

Hans-Jürgen Bucher
Medienwissenschaft
Universität Trier

Erscheint in: Weischenberg, Siegfried; Kleinsteuber, Hans J. / Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien, Wiesbaden 2005

Verständlichkeit – eine journalistische Kommunikationsqualität

1. Zum Begriff der Verständlichkeit

„Alles ist nichts ohne Verständlichkeit, aber Verständlichkeit ist nicht alles“. Dieses Bonmot des Stiltheoretikers und Sprachkritikers Will Sanders (1992, 36) trifft exakt die Vertracktheit des Verständlichkeitsproblems: Verständlichkeit ist *conditio sine qua non* jeder Kommunikation, muss aber durch andere Kommunikationsqualitäten ergänzt werden. Nur wenn ein Kommunikationsbeitrag vom Adressaten auch verstanden wird, hat er seinen eigentlichen Zweck erfüllt. Verstehen und Kommunikation sind dementsprechend sowohl in der direkten als auch in der medialen Kommunikation begrifflich von einander abhängig: Keine Kommunikation ohne Verstehen und kein Verstehen ohne Kommunikation. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass das Problem der Verständlichkeit die Geschichte der Medien und des Journalismus von Beginn an begleitet, ja dass die Verständlichkeit zu einem universellen Gradmesser für die Qualität journalistischer Produkte geworden ist.

Die Begriffe *Verstehen*, *Verständnis*, *Verständigung* und *Verständlichkeit* bilden eine Begriffsfamilie: Verstehen ist die Voraussetzung für (gegenseitige) Verständigung, Verständlichkeit ist ein Qualitätsurteil, das auf der Basis eines entsprechenden (individuellen) Verständnisses gefällt wird. Im Zusammenhang einer Kommunikationstheorie betrachtet, ist das Problem des Verstehens auf einer mikrostrukturellen Ebene angesiedelt und wurde dementsprechend schwerpunktmäßig von Theorien bearbeitet, deren Gegenstand der Sprachgebrauch *in* der Kommunikation ist. Allerdings reicht das Problem des Verstehens in viele makrostrukturellen Phänomene hinein: ob systemtheoretisch von struktureller Kopplung zwischen Systemen die Rede ist, ob über Medienwirkungen spekuliert wird oder ob die Adressatenorientierung einer Kampagne, einer Fernsehserie, eines Zeitungs-Relaunch beurteilt werden soll – die Ebene des Verstehens und die Annahme der Verständlichkeit liegen allen Aussagen über solche makrostrukturellen Zusammenhänge zugrunde. Nur wenn ein Beitrag in bestimmter Weise verstanden wurde, kann er zur Wahl einer bestimmten Partei motivieren, zur Ausbildung gewalttätiger Neigungen beitragen oder bei Rezipienten aus anderen gesellschaftlichen Systemen, wie Politik, Wissenschaft oder Wirtschaft zu dem führen was in der Systemtheorie als „Irritationen“ bezeichnet wird.

Für die Komplexität des Problems der Verständlichkeit lassen sich ganze eine Reihe von Gründen ausmachen:

1. *Die Vielschichtigkeit des Verstehens*: Die Gegenstände des Verstehens können ganz unterschiedlicher Art sein. Verstehen kann man Äußerungen, Texte, Sätze, Wörter, Bilder, Hypertexte, Abbildungen, Gesten, Theorien, Menschen, eine Sprache oder eine Handlung. Das Verstehen einer Intention, einer Absicht, scheint dabei allerdings insofern eine Sonderrolle einzunehmen, als es den verschiedenen Verstehensdimensionen zugrunde liegt: verstehen, wie ein Text oder ein Filmbeitrag gemeint („intendiert“) ist, führt zu dem, was man den kommunikativen Sinn der entsprechenden Kommunikationsbeiträge

nennen kann. Und diesen kommunikativen Sinn zu erschließen ist das eigentliche Ziel des Verstehens. Für die Massenkommunikation ist es entscheidend, Intentionalität und Meinen über das individuelle Handeln singulärer Medienakteure hinaus zu erweitern: kollektiv verfolgte Intentionen sind kommunikative Zwecke oder Strategien, die von Redaktionen, Parteien, Rundfunkanstalten, Unternehmen oder Verbände umgesetzt werden können. Das Verständnis von Medienbeiträgen zielt gerade auf diese kommunikativen Zwecke, die über die Intentionen der Einzelakteure hinausweise.

