

Ludger Hoffmann

Mehrfachadressierung und Verständlichkeit

1. Vorbemerkungen

Verständlichkeit gilt weithin als eine Eigenschaft von Texten relativ zu bestimmten Adressaten. Es fällt anscheinend leicht, einen Text als „allgemeinverständlich“ oder „unverständlich“ zu charakterisieren. Schwierig hingegen ist die Frage nach den Kriterien für Verständlichkeit und Verstehen. Die übliche Vorgehensweise der Verständlichkeitsforschung (psychologischer Provenienz) ist denn auch dadurch gekennzeichnet, das Textverständnis als gegeben zu unterstellen und materiale Eigenschaften des Textes als Variablen zu behandeln (Vgl. z.B. Groeben 1982). Kommunikationstheoretisch/pragmatisch betrachtet ergibt sich eine andere Perspektive. Der Zweck sprachlichen Handelns liegt darin, daß einem oder mehreren Adressaten etwas zu verstehen gegeben wird. Über das Verstehen hinaus werden Kommunikationsziele verfolgt, die spezifische Veränderungen der sozialen Situation oder der Einstellung zu Sachverhalten, Fortsetzungs- oder Anschlußhandlungen von Adressaten und dgl. beinhalten. Zu berücksichtigen sind damit der soziale und institutionelle Rahmen, Erwartungen und Einstellungen der Adressaten, die Akzeptierbarkeit des Sprechaktes und der Ziele, soweit sie offengelegt werden. Vorausgesetzt ist die Möglichkeit, situationsspezifisch Bedeutungen zu erzeugen und zu vermitteln (vorzustellen etwa nach Art des ‚Gricesechen Mechanismus‘) oder konventionelle Mittel der Bedeutungskonstitution einzusetzen. Die zentrale Bedingung für den kommunikativen Erfolg ist, daß der Adressat das und nur das versteht, was ihm zu verstehen gegeben werden sollte. Die Mittel müssen adressatenspezifisch realisiert werden. Der Fortgang der Kommunikation kann dann partiell als Kontrolle dienen, ob der Adressat verstanden hat, was er verstehen sollte (Wahl sequentiell passender Fortführung/intendierte Anschlußhandlung/thematisch-inhaltliche Kohärenz als indirekte Kriterien). Die Gefahr eines Scheinverständnisses bleibt bestehen: in vielen Fällen ist fraglich, ob der Adressat wirklich aufgrund der eingesetzten Mittel und geteilter Bedeutungen in erwünschter Weise reagiert hat oder ob nicht schon gewisse Erwartungen, Wahrnehmungen, Wissenselemente und dgl. ihn dazu befähigt haben. Dies kann sich später dann sehr deutlich zeigen. Man kann bis zu einem gewissen Grad einer Kommunikation folgen, auch wenn man ein Wort nicht verstanden hat, es als Variable behandelt und im Fortgang der Kommunikation zu erschließen sucht. Es besteht keine Neigung, häufig Verständnissicherungsprozeduren in die Kommunikation einzuschalten, da dies als Ausdruck einer Konfliktstrategie aufgefaßt werden kann, in institutionellen Zusammenhängen können gerade diejenigen, deren Verständnis be-

sonders gefährdet ist, über die Kommunikationsbedingungen nicht verfügen und müssen sich in der Regel mit einseitigen ‚Belehrungen‘ zufriedengeben. Unter pragmatischem Aspekt bietet es sich an, die Frage nach der Verständlichkeit eines Textes bzw. Eigenschaften, die dafür bestimmend sein könnten (z. B. syntaktische Komplexität, ‚schwierige Wörter‘ etc.) anders zu stellen. Zu fragen wäre etwa:

- Was tun Textproduzenten, um den Erfolg ihres Sprechakts zu sichern?
 - Was tun Rezipienten, um sich ihres Verständnisses zu versichern?
 - Woran zeigt sich gelungene Verständigung in der Kommunikation?
- Solche Fragen führen zum Kern der Kommunikationstheorie, zu der die Sprechakttheorie entwickelt werden sollte. Die analytische Zerlegung von Handlungs- und Kommunikationsprozessen kann auf die Komplexität dieses Vorhabens aufmerksam machen. Betrachten wir etwa die Adressierung im Rahmen des Kommunikationsprozesses, so müssen wir mindestens unterscheiden:
- Adressaten-Selektion und spezifische Einstellung der Mittel
 - situationsangemessene Wahl der Mittel
 - Herantragen der Äußerung
 - Eingabe- und Wahrnehmungsprozesse
 - Verstehensvorgänge (situations-, partner-, mittelorientiert), Muster-Zuordnung
 - Interpretationsvorgänge
 - Entscheidung über Akzeptabilität und Fortführung
 - Sequenzspezifische/anschließende Reaktion versus Übergehen versus Zurückweisen etc.

Das Problem der Verständlichkeit wird besonders relevant, wenn Texte mehr als einen Adressaten haben und schon deshalb die Möglichkeit verständnissichernder Prozeduren eingeschränkt ist. Es empfiehlt sich daher, einfache Sprecher-Hörer-Modelle zugunsten komplexerer Fälle von Mehrfachadressierung zu vernachlässigen. Allerdings ist der Bereich der Mehrfachadressierung bislang wenig erforscht und – soweit es sich um Texte aus dem Bereich der Massenkommunikation handelt – auch schwierig zu erforschen, insofern man oft über den Text hinaus nicht weit genug zu den Kommunikationsbedingungen vorstoßen kann. Auf das Phänomen mehrfachadressierter Äußerungen hat m. W. erstmals D. Wunderlich in seiner Behandlung des Konventionalitätsproblems aufmerksam gemacht. Er verweist dort auf Äußerungen

bei denen gleichzeitig zwei oder mehr verschiedene Sprechhandlungen ausgeführt werden, dadurch, daß sich diese Äußerungen an verschiedene Adressaten wenden. [...] Wenn sich zwei Jungen streiten und ein dritter Partei ergreift, indem er zu dem einen sagt „ich werde dich gegen Peter beschützen“, so ist dies dem Einen gegenüber ein Versprechen, zugleich dem anderen gegenüber eine Warnung oder Drohung... (Wunderlich 1972, S. 37)

