
Zusammenfassung

Texte zu schreiben setzt Grundwissen über das Verstehen von Texten voraus. Was heißt es, einen Text verstehen zu können? Hier finden Sie die Hintergrundinformation dazu.

Schlüsselwörter

Textverständnis · Hamburger Verständlichkeitsmodell · Semantische Reaktion

Mit dem Gelingen von Kommunikation befassen sich nicht nur hauptberufliche Kommunikatoren oder Kommunikationswissenschaftler. Dieses Kapitel greift zurück auf Sprach- und Verständnisüberlegungen aus unterschiedlichsten Fachgebieten. Keine Angst, es handelt sich hier nicht um einen Überblick über alles, was sich im Verlauf der vergangenen 200 Jahre angesammelt hat. Dafür gibt es viele Anmerkungen und den Hinweis, dass wirklich wichtige Gedanken großer Forscher und Philosophen unmöglich als Exzerpt in einem Handbuch für Textmodelle wiedergegeben werden können. Einige kurze Hinweise müssen an dieser Stelle genügen, ergänzt um das, was ich als Autorin hinzuzufügen habe. Damit möchte ich die Basis schriftlicher Kommunikation für die Kolleginnen und Kollegen aus Journalismus und PR verfeinern und nutzbar machen.

Warnung: Wer immer sich diesem Kapitel aussetzt, wird in der Folge eine Veränderung seiner Schreibstrategien wahrnehmen. Das passiert, wenn man neugierig ist: Man riskiert durch neue Erfahrungen eine Veränderung seiner Wahrnehmung

und seines Selbstverständnisses. Wer also unbeschadet durch dieses Buch kommen will, sollte das folgende Kapitel überspringen.

2.1 Verstehen komplexer Zusammenhänge

Was ist Wort – was ist Text? Pragmatisch gesehen, sind Worte mehr oder minder treffende Bezeichnungen für dingliche oder nichtdingliche Erfahrungen des Menschen. Sie besitzen eine eigenständige Bedeutung. Das unterscheidet sie von Lauten oder Silben, die nur aufgrund eines Kontextes Bedeutung gewinnen.

„Seit ich ‚Dings‘ sagen kann, kann ich alle Dinge viel besser erklären“ ist eine der tiefgründigsten Bemerkungen, seit es Sprache gibt. Denn immer dann, wenn das treffende Wort, die zielsichere Bezeichnung nicht schnell genug den Weg vom Wissen über das Sprachzentrum im Gehirn bis hin zur Zunge findet, behilft man sich mit dem Wort ‚Dings‘. Das ist vollkommen in Ordnung, wenn man weitere Möglichkeiten hat, das Gesagte zu konkretisieren. Gestik und Mimik sind hilfreich. Oder einfach das Umschreiben des Gegenstandes mit Worten, die nicht perfekt treffend sind, aber eine Annäherung an den gewünschten Begriff ermöglichen.

Das ‚nicht treffende‘ Wort, die ungefähre Bezeichnung öffnet jedoch auch das Tor zur Interpretation und damit zum Missverständnis. Außerdem ist das nicht ganz zutreffende Wort in seiner Wirkung deutlich eingeschränkter als ein treffender Ausdruck. Mark Twain wird der schöne Vergleich zugeschrieben, der Unterschied zwischen dem treffenden und dem ungefähren Wort sei der gleiche, wie zwischen einem Blitz und einem Glühwürmchen. Missverständnisse ergeben sich dann, wenn es nur wenige oder keine gemeinsamen Sprachmuster zwischen Wortgeber und der Wortempfänger gibt. Wenn zwei Personen unterschiedlicher Muttersprache miteinander kommunizieren, ist das Problem vorhersehbar. Doch es tritt auch auf, wenn beide Personen dieselbe Sprache sprechen. Unterschiedliche Erfahrungen oder Werte, unterschiedlicher Bildungsstand, unterschiedlicher Zugang zu Sprache ... Das sind nur ein paar Ansatzpunkte für Missverständnisse. Je weniger Gemeinsamkeiten zwei Personen besitzen, desto höher ist die Gefahr eines Missverständnisses in der Interpretation einzelner Worte.

Es gibt einen eklatanten Unterschied zwischen der gesprochenen und der geschriebenen Sprache. In der gesprochenen Sprache können einzelne Begriffe und Worte, ja sogar Verkürzungen oder Abkürzungen, anhand von Mimik und Gestik oder anhand des Gebrauchs in definiertem Umfeld (Fachpublikum oder ‚peer groups‘) eine unmissverständliche Eindeutigkeit erreichen. In der geschriebenen

Sprache ist es beinahe unmöglich mit einzelnen Worten oder Begriffen komplexe Aussagen zu treffen.

