

# Das NaWik ABC der guten Sprache

Anschauliche und spannende Texte in der Wissenschaftskommunikation sind kein Selbstzweck, sondern im Idealfall eine Selbstverständlichkeit. Denn die Leser:innen oder Zuhörer:innen haben ein Anrecht darauf, für ihr Interesse an einem Thema mit einer gut verständlichen Darstellung belohnt zu werden. Doch oft rückt der erwähnte Idealfall in weite Ferne. Diese kleine Stichwortsammlung von A bis Z soll helfen, sich ihm in 26 Schritten anzunähern. Zusammengestellt hat sie der NaWik-Dozent Klaus Wingen, grafisch aufbereitet hat sie der NaWik-FSJ-ler Lenny Bittger.

© NaWik

Bei Verwendung der Inhalte das NaWik angeben.

[www.nawik.de](http://www.nawik.de)



## A wie Abkürzung

Diese Anmerkung könnte ganz kurz sein. Dann nämlich, wenn wir zur Erl. einer Anm. immer Abk. verwenden würden. Nun mögen Abkürzungen das Schreiben erleichtern, das Lesen jedoch erschweren sie – und das Hören erst recht. Deswegen werden unbekannte, im weiteren Text aber häufig verwendete Begriffe zunächst einmal vollständig eingeführt. Wenn ich von einer Institution rede, kann dies so aussehen: Das Institut für Alchemie und Metallurgie (IfAM). . . Im Folgetext reicht dann die Abkürzung. Das IfAM. . .



## B wie Beispiel

Wissenschaftler:innen tauchen tief ein in ihr spezifisches Thema, doch daran interessierte Nicht-Spezialist:innen müssen sich eine ganz neue Welt hineindenken. Was dabei ungemein hilft, sind Beispiele. Manchmal ist das gar nicht so schwer: Eine Pore, die sich 50.000 Nanometer öffnet, ist in etwa so breit wie ein Haar. Und die Diskussion, ob blond, brünett oder schwarz (ein ganz klein wenig dicker), grenzt dann echt an Haarspalterei.



## C wie Cliffhanger

Mit dem Bergsteigen an steilen Klippen hat ein Cliffhanger in diesem A bis Z nichts zu tun. Wohl aber mit dem Einstieg in eine Geschichte in Online-Medien, die dann im spannendsten Moment abbricht – es sein denn, wir klicken auf „mehr“. Cliffhanger haben treue Freunde und erbitterte Feinde. Wie auch immer, setzen Cliffhanger auf eine zentrale Eigenschaft von uns Menschen: auf unsere Neugier. Für Cliffhanger gilt wie für alle Stilmittel: Sparsam eingesetzt generieren sie den gewünschten Leseerfolg, aber inflationär eingesetzt verlieren sie ihren Reiz und sind dann nur noch lästig.



## D wie Deklinieren

Die Deklination ist das kleine Einmaleins der Deutschlehrer:innen. Zwar gehören die wenigsten von uns diesem Berufsstand an, dennoch ist es ratsam, das Deklinieren zu beherrschen. Beim Begriff „Wortbeugung“ ist es nicht so schwer, unfallfrei vom Nominativ über Genitiv und Dativ zum Akkusativ zu gelangen. Damit es kein D wie Drunter und Drüber gibt, wenn es mal komplizierter wird, lohnt sich ein Blick in den D wie Duden.



## E wie Einstieg

Floskeln und Allgemeinplätze eignen sich ausdrücklich nicht als Einstieg in einen Text („Jeder kennt es, ... / Immer mehr Menschen...“). Dies gilt auch für das Textende („Weitere Arbeiten auf diesem bedeutsamen Gebiet sollten... / Es bleiben also viele Fragen offen...“). Viel eleganter ist es, das Thema mit einer klaren Kernbotschaft einzuleiten („Forschende des Albert-Einstein-Kollegs haben entdeckt, wie...“) und es zum Ausklang mit einer Zukunftsperspektive zu versehen („Nun träumen die Physiker:innen davon, mit dieser Methode in einigen Jahren...“).

**F wie Formulieren**

Haben Sie sich schon mal gefragt, was der Begriff „Formulierung“ mit der „Formel“ in der Chemie und dem „Formular“ einer Behörde zu tun hat? Etwas abstrakt ausgedrückt geht es darum, dass wir damit gezielt Dinge erfahrbar machen können, die wir genau in diesem Moment passgenau verwenden möchten. Eine klare Sprache braucht passgenaue Formulierungen. Wobei die Gemeinheit darin liegt, dass ein gut formulierter Text verdammt viel Arbeit macht, die man ihm beim Lesen dann gar nicht mehr anmerkt.

