

Kooperationsprinzip und Kooperationsmaximen

Clemens Rolf Sökefeld

Kooperationsprinzip und Konversationsmaximen

Die Theorie der Konversations-Implikaturen
als Basis einer empirischen Analyse von Äußerungen

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

ISBN 978-3-96138-360-3

© 2023 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

EUR 56,00

Gewidmet:

Meinen Eltern, die mich gelehrt haben,
dass die Liebe wichtiger ist als alles andere.

Inhaltsverzeichnis

0. Einleitung	15
1. Das Grice-Programm.....	21
1.1 Architektonik.....	22
1.1.1 Material	22
1.1.2 Standortbestimmung	23
1.1.3 Grice's Plan.....	24
1.2 Theoretische Grundlagen	26
1.2.1 Handlung.....	26
1.2.2 Theorie des kommunikativen Handelns	27
1.2.2.1 Bedeutung und Kommunikation.....	28
1.2.2.2 Sprechen und Kommunizieren	29
1.2.2.3 Sagen und Meinen	31
1.2.2.4 Sprechen und Verstehen	31
1.2.3 Meinen und Bedeuten	34
1.2.3.1 Bedeutung _{nm}	34
1.2.3.2 Bedeutung _n	36
1.2.3.3 Bedeutung und Intention.....	37
1.2.4 Zeitunabhängig und situationsbezogen.....	39
1.2.4.1 Zeitunabhängig	39
1.2.4.2 Situationsbezogen.....	40
1.2.4.3 Ockham's modifiziertes Rasiermesser	41
1.2.4.4 Repertoire und Verfahren	43
1.3 Theorie der Konversations-Implikaturen	45
1.3.1 Kooperationsprinzip und Konversationsmaximen	46
1.3.2 Konversationsmaximen und Konversationserwartungen	47
1.3.2.1 Individuelle Prinzipien.....	48
1.3.2.2 Allgemeine Verwendung des Kooperationsprinzips	50
1.3.2.3 Verstöße gegen Konversationsmaximen	51
1.3.2.4 Darstellung der Konversationsmaximen und -erwartungen.....	53
1.3.3 Entbindung von moralischen Aspekten	58

1.3.4 Klassen von Implikaturen	59
1.3.4.1 Generalisierte konversationale Implikaturen.....	59
1.3.4.2 Partikularisierte konversationale bzw. situationsbedingte Implikaturen	61
1.3.4.3 Konventionale Implikaturen	61
1.3.5 Implikaturen erzeugen und erschließen	64
1.3.5.1 Schemata	64
1.3.5.2 Implikaturen und Konventionen	65
1.3.5.3 Konventionalisierung von Implikaturen	67
1.3.6 Implikaturen und offene Fragen	69
1.3.6.1 Alle Äußerungen sind Implikaturen	70
1.3.6.2 Wahrheit.....	72
1.3.6.3 Wahrhaftigkeit, Aufrichtigkeit, Reputation.....	74
1.3.6.4 Praxistauglichkeit der Theorie der Konversations-Implikaturen ..	77
2. Wurzeln	78
2.1 Prinzipien	79
2.1.1 Kritik der reinen Vernunft	80
2.1.2 Kritik der praktischen Vernunft.....	83
2.1.3 Kritik der Urteilskraft	85
2.2 Kategorien.....	88
2.2.1 Kritik der reinen Vernunft	89
2.2.2 Kritik der praktischen Vernunft.....	92
2.2.3 Kritik der Urteilskraft	95
2.3 Maximen.....	96
2.3.1 Kritik der reinen Vernunft	97
2.3.2 Kritik der praktischen Vernunft.....	99
2.3.3 Kritik der Urteilskraft	102
2.4 Konsequenzen	104
2.4.1 Verallgemeinerungen	104
2.4.2 Dichotomien.....	107
2.4.3 Mittelbarkeit.....	112

