

MEHR VERSTÄNDLICHKEIT

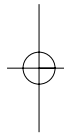
FRIEDRICH GEORG HOEPFNER

Diese Überschrift, angelehnt an Goethes letzter Forderung nach "mehr Licht", bezeichnet ein dringendes Problem für alle, die andere Menschen informieren und ausbilden.

MEHR VERSTÄNDLICHKEIT

FRIEDRICH GEORG HOEPFNER

Hoepfner-Bibliothek Nr. 1799

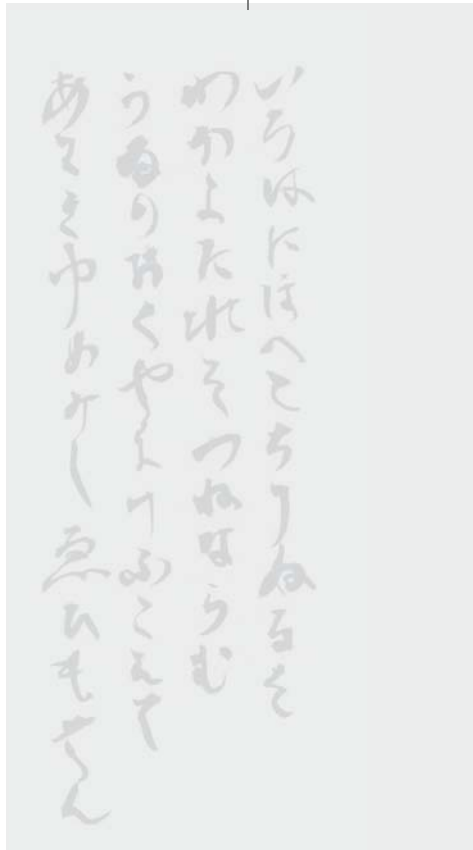


MEHR VERSTÄNDLICHKEIT

FRIEDRICH GEORG HOEPFNER

Diese Überschrift, angelehnt an Goethes letzter Forderung nach "mehr Licht", bezeichnet ein dringendes Problem für alle, die andere Menschen informieren und ausbilden.

In den folgenden Abschnitten wird dies kurz begründet, der Verständlichkeitsbegriff definiert und der Weg zur "mehr Verständlichkeit" aufgezeigt.



Warum Verständlichkeit so wichtig ist

Übermittlung von Sachinformation ist Ziel der meisten Kommunikationsaktivitäten. Wichtige Voraussetzung für die Kommunikation ist eine gut verständliche Darstellung. Sie bewirkt:

- mehr Motivation zur Informationsaufnahme
- eine umfassendere Informationsaufnahme
- besseres Behalten des Gelernten

Empirische Untersuchungen konnten zeigen, dass höhere Verständlichkeit nicht nur "ungebildeten" Menschen zugute kommt. So konnten beispielsweise erwachsene Schulabsolventen ihre Lern- und Behaltensleistung verdoppeln, als ihnen statt der amtlichen Formulierung der "Erläuterung zum Antrag auf Gewährung einer Sparprämie für das Kalenderjahr 1970" ein optimierter Text vorgelegt wurde. Anstelle von durchschnittlich etwas mehr als zwei erreichten sie etwas mehr als vier Punkte im anschließenden Verständnistest. Erwachsene mit Schulabschluss Abitur erreichten nach Durchlesen des amtlichen Textes im Verständnistest durchschnittlich fünf Punkte; hatte man der gleichen Zielgruppe den optimierten Text vorgelegt, konnten sie jedoch achteinhalb von neun möglichen Punkten erreichen. Daraus ist zu schließen, dass die Vorteile größerer Verständlichkeit unabhängig von der Schulbildung wirken.

Diese Ergebnisse wurden durch sprachliche Verbesserung von Texten erreicht, die im Deutsch der Bürokraten abgefasst waren.

Lassen sie sich auf den Bereich der wissenschaftlichen Lehre übertragen?

Um dies zu prüfen, wurden zehn Textstellen verschiedener Schwierigkeit aus psychologischen Fachzeitschriften von Experten mit dem Ziel überarbeitet, ihre Verständlichkeit wesentlich zu verbessern. Obwohl die verbesserten Fassungen inhaltlich gleich waren, erreichten wissenschaftlich vorgebildete Leser im anschließenden Behaltens-Test auf Grund der Optimierung etwa 50 Prozent mehr Punkte, bei freier Wiedergabe sogar 70 Prozent. Bei einem der ausgewählten Texte betrug der Gewinn an Verständlichkeit im Behaltens-Test sogar mehr als 140 Prozent.

Fassen wir zusammen:

Verständlichkeit ist ein entscheidender Erfolgsfaktor bei der Wissensvermittlung. Höhere Verständlichkeit bringt bessere Ergebnisse – unabhängig davon, welches Wissen inhaltlich vermittelt wird. Sie wirkt also bei mathematischen Aufgaben



und Gebrauchsanleitungen genauso wie bei Gesetzestexten oder wissenschaftlichen Abhandlungen. Höhere Verständlichkeit bringt außerdem ein positives Ergebnis, ganz unabhängig davon, welche Vorbildung der Leser hat. Sie wirkt also bei Schülern, Arbeitern, Wissenschaftlern und Kaufleuten gleich.

Aber wie können wir das Ziel erreichen, unseren Zuhörern, Studenten und Lesern mehr Verständlichkeit zu bieten? Dazu müssen wir zunächst klären, welche Eigenschaften ein verständlicher Text hat.