Unlängst haben Clark/Carlson dieses Phänomen behandelt (Clark/Carlson

1982). Sie gehen von einer in der Sprechaktanalyse zwischen Äußerungsakt und spezifischem illokutiven Akt eingeschalteten Aktkategorie „*informative*“ aus; *informatives* sind an alle Teilnehmer in einer Äußerungssituation gerichtet, sie informieren sie über alle gleichzeitig vollzogenen Akte an die Adressaten (die mit den Teilnehmern nicht identisch sein müssen). Zur Illustration werden verschiedene Formen der Anrede aufgeführt. Die ‚*informative-Hypothese*‘ bietet aber allenfalls eine Vermehrung der schon in der klassischen Sprechakttheorie problematischen Aktkategorien, die nicht gerechtfertigt werden kann. Der Fall, daß ein Sprecher einen Dritten wissen lassen will, was er mit dem Adressaten auszu-machen hat, ist nur einer unter vielen.

In systematischer Hinsicht kann zwischen ‚mehrfachadressierten Sprechakten‘ und ‚mehrfachadressierten Äußerungen‘ unterschieden werden:

- (A) Mehrfachadressiert ist ein Sprechakt, der gleichzeitig an mehrere Personen gerichtet ist.
- (B) Mehrfachadressiert ist eine Äußerung, die als simultane Realisierung unterschiedlicher und an unterschiedliche Personen gerichteter Sprechakte gilt.

Ein mögliches Publikum spielt also erst dann eine Rolle für die Analyse, wenn es wirklich Adressat wird. Da der Begriff des Adressaten (über das Zweck- und Zielkonzept) an den Begriff des Sprechakts gebunden ist, ist die Redeweise von ‚mehrfachadressierten Äußerungen‘ eine vermittelte. Man könnte stattdessen auch von ‚polyfunktionalen Äußerungen‘ sprechen.

2. Mehrfachadressierte Sprechakte

Als Normalfall gilt weithin – wohl als Relikt der Dialogforschung – der ‚einzeldressierte Sprechakt‘. Gegen intentionalistische Theorien wurde manchmal – so von Chomsky gegen Grice – der ‚reflexive Sprechakt‘ ins Feld geführt, ein Sprechakt, der keinen Adressaten außer dem Sprecher/Schreiber hat (z. B. persönliche Notizen, bestimmte Formen des Tagebuchs etc.) und somit auch keine spezifischen Intentionen. Auf diese Problematik ist an dieser Stelle nicht einzugehen. Die meisten Sprechakte sind kategorial hinsichtlich der Adressierung nicht sensitiv, sensitiv sind vor allem institutionelle Sprechakte:

- ABSETZEN, ERNENNEN, VERURTEILEN, FREISPRECHEN kann man nur eine Person (auch wenn in derselben Prozedur noch andere Adressaten dieser Sprechakttypen sein können);
- VERHEIRATEN, SCHEIDEN sind grundsätzlich auf zwei primäre Adressaten beschränkt;
- GESETZE ERLASSEN, ein Medienprogramm MODERIEREN etc. sind komplexe Sprechakte, die an eine abstrakte, nur durch allgemeine Bestimmungen zu charakterisierende Gesamtheit von Adressaten gerichtet sind.

Bei vielen institutionellen Sprechakten ist zu bedenken, daß sie gerade aufgrund ihres institutionellen Hintergrunds neben ihren primären oft noch sekundäre, u. U. abstrakte Adressaten haben.

Die entscheidende Frage ist nun: macht es einen Unterschied, ob jemand eine Einzelperson oder eine Gruppe begrüßt, einem oder mehreren gegenüber etwas behauptet, Einzelne oder eine Gruppe zu einer (individuell oder kollektiv zu realisierenden) Handlung auffordert? Zweck und somit Sprechaktscharakteristik sind nicht tangiert. Ins Auge fällt zunächst die pragmatische Differenz. Kann ich z. B. den A und den B als Adressaten qua Gruß in dieselbe Gruppe einreihen, obwohl ich mit A, nicht aber mit B befreundet bin? Läßt sich eine für beide angemessene Formulierung finden? Kann ein Lehrer eine ganze Klasse zur Ordnung rufen, wo doch nur A, B und C die Störenfriede sind? Der Übergang zur Mehrfachadressierung wird um so problematischer, je weniger man über die Adressatengruppe weiß, je abstrakter die Adressatengruppe für den Sprecher ist. Große Gruppen von Adressaten werden daher meist in Teilgruppen zerlegt, über die spezifische Erwartungen und Hypothesen ausgebildet werden können. Ob ein gemeinsamer Nenner gefunden wird, gefunden werden kann, ist dann immer noch offen. Wer durch einen mehrfachadressierten Sprechakt einer Gruppe zugeschlagen wird, kann u. U. die so etablierte soziale Beziehung hinterfragen und ggf. diskursiv für sich eine Sonderrolle reklamieren. Konflikte um die Gruppenzugehörigkeit könnten den mehrfachadressierten Sprechakt unökonomisch werden lassen. Daher findet man ihn vor allem in stark routinisierten, sozial festfügten Lebenszusammenhängen. Ferner wird die Einsatzschwelle gesenkt, wenn die zu etablierenden sozialen Verpflichtungen gering sind, geteilte Annahmen und Erwartungen unterstellt werden können oder es kaum Möglichkeiten gibt, sich gegen die Vereinnahmung zur Wehr zu setzen. Für den Adressaten liegt das entscheidende Problem darin, daß eine unmittelbare Folgekommunikation nicht möglich ist, die Verständnissicherung und weiterführende Initiativen bringen könnte. Folgekommunikation ist hier zumindest zeitlich vom Ausgangspunkt getrennt, unmittelbare Anknüpfung ist kaum denkbar und oft muß auch das Medium gewechselt werden (Zuschauerpost). Bedingungen dieser Art bedürfen der Einführung.

