

## Anleitungstexte aus massenmedialer Perspektive – eine empirische Studie

Voichita Alexandra Ghenghea

**Abstract: Instruction Texts from Mass Media Perspective – An Empirical Study:** The author emphasises the need to optimize the information and knowledge transfer from expert to layman with the help of communicative strategies common both to media and PR. The results of a contrastive empirical study on instructional texts (user manuals) at the interface between technology, media and PR are presented. Relevant aspects for German and Romanian user manuals are thoroughly analysed and discussed.

**Key words:** Empirical Study, Intelligibility, Intercultural Approach, Knowledge Transfer, Media, Optimizing Text, Quality Standards, Technical Documentation, User Manuals.

### EINFÜHRENDE BEMERKUNGEN

Der vorliegende Beitrag präsentiert die Ergebnisse einer empirischen kontrastiven Studie, die die Gemeinsamkeiten und Unterschiede deutscher und rumänischer *Anleitungstexte/Produktinformation* (Gebrauchsanweisungen von Haushaltsgeräten) sichtbar machen. Dabei werden auch *medienrelevante Aspekte* an der Schnittstelle Technik, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit eingehend diskutiert. Die Schlussbemerkungen beziehen sich einerseits auf die z.Z. noch spärlichen empirischen Forschungsansätze im Bereich Textoptimierung von Anleitungstexten (Technischer Dokumentation), andererseits auf die Praxis der Erstellung solcher Texte.

Bezogen auf die Arbeitsteilung und den steigenden Spezialisierungsgrad der verschiedenen Tätigkeitsbereiche ist besonders die *fachexterne Kommunikation*, als Teilbereich der medialen Kommunikation, mit Schwierigkeiten verbunden. Die sog. *Experten-Laien-Kommunikation* ist eine aktuelle Fragestellung, die in der Literatur der letzten Jahrzehnte viel behandelt wird, aber noch umfangreicher empirischer Studien bedarf. Wenn wir unsere Diskussion auf den *Bereich der Technik* eingrenzen, so lässt sich folgende Unterscheidung treffen: Auf der einen Seite haben wir es mit der *fachinternen Kommunikation* innerhalb eines Subsystems des Kommunikationsbereiches der Technik (Maschinenbau, Elektrotechnik, Informatik usw.) zu tun, auf der anderen Seite gibt es die Kommunikation *über Technik* in den Massenmedien, also in der Öffentlichkeit, im Rahmen der Wissenschaftsberichterstattung, d.h. in den populärwissenschaftlichen Texten sowie in den Anleitungstexten (Bedienungs-, Gebrauchs- und Betriebsanleitungen). Letztere werden bekanntlicherweise mit dem Sammelbegriff *Technische Dokumentation* (TD) bezeichnet und gehören – mit Ausnahme der Bedienungsanleitungen für Experten – zur *fachexternen Kommunikation*.

Betrachtet man die *Technische Dokumentation als Teil der Massenkommunikation* bzw. der medialen Kommunikation, so erkennt man deren wichtigsten Merkmale, die auch in Anleitungstexten enthalten sind und zwar: *einseitiger* (ohne unmittelbares Feedback), *indirekter* (mittels technischer Kommunikationsmittel) und *anonymer Diskurs*. Bei einer weiteren Unterscheidung nach dem Medium, kennzeichnen sich die Anleitungstexte durch die *räumliche* und *zeitliche Trennung der Kommunikationspartner*, was übrigens für alle Schrifttexte charakteristisch ist. Daraus ergibt sich erneut, wie wichtig es ist, dass der Sender bzw. der Technische Autor den Kontext des Empfängers, d.h. den Umfang des Vorwissens der Adressaten, annäherungsweise kennt - was für die Konstitution des Diskurses selbst eine grosse Bedeutung hat. Denn es könnte schlimme Folgen haben (s. die Sicherheit der Bedienung eines Gerätes), etliche Informationen – als „bekannt“ vorausgesetzt – nicht zu versprachlichen, wenn der Adressat sie in Wirklichkeit nicht kennt bzw. diese nicht seinem Vorwissen angehören.