**G wie Gender-Problematik**

Vor zwanzig Jahren mussten Sie den Leuten noch erklären, was mit „gendern“ gemeint ist, heute müssen Sie verdammt gute Argumente haben, wenn sie darauf verzichten. Um die ohnehin aufgeheizte Diskussion etwas herunter zu kühlen: Folgen Sie als Autor:in (sic!) einfach den Vorgaben der Institution, in der Sie arbeiten. Das ist die mit Abstand stressfreieste Art, mit dem Gendern umzugehen.

**H wie #hashtag**

Mit dem Wandel unserer Kommunikationskanäle verändert sich auch unsere Sprache. Das gilt beispielsweise für Hashtags in sozialen Netzwerken, die in einzigartiger Weise ein Thema aus dem Blickwinkel unterschiedlichster Autorinnen und Autoren bündeln. Dass in Erwartung vieler Klicks Dinge wie Rechtschreibung und Grammatik zuweilen unter einem Hashtag leiden, sollten wir als Eigenheit dieser Kanäle akzeptieren.

**I wie Indirekte Rede**

Sehr angenehm liest sich in einem Text ein Wechsel von wörtlichen Zitaten, direkter Rede und indirekter Rede. Institutsleiterin Melanie Musterfrau: „Das Gesprächsergebnis übertrifft unsere kühnsten Erwartungen.“ Laut Forschungsdezernent Martin Mustermann öffnet es die Tür für neue Formen der Kooperation. Pressesprecherin Nora Namenlos ergänzt, dies sei wichtig im Wettbewerb um Drittmittel. Achtung: Bitte nicht „dies wäre“, sondern „dies sei“! Denn „dies wäre. . .“ bedeutet streng genommen das Gegenteil: Es wäre dann wichtig, wenn nicht so viele andere Dinge noch wichtiger im Wettbewerb um Drittmittel wären.

**J wie Journalismus**

Journalistinnen und Journalisten sind bis heute so etwas wie Wächter einer guten Sprache. Und bevor wir jetzt mit Gegenbeispielen überschüttet werden, schränken wir ein: sollten Wächter einer guten Sprache sein. Eines können wir uns in der Wissenschaftskommunikation auf jeden Fall beim Journalismus abschauen, nämlich den Aufbau eines populärwissenschaftlichen Textes. In einem wissenschaftlichen Paper folgen wir üblicherweise der IMRaD-Struktur (Introduction, Methods, Results and Discussion). In journalistisch formulierten Texten finden wir Forschungsergebnisse und deren Einordnung üblicherweise ganz weit vorne, manchmal gleich als ersten Satz oder als Vorspann.

**K wie Komma**

Sooo wichtig, weil es dem zügigen Textverständnis dient. Dieses Beispiel soll genügen: „Der wissenschaftliche Ausschuss rät ab jetzt nach neuen Forschungsthemen Ausschau zu halten.“ Was sollen wir nun tun – oder nicht tun? Na? Ein Komma am richtigen Platz würde uns sehr helfen, den Ratschlag zu beherzigen.

**L wie Lebendig**

Lebendiger zu formulieren führt zu besser lesbaren Texten. Das ist kein Selbstzweck, denn besser lesbare Texte führen dazu, dass sich wissenschaftliche Erkenntnisse besser erschließen. Das gilt für Texte im eigentlichen Sinn, aber auch für Interviews im Podcast oder für das Storyboard eines Filmbeitrags. Sprachlich gibt es Kniffe, die uns zu einer lebendigen Sprache verhelfen. Schauen Sie einfach mal unter B wie Beispiel, N wie Nomen oder P wie Passiv.



### M wie Modewörter

Tatsächlich gehört „tatsächlich“ im Moment zu den Wörtern, die sich überall einschleichen, wo sie gebraucht oder eben nicht gebraucht werden. Das nervt. Früher gab es für solche Fälle in Redaktionsstuben ein Phrasensparschwein, das sich bis zur Weihnachtsfeier mit viel Kleingeld füllte. Aber früher gab es ja auch noch ein ganz normales Telefonat, erst später ist daraus die Telko und dann der call geworden. Am Ende des Tages werden Modewort-Superspreeder jedenfalls wissen, auf welche Buzzwords wir uns im agilen Diskurs committen können – und mit welchen wir eher lost sind. Hauptsache, der purpose wird tatsächlich klar.