Um den Übergang zu erleichtern, ersetzen einige Grundschullehrer in der Anfangsklasse die pluralische Anrede durch eine Anrede im Singular:

- (1) Du nimmst jetzt dein Schreibheft, schlägst es auf... (gemeint sind alle Schüler der Klasse)

Vielfach wird auch in den Massenmedien die Fiktion einer solchen direkten Kommunikation genährt, was gewisse Mißverständnisse – etwa hinsichtlich persönlicher Zugänglichkeit – erzeugen kann. Horton und Wohl (1956) charakterisieren diese massenmediale Kommunikationsart als „parasoziale“, den Schein alltäglicher Face-to-Face-Beziehungen vermittelnde Interaktion.

Im Falle mehrfachadressierter Sprechakte ist das Verständlichkeitsproblem nur

dann weniger gravierend, wenn die Adressaten eine relativ homogene Gruppe bilden und ihre Sprach- und Wissensvoraussetzungen gut eingeschätzt werden können. Prinzipiell können sich Lehrer auf ihre Schüler besser einstellen als Fernsehmoderatoren auf ihre Publikum, das sie in ihrer Zusammensetzung allenfalls nach Art einer charakteristischen Funktion (Adressat ist, wer jetzt dieses Programm eingeschaltet hat) oder Extrapolation (Üblicherweise sehen diese Sendung 70% Kinde, 20% Jugendliche, 10% Erwachsene) bestimmen können. Je inhomogener die Adressatengruppe, desto eher kommt der Textproduzent in das Verständlichkeitsdilemma:

- (V) Wer allen etwas sagen will, kann nur wenigen Spezifisches sagen.
Wer Spezifisches sagt, schließt viele aus.

In jedem Fall wird gegen die grundlegenden Konversationsmaximen verstoßen. Die Zahl der Zeitungleser zeigt, daß man sich mit dem daraus resultierenden Kompromiß durchaus abfinden kann. Allerdings zeigen Untersuchungen, daß solche Medien auch sehr unterschiedlich genutzt werden; im übrigen enthalten sie Residuen für Spezialisten (Wirtschaftsteil, Kulturmagazin um Mitternacht etc.).

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich auf einen inhomogenen Adressatenkreis einzustellen; die wichtigsten sollen hier kurz vorgestellt werden:

- (a) *Sprecher/Schreiber orientieren sich am anspruchsvollsten Teil der Adressaten und knüpfen an dessen Erwartungen, Wissen und sprachliche Fähigkeiten an.* Möglichkeit (a) ist durch Mißachtung eines Teils – u. U. sogar des größten Teils – der Adressaten gekennzeichnet. Dies wird meist mit der Begründung in Kauf genommen, bestimmte Gegenstände könnten nur auf diese eine Weise angemessen und hinreichend präzise dargestellt werden, alles andere sei Dilettantismus oder müsse sich als Popularisierung einen anderen Ort suchen. Exklusivität sei nur das Ergebnis unterschiedlicher Zugangsvoraussetzungen, die aber mit Hilfe entsprechender Fachbücher, Lexika, Kurse und dgl. prinzipiell ausgeglichen werden könnten.

Standpunkte dieser Art werden gelegentlich durch Verkaufsziffern, Einschaltquoten oder leere Hörsäle korrigiert. In anderen Fällen verhindern die Autorität des Textproduzenten, seines Habitus, seiner Wissenschaft, das Gefühl der Abhängigkeit oder dgl., daß Verständlichkeit für alle eingeklagt wird. Auch wissenschaftsinterne Kommunikation ist nicht frei von solchen Problemen, denn sie vollzieht sich ja nicht nur zwischen Spezialisten ein und desselben Fachgebietes. Homogenität größerer Adressatengruppen erweist sich in der Regel als – wenn gleich für Autoren nützliche – Fiktion.

- (b) *Sprecher/Schreiber orientieren sich an den Voraussetzungen des größten Teils der Adressaten.*

Die Version (b) erfordert Abstriche an Anspruch und Differenzierungsmöglichkeiten zugunsten breiterer Verständlichkeit. Sie geht zwar an der Minderheit

(Spezialisten, Unterprivilegierte etc.) vorbei, scheint aber demokratisch. Die Einstellung auf die Adressaten wird schwieriger, weil Inhomogenität in Kauf genommen und ausgeglichen werden muß, damit übergreifende Verständlichkeit erwartet werden kann. Innerhalb der Adressatenmehrheit wird damit die Gruppe mit den geringsten Voraussetzungen wichtig, ohne daß die Verständigung mit den anderen Teilgruppen gefährdet werden darf. Eine genaue Eingrenzung und damit auch PartnerEinstellung ist bei einer gewissen Größe der Gruppe nicht mehr möglich; dies zeigen die Diskussionen um Fiktionen wie den (unverbledefen) Durchschnittsleser'. In diesen Fällen sind Faktoren wie Durchsetzungskraft von Adressatengruppen, Herkunft und Standort der Textproduzenten entscheidend. Faktisch wird die Sprachebene meist angehoben, so daß ein Teil der ‚Mehrheit‘ ausgeschlossen bleibt. Als Beispiel können weite Bereiche der Massenmedien – etwa das Fernsehen – dienen, die sich im übrigen der Standardsprache verpflichtet fühlen. Natürlich handelt es sich hier nur um eine partielle Unverständlichkeit, die sich z. B. auf tagespolitische Sendungen bezieht. Und sie erstreckt sich auch nur auf Teile der Sendungen. – Die genannten Beispiele machen die Schwierigkeit deutlich, hier das Verständlichkeitsdilemma zu entschärfen.