Demnach sind *anwenderorientierte, verständliche Anleitungen* in unserer Konsumgesellschaft eine ‚Notwendigkeit‘, da sie den Wissenstransfer von Experten an

Laien gewährleisten und die unkomplizierte und sichere Bedienung durch die Benutzer ermöglichen. Viele Autoren, wie z.B. [5], [8] u.a., setzen sich mit der Frage der Verständlichkeit von TD aus der Sicht der Textoptimierung bzw. des Wissenstransfers auseinander. Im „Leitfaden Betriebsanleitungen“ [4: 8ff] wird explizit darauf hingewiesen, dass die Betriebsanleitung bzw. die Technische Dokumentation einen wichtigen Teil für die Erfüllung der Sicherheitserwartungen der Benutzer darstellt. Aus diesem Grund stehen bestimmte Anforderungen an Anleitungstexte, wie z.B. Angabe von *Verwendungszweck* und *Sicherheitsvorschriften*, *Benutzerfreundlichkeit*, *Zielgruppen-/Adressatenorientierung* und die *Verständlichkeit von TD*, im Zentrum der Debatte.

### EMPIRISCHE STUDIE – METHODOLOGIE

Das *Thema meiner Untersuchung* bildete die Analyse deutscher und rumänischer Gebrauchsanweisungen von Elektrogeräten [11] bzw. [10], die auf interlingualer Ebene konfrontiert wurden, indem sowohl verbale als auch nonverbale/bildliche Textfaktoren auf ihre Textsortenrelevanz und/oder „kulturelle“ Abhängigkeit überprüft wurden. Meine *Arbeitshypothesen* knüpften einerseits daran, (1) dass in unserer hochtechnisierten Welt die TD der Produktqualität gewachsen sein und über Sprach- und Ländergrenzen hinweg gewissen Standards entsprechen muss - wobei die kulturell bedingten Unterschiede zwischen den deutschen und den rumänischen Gebrauchsanweisungen (GA) nicht so zahlreich und schwerwiegend wie die gemeinsamen Merkmale sind. Andererseits vertrat ich die Meinung, (2) dass in den analysierten GA spezifische Merkmale zum Tragen kommen, die medienrelevant und imagefördernd sind. M.E. erwecken diese auf den Leser/Endverbraucher einen gewissen Eindruck, der als positives oder negatives Image auch auf das Produkt übertragen wird.

Heute ist es sogar zur Selbstverständlichkeit geworden, dass *Anleitungstexte/Benutzerinformationen* als *Teil des Produktes* gelten, wobei der Produzent für beide haftet. So z.B. wird in der Definition über die „Maschinenkonstruktion“ [2:4] die Anleitung als integraler Bestandteil der Lieferung einer Maschine betrachtet. Ausserdem werden im Rahmen der Kommunikation mit dem Kunden, s. [3] u.a. auch „Massnahmen zur Versorgung des Kunden mit Produktinformation“ erwähnt, d.h. dass die an Anleitungstexte gestellten Anforderungen bzw. Qualitätsstandards immer höher sind. Dem allgemeinen Trend der Qualitätssicherung folgend, lassen übrigens viele Unternehmen ihre Produkt- bzw. Benutzerinformationen zertifizieren.

Das *Untersuchungsdesign* meiner empirischen Studie bestand aus vier Etappen:

- a) Untersuchung der Textkonstellation: Kommunikationsgegenstand, kommunikative Funktion bzw. Kommunikationsabsicht, -situation und Zielgruppe/Adressaten;
- b) Analyse der formellen Textmerkmale: Druck- und Layoutkonventionen sowie Text-Bild-Beziehung;
- c) Bestandsaufnahme und Analyse der medienrelevanten bzw. imagefördernden Merkmale von GA;
- d) Diskussion der Ergebnisse.

### ANALYSE UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE

Zu a): Zunächst wurden die beiden Textkorpora auf die obengenannten kommunikativen Merkmale überprüft und dabei sichergestellt, dass die deutschen und rumänischen Gebrauchsanweisungen die gleichen Merkmale aufweisen: den *Kommunikationsgegenstand* bildeten grosse Elektrohaushaltsgeräte (Waschmaschinen, Kühlschränke, Staubsauger), die *Kommunikationsabsicht* bestand in der Unterweisung des Anwenders zur sachgerechten Benutzung dieser Geräte, die *Adressaten* waren Endverbraucher, meist Laien mit einem niedrigen Kenntnisstand und die *Kommunikationssituation* war typisch für die massenmediale Kommunikation (s.w.o.).

Zu b): Was die *äussere Textstrukturierung* anbelangt, so wurde in den deutschen GA eine grössere Vielfalt an Druckkonventionen verzeichnet: So z.B. wurden Überschriften und Zwischenüberschriften besser durch Fett- und/oder Kursivdruck hervorgehoben. Ausserdem waren die deutschen Texte ausschliesslich in Kolonnen layoutet, während das für die rumänischen nur mit wenigen Ausnahmen zutraf.