2. *Die Offenheit der Verstehenskriterien*: Hypothese über Medienwirkungen basieren – oft unhinterfragt – auf der Annahmen von homogenen Verständnissen bestimmter Medienprodukte. Die verstehensorientierte Rezeptionsforschung, auch Aneignungsforschung genannt, hat aber gezeigt, dass die Einlassung auf und die Zuwendung zu einem Medienprodukt ganz unterschiedlich ausgeprägt sein kann und das ganze Spektrum vom „Nebenbei-Konsum“ bis zur konzentrierten Aufmerksamkeit umfasst (vgl. Holly u.a. 2001). Dementsprechend offen ist, was als Verstehen eines Medienproduktes gilt: die Zuordnung zu einem bestimmten Thema, die Identifikation einer der auftretenden oder genannten Personen, die Einordnung in einen Diskussionszusammenhang, oder die Erkenntnis, den Beitrag früher schon einmal gesehen zu haben. Vor allem die historische Medienforschung hat gezeigt, dass Verständnisse veränderbar sind, je nach dem, wie viel „Umfeld“-Informationen zu einem Beitrag erschlossen werden können. „Eine Zeitungsmeldung aus dem alten Ägypten wäre für mich unverständlich“ wusste schon der Schriftsteller Helmut Heißenbüttel, da das Vorwissen äußerst lückenhaft wäre (Heißenbüttel 1982).

3. *Die Unmerklichkeit des Verstehens*: Verstehen stellt sich ein, man kann es nicht erzwingen, weder bei sich selbst, noch bei einem Kommunikationspartner. Verstehen ist deshalb auch kein Prozess, wie verschiedene psychologische Theorien annehmen. Man kann nicht zwei Stunden lang etwas verstehen und dann aufhören. Was Prozesscharakter hat, ist das Interpretieren, auf das wir dann zurückgreifen, wenn sich das Verstehen nicht einstellt. Ob jemand etwas verstanden hat, zeigt sich in der Kommunikation, beispielsweise darin, wie er über einen Fernsehbeitrag, über einen Zeitungstext diskutieren kann.

4. *Die Subjektivität des Verstehens*: Verständlich ist ein Kommunikationsbeitrag immer nur für ein bestimmtes Individuum. D.h. Verständlichkeit ist immer relativ zur kommunikativen Kompetenz, zu den Wissensvoraussetzungen und auch zur Kommunikationssituation, in der der entsprechende Adressat sich befindet.

Verständlichkeit ist deshalb keine Eigenschaft der Kommunikationsbeiträge, also beispielsweise von Texten, Filmbeiträgen, Fotos oder Grafiken, sondern Verständlichkeit ist ein Attribut, das ein bestimmter Adressat einem Kommunikationsbeitrag beimisst.

Verständlichkeit ist insofern eine typisches Beobachterkonstrukt.

In der Medienkommunikation ist das Problem der Verständlichkeit gewissermaßen radikalisiert: die Anonymität der Adressaten, die Verschiedenheit und Unvorhersehbarkeit der Rezeptionssituation sowie die fehlende Rückfragemöglichkeit verschärfen im Vergleich zur direkten Kommunikation das Problem auf allen Ebenen.

2. Traditionen der Verständlichkeitsforschung

Trotz der offensichtlich zentralen Rolle, die die Begriffe Verstehen und Verständlichkeit für eine Theorie der Kommunikation und der Massenkommunikation spielen, haben sowohl Verstehentheorien als auch die Verständlichkeitsforschung bislang eher ein Schattendasein in der Medien- und Kommunikationswissenschaft geführt. Das lange Zeit – und teilweise noch heute – vorherrschende Übertragungsmodell der Kommunikation, ist kein guter Nährboden für Verständlichkeitsforschung: Versteht man Kommunikation im Sinne einer Informationsübertragung von einem Sender zu einem Empfänger, so reduziert sich

Verständlichkeit auf eine technische Übertragungsqualität. Da aber der „Sender“ in der Kommunikation Information nicht an einen Empfänger hergibt, wie ein Verkäufer seine Ware an den Kunden, kann dieses Modell für die Kommunikation nicht passen. (zu diesem Problem vgl. Luhmann 2002, 288ff.). Wenn in der Medien- und Kommunikationswissenschaft mehr von Wirkungen als von Verständlichkeit die Rede ist, so spiegelt das die technisch-kausale Sichtweise der Kommunikation, die hinter dem Übertragungsmodell steht.