(c) *Sprecher/Schreiber orientieren sich an den Adressaten mit den geringsten Voraussetzungen.*

Diese Variante ist besonders schwer durchzusetzen; Gruppen mit höherem Anspruch sind meist in der Lage, größeren Gegendruck zu entfallen. Man kann das Problem etwa an der Diskussion über das Niveau der Kommunikation in Schulklassen entfallen. Während (a) nur selten vertreten und dann mit der Forderung nach Eliteschulen verbunden wird, sind ganze Kollegien über (b) versus (c) zerstritten, wobei Vorstellungen über die Funktion der Schule, über Chancengleichheit und dgl. den Hintergrund bilden. Für große Bereiche der Werbung sowie einige Sektoren der Massenkommunikation ist es selbstverständlich, von (c) auszugehen und sich am Ziel allgemeiner Verständlichkeit zu orientieren. Das Beispiel zeigt, daß dies bis zu einem gewissen Grad auch möglich ist; eine Grenze bildet zweifellos das Ausmaß sprachlicher Variation in einer Gesellschaft, die Differenz zwischen Lebensformen. Als Basis ist man auf die niedrigste Sprachvariante mit ausreichender Reichweite angewiesen. Sie zu treffen und zu verwenden ist – vom Druck konservativer Sprachkritik einmal abgesehen – schwierig genug, schwieriger noch ist allerdings die Erhebung der Minimalvoraussetzungen im Wissensbereich. Hier sind nur Kompromißlösungen denkbar. Bei besseren Voraussetzungen allerdings kann es zu optimalen Adaptionisleistungen kommen, zu erinnern ist nur an die Eltern-Kind-Kommunikation im Prozeß des Spracherwerbs.

Die skizzierten idealtypischen Strategien machen deutlich, daß unter der Inhomogenitätsvoraussetzung dem Verständlichkeitsdilemma nicht zu entgehen ist. Grundlegende Maxime bleibt – das zeigen auch Fälle diskriminierender Über-

anpassung, wie die Ausländern gegenüber oft undifferenziert verwendete Sprachvariante – die Orientierung an den Voraussetzungen des jeweiligen Adressaten. Verstöße werden denn auch immer wieder im Alltag eingeklagt, etwa in dem schon stereotypen Hinweis auf das ‚Fachchinesisch‘ oder – um ein Beispiel aus einem exklusiveren Kommunikationsbereich zu nennen – im Vorwurf der ‚Hermetik‘ gegenüber lyrischen Texten, die doch nicht unbedingt mit dem Anspruch auf Allgemeinverständlichkeit auftreten. Verständlichkeit ist eher erreichbar und auch einklagbar, wenn es sich um Fälle ‚individualisierter Mehrfachadressierung‘ handelt, d. h. die Menge der Adressaten für den Textproduzenten aufzählbar ist und somit spezifische Hypothesen über die Voraussetzungen der Partner möglich sind. Im Fall ‚generalisierter Mehrfachadressierung‘ kennt der Textproduzent nur die Bedingung, unter der jemand Adressat ist, also etwas wie die charakteristische Funktion der Menge der Adressaten. Hier sind die Schwierigkeiten ungleich größer, und das gilt auch für die Möglichkeiten einer Folge-Kommunikation. Den Extremfall – und damit auch einen beständigen Gegenstand von Interpretationen – bilden Texte mit längerfristigem Gebrauch und wechselnden bzw. sich zeitlich ablösenden Adressatenkreisen, z. B. literarische Werke, Gesetze, Verträge. Dies sind idealtypische Unterscheidungen; es gibt faktisch Mischformen, z. B. wenn ein Teil der Adressaten individualisiert ist, ein anderer generalisiert. Denken wir etwa an den Fall, daß ein Politiker in einer Fernsehdiskussion äußert

(2) Wir müssen alle den Gürtel enger schnallen.

vorausgesetzt, es handelt sich um das einschließende Pronomen ‚wir‘. Im Blick auf die Massenmedien bietet es sich an, zwischen ‚primären‘ und ‚sekundären‘ Adressaten zu unterscheiden. In einem Fernsehinterview wird sich der Interviewte zwar mindestens formal am raum-zeitlich zugänglichen Partner als primärem Adressaten orientieren, also sequentielle Verpflichtungen einhalten etc., er wird aber stets auch das Publikum als sekundären und in diesem Fall eigentlichen Adressaten berücksichtigen und sich in dieser Richtung um Verständlichkeit bemühen. Das kann bis zu dem bekannten Phänomen gehen, daß – vor allem bei Politikern – der Interviewer mit seinen Initiativen erfolglos bleibt und der Interviewte nur noch vorgefertigte Statements für die eigentlichen Adressaten abgibt. Umgekehrt fällt es nicht-routinierten Interviewpartnern gelegentlich schwer, die Mehrfachadressierung zu berücksichtigen: sie reden für das breite Publikum unverständlich, lassen den Inszenierungscharakter offenbar werden, indem sie Vorgespräche erwähnen, versuchen, den massenmedialen Kanal für private Zwecke (z. B. Ausrichtung von Grüßen) zu benutzen o. ä. Die Unterscheidung zwischen primären und sekundären Adressaten bezieht also ihre Relevanz daraus, daß sie mit Entsprechend unterschiedlichen Einstellungen auf die Partner zusammenfallen kann. Nicht immer ist ihre Durchführung unproblematisch; die Etikettierung ‚primär‘/‚sekundär‘ kann in einigen Fällen willkürlich erscheinen.

3. Mehrfachadressierte Äußerungen

Der Typ der Mehrfachadressierung ist oft klar erkennbar, meist aufgrund des Kontextes, manchmal auch aufgrund expliziter Anrede wie im folgenden Beispiel:

- (3) Dies ist ein Leitfaden zur Unterrichtsvorbereitung für Berufsanfänger – nicht für routinierte Lehrer und schon gar nicht für Erziehungswissenschaftler. (Meyer 1980, S. VII)

Die Menge prospektiver Leser wird hier in der Weise aufgespalten, daß der eine Teil (Erziehungswissenschaftler, routinierte Lehrer) gewarnt wird (den Text wissenschaftlich-akribisch oder als allgemein-praxisrelevant zu rezipieren), der andere Teil (Berufsanfänger) in seiner Kaufentscheidung bzw. im Lektürevorsatz bestätigt wird (Grundlagen werden vermittelt). Gegen Vorwürfe, die auf mangelnde Wissenschaftlichkeit oder mangelnde Relevanz für Praktiker zielen, sichert sich der Autor ab; allenfalls eine Verletzung des angegebene Standards wäre einklagbar. Zugleich ist ein Verständnis als mehrfachadressierter *Sprechakt* der WERBUNG möglich (potentielle Käufer lesen mitunter das Vorwort), Adressaten wären alle, die Praxisgrundlagen brauchen oder an andere zu vermitteln haben. Eine solche mehrfachadressierte WERBUNG liegt vor im folgenden Beispiel:

- (4) Diese Grammatik will anschaulich und praktisch und trotzdem wissenschaftlich sein. (Heringer 1978: Klappentext)
Einzelnen Leserguppen werden *propositional* unterschiedliche Begründungen für die Kaufempfehlung gegeben. Angesprochen sind:

- Leser, die eine abstrakt und schwierig geschriebene Grammatik fürchten;
- Leser, die keine wissenschaftliche oder theoretisch orientierte, sondern eine praktisch-problembegogene Grammatik suchen;
- Leser, die wissenschaftliche Ansprüche an eine Grammatik stellen.