Diesen Aufsatz habe ich mit Fotos von Tänzern illustriert, die in einem produktiven Gegensatz zum Text stehen. Während nämlich im Text dafür plädiert wird, sich nüchtern und klar an das Mitteilungsziel zu halten und dieses direkt anzusteuern, erinnern die Bilder an eine emotionale Welt der Mitteilung, die von Gefühlen, Andeutungen und der Kreativität von Sender und Empfänger lebt.

Die Kanji-Zeichen stehen für Chiffre, deren Bedeutung sich erst bei genauerem Hinsehen erschließt – ganz wie im richtigen Leben.

Forschungsergebnisse

Das Problem der Verständlichkeit auch in der wissenschaftlichen Lehre wurde schon von Plato erkannt. Um seinen philosophischen Ideen größere Verbreitung zu sichern, stellte er sie in Form von Gesprächen dar. In den platonischen Dialogen begegnen wir Sokrates, der seinen Schülern durch geschickte Fragestellung philosophische Erkenntnisse entlockt. Sicherlich wird diese allgemein verständliche Darstellungsform ihren Teil dazu beigetragen haben, dass auch heute, nach mehr als 2000 Jahren, jeder von uns Textstellen aus Platons Dialogen kennt. Beispiel: "Ich weiß, dass ich nichts weiß".

Im deutschen Sprachraum hat sich unter anderem Ludwig Reiners mit dem Kommunikationsziel Verständlichkeit befasst. Er entwickelte Ratschläge für guten Stil und sachgerechte Mitteilung. Beispielsweise forderte er in seiner "Stilfibel" schon 1969, "Schreiben Sie knapp! ... Prüfen Sie immer: wie lässt sich der Gedanke kurz fassen?"

Der amerikanische Sprachwissenschaftler Flesh hielt kurze Worte und Sätze für die Indikatoren leichter Lesbarkeit. Er wurde dadurch bekannt, dass er versucht hat, die Verständlichkeit in Zahlen darzustellen.

Das Ergebnis war eine "Lesbarkeitsformel":

Lesbarkeit = $206,85 - 0,846 \times \text{Wortlänge} - 1,105 \times \text{Satzlänge}$

Die Wortlänge wurde in der Anzahl der Silben pro Wort gemessen, die Satzlänge in der Anzahl der Worte pro Satz.



Handwritten Chinese text: 年 19,030-也
壹萬玖千陸佰叁拾圓

Spätere Untersuchungen zeigen allerdings, dass ein solcher Indikator nur Teilaspekte des umfassenderen Begriffs der Verständlichkeit messen kann.

Der Psychologe David Ausubel (1968) zeigte, dass Informationen im menschlichen Gehirn nicht gleichrangig verarbeitet werden. Die Speicherung erfolgt in hierarchischen Systemen der Über- und Unterordnung, der Zusammenfassung und Abgrenzung. So stellt sich der Wissensschatz eines Menschen als eine große Menge aufeinander bezogener Begriffe und Kategorien dar, die man als kognitive Struktur bezeichnet. Die Verständlichkeit eines Stoffes hängt deshalb nicht allein von der Wortlänge und der Satzlänge ab, sondern auch besonders von der begrifflichen Klarheitsunterordnung des Textes.

Der Nobelpreisträger Herbert A. Simon stammte ursprünglich aus Deutschland und lebte dann in Amerika. Er konnte in einer Serie geistreich ausgedachter Experimente zeigen, dass die Fähigkeit des menschlichen Kurzzeitgedächtnisses zur Informationsspeicherung und zur Informationsverarbeitung sehr stark begrenzt ist. **Es werden gleichzeitig nur etwa sieben einzelne Informationselemente verarbeitet!** Diese

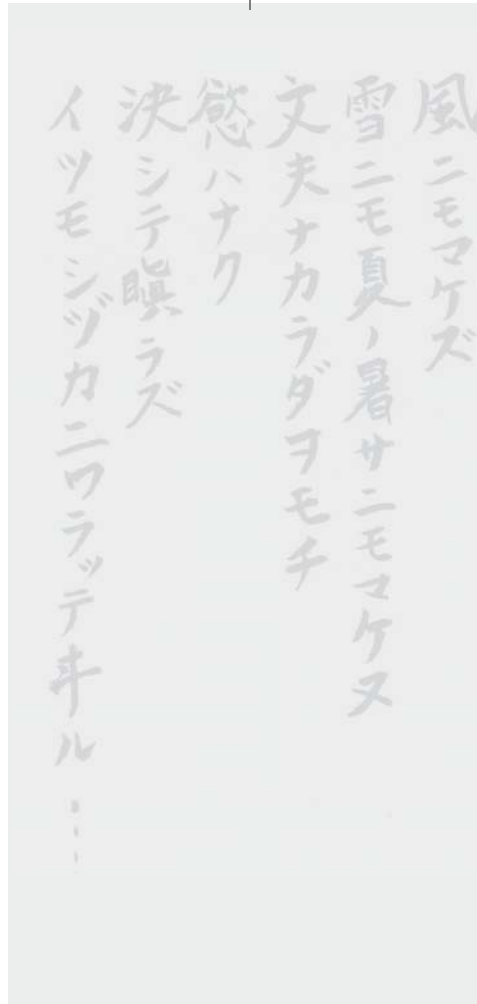
enormen Begrenzungen umgeht der Mensch dadurch, dass er kleinste Informationsteilchen zu größeren Einheiten zusammenfasst, sodass konzentriert handhabbare Pakete entstehen. Hier liegt auch der große Vorteil abstrakter Begriffsbildung, der in der wissenschaftlichen Lehre eine so große Rolle spielt.

