

White Paper

Ein Schreib-Workshop im Praxistext
Besser Bloggen für Kommunikationsprofis

Von Marcel Gamma, getunik AG, Schreibcoach CAS

Download: www.getunik.com

Mai 2008

Inhalt

	Zusammenfassung	3
1.	Einleitung	4
2.	Blogs, Hypertexte und deren Vermittlung	5
2.1	Der Blog	5
2.1.1	Definition	5
2.1.2	Der Blog und der einzelne Beitrag	5
2.1.3	Der Blogbeitrag als Hypertext	6
2.1.4	Der Titel eines Blogbeitrags	6
2.1.5	Rezeption am Bildschirm	8
2.2	Der Schreibprozess bei Blogbeiträgen	9
2.3	Die Schreibpädagogik und Hypertext	10
3.	Grundlagen des Schreib-Workshops	11
3.1	Schreibpädagogische Erwägungen	11
3.2	Der Blog des Ratsuchenden: Konzept und Ziele	12
3.3	Individuelle Schreibsituation	12
3.4	Weitere Rahmenbedingungen	13
4.	Systematische Beschreibung und Auswertung	13
4.1	Schreibproblem „Der Titel“	13
4.2	Schreibproblem „Weisses Blatt“	14
4.3	Schreibproblem „Meine Texte verlaufen sich“	14
4.4	Schreibproblem „Verständlichkeit und Marotten“	16
4.5	Evaluation des Workshop-Konzepts	17
4.5.1	Zur Wahl der Methoden	17
4.5.2	Gesamtbewertung	18
5.	Folgerungen	18
	Literaturverzeichnis	19
	Abbildungen	21
	Zum White Paper	21
	Zum Autor	21
	Copyright	21

Zusammenfassung

Hintergrund

Blogs entwickeln sich zum Mainstream-Medium, entsprechend wird Bloggen als berufliche Aufgabe u. a. für Politiker immer wichtiger. Gleichzeitig gehört der Blog zu den anspruchsvollsten Formen von Hypertext und kann Schreibprobleme verursachen. Es ist nur wenig bekannt, wie ein Blogger die nötigen Schreibkompetenzen erwerben kann. Bekannt sind Tipps von Web-Textern, aber praktisch keine praxiserprobten, individuellen Schreibtechniken (was für sämtliche Hypertextformen gilt).

Methodik

Es wird in dieser Studie erstmals überprüft, wie die Schreibberatung Impulse zum erfolgreichen Bloggen geben kann. Der Workshop basiert auf Erkenntnissen der Schreibforschung, der angewandten Linguistik, aus der Usability (dt. „Gebrauchstauglichkeit“), Kultur- und Medienwissenschaften, von Web-Experten und eigenen Erfahrungen als erfolgreicher Blogger. Mit den bewährten Mitteln der prozessorientierten Schreibdidaktik – Gespräche, Schreibübungen und Fachinput – wurde ein vierstündiger, massgeschneiderter Einzel-Workshop „Bloggen“ konzipiert, durchgeführt und ausgewertet.

Resultate

Der Workshop thematisierte vier Schreibprobleme eines Schweizer Politikers: „Angst vor dem weissen Blatt“, „Meine Texte verlaufen sich“, „Der Titel“ und „Verständlichkeit/Marotten“. Bei letzteren zwei Themen handelt es sich um neuartige Schreibprobleme, die durch das World Wide Web (WWW), das Genre „Blog“ und das Leseverhalten am Bildschirm ausgelöst werden.

„Das wird mir sicher künftig helfen“, bilanzierte der Politiker spontan und befand auch vier Wochen später: „Ich habe konkret profitiert.“ Die eigene Analyse zeigte, dass adaptierte Schreibübungen wichtig sind dass vermehrter Fachinput die Gespräche unterstützen sollte.

Folgerungen

Diese Fallstudie zeigt erstmals, dass und wie die bewährten Arbeitsformen der prozessorientierten Schreibberatung helfen, besser zu Bloggen. Sie deutet an, was eine angemessene Didaktik „Schreiben für Blogs und das Web“ auszeichnen könnte. Vier Coaching-Stunden sind aber selbst für einen erfahrenen Schreiber zu knapp bemessen.

1. Einleitung

Die Bedeutung des beruflichen Bloggens wächst. Aktuell publizieren 112,8 Millionen Menschen laut der Weblog-Suchmaschine „Technorati“¹ Inhalte in Weblogs, in der Folge „Blog“ genannt. Blogs sind nicht nur zahlreich, sondern entwickeln sich weltweit zum Mainstream-Medium, dies ergab eine Studie unter 17'000 aktiven Internet-Nutzern in 29 Ländern²: 63,3% der Schweizer, 55,4% der Deutschen und 59,4% der Österreicher haben Blogs genutzt. Zu den Blog-Autoren zählen PR-Berater, Journalisten, Politiker wie Bundesrat Moritz Leuenberger oder TV-Moderatoren wie Kurt Aeschbacher.

Auch in der professionellen Kommunikation steigt die Bedeutung des Bloggens, so gehört es in Kanada zur Ausbildung von PR-Experten: Früher habe PR bedeutet, eine Botschaft an die Zielgruppe zu kommunizieren, heute heisse PR, Akteur in einer Community zu sein³.

Es wird sich in der Folge zeigen, dass Blogs eine spezifische Form von Hypertext darstellen. Es ist aber wenig bekannt, wie man das Schreiben von Hypertexten vermittelt, speziell fehlen empirische Studien. Zugänglich sind oft goldene Maximen von US-amerikanischen Consultants, die entweder nur unklar fundiert sind, oder nur bedingt erklären, wie ein Autor die Anforderungen an Hypertexte konkret bewältigen könnte.

Es gilt, ein neuartiges Schreibberatungskonzept zu schaffen. Dieses verbindet ...

- Erkenntnisse der prozessorientierten Schreibdidaktik seit zirka 1980
- Erkenntnisse aus der angewandten Linguistik und von Kultur- und Medienwissenschaften zu Texten im World Wide Web (WWW)
- Erfahrungen und Vorschläge von Experten und Bloggern aus den Bereichen WWW, Hypertext, Journalismus, PR und Usability (dt. „Gebrauchstauglichkeit“)
- Eigene Erfahrungen seit 2005 als erfolgreicher Blogger⁴.

Dieses Beratungskonzept thematisiert die Schreibprobleme eines einzelnen Ratsuchenden, es wird an diesem getestet und mehrfach ausgewertet.

