

# **Die Ebene des Einzeltextes**

Thema 2

- 
- Die Leitfragen einer diskursanalytischen Textanalyse lauten:
  - Welches Bild der Wirklichkeit versucht dieser Text zu vermitteln?
  - Wovon will er die Lesenden überzeugen?
  - Wozu will er sie veranlassen?
  
  - Die Analyse der sprachlichen Mittel ist kein Selbstzweck, sondern dient der Beantwortung dieser Fragen.



# Wer spricht?

## Perspektive

---

### **Ich-Form**

- tendieren die Lesenden dazu, den Erzähler im Text mit dem physischen Autor zu identifizieren (ab. "lyrisches Ich")
- Anstrich von Authentizität, aber auch von Subjektivität
- lange Zeit vermieden

### **Wir-Form**

- Exklusives Wir (Autorenkollektiv, Gruppe)
- Inklusives Wir (Sprechender + Rezipient)
- Extensiv

### **Autorentilgung**

- - in Schuelertexten, Preetexten
- - Pronomen es, man, den Text personifizieren (Dieses Buch behandelt...), andere Personen und Sachverhalte zum Subjekt machen.
- - Ich wird umgegangen



# Eine Stimme – viele Stimmen

---

- die Stimme des Autors
- Andere Stimmen integrieren:
- Das wortliche Zitat
- dicendi (sagte vs behauptete)
- - das indirekte Zitat (Konjunktiv)
- Anspielungen auf andere Texte



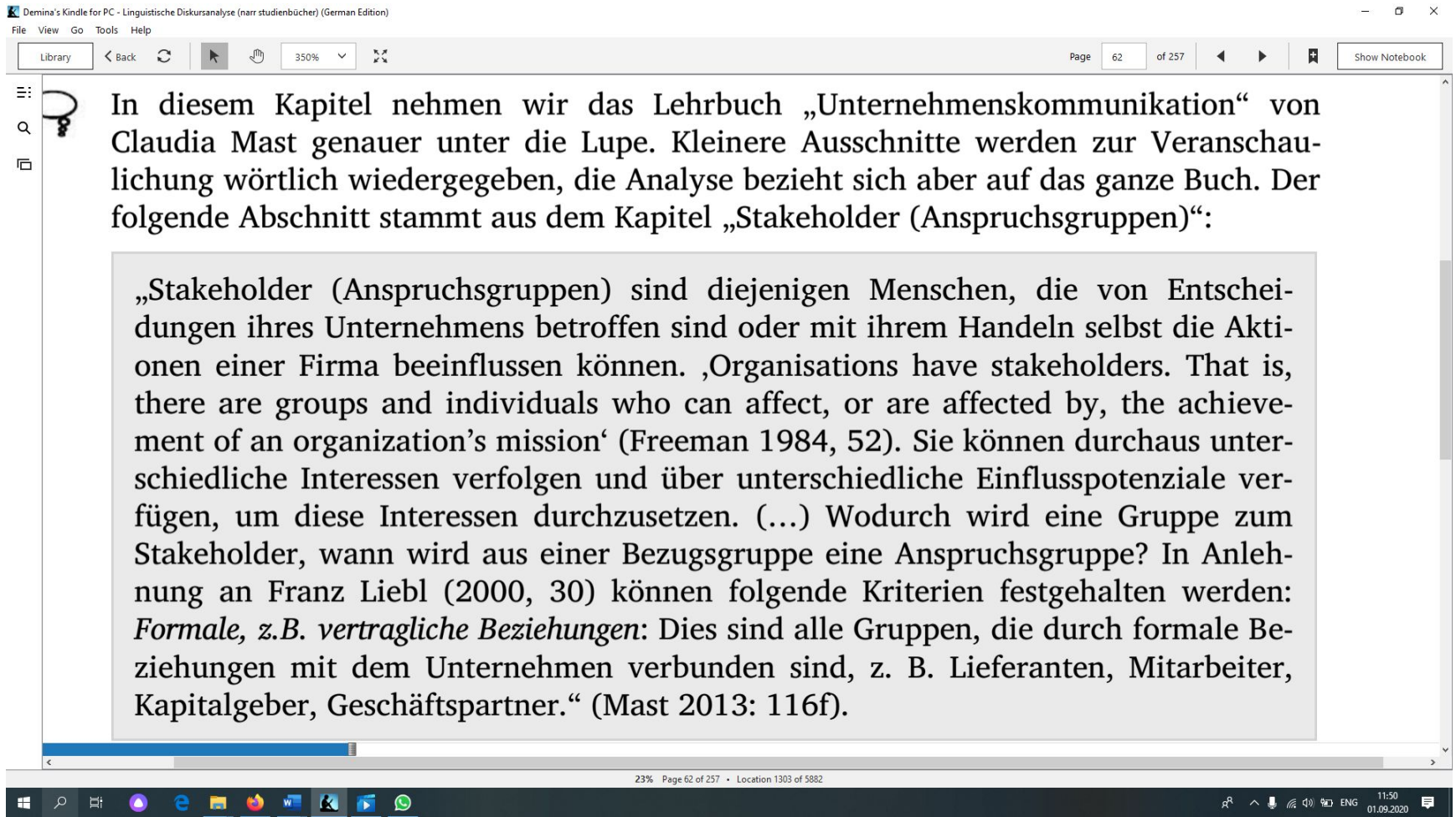
# Leseransprache

---

- Den Rezipierenden explizit anreden
- - mit Sie oder du
- - Werbung, Gebrauchsanweisungen
- - wird oft als Manipulation wahrgenommen