Für unsere Arbeit können wir daraus folgern, dass eine geschickte Textorganisation und klare Strukturierung die Verarbeitung von Informationen erleichtert.

Die Stiftung Volkswagenwerk hat in den 80er Jahren ein deutsches Forschungsprogramm zu diesem Thema gefördert. Dort gelang es, alle diese Erkenntnisse zu berücksichtigen und darüber hinaus ein leicht anwendbares Konzept der Verständlichkeit zu erarbeiten.

Die umfassenderen Untersuchungen einer Forschungsgruppe an der Universität Hamburg orientierten sich an den Lern- und Behaltensleistungen der Wissensempfänger. Sie konnten eine Liste von Textmerkmale (Dimensionen) entwickeln, die die Verständlichkeit fördern. Es gelang weiterhin, diese Merkmale zu vier Gruppen zusammenzufassen und die Wirkung dieser Dimensionen auf die Verständlichkeit eines Textes nachzuweisen. Demnach ist ein gut verständlicher Text in folgenden Werten optimal:

- Einfachheit
- Gliederung
- Kürze
- Abwechslung



Die vier Dimensionen der Verständlichkeit

Wir wollen zwei Texte vergleichen:

Wer eine fremde bewegliche Sache einem anderen in der Absicht wegnimmt, dieselbe sich rechtswidrig anzueignen, wird wegen Diebstahls bestraft. (StGB)

Diebstahl: *Jemand nimmt einem anderen etwas weg. Dabei ist wichtig, dass es ihm nicht gehört und dass er die Absicht hat, es zu behalten. Das ist Diebstahl. Beispiel: Jemand nimmt im Kaufhaus heimlich eine Ware an sich und bezahlt sie nicht.*

Warum ist der zweite Text verständlicher als der Erste?

Er hat eben günstigere Werte in den vier Dimensionen der Verständlichkeit. Die Ausprägung dieser vier Dimensionen gibt Auskunft darüber, wie verständlich ein Text ist.

Nachfolgend zu jedem Stichwort eine kurze Erläuterung.

1. Einfachheit

Am wichtigsten ist die einfache Darstellung. Je komplizierter ein Text ist, desto schwerer kann man ihn verstehen. Ein Text kann niemals einfach an sich sein. Einfachheit ist ein relativer Begriff. Einfach für wen? Was in der Volksschule kompliziert ist, kann für Zahnärzte einfach sein.

Jeder Text wird einfacher, wenn man die Sätze kürzer macht. Aber es ist auch wichtig, dass die verwendeten Worte und Begriffe, die Beispiele und die gesamte Textorganisation dem Erfahrungsbereich und der Lebenswelt der Zielgruppe entstammt. In diesem Sinne ist für einen Akademiker aus Süddeutschland ein Text mit Bezeichnungen aus dem Sprachschatz Hamburger Zuhälter genauso schwer verständlich wie eine Sammlung dentalmedizinischer Fachausdrücke für eine Karosserie-Arbeiterin.

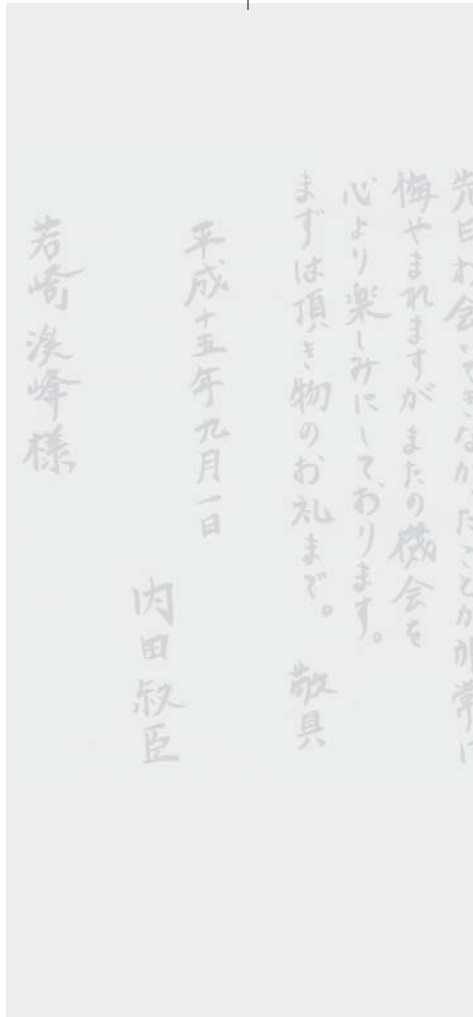
Zur Einfachheit gehört aber auch eine einfache Darstellung des Inhalts, konkrete, anschauliche Formulierung, die klare Definition von Fachwörtern und ein einfacher Satzbau.

Hier ein Beispiel:

Raub ist die in gewaltsamer Intention ergangene rechtswidrige Usurpation eines fremden Objektes

Für den Durchschnittsbürger wäre es einfacher so:

Was ist Raub? Jemand nimmt einem anderen etwas weg. Er will es behalten. Aber es gehört ihm nicht. Beim Wegnehmen wendet er Gewalt an oder droht dem anderen, dass ihm etwas Schlimmes angetan wird. Das ist ein Verbrechen und heißt Raub.



So weit die Einfachheit, die den Inhalt betrifft. Sie kann sich nur auswirken, wenn die betreffende Botschaft auch ankommt. Die Information muss also wahrnehmbar sein.