¹ Technorati 2008

² Universal McCann 2008, 18

³ Schlee 2008

⁴ blogug.ch 2008

2. Blogs, Hypertexte und deren Vermittlung

2.1 Der Blog

2.1.1 Definition

Ein Blog ist eine Webseite, die von einem oder mehreren Autoren mit neuen Einzelbeiträgen erweitert wird und es Besuchern ermöglicht, diese Beiträge zu kommentieren.

In den Anfängen – 1997 – umschrieb der Begriff „Weblog“ ein privates Logbuch, in welchem ein Surfer bemerkenswerte Links auf seinem Weg durch das WWW abspeicherte und Fundstücke erläuterte¹.

Diese Anfänge wirken bis heute nach, der Blog gilt gemeinhin als öffentliches Tagebuch². Breiter fasst es der Blog-Software-Anbieter „Blogger“: „Ein Rednerpult. Ein Raum für Zusammenarbeit. Eine politische Bühne. Ein Ventil für Nachrichten. Eine Sammlung interessanter Links. Ihre ganz privaten Gedanken. Notizen für die Welt“³.

2.1.2 Der Blog und der einzelne Beitrag

Blogtexte mögen zwar als Tagebuch-Einträge gelten, bereits der mediale Charakter eines Blogs zeigt jedoch, dass es autorenabhängig ist, ob ein Blogger sein Innenleben öffentlich thematisiert oder z. Bsp. Public Relations für ein Unternehmen betreibt.

Gemeinsamkeiten von Tagebuch und Blog zeigen sich bei der individuellen Strukturierung und Präsentation von Inhalten: ein Blogbeitrag kann laut dem Fachautor und Blogger Alphonso „alles sein, vom Smiley über das Zitat eines andern und einen Aphorismus bis hin zum Roman (...) in beliebiger Durchmischung“⁴.

Der Blogbeitrag, so Herring, Scheidt, Bonus und Wright, sei kein bekanntes Genre; sie postulieren ein „Genre Blog“, das existierende Genres mische⁵. Miller und Shepherd sowie Rehm stimmen zu: Der Blog sei ein Hybrid, der u. a. Merkmale von Tagebüchern, Leitartikeln, Notizen, Leserbriefen, Fotoalben, Presseschau und E-Mail vereine⁶.

Die Kulturwissenschaftlerin Wolf weist zusätzlich darauf hin, jeder einzelne Blogbeitrag könne den Charakter eines für sich stehenden Werks aufweisen und könne auch einzeln gefunden, rezipiert und verlinkt werden⁷.

¹ Fievet/Turretini 2004, 8-9; Herring et al. 2004, 1

² Sixtus 2005a; Alphonso 2004a; Krishnamurthy 2002 nach Herring et al. 2004, 3

³ Blogger 2007

⁴ Alphonso 2004b, 39-40

⁵ Herring et al. 2004, 10

⁶ Miller/Shepherd 2004, 15; Rehm 2005, 246-247

⁷ Wolf 2007, 5

Schlobinski und Siever nähern sich dem Blog aus medienlinguistischer Perspektive. Sie versuchen anhand des Modells von Koch und Oesterreicher den Einfluss der medialen und kommunikativen Situation „Bloggen“ auf den Sprachgebrauch zu verstehen. Koch/Oesterreicher unterscheiden zwischen konzeptionell mündlicher Nahkommunikation und konzeptionell schriftlicher Distanzkommunikation: dieses Modell zeigt z. Bsp., dass nur Schriftlichkeit klare Satzgrenzen verlangt¹.

Die Medienlinguisten postulieren, Blogging sei medial gesehen zwar digitalisierte Schrift- und Distanzkommunikation, jedoch würden die Textproduzenten Elemente der gesprochenen Sprache einsetzen. Damit ähneln Blogs dem asynchronen Diskussionsforum und dem – von synchroner Kommunikation geprägten – Chat².

2.1.3 Der Blogbeitrag als Hypertext

Blogger nutzen und mischen also Genres nach Belieben, dabei versprechen sowohl schriftliche wie mündliche Sprachgepflogenheiten kommunikativen Erfolg. Bei aller Vielfalt der eingesetzten Inhalte (Fotos, mp3-Dateien u. a. m.) bleiben viele Blogs nachwievor textdominiert³.

Beim Blog und beim Blogtext handelt es sich um eine Form von Hypertext, wie er sich u. a. im WWW findet: Er besteht minimal aus Text, der aber nicht linear organisiert ist, sondern modular, wobei jede Seite oder auch nur ein Wort mit Knoten, sog. Links, mit andern Hypertexten und Einzelseiten verknüpft werden kann. Es existieren also weder festgelegte noch „übliche“ Rezeptionswege – jedermann klickt sich eigenständig durch das WWW⁴.

Der einzelne Blogbeitrag besteht aus Beitrags-Titel, Inhaltsbereich (je nach Beitrag mit Links), Publikationsdatum, Beitrags-Einteilung in Kategorie(n) und der Eingabemaske für (Text)-Kommentare.

2.1.4 Der Titel eines Blogbeitrags

Zu jedem Zeitungsartikel gehört ein Titel, ebenso kann zu jedem Blogbeitrag eine Überschrift verfasst werden; mediumsunabhängig muss diese mehrere Funktionen erfüllen. In Zeitungen sei der Artikeltitel oft das wichtigste Element einer Seite, so Finberg, Journa-

¹ Koch/Oesterreicher 1994, 587-604, nach Schlobinski/Siever 2006b, 70

² Schlobinski/Siever 2006b, 52-71; Rehm 2005, 246-247

³ Pahl 2004, 309; Schlobinski/Siever 2006a, 9

⁴ Lehnen/Jakobs 2003, 392-393; Rehm 2005, 5

list und Dozent für interaktives Lernen: Überschriften bringen das Artikel-Thema auf den Punkt und sollen zur Lektüre verlocken.

Auch im WWW helfen gelungene Titel, die Besucher zu fesseln¹, was auch „Eye-track07“, die dritte Studie des Poynter Institute bestätigt. Die Studie untersuchte mit Hilfe von Augenkameras das Rezeptions-Verhalten von 600 Print- und Online-Lesern. Laut Paul und Ruel weckt der Titel zuerst Interesse und sind die Adressaten interessiert, so lesen sie „ziemlich gründlich“².

Diese Erkenntnisse beziehen sich auf journalistische News-Webseiten, die Resultate sind aber auch für Blogs relevant, die ebenfalls chronologisch strukturiert sind und oft aktuelle Themen behandeln.