Der berühmte ‚ganze Satz‘ ist also nötig, denn in ihm lassen sich Beziehungen zwischen den Worten darstellen. Dadurch entstehen aus Worten und deren grammatikalischen Bezügen entschlüsselbare, verständliche Bilder.

Trotz extremer Verkürzung können Sätze komplexe Bedeutung erlangen – Sätze, die grammatikalisch falsch und inhaltlich unkonkret, dennoch eine klare Aussage treffen. Ich erinnere an zwei Überschriften und Kernaussagen eines deutschen Massenmediums, die lauteten: ‚Wir sind Papst‘ und ‚Horst wer?‘. Beide Aussagen sind sowohl grammatikalisch als auch inhaltlich zumindest kritisierbar. Für die Leser jedoch waren sie aufgrund des aktuellen Kontexts erstens verständlich und zweitens in ihrer Gesamtaussage auch noch sinnvoll. Das eine bezog sich auf den Ausgang des Konklaves 2005, die zweite Überschrift (2004) legte offen, welchen Bekanntheitsgrad der eben gewählte Bundespräsident in weiten Teilen der Bevölkerung bis dato einnahm. Beide Sätze waren den Lesern „emotional aus der Seele gesprochen“ und in ihrer Plakativität durchaus umfassend.

Doch auch ein einzelner Satz ist noch kein Text. Gehen wir davon aus, dass Text ein Grundbedürfnis der Menschen nach Weitergabe von Information, Wissen oder Gedanken bedient. Daraus folgend ist Text – ganz allgemein – die Aneinanderreihung von Sätzen, Wortclustern oder gedanklichen Bildern, welche nicht nur in einer sprachlich-grammatikalischen, sondern darüber hinaus in einer inhaltlich bedeutsamen Beziehung stehen. Durch die Grammatik des Satzes, verbunden mit der inhaltlichen Beziehung und Bedeutung der Sätze zueinander, ist es möglich komplexe Zusammenhänge zu verstehen. Das Ganze ist also tatsächlich mehr als ‚die Summe seiner Teile‘.

Um dieses ‚Ganze‘ an den Mann oder die Frau zu bringen ist es notwendig, dass der Text auch bis zum bitteren Ende gelesen wird. Das ist die wirkliche Herausforderung für gute Texterinnen: Die Leser am Text zu halten.

► Textverständnis entsteht auf verschiedensten Ebenen.

Zum einen gibt es das Thema an sich, das sich in all seiner Komplexität kaum je umfassend darstellen lässt. Der Grund dafür? Wer sich einem Thema nähert, durchläuft währenddessen mehrere Phasen der Vorsortierung. Als erstes ist es bereits als Herkulesaufgabe zu werten, alle Aspekte eines Themas inklusive seiner Auswirkungen überhaupt zu erkennen. Das liegt daran, dass die Annäherung an ein

Thema von der Bereitschaft des Autors abhängig ist, sich auch mit jenen Aspekten zu befassen, die möglicherweise außerhalb der eigenen Wahrnehmungsfähigkeit liegen.

Autorinnen und Autoren müssten also die generelle Vermutung hegen, es gäbe innerhalb eines Themas Bereiche, die sich im toten Winkel der Wahrnehmung befinden könnten. Jeder Mensch sortiert ihm gänzlich Unbekanntes und scheinbar Irrelevantes aus. Das ist eine Selbstverständlichkeit. Doch damit beginnt bereits die Fokussierung auf einige (wenige) Aspekte eines eigentlich viel komplexeren Themas. Und immer wenn ein Aspekt aussortiert wird, fallen Puzzleteilchen aus dem Gesamtbild. Je mehr Einzelteilchen fehlen, desto lückenhafter wird das Bild, und desto mehr ist der Betrachter gefordert oder eingeladen, sich die Lücken durch eigene Anschauung oder eigenes Wissen zu füllen. Ob das dann entstehende Bild auch nur ansatzweise dem Originalbild ähnelt, darf bezweifelt werden.

Dann gibt es den Wortschatz, mit dem ein Thema dargestellt wird. Die Wahl und die Deutung der Worte haben entscheidenden Einfluss auf das Verständnis des Textes und des gesamten Themas, denn sie lenken die Emotion, mit der ein Thema betrachtet wird. Semantische Reaktionsanalysen beweisen, wie stark Worte und deren Interpretation durch den Blickwinkel des Adressaten Einfluss nehmen auf das Verständnis des Gesagten oder Geschriebenen.