2.4.4 Grundlagen einer handlungstheoretischen Semantik.....	115
3. Konsequenzen: die Verflechtung Kant–Grice	119
3.1 Grice’s Kant-Rezeption in der Forschung	121
3.1.1 Sprachmoralische Konversationsmaximen.....	121
3.1.1.1 Der Zwang, Maximen zu erfüllen.....	121
3.1.1.2 Richtiges Sprechen	123
3.1.1.3 Bilanz	125
3.1.2 Interpretation der Kant-Verweise	127
3.1.2.1 Der Hintergrund des Hintergrunds der Konversations-Implikaturen	127
3.1.2.2 Bedingungen von Kommunikation.....	128
3.1.2.3 Mutmaßungen über Grice	131
3.1.3 Berücksichtigung der Kant-Verweise.....	132
3.1.3.1 Regeln des Regelverstoßes	132
3.1.3.2 Eine „der größten linguistischen Entdeckungen“ des 20. Jahrhunderts.....	134
3.1.3.3 Status der Konversationsmaximen	136
3.1.4 Fehlinterpretationen der Kant-Verweise.....	137
3.1.4.1 Sprachökonomie	137
3.1.4.2 Maximen zur Zielerreichung	140
3.1.4.3 Humor	141
3.2 Nachweise der theoretischen Vorlagen von Kant bei Grice	142
3.2.1 Verfahren der Theoriebildung	142
3.2.1.1 Echo	142
3.2.1.2 Eschatologie.....	144
3.2.1.3 Transzendental.....	145
3.2.2 Übernommene Begriffe	147
3.2.2.1 Prinzip	147
3.2.2.2 Kategorie.....	149
3.2.2.3 Maximen	150
3.2.3 Dichotomien.....	152
3.2.3.1 Analytisch/Synthetisch	153

3.2.3.2	Objektiv/Subjektiv	155
3.2.3.3	Konstitutiv/Regulativ	157
3.3	Effekte	157
3.3.1	Erkenntnisse für die Linguistik	158
3.3.1.1	Verallgemeinerung, Schema, Mittelbarkeit	159
3.3.1.2	Kopernikanische Wende	162
3.3.2	Kooperationsprinzip und Sinn	163
3.3.2.1	Heuristisches Prinzip	164
3.3.2.2	Rationalitätsprinzip	165
3.3.2.3	Sinnstiftendes Prinzip	168
3.3.3	Ordnung der Konversationskategorien	171
3.3.3.1	Ideales Bewusstsein	171
3.3.3.2	Reine Konversationsbegriffe	173
3.3.3.3	Zwischenfazit	174
3.3.4	Woran wir uns halten sollen	176
3.3.4.1	Verantwortung für das eigene (sprachliche) Handeln	176
3.3.4.2	Normative Pragmatik	178
3.4	Synopsis	181
4.	Radikale Grice-Interpretation: Sperber/Wilson	183
4.1	Communication	184
4.1.1	Was wird kommuniziert?	184
4.1.1.1	Was ist Bedeutung?	185
4.1.1.2	Mutual Manifestness	186
4.1.1.3	Entschlüsselung (Decoding) oder Ableitung (Inference)	188
4.1.2	Wie wird kommuniziert?	189
4.1.2.1	„Code model“ vs. „inferential model“	189
4.1.2.2	„Code model“ und „inferential model“	192
4.1.2.3	Verschiedene Verfahren innerhalb der Kommunikation	193
4.1.3	Grice’s Ansatz – Zusammenfassung von Sperber/Wilson	194
4.1.3.1	„Meaning“	194
4.1.3.2	Das „inferential model“ von Grice	195

