

Inhalt

	Einleitung und Vorstrukturierung.....	1
1	Theoretische Grundlagen und empirische Befunde zur Kommunikation und Perspektivenübernahme.....	9
1.1	Perspektivenübernahme als Voraussetzung erfolgreicher Kommunikation: Die Kommunikationstheorie von Herbert H. Clark.....	10
1.2	Die Entwicklung von Annahmen über das Wissen anderer.....	15
1.2.1	Das Prozessmodell von Nickerson (1999).....	15
1.2.2	Welche Hinweisreize dienen als Heuristiken bei der Erstellung von Annahmen über das Wissen anderer?.....	17
1.2.3	Wie korrekt sind die Antizipationen über das Wissen von anderen?.....	18
1.3	Zur Rolle der Perspektivenübernahme in der Kommunikation	23
1.3.1	Die Kontroverse: Sprachgebrauch als audience design oder egozentrische Aktivität?	26
1.3.2	Evidenzen für die audience design-Hypothese	27
1.3.3	Evidenzen für einen egozentrischen Bias	33
1.3.4	Das Zirkularitätsproblem: Zur Messung von audience design und Rezipientenorientierung.....	45
1.4	Zusammenfassung der Befunde und Implikationen für die eigenen Untersuchungen	47
2	Perspektivenübernahme in der schriftlichen Kommunikation.....	49
2.1	Theoretische und methodische Grundlagen der Textproduktion	50
2.1.1	Prozessmodell zur Textrevision	50
2.1.2	Auswertung von Textrevisionen.....	53
2.2	Empirische Ergebnisse zur Textrevision.....	54
2.2.1	Textrevision von Schülern und Studenten	55
2.2.2	Textrevision von Experten am Beispiel der technischen Dokumentation.	60
2.3	Messung der Rezipientenorientierung anhand des Konstruktes Textverständlichkeit.....	61
2.3.1	Begriffsabgrenzungen: Textverstehen und Textverständlichkeit	61
2.3.2	Modelle zur Textverständlichkeit	64
2.4	Herleitung der Fragestellungen	71
3	Vorstudien zur Rolle des Fachwissens bei der Beurteilung der Textverständlichkeit	77
3.1	Einleitung.....	77
3.2	Die Computerwissenschaft als Expertendomäne.....	77
3.2.1	Der Begriff Computerwissenschaft.....	77
3.2.2	Relevanz der Experten-Laien-Kommunikation in der Computerwissenschaft	78
3.3	Vorstudie 1 zur Sensitivität des Fragebogens zur Textverständlichkeit (FTV) und zur Materialauswahl.....	79
3.3.1	Methode	80

3.3.2	Auswertung und Ergebnisse	87
3.4	Vorstudie 2 zu den Unterschieden in den Verständlichkeitsmodellen der Experten und Laien	88
3.4.1	Methode	90
3.4.2	Auswertung und Ergebnisse	92
3.5	Zusammenfassung und Diskussion der Vorstudien.....	95
4	Studie 1 zur Perspektivenübernahme bei der Beurteilung von Textverständlichkeit	97
4.1	Einleitung.....	97
4.2	Methode	100
4.2.1	Stichprobe	100
4.2.2	Material	101
4.2.3	Design und Versuchsverlauf	101
4.3	Auswertung und Ergebnisse der validitätssichernden und vorbereitenden Analysen	104
4.3.1	Validitätssichernde Analysen: Zur Dimensionalität des <i>FTV</i>	104
4.3.2	Vorbereitende Analysen: Zum Effekt des zweiten Lesens und zur Reihenfolge der Messung.....	109
4.3.3	Vergleich der Eigenperspektiven: Manipulation Check zur Überprüfung der Materialauswahl	117
4.4	Hypothesenprüfende Analysen: Zur Verschätzung bei der Antizipation der Verständlichkeit.....	119
4.4.1	Auswertungen	119
4.4.2	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	121
5	Studie 2: Fachbegriffe als Exklusivitätsmarkierungen	125
5.1	Einleitung.....	125
5.2	Methode	127
5.2.1	Stichprobe	127
5.2.2	Material	129
5.2.3	Design und Versuchsablauf.....	131
5.3	Auswertung und Ergebnisse	132
5.3.1	Vorbereitende Analysen.....	132
5.3.2	Hypothesenprüfende Analyse: Zur Verschätzung bei der Antizipation der Verständlichkeit.....	137
5.3.3	Vergleich mit Studie 1.....	139
5.4	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	145
6	Studie 3: Textrevision und Rezipientenorientierung.....	149
6.1	Einleitung.....	149
6.2	Methode	151
6.2.1	Stichprobe	151
6.2.2	Materialauswahl	151
6.2.3	Versuchsablauf.....	154
6.3	Inhaltsanalytische Auswertung und Ergebnisdarstellung.....	156

6.3.1	Kategoriensystem zur Auswertung der Textrevisionen.....	156
6.3.2	Analyse der vorgenommenen Veränderungen.....	159
6.3.3	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der Inhaltsanalysen..	166
6.4	Auswertung und Ergebnisse der Beurteilungen mittels <i>FTV</i>	168
6.4.1	Beurteilung der Veränderung aus Sicht der Experten.....	168
6.4.2	Vergleich mit einer Laienstichprobe.....	169
6.4.3	Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse der <i>FTV</i> -Ratings.....	173
6.5	Vergleich der eigenen Einschätzungen der Experten mit deren realen Änderungen	175
7	Studie 4 zur Rezipientenorientierung von schriftlichen Erklärungen ...	179
7.1	Einleitung.....	179
7.2	Methode	182
7.2.1	Stichprobe	182
7.2.2	Material	182
7.2.3	Versuchsablauf und Design.....	184
7.3	Auswertung und Ergebnisse zu den HTML-Kenntnissen der Experten ...	186
7.4	Ermittlung der Rezipientenorientierung	188
7.4.1	Methode	188
7.4.2	Auswertung und Ergebnisdarstellung.....	194
7.5	Ermittlung des audience design.....	196
7.5.1	Sprachliche Indikatoren des audience design.....	197
7.5.2	Ausführlichkeit der Erklärung einzelner Themen	199
7.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	209
7.6.1	Zusammenfassung der Befunde zur Rezipientenorientierung und zum audience design	209
7.6.2	Diskussion der Ergebnisse	212
8	Diskussion und Ausblick	219
8.1	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den vier Studien.....	220
8.1.1	Wie korrekt sind die Annahmen über das Wissen von Laien?	220
8.1.2	Welche Umsetzungs-/Produktionsprobleme wurden bei der Textrevision festgestellt?	222
8.1.3	Wie wirkt sich die vorherige Beschäftigung mit dem Inhalt auf die Produktion aus?	224
8.2	Diskussion der verschiedenen Untersuchungsmethoden hinsichtlich ihrer Effektivität zur Ermittlung von Problemen in der Experten-Laien- Kommunikation.....	226
8.3	Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten zur schriftlichen Kommunikation bei großem Wissensgefälle.....	228
8.4	Praktische Konsequenzen: Ansatzpunkte zur Verbesserung der Experten-Laien-Kommunikation	231
8.4.1	Empfehlungen für die Verbesserung der schriftlichen Experten-Laien- Kommunikation.....	232

8.4.2	Allgemeine Empfehlungen für Trainingsmaßnahmen zur Experten-Laien-Kommunikation.....	233
	Literatur	235
	Anhang	247