

... und immer an den Leser denken!?

Anmerkungen zur Rolle des Adressaten beim Schreiben

Zusammenfassung

Wenn wir Texte schreiben, tun wir das in der Regel für andere. Ob der Text dann den anderen erreicht, ob er beispielsweise versteht, was wir ihm erklären wollen, hängt davon ab, wie es uns als Schreiber gelingt, lesergerechte Texte zu formulieren. Aber woher nehmen wir die Sicherheit, dass eine Formulierung passender, eine Satzstruktur verständlicher und genau diese Information wichtiger ist als eine andere? Denn anders als ein Zuhörer im Gespräch, kann der Leser eines Textes nicht unmittelbar rückfragen, wenn ihm etwas nicht einleuchtet oder entnervt den Kopf schütteln, wenn ihm Argumente widersprüchlich erscheinen. Als Schreiber müssen wir also nach anderen Zeichen suchen und spezifische Schreibstrategien ausbilden, um adressatengerechte Texte zu verfassen. Wodurch sich diese adressatenorientierten Schreibstrategien auszeichnen und wie die Orientierung am Adressaten beim Schreiben überhaupt untersucht werden kann, skizziert mit manch einem erstaunlichen Ergebnis der vorliegende Beitrag.

Die Forderung, Texte mit Blick auf einen Leser zu gestalten, ist uns aus vielen professionellen Schreibkontexten bekannt. Dabei wird immer dann unmittelbar einsichtig wie wichtig diese Forderung ist, wenn sie unzureichend umgesetzt wird. So stellen

manche Bedienungsanleitungen die Anwender technischer Geräte vor geradezu unlösbare Probleme. Trotz oder vielleicht gerade wegen der Anleitung sind sie nicht in der Lage das Gerät fachgerecht zu nutzen.

Ähnlich frustrierend kann der Umgang mit Formularen sein, deren korrektes Ausfüllen teilweise nur mit großer Anstrengung oder mit Hilfestellung von bereits mit dem Formular erprobten Personen gelingt. Die Optimierung von Texten ist vor dem Hintergrund solcher alltäglicher Probleme inzwischen als notwendige kommunikative Aufgabe erkannt worden. Forschungsprojekte psychologischer, linguistischer und kommunikationswissenschaftlicher Provenienz untersuchen daher zunehmend Fragen der Verständlichkeit von Texten und entwickeln auf der Grundlage ihrer Ergebnisse Hinweise für eine leserfreundliche(re) Textgestaltung. Neben verschiedenen Kooperationen, die seit einigen Jahren zwischen Forschern und Institutionen wie Verwaltungen, Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Medien mit dem Ziel bestehen, bessere Texte zu produzieren, sind seit kurzem auch spezifische Studiengänge eingerichtet worden, die, wie beispielsweise der Studiengang Technische Redaktion an der RWTH Aachen, auf eine doppelte Kompetenz ihrer Studierende setzen: neben einer fachwissenschaftlichen Ausbildung in einem technischen Studiengang werden die Studierenden auch in kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen geschult.

Während vor allem Analysen der Schreibprodukte, der Texte, zunehmend in den Fokus gelangen, ist die Betrachtung des Schreibprozesses, die Entstehung des Textes, bei dieser Debatte etwas aus dem Blick geraten. Dies ist um so erstaunlicher als sich Texte zum einen erst vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Produktionsgeschichte umfassend begreifen lassen und sich zum anderen das Schreiben und die Auseinandersetzung mit dem eigenen oder fremden Schreibprozess seit etwa zehn Jahren, wie Otto Kruse in seinem Beitrag (Fachjournalist Nr. 8 [2000], S. 22) skizziert, von einem zunehmenden Interesse begleitet wird. Eine umfassende Kenntnis des Schreibprozesses ist zuletzt auch für die erfolgreiche Ausbildung professioneller Schreiber von zentraler Bedeutung. Was bedeutet nun aber die Forderung, Texte im Hinblick auf den Leser zu konzipieren, für die Schreibenden selbst und warum gibt es bislang kaum Untersuchungen, die sich mit dieser Thematik auseinandersetzen?