Als journalistische Qualitätsnorm taucht die Verständlichkeit allerdings seit dem ersten Zeitungsjahrhundert regelmäßig auf, wobei die Besonderheit des Wortschatzes – z.B. Fach- und Fremdwortschatz -, die syntaktische Komplexität – wie Satzlänge oder Hypotaxe - sowie Textgliederung und thematische Ordnung die zentralen Verständlichkeitsaspekte darstellen. So rät bereits schon 1695 Kaspar Stieler: „Inmittels muß der Stilus einfältig (=einfach, d.V.) / aber doch auch munter, gleich fließend / doch auch hurtig und sinnreich seyn. Alles gekünstelte und gezwungene findet darinnen keine statt“ (Stieler, 1695). Mit der Anknüpfung an das rhetorische Prinzip des „prodesse et delectare“, das Stieler auch im Titel seiner Schrift „Zeitungslust und Nutz“ zitiert, wird die Traditionslinie explizit, in der diese Auffassung von Verständlichkeit steht, nämlich die Schulrhetorik. Rhetorische Regeln sind bis in die Gegenwart eine Bezugsquelle für Verständlichkeits-Ratgeber und journalistische Stilbücher geblieben (vgl. (Teigeler o.J.; Schneider / Raue 1996; Reiners 1991 (1943); Häusermann/Käppeli 1994; zur Übersicht: Ballstaedt u.a. 1981, 219-223; für das 17. Jahrh.: Gieseler 1996 und Wilke 2003). Gemeinsam ist den Vertretern dieser Tradition die normative Grundhaltungen, die zur Folge hat, dass die vertretenen Normen aus praktischen Erfahrungen, nicht aber wissenschaftlich begründet werden.

Auch in der Sprachwissenschaft, die geradezu prädestiniert wäre für eine wissenschaftliche Fundierung der Verständlichkeitsforschung, blieb diese lange Zeit unterbelichtet. Das seit Ferdinand de Saussure vorherrschende strukturalistische Paradigma, hat die sprachwissenschaftliche Forschung auf die allgemeinen universellen Strukturen des Sprachsystems – die „langue“ - gelenkt, die allen Einzelsprachen und allen Einzel-Kommunikationen – der „parole“ - zugrunde liegen sollen. Nicht die Performanz, also die Anwendung der Sprache *in* der Kommunikation, sondern die Kompetenz eines idealen, abstrakten Sprachbenutzers stand im Zentrum der Forschung (vgl. dazu: Bucher 1999b; Krämer 2002). Erst mit der sogenannten pragmatischen Wende der Linguistik und der Sprachwissenschaft (vgl. Levinson 1983), die die Philosophie der normalen Sprache ebenso einschließt wie die Sprechakt-Theorie, die Konversations- und Diskursanalyse oder die Textlinguistik, wurde die Perspektive der Sprachbenutzer und ihre kommunikativen Probleme überhaupt für theoriwürdig befunden. 1979 hat Heringer als einer der ersten in der Sprachwissenschaft die Frage aufgeworfen, ob Verständlichkeit ein „genuiner Forschungsbereich der Linguistik“ sei, und sie auf der Grundlage einer Theorie des kommunikativen Handelns auch positiv beantwortet (Heringer 1979). Interessanterweise sah er bereits damals im Bereich „Öffentlichkeit und Medien“ einen der wichtigsten Anwendungsbereiche sprachwissenschaftlicher Verständlichkeitsforschung. Für die Linguistik verband Heringer mit der Verständlichkeitsforschung die Hoffnung, dass „sie eingreift in die Buntheit der mit der menschlichen Sprache verbundenen Probleme und (...) einen problemorientierten Neuanfang (der Linguistik, d.V.) fordert, fernab von etablierten Forschungsbereichen“ (Heringer 1979, 272). Seine Initialzündung führte in der Linguistik immerhin zu einer ganzen Reihe von Forschungsinitiativen in so unterschiedlichen Bereichen wie den technischen Dokumentationen (Schäfflein-Armbruster 1994), der Medikamenteninformation auf Beipackzetteln (Gloning 1995), der Fernsehnachrichten (Muckenhaupt 1980; Straßner 1982, Augst 1982), den Hörfunknachrichten (Lutz/Wodak 1987) dem journalistischen Texten (Häusermann 1993; Perrin 2001), der Textoptimie-

rung (Antos / Krings 1989; Krings / Antos 1992; Biere 1993) sowie der Ausweitung der Verständlichkeitsproblematik auf Layout, Textdesign und Visualisierungen (Muckenhaupt 1986; Blum / Bucher 1998; Bucher 1996, 2000). Gemeinsam ist diesen Ansätzen die Abkehr von einem textorientierten und naturalistischen Verständlichkeitskonzept hin zu einem interaktiven: Verständlichkeit ist eine Qualität des Aneignungsprozesses eines Textes oder eines Medienproduktes und dementsprechend auch abhängig von den Kompetenzvoraussetzungen und Wissensbeständen der Leser, Zuschauer, oder Zuhörer sowie von den situativen Rezeptions-Gegebenheiten.