Deshalb wollen wir zusätzlich den Begriff der formellen Einfachheit einführen. Ein Vortrag soll einfach zu hören sein: er muss laut genug sein, gut artikuliert, frei von Nebengeräuschen. Eine Abbildung muss gut zu sehen sein: sie soll klar gezeichnet sein, gut beleuchtet, nah genug am Empfänger. Solche Forderungen gewinnen an Bedeutung, wenn man bedenkt, dass auch kleinste Störungen die Aufmerksamkeit des Empfängers stark ablenken können. Meist ist die Ablenkung stärker, als der Sender es für möglich hält. Wie viele Redner scheiterten schon an der stickigen Luft im Vortragssaal, am Ausfall des Mikrofons, an ihrer unleserlichen Handschrift auf der Tafel oder an unbequemen Stühlen? Jeder von uns hat derartige Vorfälle schon erlebt und kennt den Ärger, der damit verbunden ist.

Zusammengefasst bedeutet dies, dass sich die Einfachheit eines Textes durch zielgruppengerechte Darstellung und störungsfreie Empfangsbedingungen verbessern lässt.



***Alles sollte so einfach wie möglich,
aber nicht einfacher gemacht werden.
Albert Einstein***

2. Gliederung und Ordnung

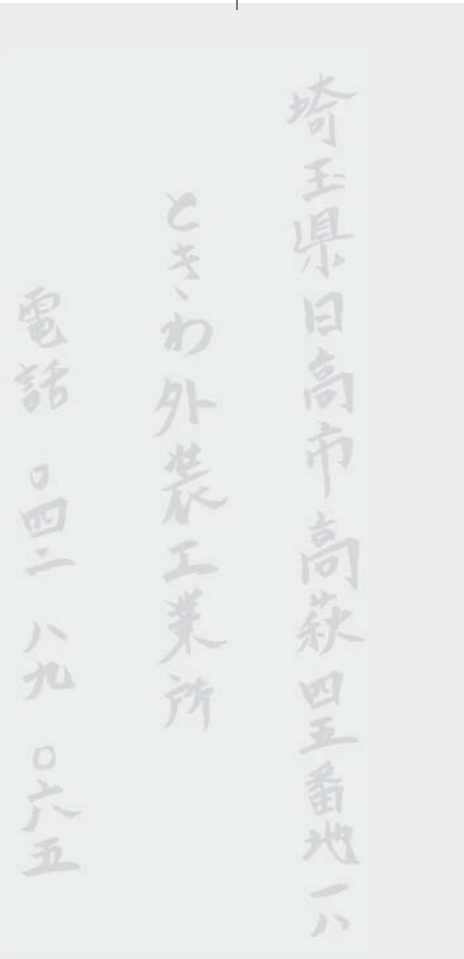
Für Wissenschaftler ist es selbstverständlich, ihre Gedanken logisch aufzubauen und klar zu gliedern – sollte man meinen! Betrachtet man aber Aufsätze in Fachzeitschriften, so erkennt man schnell ein Defizit in diesen beiden Aspekten der Verständlichkeit.

Innere Ordnung: folgerichtiger Aufbau, klare Abgrenzung, einer sinnvollen Argumentation folgend.

Sichtbare Gliederung: übersichtliche Darstellung der gedanklichen Gliederung, z. B. durch treffende Überschriften, schlagwortartig hervorgehobene Kernbegriffe, Kleindruck von Exkursen und klare Erläuterung der Vorgehensweisen.

Beispiel:

Wenn Carol aus der Vorlesung kommt und nicht weiß, worum es gegangen ist, hat das wahrscheinlich verschiedene Neben- und Hauptgründe, z. B. das Parfum ihres Nachbarn. Diese Gründe wir-



ken zusammen und können sich gegenseitig verstärken, so zum Beispiel die Tatsache, dass der Professor das Mikrofon nicht benutzt und seine Gliederung unordentlich an die Tafel schreibt. Außerdem ist Carol kurzsichtig und der Nachbar hat nicht nur ein interessantes Parfum, sondern auch ein Hemd mit großem Ausschnitt, sodass man seine Muskeln sieht. Carol meint zu Recht: "Da kann kein Mensch aufpassen! Und wenn man doch mal aufpasst, dann weiß man nicht, worüber der Professor gerade spricht!"

Dasselbe Beispiel, aber besser eingegliedert:

Carol beklagt sich über Lernstörungen, für die sie zwei Ursachengruppen sieht: unzureichende didaktische Gestaltung einer Vorlesung und das aufreizende Verhalten ihres Nachbarn.

Didaktische Mängel der Vorlesung: Die Vorlesung ist schlecht zu hören, da kein Mikrofon benutzt wird. Die Gliederung war zwar zum Mitschreiben an die Wand geworfen, man kann sie jedoch nicht lesen. Der Vortragende hält sich möglicherweise nicht genau an die Gliederung, zumindest versäumt er es, sein Publikum ständig darüber zu informieren, worüber er gerade spricht.

Der Nachbar: Ein Student, der neben Carol sitzt, trägt ein starkes Parfum und ein tief ausgeschnittenes Hemd. Carol wird dadurch verwirrt oder abgelenkt.

Schlussfolgerung: Carol erlebt ihre Lernstörungen als Ergebnis fremder Verhaltensweisen, die sie nicht beeinflussen kann. Sie sieht keine Ursachen, die in ihrer eigenen Person liegen.