Während vor allem Analysen der Schreibprodukte, der Texte, zunehmend in den Fokus gelangen, ist die Betrachtung des Schreibprozesses, die Entstehung des Textes, bei dieser Debatte etwas aus dem Blick geraten. Dies ist um so erstaunlicher als sich Texte zum einen erst vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Produktionsgeschichte umfassend begreifen lassen und sich zum anderen das Schreiben und die Auseinandersetzung mit dem eigenen oder fremden Schreibprozess seit etwa zehn Jahren, wie Otto Kruse in seinem Beitrag (Fachjournalist Nr. 8 [2000], S. 22) skizziert, von einem zunehmenden Interesse begleitet wird. Eine umfassende Kenntnis des Schreibprozesses ist zuletzt auch für die erfolgreiche Ausbildung professioneller Schreiber von zentraler Bedeutung. Was bedeutet nun aber die Forderung, Texte im Hinblick auf den Leser zu konzipieren, für die Schreibenden selbst und warum gibt es bislang kaum Untersuchungen, die sich mit dieser Thematik auseinandersetzen?

„Die Optimierung von Texten ist inzwischen als notwendige kommunikative Aufgabe erkannt worden.“

Während vor allem Analysen der Schreibprodukte, der Texte, zunehmend in den Fokus gelangen, ist die Betrachtung des Schreibprozesses, die Entstehung des Textes, bei dieser Debatte etwas aus dem Blick geraten. Dies ist um so erstaunlicher als sich Texte zum einen erst vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Produktionsgeschichte umfassend begreifen lassen und sich zum anderen das Schreiben und die Auseinandersetzung mit dem eigenen oder fremden Schreibprozess seit etwa zehn Jahren, wie Otto Kruse in seinem Beitrag (Fachjournalist Nr. 8 [2000], S. 22) skizziert, von einem zunehmenden Interesse begleitet wird. Eine umfassende Kenntnis des Schreibprozesses ist zuletzt auch für die erfolgreiche Ausbildung professioneller Schreiber von zentraler Bedeutung. Was bedeutet nun aber die Forderung, Texte im Hinblick auf den Leser zu konzipieren, für die Schreibenden selbst und warum gibt es bislang kaum Untersuchungen, die sich mit dieser Thematik auseinandersetzen?

Während vor allem Analysen der Schreibprodukte, der Texte, zunehmend in den Fokus gelangen, ist die Betrachtung des Schreibprozesses, die Entstehung des Textes, bei dieser Debatte etwas aus dem Blick geraten. Dies ist um so erstaunlicher als sich Texte zum einen erst vor dem Hintergrund ihrer spezifischen Produktionsgeschichte umfassend begreifen lassen und sich zum anderen das Schreiben und die Auseinandersetzung mit dem eigenen oder fremden Schreibprozess seit etwa zehn Jahren, wie Otto Kruse in seinem Beitrag (Fachjournalist Nr. 8 [2000], S. 22) skizziert, von einem zunehmenden Interesse begleitet wird. Eine umfassende Kenntnis des Schreibprozesses ist zuletzt auch für die erfolgreiche Ausbildung professioneller Schreiber von zentraler Bedeutung. Was bedeutet nun aber die Forderung, Texte im Hinblick auf den Leser zu konzipieren, für die Schreibenden selbst und warum gibt es bislang kaum Untersuchungen, die sich mit dieser Thematik auseinandersetzen?

Schreibprozesse erforschen, aber wie?

Anders als fertige Texte, die – auch für Forscher – in der Regel problemlos zugänglich sind, entziehen sich Schreibprozesse gerade dieser

Zugänglichkeit. Das Schreiben von Texten, geschieht zum größten Teil, wenngleich Entwürfe und Korrekturen von einem komplexen und möglicherweise langwierigen Schreibprozess Zeugnis ablegen, im Kopf und damit für uns nicht unmittelbar einsehbar. Um dennoch Zugang zu diesen ‚Daten‘

zu bekommen, sind seit den 1970er-Jahren verschiedene Untersuchungsmethoden entwickelt und erprobt worden. Eine der prominentesten Methoden ist das „Laute Denken“. Dabei werden Schreiber aufgefordert während des Schreibens all ihre Gedanken, die sie haben, laut zu