Die seit damals in diesen unterschiedlichen Anwendungsfeldern aufblühende Verständlichkeitsforschung lässt sich in folgende Forschungsbereiche einteilen:

- Die Fundierung kommunikativer Maximen,
- Die kognitionswissenschaftliche Verständlichkeitsforschung,
- Die empirisch-induktive Verständlichkeitsforschung,
- Die textlinguistische und kommunikationsanalytische Verständlichkeitsforschung.

3. Forschungsbereiche und Stand der Forschung

3.1. Die Fundierung kommunikativer Maximen

Dass die Verständlichkeitsmaxime nur ganz selten einer wissenschaftlichen Begründung unterzogen wurde, liegt an ihrer Selbstverständlichkeit. In dem folgenreichsten Begründungsversuch, den der Sprachphilosoph Paul Grice in den 60er Jahren vorgelegt hat, wird diese Selbstverständlichkeit der Verständlichkeitsmaxime mit deren metaphysischen Charakter erklärt und in einen Zusammenhang mit anderen Maximen derselben Kategorie gestellt (Grice 1975, 1989). Grice zeigt, dass es eine Art kommunikativer Imperativ ist, die Maximen der Relevanz, der Informativität, der Wahrheit und der Verständlichkeit in jeder Kommunikation zu berücksichtigen: diese Maximen sind in seiner Argumentation die Bedingung der Möglichkeit von Kommunikation überhaupt und deshalb auch Bestandteil einer Definition von Kommunikation. Für die Verständlichkeit, die die *Art und Weise* regeln soll, *wie* etwas zu sagen ist, formuliert Grice die übergeordnete Supermaxime „Sei klar“ („Be perspicuous“), die er folgendermaßen konkretisiert: „Vermeide Unklarheit im Ausdruck“ („Avoid obscurity of expression“), „Vermeide Mehrdeutigkeit“ („Avoid ambiguity“), „Fass dich kurz und vermeide Weitschweifigkeit“ (Be brief, avoid unnecessary prolixity“), „Geht systematisch vor“ („Be orderly“). Vor allem die auf der Grundlage der pragmatischen Linguistik betriebene Verständlichkeitsforschung hat sich auf diesen kommunikationsethischen Klärungsversuch von Grice gestützt, der später auch in der Medien- und Kommunikationswissenschaft aufgegriffen und medienpezifisch konkretisiert und erweitert wurde (Straßner 1982; Muckenhaupt 1986; Bucher 1999; Bucher/Altmeyen 2003).

3.2. Kognitionswissenschaftliche Verständlichkeitsforschung

Die kognitionswissenschaftliche oder mentalistische Verständlichkeitsforschung geht von der Prämisse aus, dass Textverständnisse sich nicht einfach einstellen sondern mittels kognitiver Operationen aus den Texten selbst abgeleitet werden. Diese sogenannten „Inferenzen“ erfolgen nach bestimmten Mustern und überführen die Struktur eines Textes in Wissensstrukturen auf Seiten der Rezipienten. Insofern wird in dieser Forschungsrichtung von einer „Leser-Text-Interaktion“ ausgegangen (vgl. Ballstaedt/Mandl 1988, 1040/1). Die Erforschung solcher Verstehensprozesse ist nur indirekt möglich, indem der Wissensaufbau entweder während der Rezeptionsphase mittels Messungen der Lesegeschwindigkeit, Blickaufzeichnungen oder durch die Methode des Lautes Denken er-

geschlossen wird, oder nachträglich durch Behaltenstests, Lückentests, Fragebögen oder Aktionstests ermittelt wird. Mit der Skript-Theorie wurde eine wissenschaftliche Basis zur Analyse der mentalen Prozesse des Verstehens gefunden: Skripts sind kognitive Muster, nach denen die Abfolge von Ereignissen ebenso wie die Abfolge von Sätzen in einen sinnvollen Zusammenhang gebracht werden können und die es dem Rezipienten auch ermöglichen, Lücken durch Inferenzen zu schließen (Schank/Abelson 1977 Kp. 3 insb. 40/1). Verständlichkeit lässt sich in diesem Modell definieren als Skriptangemessenheit: Verständlich ist ein Beitrag, wenn er ein vorhandenes Skript des Rezipienten ansprechen kann. Die Textmerkmale, auf die sich nach diesem kognitiv-konstruktivistischen Verstehensmodell der Rezipient stützen kann, hat Groeben in vier Dimensionen eingeteilt: 1. Stilistische Einfachheit, 2. Semantische Redundanz, 3. Kognitive Strukturierung und 4. Konzeptueller Konflikt (Groeben 1982; Groeben/Christmann 1989). Empirisch hat sich die Kognitive Strukturierung als bedeutsamste Verständlichkeitsdimension erwiesen. Die Maßnahmen zur expliziten Markierung der Textstruktur wie die Vorstrukturierung („advance organizer“), Hervorhebungen wichtiger Begriffe, Themen oder Inhalte, Zusammenfassungen, Beispiele und Kontrastmarkierungen unterstützen den Rezipienten in hohem Maße bei der Eingliederung („Subsumtion“) des Textsinnes in seine kognitiven Schemata. Die Dimension Kognitiver Konflikt, die sich auf den motivationalen Aspekt der Rezeption bezieht, umfasst beispielsweise Textmerkmale wie Neugierde, Überraschung, Inkongruenz oder alternative Problemlösung. Beide Dimension – die Kognitive Strukturierung ebenso wie der Kognitive Konflikt - sind in der journalistischen Stilistik aufgegriffen worden, beispielsweise in den Begründungen für den Vorspann, für Zwischentitel, für optische Gliederungshilfen und Textdesign (vgl. Blum/ Bucher 1998; Kurz u.a. 2000).