Dieses Beispiel zeigt zugleich, dass eine Verbesserung der äußeren und inneren Gliederung eines Textes häufig zu neuen Ergebnissen führt. Das wird dadurch erreicht, dass bisher nur versteckt vorhandene Informationen jetzt in einem sinnvollen Bezugsrahmen gesetzt und dadurch aufgewertet werden. Hier noch einige Tipps:

- Das Bekannte kommt vor dem Unbekannten
- Das Einfache vor dem Komplizierten, Allgemeinen, Speziellen
- Das Interessante und Wichtige kommt vor dem Langweiligen und Unwichtigen
- Der Inhalt muss in der logisch richtigen Reihenfolge vorgetragen werden.

Gut gegliederte Texte sind folgerichtig, übersichtlich, unterscheiden das Wesentliche vom Unwesentlichen und alles kommt „schön der Reihe nach“.

Der "rote Faden" bleibt sichtbar.



3. Kürze und Prägnanz

Wieviel Text brauchen Sie, um eine bestimmte Information zu übermitteln? Die Dimension "Kürze" können wir stets im Verhältnis zu dem angestrebten Lernziel sehen. Effiziente, "ökonomische" Nachrichten enthalten gerade so viele Zeichen, wie zum Erreichen des Informationsziels notwendig sind.

Ein Text wird aber nicht immer verständlicher, wenn er kürzer ist. Man muss also das Optimum suchen. Optimal ist ein Text dann, wenn er alles enthält, was nötig ist – nicht mehr und nicht weniger. Der Verfasser eines solchen Textes beweist damit, dass er Respekt vor der Zeit seiner Leser hat. Er will sie weder durch Abschweifungen oder unnötige Wiederholungen langweilen, noch ihnen Wesentliches vorenthalten. Dieses Ziel kann auch ein geübter Verfasser nur durch inneres Durcharbeiten des Textes erreichen. Je kürzer eine Rede, desto länger die Vorbereitungszeit! Schon Cicero wies auf dieses scheinbare Paradoxon hin.

Beispiel:

Lenin sagte in seiner unvergessenen Schrift "Blutsauger und andere Ausbeuter", dass Dentisten zu den übelsten Aasgeiern der dekadenten kapitalistischen Gesellschaft gehören. Aus reiner Profitgier zerbohren und zertrümmern Sie die faulenden Gebisse der Arbeiterklasse, die unter ihrem Sadismus ebenso zu leiden hat wie unter dem Ausbeutertum der Unternehmer. Dann eignen sie sich in ihrer grenzenlosen Profitgier die über das Lebenshaltungsminimum hinausgehenden Teile des von der Arbeiterklasse erschuften Mehr-

werts an, gerade so viel, dass der geliebte Arbeiter noch genug Geld hat, seinen Kindern Schokolade und Zucker zu kaufen. Da diese Stoffe die Zahnfäule fördern, erreicht die Blutsaugerklasse der Zahnärzte durch diesen geschickten Schachzug, dass die zarten Mäuler der Proletarier schon vor dem ersten Zahnwechsel verfaulen und ein unendlicher Strom jammernder Patienten sich in ihre überfüllten, aber kärglich eingerichteten Wartezimmer ergießt. Dort werden sie, in ihrem Schmerz schutzlos geworden, schon vor der Behandlung den verführerischen Reklameschildern des Konsumterrors durch angeschlagene Schokoladenplakate und ausgelegte, dumm machende Magazine ausgesetzt. So konnte Lenin die Zahnärzte als Ausbeuter und Erzfeinde der Proletarier entlarven.

Das Informationsgerüst dieses Textes könnte man zusammenfassen, daran ist kein Zweifel. Ich überlasse es dem geeigneten Leser, das übungshalber zu tun.

Auch wenn sie dieses Beispiel nicht zu ernst nehmen, können Sie daraus Erkenntnisse für die Messung von Kürze und Prägnanz gewinnen: ein Text soll kurz sein, sich auf das Wesentliche beschränken, das Mitteilungsziel konzentriert angehen und keine überflüssigen Worte oder Abschweifungen enthalten. Es kommt also darauf an, sein Ziel direkt anzusteuern und alles, was nicht notwendig ist – Einzelheiten, Zusatzinformationen und Erläuterungen – wegzulassen. Zugleich soll alles weggelassen werden, was aus sprachlichen Gründen entbehrlich ist:



weitschweifige Formulierungen, umständliche Erklärungen, Wiederholungen, Füllwörter und Phrasen.

Das Beispiel zeigt aber auch, dass weniger kurze und prägnante Texte dem Leser oft mehr Anregung und Abwechslung bieten. Die Forderung nach Kürze widerspricht also zumindest teilweise dem nun folgenden Wunsch nach Anregung und Abwechslung.

4. Anregung und Abwechslung

Anregende und abwechslungsreiche Texte haben ihren Konkurrenten im Wettrennen um die Aufmerksamkeit des Lesers oder Zuhörers einiges voraus. Ihnen gilt der erste Blick, und sie prägen sich dem Gedächtnis am besten ein. Kein Wunder, denn wer bevorzugt nicht eine anregende, interessante, abwechslungsreiche und persönlich auf den Empfänger bezogene Botschaft?