### N wie Nomen

Wir brauchen ein Nomen, um einen vollständigen Satz zu bilden. Aber ein Übermaß an Substantiven lässt einen Text sprachlich schnell statisch erscheinen, irgendwie bewegt sich da nix. Im Sinne einer lebendigen Sprache lautet eine Empfehlung daher, ein Nomen – wo machbar – durch ein aktives Verb zu ersetzen. Hauptwörter, bei denen das üblicherweise gut geht, sind so genannte Verbalsubstantive. Dabei handelt es sich um Verben, denen man ihre aktive Rolle geklaut hat. Sie enden häufig auf -ung. Genau wie das Phänomen, das sie bezeichnet, die Substantivierung. Das sollte Berücksichtigung finden? Nein. Das sollten wir berücksichtigen!



### O wie Oberlehrer

Die geneigte Leserschaft wird es zu schätzen wissen, wenn nicht ständig zwischen den Zeilen der Oberlehrer durchschimmert („Wie jeder noch aus Schulzeiten wissen sollte, haben Bakterien...“). Wenn es sich tatsächlich um Allgemeinwissen handelt, lassen sich solche überheblich klingenden Formulierungen auch gut vermeiden (etwa durch: „Bekanntlich haben Bakterien...“). Da beschleicht mich als Leser:in oder Hörer:in kein schlechtes ^Gewissen wegen meiner vermeintlichen Ignoranz, sondern ich erlebe das gute Gefühl, etwas ebenfalls gewusst oder gerade dazugelernt zu haben.



### P wie Passiv

Wir möchten das Passiv nicht verteufeln, denn es hat seinen berechtigten Platz in unserer Sprache. In wissenschaftlichen Papern findet es sich sogar fast durchgängig, weil es die Vorgaben häufig so erfordern („Bei der Auswahl eines Katalysators wurde von den Chemiker:innen jedoch Platin präferiert.“). Aber in einem Paper geht es ja um wissenschaftlichen Fortschritt, nicht um schöne Sprache. In unserem Fall gilt: Lebendige Sprache in populärwissenschaftlichen Texten braucht lebendige Verben, und zwar im Aktiv („Die Chemiker:innen setzten jedoch auf Platin als Katalysator.“).



### Q wie Quellenangaben

Gerade in der Wissenschaftskommunikation sind Belege für das, was wir schreiben, elementar. Umso mehr in einer Zeit, in der wir über Möglichkeiten diskutieren, wie sich Fake-News am besten enttarnen lassen. Zu solchen Belegen zählen Quellenangaben. Doch aufpassen. In einem populärwissenschaftlichen Text werden Quellen nicht in Klammern oder als Fußnoten ergänzt, sondern elegant in den Fließtext eingeflochten: Die Meeresbiologin Marina Welle zeigte 2015 in einer vielbeachteten Untersuchung, dass die Bodenschätze in der Tiefsee. . . und so weiter und so fort.



### R wie rhetorische Fragen

Rhetorische Fragen sind als Stilmittel nur bedingt sinnvoll, weil sie sich eigentlich schon von selbst beantworten. Beispiel: „Kann ein unscheinbarer Pilz helfen, den Mechanismus besser zu verstehen?“ Die Antwort lautet logischerweise „Ja“, denn, Gegenfrage: Wäre er sonst Thema eines veritablen Berichts? Eben. Ein populärwissenschaftlicher Text möchte aber Neugierde wecken, beispielsweise so: „Doch wie kann solch ein unscheinbarer Pilz dabei helfen, den Mechanismus besser zu verstehen? Nun, seine Sporen enthalten...“.



### S wie Satzlänge

Lange, verschachtelte Sätze sind ein Grundübel komplizierter Texte. Das bedeutet nicht, dass Sie nur noch abgehackte, kurze Sätze formulieren sollen – schließlich schreiben Sie ja keinen Song für einen Rap-Musiker. Trotzdem sollten Sie sich auf ein bis zwei Informationseinheiten pro Satz beschränken. Wer Ihnen gedanklich folgen will, braucht die Chance, das Gelesene oder Gehörte im Kopf zu verarbeiten. Dazu dient der Punkt am Satzende. Wenn Sie viele eher kürzere Sätze bilden, dann können Sie gerne auch mal einen längeren Satz einbauen, denn dies führt zu einer angenehmen Sprachmelodie.

### T wie Tempus

Populärwissenschaftliche Texte beginnen üblicherweise mit einem Satz im Präsens („beginnen“) oder im Perfekt („haben begonnen“). Mit diesem Tempus, also dieser Zeitform, suggerieren sie von Beginn an mehr Aktualität als mit dem Imperfekt („begannen“) oder gar dem Plusquamperfekt („hatten begonnen“). In der Überschrift dürfen wir sogar noch aktueller – und übrigens auch platzsparender – formulieren. Wenn Astronomen einen neuen Planeten entdeckt haben, funktioniert als Überschrift einer entsprechenden Meldung das Präsens problemlos: „Astronomen entdecken neuen Planeten“. Auch dann, wenn dies bereits drei Nächte zurückliegt.