3.3. Die empirisch-induktive Verständlichkeitsforschung

Ziel dieser Gruppe von Ansätze ist es, verständnisfördernde Bedingungen von Texten zu finden und die Verständlichkeit konkreter Texte zu prognostizieren. Verständlichkeit wird demzufolge als textimmanentes Merkmal, unabhängig von der Rezeption und dem Rezipienten aufgefasst. In der Lesbarkeitsforschung (Readability) werden seit den 30-Jahren des letzten Jahrhundert sogenannte Verständlichkeitsformel entwickelt, die die Lesbarkeit und Verständlichkeit eines Textes messbar machen sollen. In diese Formeln finden vor allem sprachstatistische Daten Eingang wie, Wortlänge, Silbenzahl, Satzlänge oder Anzahl der unterschiedlichen Wörter, so dass auf der Basis eines Textauszuges dessen Verständlichkeitsindex errechnet werden kann. (vgl. Ballstaedt u.a. 1982, 212-214; Lesbarkeitsformeln schränken Verständlichkeit auf sprachliche Oberflächenphänomene ein, ohne auf Satz- und Textzusammenhänge, Textfunktionen, Darstellungsformen oder Adressatenfragen einzugehen. Insofern sind aus den so ermittelten Verständlichkeitsindices auch keine Strategien zur Optimierung der Verständlichkeit eines Beitrages ableitbar. Ein zweiter empirisch-induktiver Ansatz stützt sich auf Expertenurteile und versucht über sie, Dimensionen und Kriterien der Textverständlichkeit zu entwickeln. Der in Deutschland bekannteste und auch für den Journalismus folgenreichste Ansätze dieser Art ist das sogenannte Hamburger Verständlichkeitskonzept. (Langer / Schulz v. Thun / Tausch 1990). Aus Schätzdaten von Experten zu verschiedenen Texten werden vier Dimensionen der Verständlichkeit abgeleitet und konkretisiert, wie sie zum Teil bereits aus der rhetorischen und der stilistischen Verständlichkeitsforschung bekannt sind: 1. Sprachliche Einfachheit, 2. Gliederung-Ordnung, 3. Kürze-Prägnanz und 4. Zusätzliche Stimulanz, womit die vormalig als ästhetisch bezeichnete Dimension gemeint ist. Diese vier Verständlichkeits-Dimension dienen einerseits als Evaluierungsgrundlage bei Expertenratings, andererseits als Orientierungshilfen für Verständlichkeitsoptimierungen konkreter Texte. Verschiedenen journalistische Stilbücher ganz verschiedener Provenienz haben sich re-

gelmäßig auf diese Dimensionen bezogen und immer wieder auch mit den Befunden der Lesbarkeitsforschung für entsprechende stilistischen Prinzipien der Kürze und Prägnanz argumentiert (Schneider 1984; Schneider 1991; Schneider/Raue 1996 insb. 181-224; Kurz u.a. 2000).