Die grundsätzliche Schwierigkeit liegt in der Tatsache, dass ein Wort nur eine ungefähre Bedeutung des beschriebenen Gegenstandes vermittelt. So wie Person A ein Wort verwendet, wird kaum eine zweite Person B es verwenden – es sei denn, beide Personen hätten sich auf die Wortbedeutung explizit geeinigt. Eine solche explizite Einigung auf Begriffsdeutungen kennt man eigentlich nur aus dem Wortschatz bestimmter Fachgebiete. Dann spricht man von einer Terminologie, dem *Terminus technicus*, der in speziell dieser Sprachumgebung einen festgelegten Fachbegriff darstellt.

Nimmt man beispielsweise das Wort „Grün“, das eine Farbe bezeichnet, so wird deutlich, dass durch dieses Wort weder die exakte Farbschattierung ablesbar ist, noch die Bedeutung des Worts ‚Grün‘ im Lebensentwurf zweier Personen deckungsgleich sein wird.

Mit ‚Grün‘ kann ein politischer oder gesellschaftlicher Lebensentwurf (Grüne Weltanschauung), eine Beziehung zur Natur (Der grüne Daumen) oder die Beurteilung einer Lebenssituation (Alles im grünen Bereich) verknüpft sein. Und jede Verknüpfung persönlicher Erfahrung mit dem Begriff wird sich in der Reaktion auf das genutzte Wort zeigen.

Den Begriff „semantische Reaktion“ hat Alfred Korzybski geprägt. Er bezeichnet folgende Erkenntnis: Ein Wort, das in der Wahrnehmung eines Menschen mit einer bestimmten Bedeutung belegt ist, wird bei diesem Menschen eine individuelle Reaktion auslösen, sobald er damit konfrontiert wird. Eine semantische Reaktion bezeichnet die Veränderungen eines Menschen (Leser, Zuschauer, Konsument) aufgrund eines sprachlichen Stimulus. Diese Veränderung betrifft tatsächlich die jeweiligen Emotionen, die Gedanken und sogar die körperlichen Auswirkungen auf Zellen, Gewebe und Organe.¹ Wird ein Gegenstand oder ein Thema mit einem bestimmten Wort verknüpft, das beim Leser bereits eine definierte Bedeutung besitzt, so beeinflusst dies die individuelle Wahrnehmung des Gegenstandes. Der Leser, die Leserin interpretiert also, ohne sich dieser Interpretation bewusst zu sein.

Ein gutes Beispiel dafür findet man in der Wortwelt rund um das Thema Asyl in Europa. Auf welche Art und Weise man Menschen bezeichnet, die aus ihrem Heimatland fliehen, um in Europa einen sicheren Platz zu finden, sagt sehr viel aus über die persönliche Einstellung der Sprecher oder Texterinnen zu dem Thema als Ganzes. Und auch bei den Lesern werden sich semantische Reaktionen zeigen – je nachdem, ob sie das Wort *Asylant*, *Flüchtling*, *Hilfesuchender* oder *Geflüchteter* in einem Text lesen. Solche Reaktionen sind unvermeidbar. Man kann jedoch innerhalb eines Textes redundante Aussagen treffen, die eine differenzierte Erklärung zu dem verwendeten Wort wiedergeben.

Beispiel

20.000 Menschen aus unterschiedlichen Herkunftsländern erreichten vergangenen Monat die deutsche Grenze. Darunter sind viele, die vor Gewalt und Todesgefahr aus ihrer Heimat geflohen sind. Auch Arbeitssuchende sind darunter, die sich in Deutschland Verdienstmöglichkeiten erhoffen. Asyl werden sicherlich viele beantragen, doch nur ein Bruchteil der Geflohenen kann auf diesen Status hoffen.

Quelle: Eigene Darstellung

Oft wird eine semantische Reaktion ausgelöst, ohne dass dem Leser oder Zuhörer bewusst ist, wie die Bedeutung des Wortes bei ihm zustande gekommen ist. Zum Teil können Zuhörer oder Leser selbst nicht eindeutig erklären, welche Bedeutung

1 So kann es geschehen, dass die Konfrontation mit einem Wort oder einer Aussage Übelkeit auslöst, dass man sich fühlt „als hätte einen der Schlag getroffen“, dass einem „direkt schlecht wird“, dass man körperlich „zusammenbricht“. Doch auch sehr viel unbewusstere Reaktionen können sich zeigen.

sie diesem bestimmten Wort geben. („Das sagt man halt so!“ ist eine häufige Erklärung.) Denn Worte werden durch ihre Verwendung im gesellschaftlichen Umfeld erlebt und gespeichert. Dabei spielt persönliche Erfahrung und die ganz spezielle Situation während des Lernprozesses eine bedeutende Rolle. Ein Großteil der persönlichen Erfahrung wird jedoch im Unbewussten gespeichert und der bewusste Zugriff darauf ist kaum möglich. Deshalb können mit unhinterfragten, von außen übernommenen Bezeichnungen nur ungefähre Bedeutungen transportiert werden.