4.1.3.3	Begriffsbildungen bei Sperber und Wilson	197
4.1.4	Sprachtheorie vs. Kommunikationstheorie.....	198
4.1.4.1	Effektivitätsmodell statt Sprachmoral	199
4.1.4.2	Rollen von Sprecher und Hörer	200
4.1.4.3	Perspektivwechsel.....	201
4.2	Cognition.....	203
4.2.1	Schlüsse, die nicht zwingend sind („non-demonstrative inferences“)	203
4.2.1.1	Zentrale Prozesse	204
4.2.1.2	Unmittelbares, spontanes Begriffsvermögen.....	205
4.2.1.3	Annahmen.....	206
4.2.2	Prämissen und Begriffe.....	207
4.2.2.1	Repräsentationsebenen	207
4.2.2.2	Deduktive Regeln	209
4.2.2.3	„deductive device“	211
4.2.3	Kontext.....	212
4.2.3.1	Contextual effects	212
4.2.3.2	Kreativität oder Abhängigkeit	214
4.2.3.3	Wahl des Kontextes	216
4.2.4	„Relevance“	218
4.2.4.1	Relevanzbedingungen und die Kosten-Nutzen-Formel.....	218
4.2.4.2	Sprecher-/Hörer-Dimensionen der Relevanz-Theorie.....	221
4.2.4.3	Das Relevanzprinzip	223
5.	Methodologische Auswertung.....	226
5.1	Implikaturen verstehen und produzieren.....	226
5.1.1	Implikaturen verstehen.....	227
5.1.2	Implikaturen produzieren.....	231
5.1.3	Metaphorischer Sprachgebrauch und Sprechakte.....	235
5.2	Prinzipielle Übereinstimmungen zwischen Kant, Grice und Sperber/Wilson.....	238
5.2.1	Prinzip	238
5.2.2	Kategorien	240

5.2.3 Maximen	241
5.3 Prinzipielle Unterschiede	242
5.3.1 Relevanzprinzip versus Kooperationsprinzip	242
5.3.2 Explizit und Implizit	245
5.3.3 Common sense versus sensus communis	247
5.4 Quintessenz	248
5.4.1 Kontext.....	248
5.4.2 Verschleierungsverfahren	250
5.4.3 Analyseverfahren	251
6. Empirische Beispiel-Analyse eines möglichen Anwendungsfalls: Spam-Mails	255
6.1 Theoretische Basis	256
6.1.1 Reputation	256
6.1.1.1 Reputation und Vorwissen.....	256
6.1.1.2 Reputation und Identität	258
6.1.1.3 Reputation und Veränderungen des Verhaltens	258
6.1.2 Konversationsmaximen und Konversationsanalyse	259
6.1.2.1 Konversationszweck	260
6.1.2.2 Maximen	261
6.1.3 Mögliche Verfahren	262
6.1.3.1 Punktekarten	263
6.1.3.2 Substitution	265
6.1.3.3 Die zentrale Bedeutung.....	266
6.2 Die Analyse von Implikaturen	267
6.2.1 Folge und Bezug	267
6.2.2 Kontext und Relevanz.....	268
6.2.3 Äußerungen.....	269
6.2.4 Grice's Apparatur.....	271
6.2.4.1 Schema einer generalisierten konversationalen Implikatur.....	271
6.2.4.2 Eigenschaften: vier Merkmale.....	273
6.2.5 Täuschungsmanöver	276

6.2.5.1 Mehrschichtige Implikaturen.....	278
6.2.5.2 Doppelte Implikaturen.....	280
6.3 Beispielanalyse: Spams.....	281
6.3.1 Reputationsbasierte Anti-Spam-Lösungen.....	284
6.3.1.1 Reputationsstufen und Punktekarten.....	284
6.3.1.2 Identitätskontrolle.....	286
6.3.1.3 Plötzliche Änderungen des Verhaltens.....	287
6.3.2 Spam und Kooperationsprinzip.....	288
6.3.2.1 Betreff.....	288
6.3.2.2 Text.....	289
6.3.2.3 Schema.....	290
6.3.3 Beispiel-Analysen von Spam-Mails (Grice's Apparat).....	290
6.3.3.1 Online-Casino.....	291
6.3.3.2 Geldsegen ohne Sicherheiten.....	295
6.3.3.3 Service der Sparkasse.....	298
6.4 Ausblick: Zukünftige Anwendungsgebiete.....	300
6.4.1 Suchmaschinen.....	300
6.4.2 Web 2.0 und neue Navigation.....	302
6.4.3 Datensicherheit.....	304
7. Fazit.....	306
Literaturverzeichnis.....	309