3.4. Textlinguistische und dialoganalytische Verständlichkeitsforschung

Während die kognitionswissenschaftlichen Ansätze Kriterien der Verständlichkeit aus den mentalen Verarbeitungsprozessen abzuleiten versuchen, stützen sich die textlinguistischen und dialoganalytischen Ansätze auf die Merkmale des Rezeptionsgegenstandes selbst. Diese Schwerpunktsetzung bedeutet allerdings keinen Rückfall in einen textimmanenten Verständlichkeitsbegriff, da die Textrezeption systematisch einbezogen bleibt. Das erfolgt entweder auf der Grundlage eines kognitionswissenschaftlichen Modells (vgl. van Dijk / Kintsch 1983; Schnotz 1993, 2000) oder aber im Rahmen einer sprachwissenschaftlichen Handlungstheorie (Heringer 1979; zusammenfassen: Schäfflein-Armbruster 1994). So gehen van Dijk und Kintsch davon aus, dass sowohl das Wissen eines Menschen als auch der kommunikative Sinn von Texten hierarchisch gegliederte Propositionsnetze darstellen, das Verstehen eines Textes darin besteht, die Textpropositionen – den Textinhalt – schrittweise und additiv in Wissenspropositionen – also mentale Repräsentationen der sogenannten Textbasis - zu überführen. Textverständlichkeit ist demzufolge ein Kriterium der Propositionsordnung, die Textkohärenz wird so zum zentralen Verständlichkeitskriterium. Textsorten oder Darstellungsformen werden unter dieser Perspektive als Prototypen für Propositionsordnungen verstanden, deren gemeinsame Kenntnis auf Seiten der Textproduzenten und der Textrezipienten die Verständigung erst ermöglichen. (vgl. van Dijk 1985; Kurz u.a. 2000).

Aus Sicht einer handlungstheoretischen Sprachwissenschaft ist der Propositionsbegriff zu eng, um Textstrukturen und damit auch Textverstehen zu modellieren. Texte werden in dieser Forschungstradition verstanden als komplexe Handlungszusammenhänge, die systematisch in mehreren Dimensionen strukturiert sind: Sowohl mit ganze Texten werden Handlungen vollzogen – beispielsweise die Bundesregierung kritisieren – als auch mit Textpassagen oder Sätzen, - beispielsweise ein Argument für die Schwächen der Bundesregierung anführen - ,was deren Funktion im Textganzen ausmacht (vgl. zusammenfassend: Bucher 1999b). Mit einer handlungstheoretischen Sprach- und Kommunikationsauffassung gewinnt man eine breite Palette von Dimensionen der Dialog- oder Textorganisation, die systematisch untereinander zusammenhängen und die alle verstehensrelevant sind: die Funktionen oder Handlungen eines Textes, einer Textpassage, die Themen und Inhalte (Propositionen), die lexikalische und syntaktische Form eines Textes, die kommunikativen Prinzipien, nach denen ein Text gestaltet ist, das vorausgesetzte Wissen, die entsprechenden Festlegungen, die ein Textproduzent mit bestimmten Textpassagen eingeht. Einen Text oder Kommunikationsbeitrag verstehen heißt dementsprechend, alle relevanten Zusammenhänge sehen, die auf den verschiedenen Ebenen der Text- und Dialogorganisation bestehen können. Verfahren zur Optimierung der Textverständlichkeit umfassen deshalb nicht nur lexikalische und syntaktische Maßnahmen, sondern auch

- kohärenzstiftende Verfahren auf der Mikroebene (Kohärenzmarkierungen wie Aufzählungen, Konjunktionen, adversative oder argumentative Ausdrücke) als auch der Makroebene (Überschriften, Vorspanne, Zwischentitel),
- Maßnahmen zur Herstellung gemeinsamen Wissens, wie Worterklärungen, Hintergrundinformationen, Zusammenfassungen einer Vorgeschichte;
- Reflexive Maßnahmen zur Erklärung strategischer Vorgehensweisen;
- Visualisierungen zur Veranschaulichung komplexer Sachverhalten:

Ein solches Verständlichkeitskonzept hat den Vorteil, dass es Einsichten und Anregungen anderer Ansätze integrieren kann, ohne deren Einseitigkeiten damit zu übernehmen. Auf diese Weise entspricht eine sprachhandlungstheoretische Sichtweise des Verständlichkeitsproblem am ehesten dessen Komplexität und ermöglicht deshalb auch eine theoriegeleitete Umsetzung verständnissichernder Maßnahmen in der Text- und Beitragsproduktion.