Einen informativen wie fesselnden Titel zu finden ist bereits in einem konventionellen Text schwierig, das wissen Schreibende. Für Hypertexte, dies legt der Spezialist für Usability Nielsen³ dar, müssen Schreibende zusätzliche Anforderungen bewältigen, die aus den Gesetzmässigkeiten des WWW resultieren:

1. Im WWW werden Titel oft isoliert vom Text dargestellt, so in Resultatlisten von Suchmaschinen wie slug.ch und in der Liste „aktuellste Beiträge“ im Blog.
2. Auch wenn der Titel beim Text steht, so vermindert der Bildschirm seine Verständlichkeit.

Zweites gilt, so zeigt sich im Folgenden, für alle Elemente von Hypertexten.



Abb. 1: Isolierte Darstellung von Titeln der Blogbeiträge bei „Slug.ch“ (Ausschnitt).

¹ Finberg, 2004; Nguyen 2005; Crowley 2007

² Paul/Ruel, 2007

³ Nielsen 1998

Der Titel hat noch eine Aufgabe: Er enthält Schlüsselworte, mit denen Suchmaschinen Resultatlisten generieren, jeder Titel dient also auch dem Marketing des Blogs¹.

2.1.5 Rezeption am Bildschirm

Für Blogbeiträge gilt, was für alle Hypertexte gilt: Sie unterscheiden sich in der Rezeption stark von gedruckten Texten. So legt eine oft zitierte Usability-Studie nahe, dass viele Leser einen Text nur „überfliegen und einzelne Worte und Sätze herauspicken“². Laut Finberg bestätigten dies „Eyetrack“-Studien des Poynter Institute mit der Stanford University in den Jahren 2000 und 2004³. Ein Grund dafür kann im „Surf“-Verhalten liegen.

Besser erforscht sind die negativen Auswirkungen des Bildschirms: Studien zeigen, dass Menschen am Computer um 20 bis 30% langsamer lesen als auf Papier und dabei regelmässig pausieren müssen⁴.

Texte müssen also, um verständlich zu sein, bildschirmgerecht aufbereitet werden. Die Empfehlungen, wie man dies tun sollte, ähneln sich, ob sie von Spezialisten für Gebrauchstauglichkeit, Linguistinnen, PR-Textern oder Web-Journalisten stammen: Zentral sei zum einen eine klare visuelle Text-Strukturierung mit kurzen Abschnitten, Zwischentiteln oder Aufzählungen. Zum andern helfe eine klare inhaltliche Gliederung⁵.

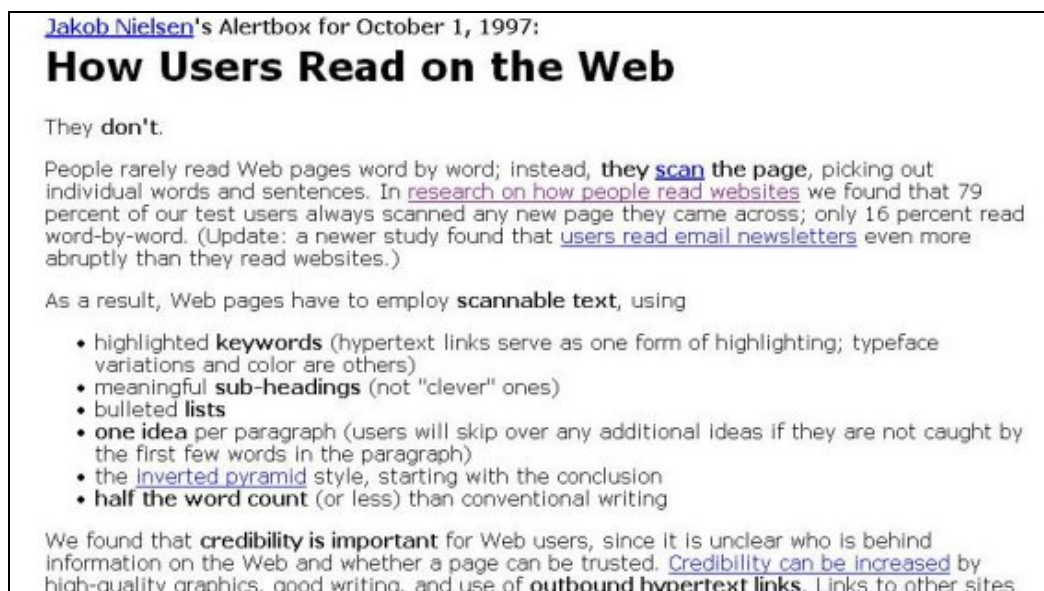


Abb. 2: Zur Bildschirm-Rezeption gestalteter und strukturierter Text nach Nielsen: (Ausschnitt).

¹ Koch/Haarland, 2004, 220; Nguyen 2005; U. S. Department of Health 2006, 79

² Morke/Nielsen 1997

³ Finberg, 2004

⁴ Dorner 2002, 20; Lehnen/Jakobs 2003, 393

⁵ Nielsen 1997; Lehnen/Jakobs 2003, 393-395; Marren, 2003; Alkan 2004, 35-36; U. S. Department of Health and Human Services 2006, 158-168; Clark 2007

⁶ Nielsen 1997

Als gut rezipierbaren Textaufbau biete sich das Prinzip der „umgekehrten Pyramide“ an¹. Der Schriftsteller Pattison kritisiert diese oft zitierte Maxime: Damit bevorzuge man Darstellung vor Inhalt und unterschätze die Bedeutung der Texttonalität. Er könne anekdotisch belegen, dass College-Studenten in Blogbeiträgen „jedes Wort“ lesen². Auch Lehnen und Jakobs beurteilen Niensens Vorschläge als zu simpel und „wenig hilfreich“³. Der Wert der Maxime relativiert sich weiter, wenn man weiss, dass auch Zeitungsleser „zappen“, „scannen“ und sehr oft mit dem ersten Satz ihre Lektüre beenden⁴.

Nicht zuletzt ist die – aus dem News-Journalismus stammende – „Pyramide“ linear und will vor allem nüchterne Fakten vermitteln. Ist aber jeder Blogbeitrag oder jede Einzelseite einer Webseite gleich aufgebaut, so drohen Monotonie und Attraktivitätsverlust.

Erfolg verspricht beim Bloggen aber ein eigener Stil, ja, Individualität ist von zentraler, konstitutiver Bedeutung⁵. Entsprechend muss ein Blog-Autor

- die Auswirkungen des Bildschirms kennen,
- modulare Hypertexte verfassen können,
- schreiben mit eigenständiger „Stimme“ anstreben,
- mit attraktiven Titeln und strukturiertem Textaufbau verführen,
- und gleichzeitig Leser zu Kommentaren motivieren.