Von den *Bildtypen* waren in beiden Textkorpora hauptsächlich schwarz-weiße Strichzeichnungen (Perspektivzeichnungen) sowie ein paar Fotos und Piktogramme vertreten. Was die Platzierung der Bilder betrifft, so waren diese in den rumänischen Textexemplaren in unmittelbarer Nähe der ihnen korrespondierenden Textstellen situiert, aber es gab daher meist keine Nummerierung der Bilder und nur selten Verweise auf Bilder. In einigen Textexemplaren, wo die Bilder mit Nummern versehen waren, gab es auch die entsprechenden Verweise. Da die Gebrauchsanweisungen der deutschen Elektrogeräte meist mehrsprachig waren, wurden alle Bilder aus arbeitsökonomischen Gründen am Ende der Dokumentation plaziert; sie waren nummeriert und es wurde durch metakommunikative Elemente (meist durch nichtsprachliche, und zwar Zahlzeichen in Klammern und/oder nach dem Komma) auf die Bilder verwiesen. Was die anderen nichtsprachlichen Mittel anbelangt, so konnten die Elemente des symbolisch-mathematischen Kodes als Anzeichen des hohen Abstraktionsgrades von Texten weder in den deutschen noch in den rumänischen GA registriert werden.

Zu c): Die oben aufgelisteten formellen Textmerkmale der analysierten GA sind auch für die *Imagepflege der Produkte* bzw. der jeweiligen Produzenten/ Organisationen in gewissem Masse relevant. So z.B. trägt die Vielfalt an Druckkonventionen in den deutschen Anleitungstexten beträchtlich zur Textverständlichkeit bei und erleichtert somit den Leseprozess, was beim Leser zugleich eine gewisse Zufriedenheit beim Umgang mit dem Produkt erweckt. Desgleichen ist die Platzierung der Bilder in unmittelbarer Nähe der korrespondierenden Textstellen (s. die rumänischen Textexemplare) ein Indiz der Textverständlichkeit. Zusätzlich sind auch die Papierqualität, das Logo und die Farben weitere Anzeichen der Unternehmensidentität, d.h. des Unternehmensimage. Eine ähnliche Funktion haben auch die Tipps zu Energiesparmassnahmen in deutschen und rumänischen GA für Waschmaschinen. In einem separaten Kapitel wurden z.B. Umweltschutzmassnahmen erwähnt, die letzten Endes auch die Funktion von „impliziter“ Werbung bzw. Imagepflege erfüllen.

Infolge der Analyse der verschiedenen Teiltexthe von GA wurde übrigens in beiden Sprachen ein gewisser *Trend in Richtung Werbesprache* sichtbar; dabei handelte es sich um Textpassagen zur Bestätigung der Kaufhandlung, am Anfang der jeweiligen GA plaziert, meist in Briefform („Liebe Kundin“, „Lieber Kunde“), die den sachlichen Diskurs von Anleitungstexten, hauptsächlich durch den Adressateneinbezug (s. Danksagung), „personalisieren“; ausserdem wurde von vielen Adjektiven im Superlativ Gebrauch gemacht und der Firmenname oftmals erwähnt.

Zu d): Bezugnehmend auf die eingangs formulierten *Arbeitshypothesen*, konnte zunächst bestätigt werden (s. meine *erste Hypothese*), dass es zwischen den deutschen und den rumänischen Gebrauchsanweisungen mehr Gemeinsamkeiten als kulturell bedingte Unterschiede gibt. Letztere waren weniger zahlreich und erwiesen sich vor allem als Merkmal der äusseren Textstrukturierung (s.w.o.).

Die Tatsache, dass die deutschen GA im allgemeinen von ihrer Aufmachung her einheitlicher waren als die rumänischen, könnte vielleicht auch dadurch bedingt sein, dass in letzter Zeit in Deutschland viele Bestrebungen zur Standardisierung von TD zu verzeichnen sind, siehe auch [4]. Ausserdem wurde in allen GA des deutschen Korpus eine grössere Vielfalt an typ- und topographischen Mitteln als in den rumänischen verwendet, die zu einem höheren Verständlichkeitsgrad dieser Textexemplare, im Sinne der Textoptimierung beitragen. Wiederrum handelt es sich in den rumänischen GA um verständlichere Textpassagen, angesichts der Platzierung der Bilder in nächster

Nähe des Begleittextes, was auf eine enge Text-Bild-Korrespondenz schliessen lässt. Für die „integrative“ Verarbeitung von Text- und Bildinformation bedeutet diese Art der Plazierung eine wichtige Voraussetzung, da dadurch die Informationsentnahme beträchtlich erleichtert wird, vgl. [1], [7],[9],[6] u.a.