Aber: Abwechslung allein tut es nicht. Ausführliche Untersuchungen belegen vielmehr, dass Abwechslung das Verständnis nur dann fördert, wenn der Empfänger gleichzeitig eine klare, übersichtliche Gliederung der Botschaft vor Augen hat. Abwechslung, die auf Kosten der klaren Ordnung des Textes geht, schwächt die Aufnahmefähigkeit des Empfängers. Auch muss sorgfältig abgewogen werden, inwieweit ein Mehr an Abwechslung durch weniger Kürze erkauft werden soll. Zumindes vom Inhalt her ist nämlich ein kurz

und prägnant abgefasster Text an sich immer schon abwechslungsreich; wird er länger, so kann er an Qualität verlieren.

Wichtige Schritte auf dem Weg zu einer wohl dosierten Abwechslung und Anregung im Text sind die Wahl treffender Beispiele mit direktem Bezug zur Zielgruppe, das direkte Ansprechen der Zielgruppe, z. B. durch Fragen oder Ausrufe, eine farbige, abwechslungsreiche Sprache ganz allgemein, und – in Maßen – Humor sowie der Einsatz wörtlicher Reden. Neben die Abwechslung und Anregung aus dem Text selbst tritt allerdings gleichberechtigt die Illustration des Textes im weitesten Sinne. Einen Vortrag kann man z. B. durch Vorführen von Modellen oder Mustern, durch den Einsatz von Tageslichtschreibern, Videos, Pinwänden oder einer Schreibtafel auflockern. Innerhalb eines Films sind es dann die geschickte Technik des Schneidens, der Wechsel der Kameraposition und die geniale Beleuchtung, aber auch der Auftritt verschiedener Personen, die Nutzung verschiedener Stimmen und vielleicht sogar Farbveränderungen, Tricks und akustische Untermalung, die Abwechslung bringen. Im geschriebenen Text ist es der Wechsel von Schriftgröße und Schrifttyp, aber auch Fettdruck, Kursivschrift, eingerückter Text oder die Verwendung von grafischen Symbolen. Wenn man einen Vortrag oder einen Text abwechslungsreich gestal-



ten will, dann muss man bedenken, in welcher Umgebung er aufgenommen werden wird. Dabei kommt es auch auf die Zielgruppe an. Abbildungen sind in Kinderbüchern ganz normal, in wissenschaftlichen Aufsätzen können Sie durchaus eine interessante Abwechslung sein. Die Verwendung einer Computerpräsentation kann sehr anregend sein, aber nicht unbedingt dann, wenn vor Ihnen schon drei Redner mit dem gleichen Programm gearbeitet haben. Computergestütztes Lernen kann für die jungen Menschen der „Net Generation“ selbstverständlich sein, andere werden von der Technik zu sehr abgelenkt.

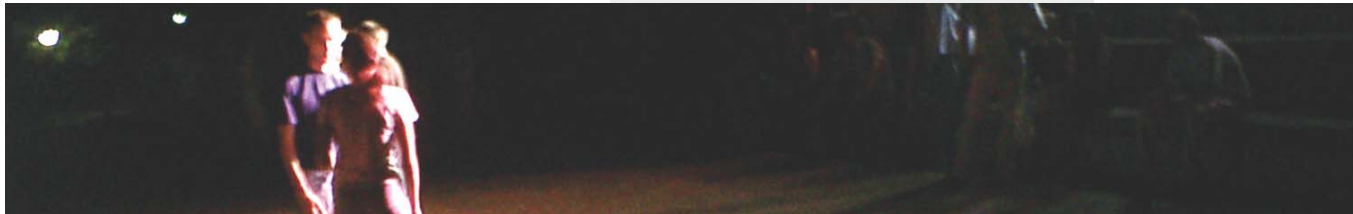
Mehr Lernerfolg können wir unserem Publikum dadurch bieten, dass wir es in den Prozess der Informationsaufnahme aktiv einbeziehen. Eines der Geheimnisse der Wirksamkeit platonischer Dialoge könnte eben darin bestehen, dass der Zuhörer nicht zum bloßen Konsumenten degradiert ist, sondern zum Mitdenken aufgefordert und aktiv in den Prozess der Wissensvermittlung einbezogen wird. Hier liegt der große Vorteil eines Lehrgesprächs als Form des Unterrichts. Im Grunde genommen basieren moderne Formen der schriftlichen Wissensvermittlung auch darauf, dass sie z. B. Techniken der programmierten Unterweisung oder des computergestützten Lernens verwenden. Andere Formen der Aktivierung des Publikums bei einem Vortrag ist zum Beispiel die Unterbrechung durch kleine Gruppenarbeiten, oder das Halten von Kurzvorträgen durch Teilnehmer, das Lösen von Aufgaben, die Beantwortung von Orientierungs- oder Kontrollfragen usw. Viele Menschen zeigen offene oder versteckte Vorbehalte

gegen Formen der Wissensvermittlung, die die Zuhörer aktivieren. Das liegt sicherlich auch daran, dass man es von früher her nicht anders gewohnt ist. Ein anderer Grund könnte sein, dass derartige Techniken höhere Anforderungen stellen:

- sehr viel Einfühlungsvermögen
- geschickte Gesprächstechnik
- souveräne Beherrschung des Stoffes

Aber das sind Dinge, die man lernen und trainieren kann. Vorbehalte können aber auch damit zusammenhängen, dass vielen Menschen nicht bewußt ist, wie wenig von dem ankommt, was sie an Information von sich gegeben haben. Ergebnisse der Sozialpsychologie zeigen, dass man bei gleichem Zeiteinsatz durch aktivierende Mitteilungsformen nicht nur schnelleres Lernen erreichen kann. Noch wichtiger ist, dass die Zuhörer dabei mehr behalten und eher überzeugt werden können.