formulieren. Von diesen ‚lauten Gedanken‘, die per Tonband oder Video aufgezeichnet werden, entstehen detaillierte Protokolle, die im Hinblick auf verschiedene Fragestellungen analysiert werden. Eine weitere Methode, die in Deutschland erst seit Mitte der neunziger Jahre systematisch Anwendung findet, nun aber zunehmend populär wird, ist das gemeinsame Schreiben. Gemeinsames oder auch kooperatives Schreiben bedeutet, dass Schreiber zusammen, in Gruppen zu zweit oder dritt, einen Text formulieren, wobei sie ebenfalls aufgezeichnet werden. Aus der Anforderung, einen gemeinsamen Text zu schreiben, der auch von allen Beteiligten verantwortet wird, entsteht für sie die Notwendigkeit, die Schreibeinheit interaktiv zu organisieren, Aufgaben zu verteilen (wer schreibt den Text auf), die Arbeit zu strukturieren (was soll als erstes getan werden) und Formulierungen miteinander abzustimmen, kurz: die Schreiber sprechen über ihr Schreiben. Diese Schreibgespräche erlauben vielfache Rückschlüsse auf Prozesse, die beim Schreiben durchlaufen werden, sowie die den Prozessen unterliegenden Steuerungsmechanismen und zwar gerade auch im Hinblick auf die Frage, wie sich die Orientierung am Leser, genauer am Adressaten, im Schreibprozess manifestiert.

Und wer ist eigentlich der Adressat?

Für die potentiellen Leser, an die ein Text gerichtet, also adressiert ist, hat sich der Begriff Adressat etabliert. Während ein Leser immer als eine konkrete Person verstanden werden muss, die beispielsweise in ihrem Alter, ihren Interes-

„Als erfolgreiche Schreibstrategie zeigte sich, dass die Gruppen, die über den Adressaten bereits zu Beginn der gemeinsamen Arbeit diskutieren erfolgreicher sind.“

sen aber auch der Dauer, die sie mit einem Text verbringt, beschreibbar ist, stellt der Adressat ein Konstrukt dar, das von den Schreibenden und für die Dauer der Schreibeinheit hergestellt wird. Die Unterscheidung von Leser und Adressat reflektiert also eine jeweils andere Unters-

suchungsperspektive. Untersuchungen am Leser werden am Beispiel von Schreibprodukten, Texten, vorgenommen. Untersuchungen zum Adressaten stehen in Zusammenhang zu Fragen des Schreibprozesses, der aus der Perspektive des Schreibers verfolgt wird. Ist der Fokus auf den Adressaten gerichtet, interessiert nicht,

wer und mit welchem Interesse den Text tatsächlich liest. Es interessiert vielmehr, über welches adressatenspezifische Wissen die Schreiber diskutieren, welche Überlegungen aus dem Hinweis auf den Adressaten abgeleitet werden und wann und in welcher Form der Adressat für die Schreiber überhaupt wichtig wird. Die in diesem Zusammenhang ebenfalls diskutierten Begriffe des „Publikums“ oder auch der „Zielgruppe“, die aus anderen Forschungstraditionen stammen, verwischen diese notwendige Unterscheidung.

Neben einem fachwissenschaftlichen Interesse, das in der vertieften Kenntnis des Schreibprozesses begründet ist, verfolgt eine Untersuchung zur Adressatenorientierung aber auch eine praktische Zielsetzung. Falls sich, empirisch abgesichert, feststellen lässt, dass Schreiber spezifische Strategien der Orientierung am Adressaten nutzen, dann lassen sich daraus auch Überlegungen für die Vermittlung des Schreibens, die Ausbildung von Textproduzenten, ableiten.

Eine linguistische Studie

Ausgehend von diesen Überlegungen wurde eine umfassende linguistische Untersuchung zur Frage der Adressatenorientierung beim Schreiben konzipiert. Durchgeführt von Februar 2000 bis Februar 2003 an den Universitäten Bielefeld und Poznan (Polen) nahmen daran mehr als 80 Schreiber teil. Jeweils in Gruppen zu zweit bekamen sie verschiedene Schreibaufgaben gestellt: Bei der ersten Aufgabe verfassten sie eine Spielanleitung für ein Computerspiel, wobei die Hälfte der Gruppen dies für Personen ab 50 taten, die anderen sich an Kindern im Grund-

schulalter orientierten. Bei der zweiten Aufgabe formulierten die Schreiber Bewerbungsbriefe als ein Antwortschreiben auf verschiedene Anzeigen. Bei der dritten Aufgabe überarbeiteten die Schreiber Absagebriefe einer Universitätsverwaltung. Alle Gruppen wurden bei ihrer Arbeit von Videokameras aufgezeichnet. Insgesamt entstanden damit über 50 Stunden an Videomaterial.¹ Die Schreibaufgaben wurden so ausgewählt, dass sie eine systematische Variation im Hinblick auf Schreibanforderung, Adressatenzuschnitt und Erfahrung mit der Textsorte darstellen und damit ein möglichst breites Spektrum an Anforderungen abbilden.