Wenn Fachterminologie in die Alltagssprache übernommen wird, verstärkt sich dieser Effekt. Dort versteht jeder Rezipient eine leicht differenzierte Bedeutung des Wortes und gibt das Wort in dieser veränderten Form weiter. Es existiert eine ganze Reihe von Worten, die auf diese Weise ihre Kernbedeutung völlig verloren haben – so weit, dass höchst unterschiedliche Begriffe sogar als synonym – also inhaltsgleich – wahrgenommen werden. Ein gutes Beispiel dürften die Worte ‚Strategie‘ und ‚Taktik‘ sein, die in so vielen Kontexten benutzt werden, dass sie ihren jeweiligen Wortcharakter und ihre unterschiedliche Kernaussage im Alltag inzwischen eingebüßt haben.

- Korzybski hat den Unterschied zwischen der Landkarte, der sprachlichen Abbildung der Realität, und der Landschaft, der persönlichen Realität, in den Satz gegossen „Die Landkarte ist nicht die Landschaft, aber wenn die Landkarte der Struktur der Landschaft ähnlich ist, ist sie brauchbar“.

Die textliche Struktur liegt jenseits der Wortwahl und des Wortgebrauchs. Sie ist besonders wichtig, wenn ein Artikel komplexe Zusammenhänge darstellen soll. Die Textstruktur hat erheblichen Einfluss darauf, ob ein Thema verstanden wird und die Inhalte des Textes wahrgenommen und wiedergegeben werden können. Wenn auf die Frage nach dem Inhalt eines Textes keine klare Antwort möglich ist, liegt es sehr oft an der fehlenden Struktur des Geschriebenen. Mit der Untersuchung der Verständlichkeit von geschriebenem Wort haben sich zwischen 1969 und 1974 die Psychologen Inghard Langer, Friedemann Schulz von Thun und Reinhard Tausch beschäftigt. Ziel war es, objektive Kriterien für die Verständlichkeit von Texten aufzustellen. Als Vorlage dienten ihnen die Ergebnisse aus der Lesbarkeitsforschung. Durch sie waren bereits Merkmale für die Verständlichkeit von Texten formuliert.

2.2 Hamburger Verständlichkeitsmodell, reloaded

Das „Hamburger Verständlichkeitsmodell“ fasste die vorherigen Erkenntnisse so zusammen, dass sich vier sogenannte Dimensionen ergaben, die – jede für sich genommen – nachweisbar und messbar Einfluss auf das Verstehen des Textes besitzen. Diese Dimensionen sind noch heute in vollem Umfang aktuell. Und sie bilden einen großen Bestandteil der Basis für die in diesem Buch dargestellten Text-Strukturen. Sie lauten:



Bild 2.1 Kriterien der Verständlichkeit

Quelle: Eigene Darstellung

Die Forscher um Friedemann Schulz von Thun ließen Probanden Texte beurteilen. Aus dem Ergebnis filterten sie vier zentrale Merkmalsdimensionen der Verständlichkeit heraus: Einfachheit, (syntaktisch-semantische Einfachheit), Gliederung/Ordnung (innere Folgerichtigkeit und äußere Übersichtlichkeit), Kürze/Prägnanz (inhaltliche Beschränkung auf das Wesentliche) und zusätzliche Stimulanz (Auslösung persönlicher Anteilnahme und Anregung). Spätere Konzepte griffen das

Hamburger Modell auf und erweiterten es. So wird es heute meist um die fünfte Dimension der Zielgruppe (Leser im Fokus behalten) ergänzt.

Allerdings muss man sich fragen, ob die aufgestellten Dimensionen ausreichen, um einen Text für die Leserin oder den Leser attraktiv und verständlich zu machen. Der Psychologe Norbert Groeben erweiterte das Hamburger Verständlichkeitsmodell um das Kriterium des „Lesers“ und formulierte einen *interaktionalen Ansatz*. Gemeint ist damit, dass ein Text nur in Beziehung zum Lesenden in seiner Verständlichkeit beurteilt werden sollte. Dies entspannt ungemein, denn darin liegt die Erkenntnis, dass nicht jeder Text für jeden Leser geeignet ist, es also auch vergebliche Liebesmühe wäre, einen universal verständlichen Text schaffen zu wollen.

Leser und Text treten in eine Interaktion. Diese Idee deckt sich mit meiner Erfahrung als Journalistin, denn ich habe mehrfach erlebt, dass Beiträge von Lesern höchst emotional kritisiert wurden. Nach den ersten Versuchen, den Inhalt des Textes auszudiskutieren, bin ich dazu übergegangen, den Anrufer zu bitten, mir die Textpassage einfach laut vorzulesen. Während des Vorlesens traten ausnahmslos Stockungen und Verwirrungen auf. Die Anrufer bemerkten, während sie laut vorlasen, dass sie Halbsätze und Kernaussagen des Beitrags beim Darüberlesen schlichtweg nicht wahrgenommen und daher die Gesamtaussage falsch interpretiert hatten. Das innere Bild der Leser war also derart stark vorgeprägt, dass der Beitrag nur aus dem Blickwinkel des schon bestehenden Bildes gesehen werden konnte.