Vergegenwärtigt man sich, dass ein Blogger auch öfters publizieren und über längere Zeit hinweg eine unverwechselbare „Linie“ einhalten sollte⁶, so muss man Blogbeiträge zu den anspruchsvollsten Hypertext-Sorten überhaupt zählen.

2.2 Der Schreibprozess bei Blogbeiträgen

Hypertexte und das WWW stellen hohe Anforderungen an verbale, strukturelle und gestalterische Kompetenzen eines Schreibenden; entsprechend wichtig sei Planung, so Lehnen/Jakobs⁷. Storrer nutzt zum Beschrieb des Schreibprozesses die Metapher eines „Wissens-Architekten“, der zuerst tragende Teile und das hierarchische Gerüst eines Hypertexts festlege, indem er Informationseinheiten zerlege und diese in einem nächsten Schritt verbinde⁸. Ein Beispiel verdeutlicht die Bedeutung der Planung: Der Autor eines

¹ Morke/Nielsen 1997; Marren 2003; Alkan 2004; Redish 2007

² Pattison, 2002

³ Lehnen/Jakobs 2003, 395

⁴ Linden 2000, 8

⁵ Faber 2004, 15, 20; Schlobinski/Siever 2006a, 10

⁶ Nguyen 2005

⁷ Lehnen/Jakobs 2003, 392

⁸ Storrer 2001, 12

Hypertexts muss im Voraus entscheiden, welche Informationen er im Text anbietet und auf welche er mit einem Link verweist.

„Idea. Collect. Focus. Draft. Clarify“, so entzerzt Clark den Schreibprozess für Hypertexte, Zhang schlägt vor, nicht nur Einzeltexte, sondern beitragsübergreifend zu planen.¹

Dass eine eigenständige Planungsphase die Textproduktion erleichtert, vertritt die prozessorientierte Schreibdidaktik ohnehin. Basierend auf dem Modell von Flower und Hayes will sie Schreibende durch Etappierung des Schreibprozesses in die Phasen „Vorbereiten – Rohfassung schreiben – Überarbeiten“ entlasten².

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Menschen unterschiedliche Schreibtypen sind³. Wolf vergleicht Tagebuch- und Blog-Autoren und findet – basierend auf dem Modell von Flower/Hayes und Meta-Debatten unter Bloggern – Planer und „prozesshaft Schreibende“ und führt neu den „notizenhaften Schreiber“ ein. Wolf identifiziert zudem einen „Mischtyp“, der situativ einen Text plant und den nächsten spontan publiziert⁴.

2.3 Die Schreibpädagogik und Hypertext

Schreiben von Hypertexten sei schwieriger als Schreiben für gedruckte Texte, glaubt Henning⁵. Lehnen und Jakobs warnen, Hypertext verschärfe bei ungeübten und wenig planenden Schreibern die Schreibprobleme, vor allem bei der Strukturierung und Formulierung von Texten⁶. Eckkrammer stellt fest, dass viele Autoren selbst bekannte, streng formalisierte Textsorten wie Kochrezepte und Stelleninseraten nur schwer in Hypertext umsetzen können. Oft blieben die Textproduzenten gefangen zwischen den Möglichkeiten von Hypertexten und den Konventionen von Papiertexten⁷.

Das hybride Genre „Blog“ beeinflusst die Vermittlung von Schreibkompetenz weitergehend: Zwar handelt es sich bei Blogtexten um sozial eingebettetes Handeln im Verständnis von Swales⁸, jedoch kennt die Diskursgemeinschaft des Bloggers – seine „Community“ – keine charakteristischen Texteigenschaften. Es gibt also keine Regeln, die ein Schreiber einhalten sollte, um publikumsgerecht zu bloggen, im Gegenteil: Ein Autor muss schreiberische Persönlichkeit bieten. Die prozessorientierte Schreibdidaktik kann hierbei gut helfen, denn sie lehrt nicht, wie man „gute“ Texte schreibt, sondern versteht

¹ Clark 2007; Zhang 2006

² Flower/Hayes 1980, nach Kruse/Ruhmann 2006, 15

³ Wyllie 1993

⁴ Wolf 2007, 11-14

⁵ Henning 2000

⁶ Lehnen/Jakobs 2003, 405

⁷ Eckkrammer 2001, 63-64

⁸ Swales 1990

Schreiben als einen Prozess von Produktionsschritten, den der Schreibende erlernen und individuell steuern kann¹. Im Unterschied zur herkömmlichen Didaktik greift der prozessorientierte Schreibberater nicht in den Text ein, sondern stellt die Fragen des Ratsuchenden ins Zentrum. Merkblätter und Übungsanleitungen dienen als Ergänzung².

Beim individualistischen Bloggen können Erkenntnisse der prozessorientierten Schreibberatung zusätzlich nützen, obwohl die Produktionsabläufe von Hypertexten allgemein und von Blogbeiträgen im speziellen kaum empirisch erforscht sind³. Erste Erkenntnisse und Ratschläge aus verschiedenen Disziplinen scheinen dafür nutzbar. So fordern die Medien- und Kulturwissenschaftler Bruns und Brien, man solle zur selbständigen konzeptionellen, praktischen und theoretischen Erforschung ermutigen. Sie warnen, die Produktion von Hypertext anzuleiten sei „gefährlich“, denn eine Gebrauchsanweisung könne daran hindern, die vielfältigen Hypertext-Möglichkeiten zu nutzen⁴.

Der Historiker Gasteiner und der Kulturwissenschaftler Krameritsch raten „(...) Blogs durchzulesen, deren Schreibstil man als adäquat empfindet, und diesen für sich selbst zu adaptieren“⁵. Lehnen und Jakobs empfehlen, mit der Evaluation von Webseiten zu beginnen und darauf aufbauend Schreibkompetenzen mit Trainings zu fördern⁶.

Am Anfang einer Blog-Schreibberatung steht folglich das Entdecken des Mediums Web, des Genres Blog und die Entwicklung eigener Qualitätskriterien. Eine wichtige Aufgabe dürfte es sein, die übergeordneten Einflussfaktoren (zum Beispiel des Bildschirms) auf die Texte zu verdeutlichen.

