

# Textmodelle, Sprache und Verständlichkeit

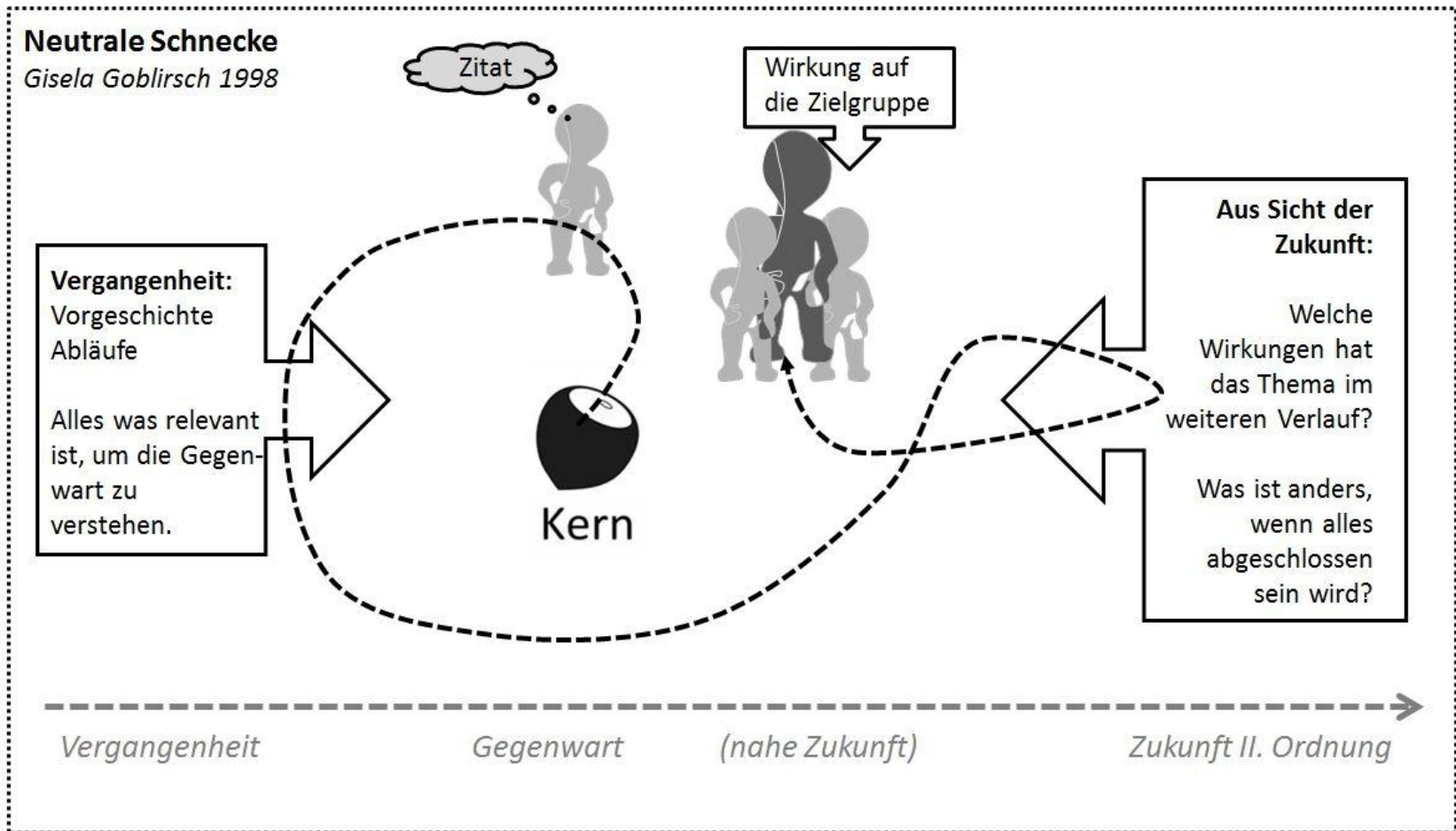
Fakultät Informatik und Medien