Das Adverb „trotzdem“ soll die Kohärenz sichern; es ist demnach möglich, einen Text für so verschiedene Adressatengruppen zu schreiben. Für das Gelingen der Begründungen ist entscheidend, ob sie für miteinander verträglich gehalten werden und ob *alle* allen Adressaten wünschenswert erscheinen. Praktisch Interessierte könnten durch die Charakteristik „wissenschaftlich“, Linguisten durch die Charakteristik „anschaulich und praktisch“ abgeschreckt werden. Dies ist möglich, weil hier die Begründungen allen offengelegt werden. Es wäre zu einfach, das Phänomen der Mehrfachadressierung allein mit dem Ökonomieprinzip erklären zu wollen. Mehrfachadressierungen werden auch zum Erreichen strategischer Ziele eingesetzt, die anders nicht erreichbar wären. Wenn etwa – um ein z. Z. nicht realistisches Beispiel zu wählen – der Präsident der USA sich öffentlich darauf festlegen würde, er werde im Falle eines militärischen Konfliktes in Mitteleuropa den Befehl zum Einsatz der Interkontinentalraketen geben, so würde er damit u. U.

- die UDSSR vor dem Versuch eines auf Europa begrenzten, evtl. präventiven Krieges warnen;
- der Allianz amerikanische Unterstützung zusagen;
- die NATO-Strategie der ‚flexiblen Response‘ aufkündigen, etc.

Eine mehrfachadressierte Äußerung dieser Art könnte also nur dann erfolgreich sein, wenn alle Adressaten wüßten, welcher Sprechakt (illokutiv, propositional) jeweils an die anderen Adressaten gerichtet ist; er muß also in diesem Sinne auch vor allen *verstanden* werden. Es gibt auch Konstellationen, wo es für den Erfolg ausreicht, wenn einer der Adressaten den Charakter der Mehrfachadressierung voll überschauen kann.

Oft ist es gerade erforderlich, daß einem oder mehreren Adressaten gegenüber die Mehrfachadressierung verborgen bleibt; in diesem Fall kann von ‚verdeckter‘ im Gegensatz zu ‚offener Mehrfachadressierung‘ gesprochen werden. Im Bereich der Mittel ergibt sich eine breite Spannweite von der Implikatur bis zur Kunst der Chiffrierung.

Die meisten Chiffrierungen setzen an der Linearitätsebene an und führen eine neue ein, aus der die eigentliche mithilfe des Codes zu entschlüsseln ist. Ein einfaches Beispiel, dessen Regel leicht zu erschließen ist:

- (5) Wir beurteilen die Wirtschaftspolitik der UDSSR als leicht gelockert. Darin treffen wir uns mit westlichen Beobachtern. Gleichwohl sind uns die weiteren Entwicklungen noch unklar. Das zeigt sich am deutlichsten in der Einschätzung der Zins-Politik. Die entsprechenden Anweisungen von Lenin werden nicht mehr beachtet. Stattdessen hat nun einen bevorzugten Platz der Neuantritt ungarischer Ökonomen. Vertreter dieses Kurses haben in der Arbatow-Straße den Kurs in die Hand genommen. Eine solche Entwicklung wird von heute auf morgen nicht völlig revidiert werden können...
(5') Wir treffen uns am Lenin-Platz/Arbatow-Straße morgen...

Wer von (5) zu (5') gelangen will, muß wissen, daß es sich um ein verschlüsseltes Schreiben und nicht etwa um ein normales diplomatisches Dossier handelt. In dieser Richtung könnte man komplexere Codierungen finden im Vergleich zu den üblichen alphabetischen Codes, die Denkspiele für Großrechner in den Dechiffrierzentren abgeben und leicht als solche erkennbar sind. Denkbar ist ein sinnvoller Einsatz von Vorwissen beider Partner, von für sie erwartbaren Schlußverfahren, bereitem Verschweigen von Sachverhalten etc. Es gilt – wie Beispiel (5) zeigt –: Je verständlicher und kommunikativ relevanter die Oberfläche, desto besser die Chance, daß die Mehrfachadressierung verborgen bleibt. Schwierig wird es natürlich, wenn keine sehr spezifischen Hypothesen über den Partner ausgebildet werden können. Nicht leicht haben es daher Verfasser von Arbeitszeugnissen bzw. Texten, die ein größeres Maß an Konventionalisierung erforderlich machen – zumal, wenn die, die nicht eigentliche Adressaten sind, wissen, wonach sie suchen müssen. Dennoch haben manche Probleme mit Formulierungen, die Inferenzen nötig machen wie etwa

- (6) Seinen Mitarbeitern war Herr K. ein freundlicher, vertrauensvoller Vorgesetzter.