4. Ausblick und Entwicklungsperspektiven

Fragen des Verstehens und der Verständlichkeit sind bis vor kurzen ausschließlich im Hinblick auf lineare Kommunikationsangebote aufgegriffen worden. Mit den Neuen Medien und dem Internet, aber auch schon mit den modernen Tageszeitungen, sind non-lineare Medien mit hypertextuellen Strukturen entstanden, die eine Erweiterung des Problemhorizontes zumindest unter zwei Gesichtspunkte erfordern: Erstens: Wenn in solchen Hypertexten die Sequentialität aufgebrochen ist, und die Nutzer ihre eigenen Nutzungssequenzen herstellen, muss die dafür erforderliche Unterstützungsleistung eines Angebotes ein zentraler Verständlichkeitsgesichtspunkt werden. Mit der Usabilityforschung ist diese Erweiterung des Verständlichkeitskonzeptes bereits in Ansätzen vorgenommen (vgl. Bucher 2001) und auch in entsprechende verständnissichernde Maßnahmen überführt worden (vgl. Nielsen 1993, 2000). Und zweitens: Die Simultaneität mehrerer Darstellungsformen wie Text, Bild, Grafik, Video und Audio – auch als Multimedia bezeichnet – erfordert eine Erweiterung eines textbezogenen Verständlichkeitskonzeptes hin zu sogenannten multimodalen Kommunikationsformen (vgl. dazu: Kress/van Leeuwen 2001; Bucher 1996; 2000). Kohärenz kann in multimodalen Kommunikationsangeboten wie Multimedia-CD-ROMs, Online-Angebote, oder digitalen Lernsystemen nicht mehr auf Text-Text-Zusammenhänge beschränkt werden, sondern muss auch mediengattungsübergreifende Cluster aus allen möglichen Darstellungsformen umfassen. Textdesign und Kommunikationsdesign bilden den Rahmen für die Umsetzung eines auf non-lineare Medien ausgeweiteten Verständlichkeitskonzeptes. Im sogenannten „document design“ sind verständnissichernde Maßnahme für diesen Typ von Kommunikation schon frühzeitig beschrieben und mit der Gestalttheorie als Hintergrund auch theoretisch aufgearbeitet worden (zusammenfassend: Shriver 1996).

5. Literatur:

- Antos, Gerd / Krings, P. (Eds.) 1989: Textproduktion. Ein interdisziplinärer Forschungsüberblick. Tübingen.
- Augst, Gerhard 1982: Die Verständlichkeit von Fernsehtexten. Strukturelle und empirische Untersuchungen zur Wissenschaftssendung "Der Jupiter-Effekt". Siegen.
- Ballstaedt, Steffen-Peter / Mandl, Heinz / Schnotz, Wolfgang / Tergan, Sigmar-Olaf 1981: Texte verstehen, Texte gestalten. München, Wien, Baltimore.
- Biere, Bernd Ulrich 1993: Linguistische Kriterien für publizistische Qualität Katalog. In: Bammé, Arno/ Kotzman, Ernst / Reschenberg, Hasso (Eds.), Publizistische Qualität : Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung Vol. 19, 99-111. München.
- Blum, Joachim / Bucher, Hans-Jürgen 1998: Die Zeitung: Ein Multimedium. Textdesign - ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik. Konstanz.
- Bucher, Hans-Jürgen 1996: Textdesign - Zaubermittel der Verständlichkeit? Die Tageszeitung auf dem Weg zum interaktiven Medium. In: Hess-Lüttich, Ernest W. B. / Holly, Werner / Püschel, Ulrich (Eds.), Textstrukturen im Medienwandel Vol. 31-59. Frankfurt, u.a.

- Bucher, Hans-Jürgen 1999a: Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienanalyse. In: Leonhard, Joachim-Felix et al (Ed.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen* Vol. 1, 213-231. Berlin, New York: de Gruyter.
- Bucher, Hans-Jürgen 1999b: Medien-Nachbarwissenschaften III. Linguistik. In: Leonhard, Joachim-Felix / Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich / Straßner, Erich (Eds.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen* 287-309. Berlin, New York.
- Bucher, Hans-Jürgen 1999c: Die Zeitung als Hypertext. Verstehensprobleme und Gestaltungsprinzipien für Online-Zeitungen. In: Lobin, Henning (Ed.), *Text im digitalen Medium: Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext-Engineering* 9-32. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bucher, Hans-Jürgen 2000: Formulieren oder Visualisieren? Multimodalität in der Medienkommunikation. In: Richter, Gerd/ Riecke, Jörg / Schuster, Britt-Marie (Eds.), *Raum, Zeit, Medium - Sprache und ihre Determinanten. Festschrift für Hans Ramge zum 60. Geburtstag* 661-691. Darmstadt: Hessische Historische Kommission.
- Bucher, Hans-Jürgen 2001: Von der Verständlichkeit zur Usability. Rezeptionsbefunde zur Nutzung von Online-Medien. In: Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST), Herbst.
- Dijk, T.A. van 1985: Strategic Discourse Comprehension. In: Ballmer, T.T. (Ed.), *Linguistic dynamics. Discourses, procedures and evolution.* 29-61. Berlin, New York.
- Dijk, Teun.A. van, Kintsch, W. 1983: *Strategies of Discourse Comprehension.* New York.
- Gieseler, Jens 1996: Vom Nutzen und richtigen Gebrauch der frühen Zeitungen. Zur sogenannten Pressedebatte des 17. Jahrhunderts. In: Fritz, Gerd / Straßner, Erich (Hg.): *die Sprache der ersten deutschen Wochenzeitungen im 17. Jahrhundert*, Tübingen, 259-285.
- Gloning, Thomas 1995: Zur Verständlichkeit von Packungsbeilagen. In: Spillner, Bernd (Ed.), *Sprache. Verstehen und Verständlichkeit. Kongreßbeiträge zur 25. Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik*, Frankfurt am Main, Berlin, Bern u.a. 44-55.
- Groeben, N. 1982: *Leserpsychologie. Textverständnis - Textverständlichkeit.* Münster.
- Groeben, Norbert / Christmann, Ursula 1989: Textoptimierung unter Verständlichkeitsperspektive, in: Antos, Gerd / Krings, P. (Eds.): *Textproduktion. Ein interdisziplinärer Forschungsüberblick.* Tübingen, 165-196.
- Häusermann, Jürg 1993: *Journalistisches Texten. Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren.* Aarau.
- Häusermann, Jürg / Käppeli, Heiner 1994: *Rhetorik für Radio und Fernsehen.* Aarau.
- Heringer, Hans Jürgen 1979: Verständlichkeit: Ein genuiner Forschungsbereich der Linguistik. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik (ZGL)*, 7, 1979, 255-278.
- Holly, Werner/ Püschel, Ulrich / Bergmann, Jörg (Eds.) 2001: *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Krämer, Sybille 2002: *Sprache, Sprechakt, Kommunikation. Sprachtheoretische Positionen des 20. Jahrhundert*, Frankfurt.
- Kress, Gunther / Theo, van Leeuwen 2001: *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication.* London: Arnold.
- Krings, Hans P. / Antos, Gerd (Hg.) 1992: *Textproduktion. Neue Wege der Forschung*, Trier.