3. Grundlagen des Schreibworkshops „Bloggen“

3.1 Schreibpädagogische Erwägungen

In dieser Studie wird beschrieben, wie ein Einzel-Workshop „Bloggen“ basierend auf der Anfrage eines Ratsuchenden konzipiert, durchgeführt und evaluiert wurde. Der Schreibworkshop sollte eine Stunde Erstgespräch plus vier Beratungsstunden (à je ca. 55 Minuten) dauern⁷ und musste zwei Ansprüchen genügen:

1. die spezifische Situation des Ratsuchenden berücksichtigen, seine Schreibziele und –erfahrungen,

¹ Kruse/Ruhmann 2006, 13

² Ruhmann 1999, 2; Kruse 2007

³ Lehnen/Jakobs 2003, 396

⁴ Bruns/Brien 2003, 2

⁵ Gasteiner/Krameritsch 2006, nach Brandstetter, 2007

⁶ Lehnen/Jakobs 2003, 392-405

⁷ Bräuer, 2007

2. nötige Grundlagen zu Blogs vermitteln, verknüpft mit Erkenntnissen der prozessorientierten Schreibdidaktik und der Hypertext-Vermittlung.

Als Arbeitsformen dienen sowohl Fragen stellen, als auch Schreibübungen, um die zu erwartenden bekannten und neuartigen Probleme erfolgreich zu behandeln. Dabei galt: So wenig Anleitung wie möglich, soviel Basis-Informationen wie nötig, denn „selbst gefundene Lösungen sind doppelt gut“¹.

Besonderes Gewicht sollte das Überarbeiten erhalten. Dies soll einen Text nach und nach verbessern und gleichzeitig dazu beitragen, sich der eigenen Schreibtechnik bewusst zu werden². Das Umschreiben schien speziell geeignet, um die Unterschiede zwischen gedruckten und Hypertexten zu verdeutlichen.

Der Workshop wurde dreifach ausgewertet: mit sofortigem mündlichen Feedback, einen Monat später per Fragebogen und zudem wurden Sitzungsprotokolle analysiert.

3.2 Der Blog des Ratsuchenden: Konzept und Ziele

Der Ratsuchende ist ein national tätiger Schweizer Politiker, der in seinem Blog mit Wählern und politisch Interessierten kommunizieren und diskutieren will. Sein Name, Geschlecht, Partei und Beruf sind für diese Studie irrelevant, da der Workshop keine politische Kompetenz vermitteln wollte, sondern seine Schreibkompetenz steigern.

3.3 Individuelle Schreibsituation des Ratsuchenden

Anzahl Blog-Autoren:	Der Ratsuchende ist alleiniger Autor
Schreiberfahrungen:	Mehrjährig, div. Textsorten (Reden, Kolumnen ...)
Erfahrung Web-Texte:	„Copy/Paste“ von Papiertexten, seit 1999
Web-Rezeption:	Regelmässiger Besuch von Webseiten
Schreib-Emotionen:	„schreibe gerne und viel“
Schreibtyp ³ :	situativ „Wasserfarbmalerei“ bzw. „Ölmaler“; „Mischtyp“
Zeitbudget fürs Bloggen:	2 Stunden/Woche

¹ Kruse 2007

² Kruse/Ruhmann 2006, 17

³ Wyllie 1993. Wolf 2007, 14

3.4. Weitere Rahmenbedingungen

Die Dauer des Workshops wurde mit dem Ratsuchenden im Voraus vereinbart, die einzelnen Beratungsorte richteten sich nach seiner Verfügbarkeit. Die behandelten Themen wurden in einem vorgängigen Erstgespräch vom Ratsuchenden festgelegt und priorisiert. Die Themen in seinen Worten, in chronologischer Abfolge und in absteigender Dringlichkeit: „Der Titel“, „Weisses Blatt“, „Meine Texte verlaufen sich“ sowie „Verständlichkeit und Marotten“.

4. Systematische Beschreibung und Auswertung

Der Workshop bestand aus zwei Einzel-Sitzungen und einer „Doppelstunde“ mit Pause. Eine Sitzung fand in einem öffentlichen Raum statt, die restlichen in einem Büro mit Internet-Zugang.

Im Folgenden wird zuerst jedes behandelte Schreibproblem in chronologischer Abfolge beschrieben und ausgewertet, dann die vom Ratsuchenden bewertete Methodenwahl diskutiert, um zuletzt Aussagen zum Konzept an sich zu machen¹.

4.1 Schreibproblem „Der Titel“

Die Lösungsfindung dieses spezifischen WWW-Problems verband die Suche nach Qualitätskriterien wie sie Lehnen/Jakobs anregen mit Fachinput und einem Gespräch.

Beratungsziele:

- Mit Anforderungen für Titel und den Beratungs-Prinzipien vertraut machen
- Der Ratsuchende soll eigene Kriterien für Titel entwickeln
- Ratsuchender findet eine eigene praktikable Lösung zum Verfassen von Titeln.

Methoden und Arbeitsschritte im Ablauf:

- Ratsuchender (RS) bereitet sich mit einer Hausaufgabe vor
- Berater (MGA) bietet Basis-Informationen zum Titel (ca. 5 Minuten)
- RS sucht mit Hilfe der Fragen des Beraters eine eigene Lösung.

Vorgängige Hausaufgabe (per Mail):

„Achte dich online auf Titel, die dich ansprechen und solche, die dich schlecht dünken (in Blogs, bei Tagi.ch oder andern Websites die du besuchst, aber auch eigene Titel).“

¹ Sitzungsprotokolle, Evaluationen (für wissenschaftliche Zwecke bei Marcel Gamma erhältlich)

Hilfsmaterialien:

- RS: bringt selbständig Ausdrücke verschiedener Blogs mit
- MGA: Ausdrücke der Suchresultatseiten von „Google“, „Slug“, Blog des RS.

Evaluation:

Der Ratsuchende fand eine eigenständige Lösung, hätte sich nachträglich aber mehr konkrete Beispiele und Hilfe gewünscht. Die Doppel-Funktion des Themas (Start in neuartige Lernumgebung und ins unbekannte Schreibterrain) erfordert mehr Blog-Input und/oder mehr Zeit, um befriedigende Kriterien und Lösungen zu entwickeln.

4.2 Schreibproblem „Weisses Blatt“

Das „weisse Blatt“, beziehungsweise die Angst vor dem leeren Blatt, gehört zu den „Urfahrungen“ von Schreibhemmungen¹ und es gilt zu vermitteln, dass sie abgebaut werden kann, indem man den Schreibprozess in Einzel-Phasen aufteilt. Die Arbeitsform „Gespräch“ ergab sich aus dem Treffpunkt: einem Restaurant.