Computerspieler schreiben die besseren Spielanleitungen

In der Analyse der Schreibgespräche zeigte sich, dass die Schreibgruppen in der Regel zunächst keine klare oder auch identische Vorstellung eines Adressaten besitzen, sondern erst im Verlauf des Schreibgesprächs und der gemeinsamen Arbeit ein für beide akzeptables Adressatenmodell aushandeln. Der Adressat wird zunehmend präzisiert und der eigene Text auf diesen Adressaten zugeschnitten. Die Schreiber verweisen und übernehmen in den Schreibgesprächen dabei jeweils die Rolle eines Adressaten. So werden sie selbst zum Personalchef und kommentieren den Bewerbungsbrief aus seiner (vorgestellten) Perspektive. Sie stellen sich vor, sie seien die Empfänger des Absagbriefes und überlegen sich, wie sie darauf reagieren würden. Die Perspektivenübernahme und der Wechsel von Schreib- und Adressatenrolle, scheint dabei besonders durch die Situation des gemeinsamen Schreibens befördert zu werden. Das eigene Schreiben aus einer anderen Perspektive zu beleuchten, Formulierungen auf ihre Adressateneignetheit zu überprüfen, ist aber, unabhängig von der Schreibsituation, als ein wichtiges Schreibverfahren einzuschätzen.

Als erfolgreiche Schreibstrategie der Gruppen kristallisierte sich heraus, dass die Gruppen, die über den Adressaten bereits zu Beginn der gemeinsamen Arbeit diskutieren und Adressateneigenschaften miteinander verbindlich festlegen,

im Hinblick auf die konsequente Adressatenorientierung ihres Textes erfolgreicher sind. Es gelingt ihnen, innerhalb kurzer Zeit kohärente Texte für bestimmte Lesergruppen zu verfassen. Stellt man diese Beobachtung nun in Zusammenhang zu den Voraussetzungen der Schreiber, die vorher über einen Fragebogen erfragt wurden (Schreiberfahrung, Erfahrung mit der Textsorte, Computerkenntnisse, Bewerbungserfahrung, Erfahrung mit Verwaltungen usw.), dann zeigt sich folgendes Bild: Diese (gelungene) Adressatenorientierung steht nicht im Zusammenhang zur Schreiberfahrung oder auch Schreibkompetenz der Schreiber, sie hängt mit der jeweiligen Sachexpertise zusammen. D. h. Schreiber, die beispielsweise selber viel und oft Computerspiele spielen, sind weit nachhaltiger in der Lage, auch beim Schreiben einer Spielanleitung den Adressaten ihres Textes zu berücksichtigen und ihren Text entsprechend zu gestalten. Anders als nicht-versierte Computerspieler können sie immer,

d.h. vielmehr an den zentralen Stellen im Textproduktionsprozess, ‚an den Leser denken‘. Dies lässt sich in verschiedener Weise erklären: Erstens wissen Computerspielprofis wie Spielanleitungen zu Computerspielen normalerweise aussehen, welches also die zentralen Merkmale eines solchen Textes sind und von einem späteren Leser erwartet werden. Zweitens sind sie bei ihrer gemeinsa-

men Arbeit entlastet, sie verstehen die Spiele vergleichsweise schnell und können sich auf die Produktion ihres Textes konzentrieren.

Während einige der Gruppen immer noch damit beschäftigt sind das relativ einfache Computerspiel erfolgreich zu spielen, haben andere Gruppen bereits eine Struktur ihres Textes entworfen und eine Einleitung formuliert. Computerspielexperten kennen drittens auch Spielsituationen bzw. Situationen, in denen man zum Spielen eine Anleitung benötigt, aus ihrer eigenen Erfahrung heraus und können ihren Text also entsprechend kontextualisieren. Die Beobachtung, dass Computerspieler die besseren Spielanleitungen schreiben, relativiert die in der Schreib- und Verständlichkeitsforschung vertretene Ansicht, Experten würden nicht für Laien

„Die Beobachtung, dass Experten die besseren Anleitungen schreiben, relativiert die in der Schreib- und Verständlichkeitsforschung vertretene Ansicht, dass diese nicht für Laien schreiben können.“

schreiben können. Die Daten zumindest präsentieren, bei aller notwendigen Einschränkung, ein anderes Bild.