Gabriele Hooffacker

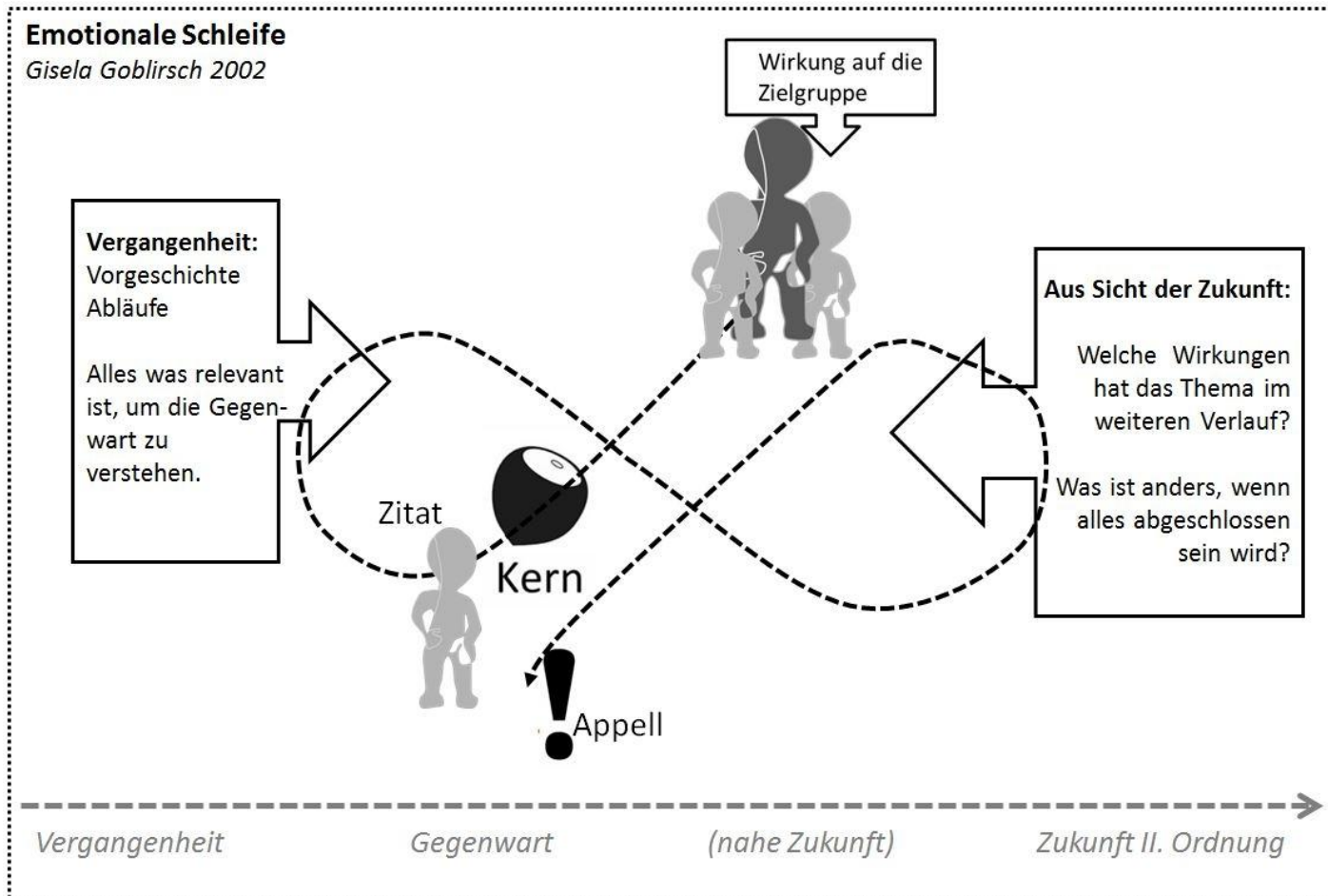
# Texten: Schnellkurs für Nicht-Journalisten