Beratungsziele:

- Entzerrung des Schreibprozesses

Methode und Arbeitsschritte im Ablauf:

- Die Fragen von MGA sollen RS zur Lösungsfindung anregen
- RS zieht Fazit in eigenen Worten und formuliert konkretes Umsetzungsziel.

Evaluation:

Die das fragende Gespräch gilt als schreibpädagogisch bewährte Arbeitsform in diesem Schreibproblem, doch war der Ratsuchende nur teilweise zufrieden. Hier zeigen sich die Grenzen dieses Workshop-Konzepts (vorgängige Themenwahl, Einzelsitzungen an mehreren Orten). Ein privates Vorkommnis hat ebenfalls zum Teilerfolg beigetragen.

4.3 Schreibproblem „Meine Texte verlaufen sich“

Wer ein Thema ohne Planung und im Schreiben erkundet, droht darin zu versinken. Der Ratsuchende erkannte dies auch selbst. Hier kann die Übung „Grundbewegungen des

¹ Kruse 2005, 24

Schreibens“¹ helfen, im schrittweisen Verfassen eines Rohtextes Ordnungen zu finden und ein Thema wirklich zu verstehen². Als zu erstellender Text diente ein Genre, das zu den Elementen des Hybrids Blog zählt: Das E-Mail. Dieses E-Mail bildete den Primärtext, der anschliessend zwei Mal zu weiteren möglichen Blogbeiträgen überarbeitet wurde.

Beratungsziele:

- Suche nach neuen Schreiberfahrungen fördern
- Formulierungsprozess detailliert erkunden
- Mit Übungen und Reflexion eigene Lösungen finden.

Methode und Arbeitsschritte im Ablauf:

- Das Schreibproblem füllt die erste Stunde einer zweistündigen Sitzung
- Freie Wahl von Schreib- und andern Hilfsmitteln
- Einstimmung mit „Automatisches Schreiben“ und Reflexion
- „Grundbewegungen des Schreibens“ mit Reflexion (zu aktuellem Polit-Thema)
- Theorie-Input zum Schreibprozess.

Angebotene Hilfsmaterialien:

- Computer; Papier/Stifte
- Merkblatt „Grundbewegungen des Schreibens“³.

Vorgängige Hausaufgabe:

- keine

Evaluation:

„Wird mir sicher künftig helfen“, so der Ratsuchende. Die eingesetzten Übungen helfen also beim Verfassen von Drucktexten wie von Blogbeiträgen. Das Angebot an Schreibmitteln ist bedenkenswert: Die gefundene Lösung lässt erahnen, dass Hypertexte nicht immer und nicht von Beginn weg auf dem Computer verfasst werden sollten.

¹ Ruhmann 1999, 50

² Kruse 2005, 220-222

³ Ruhmann 1999, 50

4.4. Schreibproblem „Verständlichkeit und Marotten“

Angesichts der Auswirkungen des Bildschirms, der individuellen Lesens und Clickens durch Hypertexte und der Erwartungen an Blogger, dürfte es sehr anspruchsvoll sein, einen mediumsgerechten und persönlichen Blog-Schreibstil zu entwickeln. Dabei könnte helfen, bestehende Vorstellungen eines Blogtextes mit den Mediumsrealitäten zu kontrastieren. Die Maximen von Morkes/Nielsen¹ und Nielsen² können bei aller Kritikwürdigkeit für Hypertext-Einsteiger eine Einstiegshilfe bieten. So sollten zwei Alternativtexte entstehen: Ein Blogbeitrag nach eigenen Vorstellungen und ein Hypertext nach den Usability-Maximen. „Marotten“ wurden nicht aktiv angesprochen, gerade sie könnten ja die Individualität ausmachen.

Beratungsziele:

- Die Bedeutung des Überarbeitens verdeutlichen
- Basis-Wissen „bildschirmgerechte Web-Texte“ vermitteln
- Denkanstöße zur Entwicklung eines eigenen Blog-Schreibstils anbieten
- Vertiefender Abschluss des gesamten Workshops.

Methode und Arbeitsschritte im Ablauf:

Das Schreibproblem füllt die zweite Stunde der zweistündigen Sitzung

- Angebot zur freien Wahl des Hilfsmittels
- Umarbeiten der Rohfassung (E-Mail) aus der ersten Stunde in einen Blogbeitrag nach eigenem Gutdünken und Reflexion über Merkmale von E-Mails und Blogs
- Theorie-Input: Die Textgestaltungs-Prinzipien von Morkes/Nielsen
- Verfassen eines alternativen Blogbeitrags nach Morkes/Nielsen
- Reflexion: Welche Text-Variante ist befriedigender und warum?
- Vertiefende Reflexion: RS bewertet seine letzten publizierten Blogbeiträge.

Angebotene Hilfsmaterialien:

- Computer, Schreibpapier/Stifte
- Merkblatt: Ausdruck Screenshot³

¹ Morkes/Nielsen 1997

² Nielsen 1997

³ Nielsen 1997

Evaluation:

Das Überarbeiten einer Rohfassung erwies sich für den geübten Schreiber als hilfreich und fesselnd. Basis-Informationen sind wohl unverzichtbar und es scheint, dass die Maximen von Morkes/Nielsen einen eigenständigen Schreibstil nicht a priori verhindern.

4.5 Evaluation des Workshop-Konzepts

4.5.1 Zur Wahl der Methoden

Der Methoden-Einsatz resultierte aus den individuellen Themen, dem Konzept der Einzel-Beratung und den zwei Treffpunkten. Beide Arbeitsformen kamen für genre-übergreifende, „traditionelle“ Schreibprobleme und für blogspezifische, „neuartige“ Fragen zum Tragen. Die Bewertung der Methodenwahl in einem Schema:

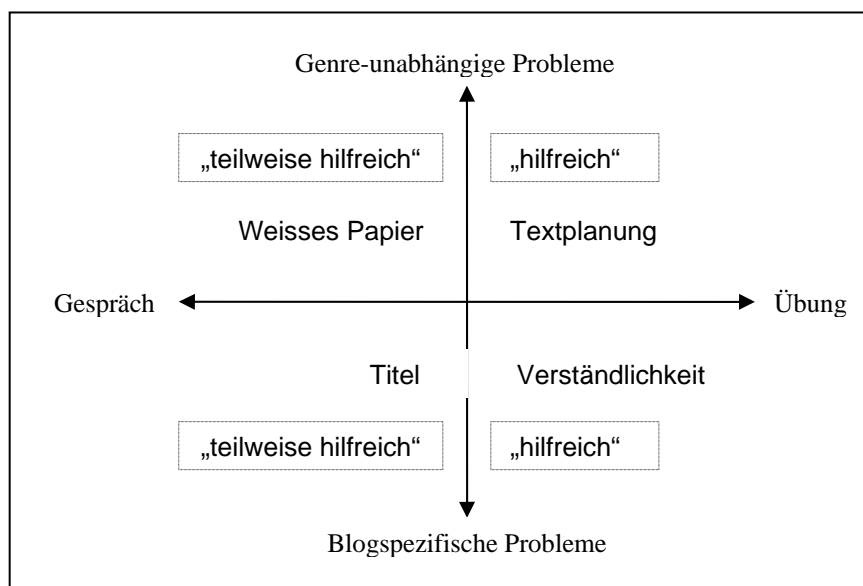


Abb. 3: Evaluierte Methoden, strukturiert nach Schreibproblemen und Arbeitsformen.