Das Karlsruher Verständlichkeitskonzept, entworfen von der Übersetzungswissenschaftlerin Susanne Göpferich, greift weit über die reine Verständlichkeit des Textes hinaus. Es stand die Frage im Raum, ob und wie das Gelesene verarbeitet werden könne. Göpferich betrachtete die Kombination aus Zweck, Adressat und Sender eines Textes. Sie bediente sich dabei der Erkenntnisse aus Kognitionswissenschaft, Kommunikationstheorie, Instruktionspsychologie, Sprachwissenschaft und Semiotik.

Ihr geht es vor allem um eine Didaktik zum Wissenstransfer. Sie ging der Frage nach, welche Kriterien über die reine Textverständlichkeit hinaus bedeutsam sind, um nicht nur einen Text, sondern auch das darin eingebundene Wissen optimal zu transportieren.

Vereinfacht ausgedrückt geht Göpferich davon aus, dass das gedankliche Modell des Sprechenden (oder der Schreibenden) eventuell vereinfacht werden muss, damit es im bildhaften Denken des Hörenden oder Lesenden überhaupt angenommen werden kann. Das zeigt sich immer dann, wenn eine hochspezialisierte Fachfrau

auf einen Laien trifft und versucht, in ihm Verständnis für ihr Fachgebiet zu wecken. Schreibt sie detailreiche Texte, in denen sich all ihr Wissen widerspiegelt, wird sie überwiegend Unverständnis ernten. Der Laie wäre als Leser überfordert.

Und auch die Konvention des Textlesens an sich spielt eine Rolle. Wenn der Leser eines Textes einen bestimmten Aufbau gewöhnt ist – wenn also eine bestimmte Textart im gewohnten Leseumfeld mit einer vertrauten Inhaltsart verbunden ist – dann kommt es zu Irritationen, wenn dieser gewohnte Textaufbau im gleichen Kontext nicht eingehalten wird. Lange Zeit galt die Aufteilung komplexer Texte in Einleitung, Hauptteil und Schluss als adäquater Textaufbau. Danach kam die Zeit der Zusammenfassungen am Anfang des Beitrags. (Das vorliegende Buch folgt aufgrund der Verlagsvorgaben diesem System). Dann wurden ‚Summaries‘ durch ‚Teaser‘ ersetzt, die bei Online-Texten heute einen wesentlichen Stellenwert genießen. Vorgefertigte Formulare – beispielsweise im Verwaltungsumfeld – strukturierten Inhalte in schnell adaptierbare Abschnitte.

Unternehmen setzen heute auch in der Entwicklung von Produkten auf strukturierte Inhalte von Dokumentationen, die über die Unternehmenswikis allen Innovativ-Abteilungen zugänglich sind. Diese strukturierten Dokumentationen erlauben es, schnell diejenigen Textstellen aufzuspüren, an denen zusätzliches Wissen und Erfahrungen eingebracht werden können. Dadurch bekommen Innovationen einen schnelleren und ausgereifteren Entwicklungsweg.

Sind die Leser also eine spezielle Art der Terminologie und des Textaufbaus gewöhnt, so kann die Aufnahme von Wissen oder Inhalten schwierig werden, wenn der vorliegende Text nicht dem gewohnten Muster entspricht. Auch dafür gibt es Beispiele. Ich erinnere mich an eine Dozentin der Kunstgeschichte, die eine meiner Seminararbeiten (sie betraf keine Forschungsergebnisse, sondern lediglich die Aufbereitung vorhandener Literatur) mit der Bemerkung zurückgab: „Sie können doch nicht in einer wissenschaftlichen Arbeit mit Ihrer Alltagssprache operieren!“ Was war geschehen? Die Arbeit war einfach verständlich. Sie entkleidete die hochwissenschaftliche kunstgeschichtliche Terminologie und reduzierte sie auf die Kernaussagen. Zugegebenermaßen sah man dadurch, wie dünn diese Aussagen waren. Aber das ist das generelle Problem verständlicher Texte: Man kann die Inhaltstiefe leichter ausloten.