### SCHLUSSBEMERKUNGEN

Obwohl die Problematik der Optimierung der Experten-Laien-Kommunikation und damit der Textoptimierung von Anleitungstexten/TD von höchster Aktualität ist, gibt es z.Z. nur spärliche empirische Forschungsansätze, die sowohl die Verständlichkeitsproblematik im allgemeinen als auch die damit verbundenen interkulturellen Aspekte hervorheben.

Ergänzend können wir noch folgendes behaupten: *Einerseits* gelten in unserer hochtechnisierten globalen Welt die Anleitungstexte/Benutzerinformationen als Teil des Produktes, s. [2: 4], so dass sie der Produktqualität gewachsen sein und über Sprach- und Ländergrenzen hinweg gewissen Standards entsprechen müssen; *andererseits* gibt es meiner Ansicht nach immer noch genug Freiraum für die „Personalisierung“ von Anleitungstexten, gerade durch die Einbindung verschiedener Aspekte der Unternehmensidentität mit Hilfe des persuasiven Diskurses der Massenmedien in Texte dieser Art und das sollte in Zukunft von den Technischen Redakteuren konsequenter und effektvoller genutzt werden. Gleichzeitig sollte aber auch die Forschung die Relevanz der imagefördernden Merkmale von Anleitungstexten anhand empirischer Studien dokumentieren – wofür auch mein Beitrag plädiert –, da diesbezüglich europaweit ein grosser Nachholbedarf besteht.

### BIBLIOGRAPHIE

- [1] Ballstaedt, S. P., S. Molitor, H. Mandl. Wissen aus Text und Bild. Forschungsberichte, 40, DIFF an der Universität Tübingen, 1987.
- [2] DIN EN-292-1. Sicherheit von Maschinen. Grundbegriffe, allgemeine Gestaltungsleitsätze. Teil 1: Grundsätzliche Terminologie, Methodik. B.rlin: Beuth Verlag, 1991.
- [3] DIN EN ISO 9001. Qualitätssicherungssysteme. Modell zur Darlegung der Qualitätssicherung in Design/Entwicklung, Produktion, Montage und Kundendienst. Berlin: Beuth Verlag, 1995.
- [4] Gabriel, C.H., C. Schmidt. Leitfaden Betriebsanleitungen. Stuttgart: tekomp, 2001.
- [5] Göpferich, S. Interkulturelles Technical Writing — Fachliches adressatengerecht vermitteln. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Forum für Fach-sprachen-Forschung. FFT, 40. Tübingen: Gunter Narr, 1998.
- [6] Grieb, W. Schreibratipps für Diplomanden and Doktoranden in den Ingenieur- und Naturwissenschaften. Berlin and Offenbach: VDE-Verlag, 1999.
- [7] Hegarty, M., M. A. Just. Understanding machines from text and diagrams. In: Mandl, H., J.R. Levin (Hrsg.): Knowledge acquisition from and pictures. Amsterdam: Elsevier, 1989, 171-194.
- [8] Rothkegel, A. Technikkommunikation. Produkte, Texte, Bilder, UTB 3214, Wien: Huter & Roth Verlag, 2010.
- [9] Weidenmann, B. Informierende Bilder, in Weidenmann, B. (Hrsg.), Wissenserwerb mit Bildern. Instruktionale Bilder in Printmedien, Film/Video und Computerprogrammen, Bern et al.: Hans Huber Verlag, 1994, 9 -55.
- [10] [www.arctic.ro/aparate\\_frigorifice-i-1](http://www.arctic.ro/aparate_frigorifice-i-1)
- [11] [www.bosch-home.com/de/.../kühlschränke.html](http://www.bosch-home.com/de/.../kühlschränke.html)

### ABOUT THE AUTHOR

Assoc. Prof. Voichita Alexandra Ghenghea, PhD, Department of Communication in Foreign Languages, Polytechnic University of Bucharest, Phone: +40 745 562 409, E-mail: vghenghea@gmail.com.