Die Gesprächsform (mit Fragen des Schreibberaters als primäres Arbeitsmittel) bewertet der Ratsuchende mit unterschiedlichen Begründungen als nur „teilweise hilfreich“. Die Schreibübungen empfand er hingegen als „konkret“ und „hilfreich“. Dies spricht nicht gegen die Gesprächsform, vielmehr müssen die (hierzulande wenig bekannten) Arbeitsformen der prozessorientierten Schreibberatung rechtzeitig und gut verdeutlicht werden. Bei blogspezifischen Fragestellungen könnten die Basis-Informationen detaillierter vermittelt und nach einer intensiveren Reflexion mit konkreten Schreibübungen bearbeitet werden. Überdies bildet ein nicht öffentlicher Arbeitsraum einen weiteren Erfolgsfaktor eines derartigen Schreibworkshops.

4.5.2 Gesamtbewertung

Der Ratsuchende bewertete den Workshop insgesamt als „abwechslungsreich“, in Tempo und Niveau angemessen und erklärte, die Fragen des Schreibens im Alltag seien angesprochen worden und er habe nun Ideen, wie sich das Gelernte im Alltag umsetzen lasse. Gleichzeitig empfand er den Workshop als „gut, flexibel, strukturiert“ und ergänzt „Ich habe konkret profitiert“. Diese Einschätzungen divergieren nur vordergründig damit, dass er die Methodenwahl anders bewertet: Beide Arbeitsmethoden der prozessorientierten Schreibdidaktik können die Kompetenz beim Bloggen erhöhen.

5. Folgerungen

Neben der klareren Vermittlung der Arbeitsformen der prozessorientierten Schreibberatung können weitere Folgerungen aus dem Workshop „Bloggen“ gezogen werden:

1. Beim Bloggen zeigen sich bekannte Schreibprobleme und neuartige wie „Titel“.
2. Ein vierstündiger Workshop kann für vier Schreibprobleme akzeptable Lösungen und praxisnahe Schreibimpulse vermitteln. Die Dauer ist aber sehr knapp bemessen und für ungeübte Schreiber oder verfestigte Schreibprobleme wohl zu kurz.
3. Die gezielte Kombination von Fachinput, praktischen Übungen und Diskussionen fördert die Lösungsfindung.
4. Die Entwicklung von individuellen Qualitätskriterien sollte künftig verstärkt beachtet werden, denn selbst ein vielseitig geübter Schreiber findet sich beim Bloggen als Anfänger wieder. Hausaufgaben und Gespräche bieten sich dazu an.
5. Basis-Informationen zu Hypertext und Blogs sollten detailliert vermittelt werden.

Darüber hinaus scheint sich anzudeuten, dass Hypertext tatsächlich schwieriger zu verfassen sein könnte als Papiertext. Umso hilfreicher wären empirische Forschungen zum Verfertigungsprozess, vielfältige didaktische Erfahrungen und ein breites Repertoire an erprobten Schreibübungen. Die Frage „wie schreibt man reibungslos und erfolgreich Texte für Webseiten?“ ist noch nicht beantwortet, gerade was die anspruchsvollen Blogbeiträge betrifft. Im Gegenteil: Je nach Schreibtyp eines Verfassers von Hypertexten hilft Web-Ratgeberliteratur mit ihren goldenen Regeln und Tipps nur bedingt weiter.

Literaturverzeichnis

- Alkan, Saim Rolf (2004): Texten für das Internet. Bonn: Galileo Press
- Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf
- Alphonso, Don (2004a): Warum diese Blogger? Warum nicht die anderen? In: Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. 17-22
- Alphonso, Don (2004b): Ein Dutzend Gründe, warum Blogs den Journalismus im Internet aufmischen werden. In: Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. 23-43
- Blogger (ohne Datum): Was ist ein Blog? http://www.blogger.com/tour_start.g (13.6.2007)
- Blogug.ch: Top 100, Kategorie „.ch“ (6.5.2008)
- Brandstetter, Claudia (10.1.2007): Lehrveranstaltungs begleitender Blog KU- Informatik und Medien in der Geschichtswissenschaft, Universität Wien <http://a9808903.twoday.net/stories/3164630/> (14.6.2007)
- Bräuer, Gerd (ohne Datum): Modul „Schreibzentren und Online Writing Labs“. Winterthur: Zürcher Fachhochschule Winterthur, ZLG Berater/in für wissenschaftliches Schreiben 2006/2007, NDK-Unterlagen, Kursnotizen
- Bruns, Axel/Brien, Donna Lee (2003): Teaching Electronic Creative Writing: A Report from the Creative Industries Frontline. In: Issues in Writing 13(2). Stevens Point, WI, University of Wisconsin. 153-178. http://eprints.qut.edu.au/archive/00000239/01/Bruns_teaching.PDF (10.6.2007)
- Clark, Roy Peter (29.3.2005): Writing Tool #50: The Writing Process. http://web.archive.org/web/20060110002436/http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=79244 (17.6.2007)
- Clark, Roy Peter (9.7.2007): Writing for the Web: the basics still apply. <http://www.poynter.org/column.asp?id=78&aid=126287> (12.7.2007)
- Crowley, Shaun (29.5.2007): Who Needs Headlines? <http://alistapart.com/articles/whoneedsheadlines>. (10.6.2007)
- Dorner, Jane (2002): Creative Web Writing. London: A & C Black
- Eckkammer, Eva Martha (2001): Textsortenkonventionen im Medienwechsel. In: Handler, Peter (Hrsg.): E-Text: Strategien und Kompetenzen. Elektronische Kommunikation in Wissenschaft, Bildung und Beruf. Frankfurt/Main: Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften. 45-66
- Faber, Hal (2004): Blogs! Was war. Was wird. In: Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. 13-15
- Fievet, Cyril/Turrettini, Emily (2004): Blog Story. Paris: Eyrolles
- Finberg, Howard I. (8.3.2004): How Headlines Can Help. http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=62087 (14.6.2007)
- Flower, Linda S./Hayes, John R. (1980): The dynamics of composing: Making plans and juggling constraints. In: Gregg, Lee W./Steinberg, Erwin R. (eds.): Cognitive processes in writing. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 31-50. Zitiert nach: Kruse, Otto/Ruhmann, Gabriela (2006)
- Gasteiner, Martin/Krameritsch, Jakob (2006): Schreiben für das WWW: Bloggen und Hypertexten. In: Schmale Wolfgang (Hrsg.): Schreib-Guide Geschichte, 2. Aufl., Wien (UTB), 243-271. Zitiert nach: Brandstetter, Claudia (10.1.2007): Lehrveranstaltungs begleitender Blog KU- Informatik und Medien in der Geschichtswissenschaft Universität Wien WS 2006/07. <http://a9808903.twoday.net/stories/3164630/> (14.6.2007)
- Henning, Kathy (2000): Writing Well Online: Talent Isn't Enough. <http://www.clickz.com/showPage.html?page=833481> (10.6.2007)
- Herring, Susan C./Scheidt, Lois Ann/Bonus, Sabrina/Wright, Elijah (2004): Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. School of Library and Information Science. Indiana University. Bloomington, Proceedings of the Hawaii International Conference on Systems Science HICSS-37. <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf> (15.06.2007)
- Jakobs, Eva-Maria (2001): Textproduktion im 21. Jahrhundert. In: Handler, Peter (Hrsg.): E-Text: Strategien und Kompetenzen. Elektronische Kommunikation in Wissenschaft, Bildung und Beruf. Frankfurt/Main: Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften. 11-22
- Koch, Markus Christian/Haarland, Astrid (2004): Generation Blogger. Bonn: mitp-Verlag
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1994): Schriftlichkeit und Sprache. In: Günther, Hartmut/Ludwig, Otto (Hrsg.) (1994): Schrift und Schriftlichkeit. Writing and Its Use. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. 1. Halbbd. Berlin; New York: Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 12.1, 587-604. Zitiert nach Schlobinski/Siever (2006)