Vor vielen Jahren habe ich dazu ein interessantes Experiment mit drei Professoren der Zahnmedizin durchgeführt. Jeder Professor hatte die Aufgabe, denselben Text fünf weiteren Kollegen beizubringen. Professor A tat dies, indem er einen Vortrag zum Thema hielt.



カラダヨモチ
ク
瞑ラズ
シヅカニワラッテキル

Professor B konnte ebenfalls einen Vortrag halten, durfte aber zusätzlich noch Folien mit erklärenden Zeichnungen und den wichtigsten Begriffen auflegen. Beim späteren Test hatten seine Zuhörer im Durchschnitt etwa 30 Prozent bessere Ergebnisse. Beschämend war jedoch, dass die Zuhörer in beiden Fällen im späteren Verständnistest weniger als die Hälfte der dargebotenen Fakten richtig darstellen konnten. Immerhin waren sie ja Professoren, von denen hätte man etwas mehr erwarten können. Die wirkliche Sensation war dann auch das Ergebnis der dritten Gruppe. Professor C hatte die Aufgabe, den Text gemeinsam mit der Gruppe interaktiv zu erarbeiten. Es wurde diskutiert, man konnte Fragen stellen, und man hatte kleine Aufgaben zu lösen. Diese Gruppe brauchte zwar erwartungsgemäß länger, um den Text durchzuarbeiten, aber im Durchschnitt konnten die Teilnehmer im Test über 80 Prozent der Information reproduzieren. Noch ein pikantes Detail: die Mehrzahl der teilnehmenden Professoren hatte vor dem Experiment für sich selbst die Verwendung von interaktiven Lernmethoden ausgeschlossen, weil sie in ihren Lehrveranstaltungen sonst nicht in der Lage wären, den gesamten Stoff durchzunehmen. Schlechte Ergebnisse bei ihren Studenten führten sie auf deren mangelnden Lernwillen und zu geringe Intelligenz zurück. Ich bin heute noch optimistisch, dass mein Experiment damals dazu geführt hat, diese Einstellung einiger Professoren zu verändern.

Zusammenfassung: Die vier Dimensionen der Verständlichkeit

Verständlichkeit ist ein komplizierter Begriff, der sich in vier Dimensionen begreifen läßt: Einfachheit, Gliederung/Ordnung, Kürze/Prägnanz und Abwechslung/Anregung.

Diese Dimensionen sollen nicht maximiert, sondern optimiert werden: auf das richtige Maß kommt es an. Dabei spielt es eine große Rolle, für welche Zielgruppe die Botschaft gedacht ist und welches Mitteilungsziel erreicht werden soll.

Die vier Dimensionen stehen in einer Wechselbeziehung zueinander. So wissen wir, dass Abwechslung oder Anregung nur dann positiv sind, wenn ein klar gegliederter und geordneter Text vorliegt. Beim Einsatz zusätzlicher Abwechslung oder Anregung muss man darauf achten, dass die Botschaften nicht zu weitschweifend werden und damit an Prägnanz verlieren. Eine zu einfache Darstellung kann auf Kosten der Prägnanz gehen und die begriffliche Abgrenzung vermissen lassen.

Unter den vier Dimensionen hat die Einfachheit den größten Einfluss auf das Lernen und Behalten. Es folgen Gliederung/Ordnung und Kürze/ Prägnanz. Am schwierigsten ist es, eine klare Aussage zu Fragen der Abwechslung oder Anregung zu machen. Wer eine Botschaft verfasst, hat gerade in diesem Bereich sehr viele Möglichkeiten. Hier findet der Autor seine Gestaltungsfreiheit und seinen persönlichen Stil.



Insofern zeigt sich, dass die interaktive Wissensvermittlung sozusagen die "Hohe Schule der Informationsweitergabe" ist. Wie beim Tanz kommt es darauf an, dass Sender und Empfänger denselben Rhythmus finden, aufeinander reagieren, sich einander anpassen. Und wie beim Tanz ist dies alles nicht nur Gegenstand rationaler Überlegungen und vorgeplanter Schachzüge, sondern auch des intuitiven Eingehens aufeinander.

Verständlichkeit muss in Abhängigkeit von Zielgruppe und gewähltem Medium unterschiedlich beurteilt werden. Bei interaktiven Medien kommt zur rein intellektuellen Aufgabe der Verständlichkeit noch die Frage der intuitiven Bedienbarkeit hinzu. Im Zusammenhang mit Websites spricht man dann von **Usability**. Verständlichkeit kann man messen. Gebräuchliche Verfahren sind die Beurteilung durch Experten und die experimentelle Nachverfolgung des Benutzerverhaltens.

Ist das alles selbstverständlich?

Vielleicht schon, aber es wird nicht immer angewendet:

"Indem Sie die Druckformatvorlage des Winword-Dokuments mit der Druckformatvorlage verbinden, können Sie die Druckformat-

vorlage der Dokumentvorlage aktualisieren. Wenn Sie die Druckformatvorlage eines Dokumentes mit der Druckformatvorlage einer Dokumentvorlage verbinden, ersetzen die Druckformatdefinitionen des Dokuments die gleichnamigen Druckformatdefinitionen der Dokumentvorlage. Sämtliche Druckformate in der Druckformatvorlage des Dokuments, die nicht in der Druckformatvorlage der Dokumentvorlage enthalten sind, werden dieser hinzugefügt."

Wie lernt man, sich verständlich mitzuteilen?