- Levinson, Steven, C. 1983: *Pragmatics*. Cambridge: University Press (deutsch: *Pragmatik*, Tübingen 1990).
- Luhmann, Niklas, 2002: *Einführung in die Systemtheorie*. Heidelberg.
- Lutz, Benedikt / Wodak, Ruth 1987: *Information für Informierte. Linguistische Studien zur Verständlichkeit und Verstehen von Hörfunknachrichten*. Wien.
- Muckenhaupt, M. 1980: Der Ärger mit Wörtern und Bildern. Probleme der Verständlichkeit und des Zusammenhangs von Text und Bild. In: *Kodikas/ Code. An international Journal of Semantics*, 2, 187-209.
- Muckenhaupt, M. 1986: *Text und Bild. Grundfragen der Beschreibung von Text-Bild-Kommunikationen aus sprachwissenschaftlicher Sicht*. Tübingen.
- Nielsen, Jacob 1993: *Usability Engineering*. Boston, San Diego, New York u.a.: AP Professional.
- Nielsen, Jacob 2000: *Designing web usability: The practice of simplicity*. Indianapolis: New Riders Publishing.
- Perrin, Daniel 2001: *Wie Journalisten schreiben. Ergebnisse angewandter Schreibforschung*. Konstanz.
- Reiners, Ludwig 1991 (1943): *Stilkunst: Ein Lehrbuch deutscher Prosa*, München.
- Sanders, Will 1992: *Sprachkritikastereien – und was der “Fachler” dazu sagt*, Darmstadt.
- Schäfflein-Armbruster, Robert 1994: Dialoganalyse und Verständlichkeit. In: Fritz, Gerd / Hundsnerscher, Franz (Eds.), *Handbuch der Dialoganalyse* 493-517. Tübingen.
- Schneider, W. 1991: *Deutsch für Kenner. Die neue Stilkunde*. Hamburg (5. Aufl.).
- Schneider, Wolf / Raue, Paul-Josef 1996: *Handbuch des Journalismus*. Hamburg.
- Schneider, Wolf 1984: *Deutsch für Profis. Wege zum guten Stil*. Hamburg.
- Schnitz, W. 1993: Mentale Repräsentationen beim Sprachverstehen. In: *Zeitschrift für Psychologie*, 201, 53-81.
- Schnitz, Wolfgang 2000: Das Verstehen schriftlicher Texte als Prozess. In: Brinker, Klaus u.a. (Ed.), *Handbuch Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales zeitgenössischer Forschung*. 1. Halbband 497-505. Berlin: de Gruyter.
- Shriver, Karen 1996: *Dynamics of Document Design. Creating Texts for Readers*. New York, Chichester, Brisbane etc: John Wiley & Sons Inc.
- Straßner, E. 1982: *Fernsehnachrichten. Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse*. Tübingen.
- Teigeler, Peter 1968: *Verständlichkeit und Wirksamkeit von Sprache und Text*. Stuttgart: Nadolski.
- Wilke, Jürgen 2003: *Zur Geschichte der journalistischen Qualität*. Wiesbaden.