# Beispiel



Demina's Kindle for PC - Linguistische Diskursanalyse (narr studienbücher) (German Edition)

File View Go Tools Help

Library < Back ↻ ⏪ ⏩ 350% ↻

Page 62 of 257 Show Notebook

In diesem Kapitel nehmen wir das Lehrbuch „Unternehmenskommunikation“ von Claudia Mast genauer unter die Lupe. Kleinere Ausschnitte werden zur Veranschaulichung wörtlich wiedergegeben, die Analyse bezieht sich aber auf das ganze Buch. Der folgende Abschnitt stammt aus dem Kapitel „Stakeholder (Anspruchsgruppen)“:

„Stakeholder (Anspruchsgruppen) sind diejenigen Menschen, die von Entscheidungen ihres Unternehmens betroffen sind oder mit ihrem Handeln selbst die Aktionen einer Firma beeinflussen können. ‚Organisations have stakeholders. That is, there are groups and individuals who can affect, or are affected by, the achievement of an organization’s mission‘ (Freeman 1984, 52). Sie können durchaus unterschiedliche Interessen verfolgen und über unterschiedliche Einflusspotenziale verfügen, um diese Interessen durchzusetzen. (...) Wodurch wird eine Gruppe zum Stakeholder, wann wird aus einer Bezugsgruppe eine Anspruchsgruppe? In Anlehnung an Franz Liebl (2000, 30) können folgende Kriterien festgehalten werden: *Formale, z.B. vertragliche Beziehungen*: Dies sind alle Gruppen, die durch formale Beziehungen mit dem Unternehmen verbunden sind, z. B. Lieferanten, Mitarbeiter, Kapitalgeber, Geschäftspartner.“ (Mast 2013: 116f).

23% Page 62 of 257 • Location 1303 of 5882

11:50 01.09.2020

# Aufgabe

---

- Untersuchen Sie, aus welcher Perspektive der Ausschnitt aus dem Leitbild eines Detailhandelsunternehmens geschrieben ist. Welche Wirkung kommt durch die Perspektivierung zustande?





### Ausschnitte aus dem Leitbild eines Detailhandelsunternehmens

Das Unternehmensleitbild dient uns als Orientierungsgrundlage für unser Verhalten und Handeln. Wir bekennen uns zu ethischem und verantwortungsvollem Handeln, sowohl im individuellen als auch im unternehmerischen Bereich. Es bildet die Basis unserer Unternehmenskultur, erläutert unsere wichtigsten Prinzipien und umfasst Richtlinien für den Umgang mit unseren Stakeholdern. [...]

#### IV Unsere gesellschaftliche Verantwortung

Wir stehen zu einem verantwortungsbewussten Unternehmertum und handeln ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortungsvoll. Wir setzen Impulse und leisten Beiträge in den unten aufgeführten fünf Bereichen, denn wir wissen um die Wichtigkeit für ein nachhaltiges Handeln als Unternehmen. Wir verstärken nachhaltig unsere gesellschaftliche Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden, der Umwelt und der Gesellschaft.

1. Gesunde Ernährung
2. Lokale Verbundenheit
3. Respekt für unsere Umwelt
4. Ein interessanter Platz zum Arbeiten
5. Engagement für die Gesellschaft

Wir integrieren diese fünf Grundsätze in unser tägliches Handeln. Unsere Mitarbeitenden sind angehalten, diese wo immer möglich anzuwenden und damit zu arbeiten.

Analysieren Sie in Ihren Beispieltexten, aus welcher Perspektive sie geschrieben sind. Überlegen Sie sich, was die Autoren damit bezwecken, genau diese Form der Perspektivierung zu wählen.



#### Notes and Highlights

+ Flashcards Export

Filter by All items ▾

#### 5 DIE EBENE DES EINZELTEXTES I: TEXTANALYSE

☆ BOOKMARK · PAGE 63

5.2 Nomination & Prädikation: Wie werden die Akteure dargestellt? 63 Aufgaben Aufgabe 4: Untersuchen Sie, aus welcher Perspektive der abgedruckte Ausschnitt aus dem Leitbild eines



# Hausaufgabe

---

- Finden Sie einen Zeitungstext. Beschreiben Sie, aus wessen Perspektive er geschrieben ist und in welcher Form die Perspektive dargestellt ist. Erklären Sie, warum die Autorinnen diese Form(en) gewählt haben.