Man könnte also meinen, es sei ganz einfach: Man brauche nur einen Text aus einem bestimmten Umfeld zu nehmen und ihn in Struktur und Wortwahl möglichst zu kopieren und schon könne der Adressat problemlos damit umgehen. Stimmt leider nicht. Denn diese Vorstellung missachtet die Möglichkeit, dass die Leser

sich in ihren Ansprüchen weiterentwickeln könnten. Kein Mensch liest nur eine Art von Texten. Überall bieten sich Informationsmöglichkeiten und eine unendliche Vielzahl an Texten umgibt diejenigen, die des Lesens mächtig sind. Und jeder Mensch erkennt sehr schnell, welche Art von Texten ihm Schwierigkeiten bereiten, und welche Texte ganz leicht zu lesen sind. Das Unbehagen beim Lesen komplizierter Texte ist immer eine Hürde, welche die Leserin mit viel Energie überwinden muss. Das macht keinen Spaß und es erschwert den Versuch, Inhalte ins eigene Gedankensystem einzubauen.

Nicht jeder Text wird mit der gleichen Konzentration gelesen. Lernen, entspannen, eintauchen, aufsaugen, aussortieren, sich amüsieren, vergessen dürfen ... Das sind ernstzunehmende und vollkommen legitime Ansprüche an Text.

Mündliche und schriftliche Sprache ist eine ständig sich wandelnde, auf gesellschaftliche Veränderungen reagierende Vielfalt von Kommunikationsskripten. Ständig ändern sich Kommunikationskanäle und Ansprüche an Kommunikation. Wer also glaubt, ein einziges System, eine Matrix würde ausreichen, um einfach und schnell Inhalte an Menschen transportieren zu können, hat die Vielgestaltigkeit menschlicher Kommunikationsmöglichkeiten und menschlicher Erfahrungen nicht verstanden. Zu unser aller Glück ist der Mensch und seine Art zu kommunizieren sehr viel komplexer, als wir es überhaupt ergründen können. Wie erschreckend wäre es, wenn komplexe Gesellschaften sich so leicht über ein einziges Instrument lenken ließen.

Das Hohenheimer Modell der Textverständlichkeit nimmt Rücksicht auf viele weitere Belange in diesem Bereich. Es beschäftigt sich vor allem mit der Messbarkeit unterschiedlichster Faktoren und Indikatoren. Für eine kurze Beschreibung und Einordnung für unsere Zwecke, ist es nicht geeignet. Ich verzichte deshalb auf eine direkte Bezugnahme.

2.3 Zielsicher schreiben – eine erste Annäherung

Was sollte man sich also überlegen, wenn man zielsicher schreiben will? In der folgenden Grafik sind die wesentlichen Bezüge dargestellt. Die Bereiche greifen ineinander.



Bild 2.2 „Was beim Schreiben eine Rolle spielt“

Quelle: Eigene Darstellung

Für jedes Wort lohnt sich die Überlegung: „Ist das benutzte Wort so treffend und unmissverständlich, dass es ohne jeden Zweifel exakt das ausdrückt, was ich ausdrücken möchte?“ Es lohnt sich also in jedem Fall in die Erweiterung des eigenen Wortschatzes zu investieren. Der Griff zu ‚Dr. Google‘ in die einfache Synonym-Datei ist tatsächlich keine geeignete Alternative zu einem gut gepflegten und immer wieder erweiterten Wortschatz. Den Umgang mit Wortbildern zu üben lohnt sich. Wortfelder aus unterschiedlichen Lebensbereichen anzulegen und zu versuchen einen fertigen Text komplett mit den Begriffen aus einem anderen Wortfeld neu zu schreiben, wäre ein guter Weg zu einem Wort-Schatz, der den Namen verdient.

Texte sind mehr als die dort verwendeten Sätze. Je nachdem, wie man Sätze aneinander reiht, entstehen unterschiedliche Untertöne und Zusammenhänge innerhalb eines Textes. Man kann sich den Spaß erlauben, einen fertigen Text in Strukturbausteine aufzuspalten und diese Bausteine neu zu kombinieren. Das ergibt zum Teil erstaunliche Veränderungen in der Kernaussage des Textes. Die in den folgenden Kapiteln dargestellten Textsysteme zeigen, wie’s geht.

Manchmal ist der Gedanke hilfreich, anzuerkennen, dass man selbst die Wahrheit weder gepachtet hat, noch überhaupt in der Lage ist, sie wiederzugeben. Wahrheit als solches gibt es nicht. Es gibt nur die Wahrheit des Einzelnen im Kontext bestimmter Sachverhalte oder Themen. Wenn man bereit ist, zuzugeben, dass man als Autorin oder Journalist selbst nur in der Lage ist, den entsprechenden Sachverhalt aus dem eigenen Blickwinkel zu betrachten, ist es ein erster Schritt. Der zweite Schritt muss aber sein, den eigenen Blickwinkel nicht höher einzustufen als die Aspekte der anderen. Der dritte Schritt ist eine gesunde Kritikfähigkeit gegenüber der Wahrheit derjenigen, die Informationen liefern. Auch sie sprechen aus ihrer Sichtweise und priorisieren die Informationen, die sie weitergeben. Das alles führt im Idealfall zu einer Bescheidenheit gegenüber der eigenen Meinung und zu fairem Umgang mit dem Thema, den Lesern und den Effekten, die sich mit dem Text erzielen lassen.