- Ihre Redaktion arbeitet mit Autor/innen zusammen, die sich primär als Fachleute, als Expert/innen sehen?
- Beim Autoren-Briefing helfen die beiden Textmodelle aus dem Lehrbuch von Gisela Goblirsch „Gebrauchstexte schreiben“ (Wiesbaden: Springer VS, 207):
  - „Neutrale Schnecke“ für informationsorientierte Textsorten
  - Emotionale Schleife“ für meinungsorientierte Textsorten, die überzeugen sollen

# Informieren mit der „neutralen Schnecke“



# Überzeugen mit der „emotionalen Schleife“



# Die „Hamburger Verständlichkeitsregeln“

Fünf Regeln für Verständlichkeit:

- 1. Einfachheit**
- 2. Gliederung und Ordnung**
- 3. Kürze und Prägnanz**
- 4. Anregende Zusätze**
- 5. Zielgruppenorientierung: Für wen schreibe ich?**

## 1. Einfachheit

- Eigenschaften dieses Merkmals sind
- Satzlänge (einfache, kurze Sätze) und
- geläufige Begriffe.
- Wenn Fremdwörter verwendet werden, werden sie erklärt.
- Die behandelten Sachverhalte sind einfach dargestellt.

# 2. Gliederung und Ordnung

- Texte werden besser verstanden, wenn sie
- Inhaltlich folgerichtig aufgebaut sind, also ein roter Faden erkennbar ist, und
- durch optische Gliederungen übersichtlich sind, etwa durch Überschriften, Formatierungen, Aufzählungen zeigen, was wesentlich ist.

## 3. Kürze und Prägnanz

- Das Informationsziel sollte stets erkennbar sein.
- Ein zu weitschweifiger Text erschwert das Verständnis ebenso wie ein extrem knapper Text.



# 4. Anregende Zusätze

## 5. Leser im Blick

4. Beispiele, Beobachtungen, Illustrationen, Analogien, die persönliche Anrede des Lesers usw. können die Verständlichkeit eines Textes verbessern.
5. Zielgruppe beachten, zielgruppenorientiert schreiben!

(Quelle: Siegfried Weischenberg u. a., Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz 2005)

## Überschrift: Wer tut was?

- XY gründet Niederlassung in Z-Stadt
- Stadt München plant neue Kindertagesstätte
- Meier übernimmt Vorstand von Müller und Co.

# Überschrift - Regeln

- Meist im Präsens
- Keine Satzzeichen wie „!“ oder „?“
- Anführungszeichen nur, wenn Zitat
- „Eine Überschrift ist die Nachricht über der Nachricht“ (Wolf Schneider)

# Wie eine Überschrift funktioniert

- Eine gute Überschrift verbindet Bekanntes („Thema“) mit Neuem („Rhema“).
- So entsteht Information.
- **Beispiel:** Innenminister warnt vor Panik
- **Auch:** Mann beißt Hund

# Sind diese Überschriften gelingen?

- Brücke hängt in der Luft (Süddeutsche Zeitung)
- Auto überschlägt sich gestern (Leipziger Volkszeitung)
- Der Bahnhof kommt nicht recht in Fahrt (Nürnberger Nachrichten)
- Damit in dieser schönen Stadt der Laster keine Chance hat (Süddeutsche Zeitung, es geht um Transporte mit dem Fahrrad)

# Der Vorspann (Lead)

- Der Vorspann fasst die Kernaussage des Texts zusammen.
- Erst danach beginnt der eigentliche Text.

# Was Journalismus- Lehrer sagen:

- Hauptsachen in Hauptsätze!
- Weg mit den Adjektiven!
- Her mit den Verben!

(Wolf Schneider)

- Bringen Sie nur, was Sie selbst verstanden haben.

(Walther von La Roche)