Dies gilt vor allem, wenn der Betroffene die genannten Eigenschaften selbst positiv bewertet und die Lücken nicht erkennt, so daß er die erforderlichen Schlüsse nicht zieht. Noch besser kann die Mehrfachadressierung verborgen werden, wenn willkürliche Kodierung mit einem oberflächlich unverdächtigen Text kombiniert wird, also beispielsweise wirklich positive Leistungen *nur* durch die Ausdrücke „hervorragend“, „exzellent“, „außerordentlich“ gekennzeichnet werden und in allen anderen Fällen die Leistungen als unzureichend oder weniger gut eingestuft werden. Nur muß dann der Schlüssel verborgen bleiben, was auch nicht ganz einfach ist. Man könnte annehmen, es handele sich hier nicht um mehrfachadressierte Äußerungen; allenfalls könne der Betroffene, der selbst nicht Adressat, sondern nur Vermittler sei, falsche Schlüsse aus der Oberflächenform ziehen. Daß es sich um ein provoziertes Mißverständnis handele, sei vielleicht einzuräumen. Dies ist die Perspektive von Arbeitgebern, die über Zeugnisse Informationen austauschen. Wir können sie nicht ohne weiteres von der Hand weisen, wenn wir die Intentionen des Textproduzenten und die Rezeption durch den künftigen Arbeitgeber als eigentlichen Adressaten zum Maßstab nehmen. Rechtlich allerdings ist die Situation komplexer; in einer Grundratsentscheidung des Bundesarbeitsgerichtes (23.6.1960) heißt es:

Das Zeugnis soll dem Arbeitnehmer als Unterlage für eine neue Bewerbung dienen... seine Belange sind gefährdet, wenn er unterbewertet wird. Andererseits soll das Zeugnis zur Unterrichtung eines Dritten dienen, der die Einstellung des Zeugnisinhabers erwägt; seine Belange sind gefährdet, wenn der Arbeitnehmer überbewertet wird. Aus dem notwendigen Ausgleich dieser sich möglicherweise widerstrebbenden Interessen ergibt sich deshalb als oberster Grundsatz der Zeugniserteilung: das Zeugnis muß wahr sein. (nach Presch 1980, S. 235).

Der Bundesgerichtshof hat 1963 diese Entscheidung bestätigt und hinzugefügt, das Zeugnis sollte

vom verständigen Wohlwollen für den Arbeitnehmer getragen sein und ihm sein weiteres Fortkommen nicht erschweren: (nach Presch 1980, S. 235).

Zugleich wird das Interesse des künftigen Arbeitgebers an einem zuverlässigen Gesamtbild, vor allem hinsichtlich für die „Führung im Dienst“ wichtiger Ereignisse, bekräftigt. Die Praxis der Zeugniserteilung erklärt sich also daraus, daß die Forderungen nach Wahrheit und Wohlwollen vor allem dann schlecht miteinander zu vereinbaren sind, wenn die Bewertung negativ ausfällt. Der Arbeitnehmer als Adressat kann Wohlwollen einklagen; ihm gegenüber wird verborgen, daß es sich nicht um einen mehrfachadressierten Sprechakt, sondern eine mehrfachadressierte Äußerung handelt, zumindest erscheint der propositionale Gehalt der Bewertung für den künftigen Arbeitgeber nicht an der Oberfläche, Unterstützung bei der Entschlüsselung von Arbeitszeugnissen geben die Gewerkschaften. Würde die Forderung nach Verständlichkeit von Arbeitszeugnissen einklagbar gemacht, so könnten Arbeitgeber dazu veranlaßt werden, ihre Bewertungen vollends über andere Kanäle auszutauschen. Schließlich bleibt es

nach wie vor der Arbeitgeber, der beurteilt und einstellt; das Ausgleichsmodell höchstrichterlicher Entscheidungen berücksichtigt das Ungleichgewicht nicht. Das folgende Beispiel zeigt, daß es auch in anderen Bereichen zu verdeckter Mehrfachadressierung kommt:

- (7) Gebrauchsinformation
NOVO-PETRIN* Tabletten
(...)
- Wirkungsweise:
- 01 Eine ausgewogene Zusammensetzung in optimalen Mengenverhältnissen und eine umfassende Differenzierung der Angriffspunkte seiner Wirkstoffe machen das Präparat Novo-Petrin zu einem Analgetikum mit beachtlichem Wirkungsspektrum.
- 05 Coffein wird in Novo-Petrin Tabletten als Analeptikum eingesetzt. Durch die gefäßerweiternde Wirkung, deren Angriffspunkt direkt in der Gefäßmuskulatur liegt, wird sowohl die Kontraktionshöhe als auch die Arbeitsleistung der quergestreiften Muskulatur gesteigert. Als Folge dieser Eigenschaft tritt in der angewandten Dosierung eine Mobilisierung des menschlichen Körpers ein, wobei hauptsächlich Müdigkeitserscheinungen und Abgespanntsein entgegengewirkt wird. (...)
- 10 N-acetyl-p-aminophenol ist durch seine antipyretischen Eigenschaften sehr bekannt geworden und dient nebenbei in der Pädiatrie als leichtes Sedativum. In den Novo-Petrin Tabletten wird N-acetyl-p-aminophenol seit eh und je eingesetzt und es gewinnt gerade neuerdings – nachdem Phenacetin wegen seiner unangenehmen Nebenwirkungen im Bereich der Nieren (interstitielle Nephritiden) in Schmerztabletten nur noch wenig Anwendung findet – immer mehr Bedeutung. Im Gegensatz zu Phenacetin tritt bei N-acetyl-p-aminophenol nur ein wesentlich geringerer Methämoglobinspiegel auf, der sich auch rascher zurückbildet und eine Kumulation ausschließt. In der angewandten Dosierung wirkt N-acetyl-p-aminophenol gerade bei gripptalen Fieber- und Schmerzzuständen rasch und zuverlässig.
- 15
- 20

Arzneimittel-Gebrauchsinformationen sind z. T. normativ in ihrem Inhalt bestimmt (Arzneimittelgesetze [1961; 1976]; Richtlinien des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie; Rechtsverordnungen). Produktpräsentation, Warnung und Anleitung bilden die thematische Struktur. Die Adressierung ist komplex; angesprochen sind

- Die Aufsichtsbehörden (Bundesgesundheitsamt), denen Zulassung und Kontrolle obliegen;
- die Arzneimittel-Verbraucher;
- die professionell mit Arzneimitteln und Patienten befassten Fachkreise (Ärzte und Apotheker), für die Beipackzettel eine Informationsquelle unter vielen anderen sind;
- die Versicherer der Hersteller, die – aufgrund der rechtlichen Lage mögliche – Schadenersatzprozesse wegen unzureichender oder unverständlicher Information vermeiden wollen;
- im weiteren Sinn dann auch alle mit einschlägigen Rechtskonflikten beschäftigten Institutionen.