Begriffe sind mehr als die neutrale Benennung eines Gegenstandes. Begriffe sind immer auch besetzt von den Erfahrungen und Bedeutungen, die der Schreibende und die Lesende mit ihnen verbinden. Auf dieser Ebene ist es höchst wahrscheinlich, dass die Deutungen von Absender und Empfänger auseinanderklaffen. Wenn man das als gegeben ansieht, ist man eher bereit, redundant zu schreiben und zusätzlich eine Erklärung einzubauen, wenn es wichtig ist, dass ein Begriff nur in einer bestimmten Weise gedeutet werden sollte. Das verlangsamt das Lese-Tempo, verlängert den Text – macht ihn aber auch präziser!

- Der perfekte Text folgt im besten Fall den Gedankengängen und Gewohnheiten seiner Leser. Zugleich sollte er ein gewisses Maß an Überraschung bereithalten, um attraktiv zu wirken. Er darf nicht zu lang sein – aber auch nicht nur ein ‚Informationsgerippe‘.

Sieben Punkte erscheinen mir besonders wichtig:

1) Lesbar
• Der Stil sollte leicht lesbar sein / Verzicht auf Kompliziertes
2) Leserlich
• Die Optik muss attraktiv sein / Klare optische Struktur
3) Vorstellbar
• Ein Bild sollte sich erschließen / Verzicht auf Substantivierungen
4) Anregend
• Eigene Gedanken sollten angestoßen werden / Mehrwert bieten
5) Schlüssig
• Gedanken sollten schlüssig erscheinen / Aufbau einer Argumentationskette
6) Vertraut
• Der Text sollte gewohnte Gedankenabfolgen ansprechen
7) Rekapitulierbar
• Die Kernaussage muss in eigenen Worten wiedergebar sein

Bild 2.3 Sieben Kriterien für den perfekten Text

Quelle: Eigene Darstellung

Als dritter Punkt ist die Vorstellbarkeit neben den Basis-Anforderungen (lesbar und leserlich) von essentieller Bedeutung. Geht man davon aus, dass das Gehirn des Menschen perfekt geeignet ist, Bilder zu verarbeiten, sollte ein guter Text Bilder im Kopf entstehen lassen. Das geschieht zum einen über bildhafte Sprache, so dass ein emotionaler Zugang zum Text möglich wird. Zum anderen aber geschieht es dadurch, dass klare Zuordnungen möglich werden. „Wer tut was?“ lautet die Kernaussage in journalistischen Texten. Eine Handlung wird nicht getan, sondern jemand führt sie aus. Dieser Jemand hat dann eine Schlüsselstelle in der Situation inne. Sobald ein Thema mit einem Menschen verknüpft werden kann, ist es leichter zu beurteilen und zu bewerten. Ein guter Text, der den direkten Kontakt zur Leserin herstellen soll, wird nichts von einer „problematischen Inanspruchnahme des Arztes durch den Angehörigen“ erzählen, sondern wird anbieten: „Der Angehörige nahm die

Zeit des Arztes derart in Anspruch, dass dessen Arbeit für die Patienten gefährdet war.“ Das kann man sich bildlich vorstellen.

Möchte man den Leser zum Weiterdenken anregen, sollte man dem Gehirn Futter anbieten, das jenseits des Textes liegt. Bilder, die einen Sachverhalt begleiten, sind sehr gut dafür geeignet. Aber auch Grafiken, Statistiken oder die Formulierung von Fragen abseits des Fließtextes – beispielsweise in einem Kasten – sind gute Anker, um ein Weiterdenken anzustoßen. Zitate, Sichtweisen relevanter Menschen zu einem Thema, dienen dem gleichen Zweck. Sind sie über den reinen Inhalt hinaus auch noch optisch gut aufbereitet, regen sie deutlich an, sich damit auseinanderzusetzen.

Als Datenjournalismus wird derzeit die Verbildlichung und Nutzbarmachung von abstrakten Daten diskutiert. Das kann mit Hilfe von Text geschehen, oder aber auch – wie es das Zeit-Magazin anbietet – als Grafik. Dort werden die Einzeldaten zu einem Bild verdichtet. So kann man aus den Daten des statistischen Bundesamtes beispielsweise eine Landkarte Deutschlands entwickeln, auf der sichtbar wird, wo die größte Dichte an Sonnenstudios angesiedelt sind oder wie sich die Verteilung der über 105-Jährigen über Deutschland erstreckt. Auf jeden Fall ist diese Form der Darstellung geeignet, Gedanken anzustoßen, was die im Netz abgegebenen Kommentare deutlich widerspiegeln.

