

Aus der Lesesicht (Die Leseperspektive einnehmen)

Ein häufig festgestelltes Problem bei Texten ist, dass der Adressatenbezug fehlt. Wer die Lesewirkung von Texten steigern will, sollte sich spätestens beim Überarbeiten an der Erwartung des Lesepublikums orientieren. Ein Text ist dadurch nicht nur angenehmer zu lesen, auch wird der Inhalt besser verstanden. Nicht zuletzt spürt das Publikum die wertschätzende Haltung und nimmt dem Text gegenüber eine positivere Haltung ein. Das ist insbesondere bei Texten nicht zu unterschätzen, die einer Bewertung unterliegen.

Eine Orientierung bietet folgende Übersicht:

Was beim Lesen passiert und wie wir es beeinflussen können:

Stufen des Lesevorgangs	Geistige Prozesse	Möglichkeit der Beeinflussung
Erkennen von Wörtern	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visuelles Entziffern 2. Umkodieren in Lautsprache 3. Aktivieren von Begriffen 	Leserlichkeit durch drucktechnische Beeinflussung von Text und Textanordnung, z.B. Layout, Schrifttyp
Verstehen von Sätzen und Satzfolgen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grammatikalische Struktur/ Satzbau erkennen, Aufteilung in Sinn-Einheiten 2. Herstellen inhaltlicher Bezüge, „roter Faden“ 3. Anknüpfen an eigenes Wissen, eigene Worte, Abruf von geistigen Bildern 	Verständlichkeit Durch sprachliche und stilistische Gestaltung z.B. Übersichten, Gliederungen,, logische Textstruktur, Zusammenfassungen
Einbau in das Vorwissen, „zu Eigen machen“	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verarbeitung durch Assoziationen, Verknüpfungen, Einfälle beim Lesen 2. Verarbeitung zur Zusammenfassung des Wesentlichen 	Stimulanz Durch Stil, Wortwahl, Beispiele, rhetorische Mittel (z.B. Fragen), Schaubilder, Grafiken, Tabellen

Material:

- Schaubild, projiziert oder ausgedruckt
- Texte der Teilnehmenden bzw. eigene oder fremde Beispieltex

Zeit: 15 – 45 Minuten, je nach Anzahl der Texte und Dauer bzw. Intensität der Besprechung der Texte.

Ablauf:

- Bitte die Teilnehmenden vorab zum Treffen eigene Texte mitzubringen (max. 1,5 Seiten) oder bereite Beispiele vor.
- Stelle das Schaubild vor und erläutere die Stufen (siehe folgende PDF https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/sites/studierwerkstatt/Lesewirkung_steigern.pdf). Z.B. gibt es bei einer Hausarbeit wenig Spielraum hinsichtlich des Layouts.
- Verdeutliche die unterschiedliche Wirkung der beiden Schrifttypen mit und ohne Serifen (z.B. Times und Arial).
- Verdeutliche anhand von Textbeispielen die Wirkung von übersichtlich gesetzten Absätzen.
- Reflektiere mit den Teilnehmenden die Bedeutung von Verständlichkeit und Stimulanz im jeweiligen Fach. Siehe dazu auch das Modell der vier Verständlichmacher: https://www.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/sites/studierwerkstatt/Vier_Verstaendlichmacher.pdf
- Bespreche anhand der Kriterien die Textbeispiele im Hinblick auf die Möglichkeiten, die Lesewirkung zu beeinflussen.

Inspiration: Stefan Gottschling (2003): Wie Texte wirken. In: Winter, Joern (Hrsg.): Handbuch Werbetext.