Dem entsprechen unterschiedliche, zum Teil auch gegenläufige Strategien. Der Konsument soll – zumal im Bereich der Selbstmedikation, dem das rezeptfreie

Schmerzmittel in unserem Beispiel entstammt – nicht nur nicht verunsichert werden, trotz der vorgeschriebenen Warnungen soll er informiert, positiv bestärkt, angeleitet und zum Wiederholungskauf (bzw. zur Bitte um erneute Veranschreibung) animiert werden. Fachleuten gegenüber kann die Werbung naturgemäß nur eine geringe Rolle spielen; sie sollen über Warnungen, Dosierungsempfehlung, wichtige Eigenschaften, Wirkungsweise etc. informiert werden. Das Wechselspiel der Adressierung zwischen Fachleuten und Laien soll uns hier interessieren. Sind die eigentlichen Adressaten eines Textabschnittes die Fachleute, so werden doch zumeist die Laien als Adressaten auch in Rechnung gestellt. Ausführungen zur Wirkungsweise – wie im Beispiel – richten sich nur selten gänzlich an Laien; sie enthalten dann relativ verständliche Passagen – durchsetzt von Fachwörtern, die wie Variablen im Raum stehen bleiben – und sind mit mehr oder minder deutlicher Werbe-Intention verfaßt. In (7) wird die Mehrfachadressierung schon sichtbar, wenn man die vorkommenden Fachwörter (für die Fachleute) und ihre gemeinsprachlichen Äquivalente (für die Laien) gegenüberstellt.

Analgetikum (Z. 04) wirkt bei Schmerzzuständen (Z. 19f.)

Analeptikum (Z. 05) Mobilisierung des menschlichen Körpers tritt ein antipyretisch (Z. 11) wirkt bei Fieberzuständen (Z. 19f.)

Einige Passagen des Textes sind ersichtlich primär an Laien adressiert (z. B. Z. 08–10, 18–20). Andere erinnern den Fachmann an einige Eigenschaften des Paracetamols (= N-acetyl-p-aminophenol), ohne aber eine vollständige Beschreibung des Wirkungsmechanismus darzustellen: die wird er anderen Quellen entnehmen müssen, wenn er sie braucht. Man könnte also fast von ‚Erinnerungswerbung für Fachleute‘ reden. Der Laie kann und soll allenfalls ein fragmentarisches Verständnis der betreffenden Passagen gewinnen, das sich auf positive Merkmale stützt: „ausgewogene Zusammensetzung“ (02), „in optimalen Mengenverhältnissen“ (02), „mit beachtlichem Wirkungsspektrum“ (04), „Mobilisierung des menschlichen Körpers“ (09), „durch seine ... Eigenschaften sehr bekannt geworden“ (09f.), „seit eh und je eingesetzt“ (13), „gewinnt gerade neuerdings ... immer mehr an Bedeutung“ (13), „wirkt ... zuverlässig“ (19f.). Was der Laie nicht mitbekommen soll, ist:

(a) Paracetamol (= N-acetyl-p-aminophenol) wird in der Kinderheilkunde nebenbei als leichtes Beruhigungsmittel eingesetzt (12);

(b) Bei übermäßiger Anwendung (1 g täglich und mehr) von Phenacetin können durch Methämoglobinbildung Nierenschädigungen sowie Anämien eintreten, weshalb Phenacetin nicht mehr so häufig Verwendung fand. Paracetamol – auch ein Aminophenol-Derivat – bildet ebenfalls Methämoglobin, aber in einer Weise, die nicht zu den Nebenwirkungen des Phenacetins führen soll (13–18).

Mit (a) wird der Fachmann informiert, u. U. auch gewarnt; zugleich ergibt sich

ein Widerspruch zu der auf den Laien zielenden Werbung mit der anregenden Wirkung (8–10). Den Fachmann wird die Formulierung, daß Coffein als „Analeptikum eingesetzt“ (05) sei, kalt lassen – weiß er doch, daß der mit 50 mg angegebene Gehalt dem einer halben Tasse Kaffee entspricht. (b) ist für den Fachmann eher relevant; da er die Phenacetin-Problematik kennt, kann er die Aussage als werbenden Hinweis auf die Vorzüge des Paracetamols verstehen. Der Laie soll in die Nebenwirkungsproblematik, die ihn ohnehin schon verunsichert (Nebenwirkungen werden oft als Wirkungen gesehen, die notwendig eintreten), nur soweit eindringen, daß er das vorzustellende Mittel positiv einschätzt. Wir müssen also in (7) unterscheiden:

1. Passagen, die allein den Fachmann informieren (warnen) können, dem Laien hingegen nichts sagen sollen (Vgl. Z. 12: der Laie könnte den Widerspruch zu 08f. bemerken). Sie sind durch fachsprachliche Lexik so verschlüsselt, daß für einen Teil der Adressaten Verstehensprobleme auftreten können.

2. Passagen, die den Fachmann umfassender informieren als den Laien, der nur selektiv positive Merkmale zu Werbezwecken mitgeteilt bekommt. Auch hier wird fachsprachliche Verschlüsselung eingesetzt (Z. 16–18); zusätzlich finden sich andeutende Hinweise (14–16).

3. Passagen, die sich vorgeblich informierend an Fachleute wenden, ihnen allerdings kaum Relevantes sagen, die Laien aber mittels Werbung – etwa aufgrund des Prestigecharakters fachsprachlicher Wendungen und damit angedeuteter wissenschaftlicher Autorität – überzeugen sollen (Z. 02–04, 08–10, 18–20).