Endnote:

1. Textprodukte und die Videotranskripte sind über folgende Homepage abrufbar: <http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2003/291/>

Literatur:

Schindler, K. (2004): Adressatenorientierung beim Schreiben. Eine linguistische Untersuchung am Beispiel des Verfassens von Spielanleitungen, Bewerbungsbriefen und Absagebriefen, Frankfurt am Main.

Die Autorin:

Dr. phil. Kirsten Schindler, studierte Geschichtswissenschaft, Geschichte des 19./20. Jahrhunderts, Romanistik, Wirtschaftswissenschaften und Informatik in Bielefeld, Rouen und Köln. 2003 Promotion in Linguistik zum Thema: Adressatenorientierung beim Schreiben (im Lang Verlag). Seit April 2004 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der RWTH Aachen, Institut für Sprach- und Kommunikationswissenschaft.

Kontakt:

k.schindler@tk.rwth-aachen.de



Sportjournalismus: Berichterstattung über David Beckham

Zunehmende Inszenierung verändert das System Mediensport

Zusammenfassung

Der Sportjournalismus öffnet sich auf Grund zunehmender Orientierung an Auflage und Einschaltquote sowie dem Kampf um exklusive Themen immer stärker kommerziellen Interessen. Das Beispiel der Berichterstattung über den englischen Fußballer David Beckham belegt die Veränderung der Informationsverarbeitung mit einem neuen Typus von „Kommunikationsgeschichten“ hin zu einer Inszenierung in den Medien. Deutlich wird dabei auch die Problematik der Selbstthematisierung des Mediensports, die zu einer Boulevardisierung der Inhalte führt und damit eine neue Qualität des Journalismus kennzeichnet.

Für viele Bereiche des Journalismus besitzt der Sportjournalismus so etwas wie eine Vorreiterrolle und damit auch für die zukünftige Qualität des Journalismus insgesamt. Diese nicht neue Erkenntnis gewinnt an bemerkenswerter Aktualität, wenn man in den vergangenen Wochen die so genannten „bunten“ Seiten der deutschen Printmedien etwas genauer unter die Lupe nimmt. Zugegeben: Es ist nicht wirklich Sport. Aber dennoch: Das Geschehen rund um David Beckham, seine Gattin Victoria „Posh Spice“ und diverse andere junge Damen – genannt „Becksgate“ – verdeutlicht aktuelle Probleme und Tendenzen auch des Sportjournalismus.

Im Ressort, dass von der ständigen Aktualität lebt, dass zuweilen hektisch und Ergebnis fixiert die täglichen Wettkämpfe dokumentiert, entwickelt sich zunehmend eine Sonderform

von „Kommunikationsgeschichten“ (vgl. Fischer 1990). Die schnelle Informationsweitergabe und vor allem Bündelung von Informationen auch aus nicht-sportlichen Bereichen der Gesellschaft belegt eine neue Form des Sportjournalismus, und demonstriert damit auch eine neue Produktionsweise von Journalismus: Die Berichterstattung im Sport bezieht sich zu immer größeren Teilen auf Informationen aus nicht-sportlichen und kommerziellen Interessen gehorchenden Systemen – und auf sich selbst.

Damit erreicht die Kommerzialisierung des Sports in immer größerem Ausmaß auch die Chronisten der sportlichen Aktionen, der Sportjournalismus öffnet sich zunehmend den Einflüssen anderer Systeme z. B. der Wirtschaft, der Politik, aber auch des Showbusiness – der Mediensport wird zur Inszenierung. Das „beinahe unschlagbare Doppel“ von Fußball und Sex (Der Spiegel Nr. 17/2004) bei „Becksgate“ ist dabei eine besonders herausragende Form der Selbstbeobachtung von Medien und belegt die zunehmende Veränderung des Systems Mediensport auf Grund der intensiven Kopplung mit anderen Systemen.

Medieninszenierung David Beckham

Ein Beispiel von vielen Beiträgen offenbart das Dilemma: Im Hamburger Abendblatt vom 19. April dieses Jahres wurde auf der letzten Seite im so genannten „Vermischten“ die redaktionell bearbeitete Zusammenfassung eines Berichtes der Deutschen Presse-Agentur (dpa) mit der Schlagzeile „Beckhams Beichte“ prominent gewürdigt.