordnete Dimension: 4. „Textgestaltung“	
<- <i>abnehmende Gliederung</i> = <i>unstrukturiert</i>	<i>zunehmende Gliederung</i> -> = <i>gegliedert</i>
geringe innere Gliederung: wenig koordinierende Konjunktionen, Adverbien und rückverweisende Pronomen	starke innere Gliederung: zahlreiche koordinierende Konjunktionen, Adverbien und rückverweisende Pronomen
geringe äussere Gliederung: kein Leadtext („advance organizer“), keine Zwischentitel, wenig Absätze usw.	normierte äussere Gliederung: Leadtext („advance organizer“), Zwischentitel, zahlreiche Absätze usw.
Variable: 4.2 „Reglementierung“ übergeordnete Dimension: 4. „Textgestaltung“	
<- <i>abnehmende Reglementierung</i> = <i>frei formuliert</i>	<i>zunehmende Reglementierung</i> -> = <i>formelhaft</i>
frei wählbares Erscheinungsbild: keine Vorgaben bezüglich Absenderdeklarierung, Datumsformat, Post Skriptum usw.	vorgegebenes Erscheinungsbild: z.B. bezüglich Absenderdeklarierung, Datumsformat, Post Skriptum usw.
geringe Formelhaftigkeit: keine Phraseologismen, Textbausteine und Leerformeln	hohe Formelhaftigkeit: normierte Phraseologismen, Textbausteine und Leerformeln
freier Tempusgebrauch: z.B. kein standardisiertes Tempus für den Texteinstieg	standardisierter Tempusgebrauch: z.B. standardisiertes Tempus für den Texteinstieg („Einstiegspferkt“, „Einstiegspresents“)

Literatur

- Biber 1988: D. Biber, *Variation across Speech and Writing*, Cambridge-New York et al. 1988.
- Brinker 1997: K. Brinker, *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Berlin 1997⁴ (= *Grundlagen der Germanistik*; 29).
- Dressler 1975: W. Dressler, *Textgrammatische Invarianz in Übersetzungen*, in: *Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht*, hrsg. von E. Gülich-W. Raible, Wiesbaden 1975², 98-106.
- Falkenberg 2000: V. Falkenberg, *Pressemitteilungen schreiben*, Frankfurt 2000.
- Göpferich 1995: S. Göpferich, *Textsorten in Naturwissenschaften und Technik. Pragmatische Typologie – Kontrastierung – Translation*, Tübingen 1995 (*Forum für Fachsprachenforschung*; 27).
- Groeben 1982: N. Groeben, *Leserpsychologie: Textverständnis – Textverständlichkeit*, Münster 1982.
- Hajnal-Item 2000: I. Hajnal-F. Item, *Schreiben und Redigieren – auf den Punkt gebracht. Das Schreibtraining für Kommunikationsprofis*, Frauenfeld-Stuttgart-Wien 2000.
- Hatim-Mason 1990: B. Hatim-I. Mason, *Discourse and the Translator*, London-New York 1990.
- Henschelmann 1979: K. Henschelmann, *Texttypologie und Übersetzen*, in: *Sprachtheorie und Sprachenpraxis. Festschrift für Henri Vernay zu seinem 60. Geburtstag*, hrsg. von W. Mair und E. Sallager, Tübingen 1979 (= *Tübinger Beiträge zur Linguistik*, 112), 53-70.
- Kretzenbacher-Thurmair 1992: H.L. Kretzenbacher-M. Thurmair, *Textvergleich als Grundlage zur Beschreibung einer wissenschaftlichen Textsorte: Das Peer Review*, in: K.-D. Baumann-H. Kalverkämper (Hrsg.), *Kontrastive Fremdsprachenforschung*, Tübingen 1992, 135-146.
- Kurz et al. 2000: J. Kurz-D. Müller-J. Pötschke-H. Pöttker, *Stilistik für Journalisten*, Wiesbaden 2000.
- Linke et al. 1996: A. Linke-M. Nussbaumer-P.R. Portmann, *Studienbuch Linguistik. 3., unveränderte Auflage*, Tübingen 1996.
- Mast 2002: C. Mast, *Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden*, Stuttgart 2002.
- Neumann 2003: S. Neumann, *Textsorten und Übersetzen. Eine Korpusanalyse englischer und deutscher Reiseführer*, Frankfurt a.M. 2003 (= *Sabest*, Band 3).
- Nord 1995: Chr. Nord, *Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsorientierten Textanalyse*, Heidelberg 1995³.
- Reiss 1976: K. Reiss, *Texttyp und Übersetzungsmethode. Der operative Text*, Kronberg/Ts. 1976.
- Schulz von Thun 1981: F. Schulz von Thun, *Miteinander reden 1. Störungen und Klärungen*, Hamburg 1981 (2003³⁸).
- Weischenberg 2001: S. Weischenberg, *Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis*, Wiesbaden 2001.

Ivo Hajnal

Innrain 52

Universität Innsbruck

A-6020 Innsbruck

Abteilung Sprachwissenschaft

Email: ivo.hajnal@uibk.ac.at