Hier ein kleiner Stufenplan:

- Setze dir das Ziel, verständlicher zu werden
- Erarbeite dir die Dimensionen der Verständlichkeit
- Lerne es, dieses Wissen bei der Beurteilung von Mitteilungen einzusetzen
- Erarbeite dir eine Werkzeugkiste voller „Verständlichmacher“ – Mittel, die dir helfen, in deiner eigenen Situation, bei deiner Zielgruppe und für deinen Themenbereich gute Wirkung zu erzielen
- Übe es, eigene und fremde Textstellen zu verbessern
- Vergleiche die Ergebnisse dieser Arbeit mit dem, was andere zu Stande gebracht haben
- Wende diese Fertigkeiten so oft an wie nur möglich, damit du sie nicht vergisst

Übrigens ist dieser Stufenplan ziemlich kurz. Und er spricht sein Publikum direkt an. So ähnlich klingt es auch bei den zehn Geboten. Verstanden?



Können erwachsene Menschen überhaupt lernen, sich einfach mitzuteilen – können sie das unabhängig davon lernen, wen sie ansprechen möchten oder zu welchen Themen sie Stellung nehmen? Sicherlich mag es da Unterschiede geben. Der eine lernt schneller, der andere tut sich schwer. Aber es ist erstaunlich, was man mit gutem Willen und gezieltem Training erreichen kann. Dies zeigte eine empirische Untersuchung:

100 Versuchspersonen erhielten dieselbe Aufgabe: sie sollten eine bestimmte Mitteilung so verständlich wie möglich gestalten. Innerhalb des Trainings für diese Aufgabe konnten bis zu 60 Prozent der Teilnehmer einen sehr gut verständlichen Text abliefern. Wer nicht trainiert hatte, war an diesen Aufgaben gescheitert (nur sieben Prozent konnten es).

Gut zum Thema passt, dass es didaktische Unterstützung gibt. Unter <http://webquality.ethz.ch/verstaendlichkeit/kurs/> bietet die ETH Zürich eine Möglichkeit zum Selbststudium an.

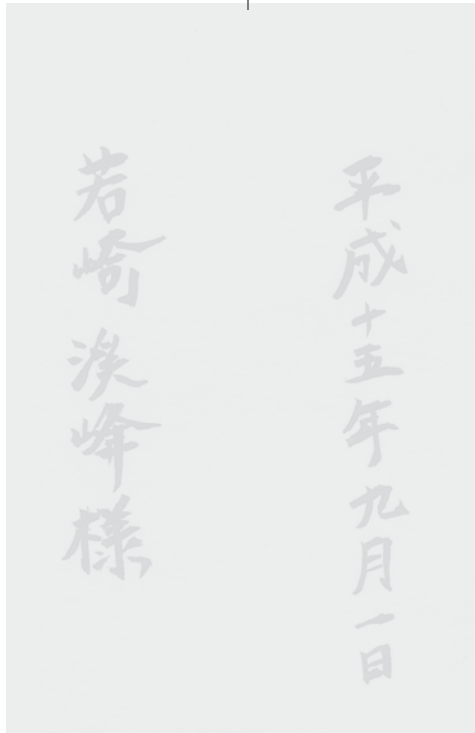
Man kann lernen, Text verständlich zu gestalten. Das lohnt sich, denn bei ausreichendem Engagement ist die Erfolgswahrscheinlichkeit groß. Verständlichere Texte machen das Leben und Lernen leichter. Man braucht sie aber auch im Alltag, in der Politik, in der Wirtschaft und ganz besonders in der Verwaltung. Verständliche Texte können unser Schicksal mitgestalten. Manchmal können Sie sogar entscheidend sein!

„Auf dem Flohmarkt habe ich dieses Goldkettchen für meine Freundin bekommen!“ - „Ah, guter Tausch!“

Zusammenfassung

Wir wollten schon immer, dass man uns versteht. Gerade heute, wo das Ausmaß des menschlichen Wissens immer schneller wächst, gewinnt dieses Problem jedoch an Bedeutung. Immer mehr Wissensvermittlung ist notwendig und immer neue Fachgebiete mit entsprechenden Fachausdrücken entstehen, die auch dem gebildeten Laien nur noch schwer zugänglich sind.

Was aber nützt uns der Ruf nach dem mündigen Bürger, wenn keiner mehr die Texte der Gesetze, Forderungen und Formulare verstehen kann? Gilt da noch der Satz aus der Verfassung, dass die Amtssprache Deutsch ist? Wie weit kom-



men wir mit unseren neuen Computern, wenn die Gebrauchsanleitungen von einem chinesischen Übersetzungsautomaten verfasst worden ist? Können wir uns mit solchen Geräten wirklich Arbeit sparen? Ist es sinnvoll, dass 20 Kursteilnehmer nach einer Veranstaltung beim Durcharbeiten der Unterlagen und weiterführender Literatur die Arbeit nachholen, die der Dozent in der Vorbereitung versäumt hat?

Wer gelernt hat, die Vorzüge eines verständlichen, gut durchgearbeiteten Textes zu erkennen, wird die ästhetische und intellektuelle Faszination einer einfachen, geordneten, prägnanten und anregenden Mitteilung nicht mehr missen wollen!

© Text und Bilder Dr. Friedrich Georg Hoepfner 1987, 2003

Kanji: Yoshimi Uchida-Siebert, aicas GmbH

Gestaltung: susy schafheutle, www.konzept-und-grafik.de

Druck: Kopierstelle Knobloch

Alles Mitglieder des CyberForum e. V., Karlsruhe