Ob diese Gedanken schlüssig sind, sei dahingestellt. Schlüssig wird ein Text (oder eine Verbindung aus Text und Bild) immer dann, wenn Zusammenhänge so formuliert sind, dass sich ein damit verbundener Gedanke praktisch aufdrängt. Das kann durch eine klare Textstruktur geschehen, aber auch indem Zusammenhänge optisch aufbereitet werden. Die wunderbare Grafik-Kolumne des Süddeutschen-Magazins ‚Gefühlte Wahrheit‘ bringt solche schlüssigen Zusammenhänge auf den Punkt und erfüllt damit auch noch die Ansprüche an Punkt 4 unserer Liste. Wie man solche Schlüssigkeit im Text erreicht, finden Sie in den folgenden Kapiteln.

Wie stellt man sich auf vertraute Gedankenabfolgen oder Lesegewohnheiten der jeweiligen Adressaten ein? Zum einen sollte man sich die Mühe machen, immer für eine bestimmte Gruppe von Lesern zu schreiben. Je klarer diese Menschen vor dem geistigen Auge erscheinen, desto leichter wird es, die Diktion und die Struktur des Textes an die Leser anzupassen. Es ist ohnehin vergebliche Liebesmühe, für ‚alle‘ zu schreiben. ‚Alle‘ wird man nie erreichen können. Nicht jede interessiert sich für ein Thema, nicht jeder will Lebenszeit opfern, um sich mit einem Gegenstand ausführlich zu befassen.

Mit einem Text oder einem Thema die Aufmerksamkeitsschwelle beim Adressaten zu überschreiten, ist ein ganz eigenes Thema. Es hat zu tun, mit der Lebenssituation der Adressaten, mit deren zeitlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten, mit deren Aufnahmebereitschaft und vielem mehr. Die Text-Strukturen in diesem Buch greifen dann, wenn die Aufmerksamkeitsschwelle bereits überwunden ist. Deshalb beschäftigt sich dieses Buch auch nicht mit Überschriften oder anderen Maßnahmen der Aufmerksamkeitserzeugung. Die hier vorgestellten Textstrukturen sind dann relevant, wenn die Aufmerksamkeit bereits auf den Text gelenkt wurde.

Deshalb ist es sinnvoll, sich mit einem Text an eine klare Lesergruppe zu richten. Marketing und Werbung arbeiten mit Typologien ihrer Zielgruppen. Diese unterscheiden sich in Lebensstilen, in der Eigenwahrnehmung und in ihren Bezügen auf die umgebende Gesellschaft. Sogenannte ‚Milieu-Studien‘ sind für Marketing und Werbung die ausschlaggebenden Informationsquellen. PR und auch Journalismus können sich ebenfalls an solchen Zielgruppen-Definitionen orientieren. Zu wissen, wo der eigene Text erscheinen wird, ist sicherlich eine Hilfe bei der Entscheidung bezüglich Stil, Diktion und Struktur. Denn jedes Medium, jeder Kommunikationskanal hat seine Klientel mit entsprechenden Lesegewohnheiten.

Wenn die Inhalte eines Textes rekapitulierbar sind, dann hat der Text all das geschafft, was er leisten sollte. Die Aufgabe eines guten Textes ist es, Inhalte so zu formulieren, dass die Leser die Chance haben, diese Inhalte für sich selbst nutzbar zu machen. Dazu muss man Inhalte jedoch erst einmal verstanden haben und nacherzählen können – und zwar möglichst mit eigenen Worten. Der Unterschied zwischen „auswendig gelernt“ und „verstanden“ liegt in der Fähigkeit, die entsprechenden Inhalte mit eigenen Worten wiedergeben zu können.

Nur wer in der Lage ist, das Gelesene in Erzählbares umzusetzen, hat den Inhalt eines Textes wirklich aufgenommen. Dieser Schritt der Übernahme von Inhalt in eigenes Wissen setzt voraus, dass der Inhalt mengenmäßig und strukturell aufnehmbar ist. Für den Texter bedeutet das eine Selbstbeschränkung in der Informationsabgabe. Oder – mit anderen Worten – weniger ist mehr.

- Außerhalb strenger Fachtexte gilt: Nur wenn nicht mehr als maximal drei Kernaussagen in einem Text vorhanden sind und diese Kernaussagen auch glasklar erkennbar und merkbar sind, können sie (eventuell mündlich) weitergegeben werden.

Gebrauchstexte schreiben

Systemische Textmodelle für Journalismus und PR

Goblirsch, G.

2017, VII, 200 S. 40 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17600-6