### U beziehungsweise Ü wie Überschrift

Ganz grob lassen sich zwei Typen von Überschriften unterscheiden: Nachrichtliche und kreative. Die nachrichtliche Überschrift bringt die Kernbotschaft der Meldung auf den Punkt: „Neuer Planet entdeckt“. Zack, weiß ich Bescheid. Kreative Überschriften können mit unterschiedlichen Stilmitteln spielen und lesen sich netter („Bekommen die Marsmännchen Verstärkung?“). Kreative Überschriften sind in ihrer Aussage jedoch vager. Um so wichtiger ist es, die nachrichtliche Komponente möglichst schnell nachzuliefern („Schwedischer Astronom entdeckt erdähnlichen Planeten in der Andromeda-Galaxie“). So bleibt niemand lange im Unklaren, worum es eigentlich geht.

### V wie Vortrag

Es würde zu weit führen, an dieser Stelle die Unterschiede zwischen geschriebener und gesprochener Sprache zu analysieren. Jedenfalls: Es gibt sie, und zwar zuhauf. Ein schönes Beispiel dafür sind Wortwiederholungen. Denn in einem Fließtext suchen wir verzweifelt nach Synonymen, also alternativ verwendbaren Wörtern, während wiederholt auftauchende Begriffe in einer Rede Orientierung bieten. Vielleicht doch eine einzige Anregung: Gute Redner:innen lassen Bilder in den Köpfen ihrer Zuhörer:innen entstehen. Wenn es mal komplizierter wird, bauen sie gerne fiktive Dialoge ein („Ein Freund aus dem Judoclub fragte mich kürzlich, wie er sich das eigentlich vorstellen soll mit diesen Neutrinos. Nun, habe ich geantwortet, nimm mal an, dass...“).

### W wie W-Fragen

Profis wie Journalist:innen lernen es gleich zu Beginn ihrer Ausbildung: In einer Meldung die sieben sogenannten W-Fragen zu beantworten, nämlich „Was? Wer? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher?“. Unabhängig von der Profession erscheint es lohnenswert, sich an diesen Fragen zu orientieren. Denn damit bekommt das, was ich vermitteln möchte, einen logischen Aufbau. Und inhaltlich bleibt keine Information auf der Strecke. Gerade in Zeiten von Fake-News bekommt die Antwort auf das „Woher“ in der Wissenschaftskommunikation einen ganz hohen Stellenwert. Mit einer überzeugenden Antwort auf das „Warum“ gelingt es, einen gesellschaftlichen Bezug der eigenen Forschungsarbeit herzustellen.

### X wie Xenophobie

Fremdwörter und Fachbegriffe sind ein untauglicher Beleg für Fachwissen. Wichtig ist einzig und allein, ob die Zielgruppe etwas mit einem Text anfangen kann. Das Wort „Xenophobie“ etwa bezeichnet heutzutage Fremdenfeindlichkeit, in seiner ursprünglichen griechischen Wortbedeutung geht es allgemein um die Angst vor etwas, was uns fremd erscheint. Ein bisschen Xenophobie im ursprünglichen Sinne, ist also nicht verkehrt, wenn es darum geht, mit Fremdwörtern zurückhaltend umzugehen. Zumindest dann, wenn wir einen hohen Anspruch an die Verwendung geläufiger und allgemeinverständlicher Bezeichnungen haben.

### Y wie Yenglisch

Aber das heißt doch Denglisch!?! Yep. Schreibfehler sind ärgerlich, und wenn sie sich häufen, dann kommt dies einer Missachtung der Leser:innen gleich. Eine Empfehlung in diesem Zusammenhang: sich nie blind auf die Autokorrektur zu verlassen. Die Software unterkringelt zwar richtigerweise die Schreibweise „Yenglisch“. Aber es ist ihr ziemlich egal, ob es in einem Nebensatz „das“ oder „dass“ heißen muss. Und ob Pflugspuren oder Flugspuren die Ackerfläche bedenken, bedecken oder belecken.

### Z wie Zitat

Zitate bergen den großen Vorteil, dass sie einen Text authentischer und lebendiger machen. Das funktioniert aber nur dann, wenn sie sich wirklich wie gesprochene Sprache lesen, ja, „anhören“. Deswegen freut sich die Institutsleiterin auch nicht wie folgt: „Zu dem Erfolg beigetragen hat z. B. der Teamgeist in unserer F&E-Abteilung“. Sie hat garantiert nicht „Z-Punkt-B-Punkt“ gesagt. Also könnte sie sich folgendermaßen freuen: „Zweifellos hat auch der Teamgeist in unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung zum Erfolg beigetragen.“ Hört sich gleich netter an!