Nicht im Beispiel, wohl aber in den meisten Gebrauchsinformationen sind Passagen enthalten, die sich eindeutig allein an Laien bzw. Verbraucher richten, etwa der nach § 28 AMG vorgeschriebene Warnhinweis, daß man Schmerzmittel nicht in höheren Dosen oder über längere Zeit ohne ärztlichen Rat nehmen solle. Das Dilemma der Mehrfachadressierung im Kontext gegenläufiger Strategien wird bei dieser Textsorte also so ‚aufgelöst‘, daß mal der eine, mal der andere Adressat speziell angesprochen wird und der andere entweder gar nicht berücksichtigt (gilt vor allem für Fachleute, aber auch für Laien) oder insoweit berücksichtigt wird, daß bestimmte Informationen ihm durch Kodierung vorenthalten werden sollen (gilt für Laien). Dies führt geradewegs in das oben skizzierte Verständlichkeitsdilemma. Ein Problem kann auch darin gesehen werden, daß der Laie durchaus in der Lage ist zu erkennen, daß ihm etwas verborgen werden soll, daß der Text relevante, aber verschlüsselte Informationen enthält. Er kann sich in dieser Situation um Entschlüsselung bemühen, er kann aber auch – entgegen den Intentionen der Textproduzenten – erheblich verunsichert werden, z. B. durch die Warnungen (Nebenwirkungen, Gegenanzeigen, Wechselwirkungen), und von Einnahme und Wiederholungskauf bzw. Bitte um Verschreibung absehen. Wenn nun die vielfach gewünschte und rechtlich geforderte Verständlichkeit dieser Texte auch für Laien wirklich erreicht werden soll, dann kann eine solche Art der Mehrfachadressierung nicht sinnvoll durchgehalten werden,

dann muß man Texte speziell für Verbraucher formulieren. Dies bedeutet nicht – wie manche meinen –, daß die Texte inhaltlich ‚entschärft‘ werden müßten. Mit einer bloßen Übersetzung fachsprachlicher Ausdrücke – wie andere meinen – ist es dann aber auch noch nicht getan. Will man sich auf die Voraussetzungen einer solch inhomogenen Adressatengruppe einstellen, muß man völlig neue Texte konzipieren. Das geht so weit, daß ganze Krankheitsbilder verständlich darzustellen sind.

Die Situation bei Gebrauchsinformationen ist durchaus mit der für Empfänger von Arbeitszeugnissen vergleichbar. Eine Verschlüsselung durch willkürliche Kodierung ist allerdings schwerer zu erkennen als die Verwendung von Fachsprache, für die es immerhin allgemein zugängliche Informationsquellen gibt. Es scheint nicht nur an unterschiedlichen, bereichstypischen Deutungsweisen (z. B. Fachsprache als unhinterfragtes Konstituens im offiziellen Gesundheitswesen), der Adressatenfrage (wer ist für Beipackzettel zuständig?) oder gar thematischer Relevanz (Gesundheit versus Arbeitsplatz) zu liegen, wenn man sich zwar über die Unverständlichkeit von Beipackzetteln privatim oder in den Medien beschwert, aber vor Gericht zieht, wenn man sich ungerecht beurteilt glaubt. Arbeitäre Kodierung gilt als anrüchig. Wenig besser nur ergeht es dem, was jenseits ‚wörtlicher Bedeutung‘ über komplexe Schlußverfahren, geteiltes Wissen, geteilte Erwartungen und dgl. kommuniziert wird, solange man selbst betroffen ist. Das hindert nicht, im alltäglichen Gespräch – etwa mit dem Ehepartner in Anwesenheit von Kindern – selbst die Mechanismen verdeckter Mehrfachadressierung anzuwenden.

Wenn es Konventionen schon gibt, die einen Bereich von Fraglosigkeit konstituieren, kann man sie strategisch mithilfe von zu etablierenden Situations-Bedeutungen oder zusätzlichen Konventionen qua Vereinbarung nutzen, um verdeckt zu kommunizieren. Dies reicht als Grund nicht aus, um den Primat der Situations-Bedeutung (oder wenn man so will: des Griceschen Mechanismus) zu behaupten. Der Verlust der Unschuld ist nicht in der Herausbildung, sondern in der Differenzierung des Konventionellen und in der Vielfalt der Möglichkeiten zur Bedeutungskonstitution begründet.

Literatur

- Clark, H.H., Carlson, Th.B.: „Hearers and speech acts“, in: *Language* 58, 1982, S. 332–373.
- Gardner, M.: *Das verhexte Alphabet*, Frankfurt/Berlin/Wien 1981.
- Groeben, N.: *Leserpsychologie: Textverständnis – Textverständlichkeit*, Münster 1982.
- Heringer, H.J.: *Wort für Wort*, Stuttgart 1978.
- , „Verständlichkeit“, in: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 7.3, 1979, S. 255–278.
- Hoffmann, L.: „Arzneimittel-Gebrauchsinformationen: Struktur, kommunikative Funktionen und Verständlichkeit“, in: *Deutsche Sprache* 2, 1983, S. 138–159.

Horton, D./Wohl, R.R.: „Mass Communication and Para-Social Interaction“, in: *Psychiatry* 19, 1956, S. 215–229.

Kahn, D.: *The Codebreakers*, New York 1967.

Meggler, G.: *Grundbegriffe der Kommunikation*, Berlin/New York 1980.

Meyer, H.: *Leitfaden zur Unterrichtsvorbereitung*, Königstein 1980.

Presch, G.: „Arbeitszeugnisse: Entstehung, wandel und funktion von verschlüsselten formulierungen“, in: *Zeitschrift für Semiotik* 3, 1980, S. 233–251.

Presch, G./Gloy, K.: „Exklusive Kommunikation: Verschlüsselte Formulierungen in Arbeitszeugnissen“, in: dies. (Hrsg.), *Sprachnormen II*, Stuttgart-Bad Cannstadt 1976, S. 168–180.

Wunderlich, D.: „Zur Konventionalität von Sprechhandlungen“, in: ders. (Hrsg.), *Linguistische Pragmatik*, Frankfurt 1972, S. 11–58.

Multiple addressing and comprehensibility

Summary

Text comprehensibility depends on structural properties of the text, on the one hand, and on various characteristics of the addressee, on the other. There are some types of texts which are simultaneously addressed to different groups of readers or listeners. After a general discussion of this phenomenon and its implications for text comprehension, some examples, are analysed with special reference to multiple addressing.