- Krishnamurthy, Sandeep (2002): The Multidimensionality of Blog Conversations: The virtual Enactment of September 11. In: Internet Research 3.0 Maastricht. In: Herring, Susan C./Scheidt, Lois Ann/Bonus, Sabrina/Wright, Elijah: Bridging the Gap (2004): A Genre Analysis of Weblogs. School of Library and Information Science. Indiana University. Bloomington, Proceedings of the Hawaii International Conference on Systems Science HICSS-37.
<http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf> (15.06.2007)
- Kruse, Otto (2005): Keine Angst vor dem leeren Blatt. 11. Auflage. Frankfurt; New York: Campus Verlag
- Kruse, Otto/Ruhmann, Gabriela (2006): Prozessorientierte Schreibdidaktik: Eine Einführung. In: Kruse, Otto/Berger, Katja/Ulmi, Marianne (Hrsg.): Prozessorientierte Schreibdidaktik. Schreibtraining für Schule, Studium, Beruf. Bern; Stuttgart; Wien: Haupt Verlag. 13-35
- Kruse, Otto (2007): Modul „Beratung, Tutoring, Coaching“. Winterthur: Zürcher Fachhochschule Winterthur, ZLG Berater/in für wissenschaftliches Schreiben 2006/2007, NDK-Unterlagen
- Lehnen, Katrin/Jakobs, Eva-Maria (2003): Writing Well Online: Talent isn't Enough. Netzspezifische Schreibkompetenz. In: Ehlich, Konrad/Steets, Angelika (Hrsg.): Wissenschaftlich schreiben – lehren und lernen. Berlin/New York: Walter de Gruyter. 391-407
- Linden, Peter (2000): Wie Texte wirken. Anleitung zur Analyse journalistischer Sprache. Berlin: ZV-Zeitungs-Verlag. 8
- Marren, Joe (28.5.2003): Writing for the Web.
http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=35378 (17.6.2007)
- Miller, Carolyn/Shepherd, Dawn (2004): Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog.
http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html (10.6.2007)
- Morkes, John/Nielsen, Jakob (1997): Concise, SCANNABLE, and Objective: How to Write for the Web.
<http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html> (13.4.2007)
- Nguyen, Michael (8.6.2005): Writing Better Web Page Titles.
<http://www.socialpatterns.com/search-engine-optimization/writing-better-titles/> (10.6.2007)
- Nielsen, Jakob (1.10.1997): How Users Read on the Web. <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html> (20.8.2007)
- Nielsen, Jakob (6.9.1998): Microcontent: How to Write Headlines, Page Titles, and Subject Lines.
<http://www.useit.com/alertbox/980906.html> (14.6.2007)
- Pahl, Kai (2004): Fünf Waffen für die Massenkommunikation. In: Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hrsg.): Blogs! Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. 303-334
- Pattison, Darcy (2002): Critique of "How Users Read on the Web".
<http://members.aol.com/ddpattison/critique/printable.html> (10.6.2007)
- Paul, Nora/Ruel, Laura (14.4.2007): Early lessons from Poynter's Eyetrack07.
<http://www.ojr.org/ojr/stories/070414paul/> (14.6.2007)
- Redish, Janice (2007): Letting Go of the Words. Writing Web Content that Works. San Francisco, Ca.: Morgan Kaufmann, Elsevier, 102-106
- Rehm, Georg (2005): Hypertextsorten. Definition – Struktur – Klassifikation. Giessen: Inaugural-Dissertation des Fachbereichs Sprache, Literatur, Kultur der Justus-Liebig-Universität. <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2006/2688/> (13.6.2007)
- Ruhmann, Gabriela (1999): Werkstätten zum wissenschaftlichen Schreiben leiten. Handreichungen für Berater(innen), Lehrende, Tutorinnen und Tutoren. Bochum, Schreibzentrum der Ruhr-Universität. In: Winterthur: Zürcher Fachhochschule Winterthur, ZLG Berater/in für wissenschaftliches Schreiben 2006/2007, NDK-Unterlagen
- Schlee, Gary (2008): New PR voices in blogdom. In: A Class Act. A forum about Public Relations education in Canada. <http://classact.prblogs.org/2008/01/28/new-pr-voices-in-blogdom> (6.2.2008)
- Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (2006a): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Editorial. In: Networx 46. Hannover. 8-29. <http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf> (28.6.2007)
- Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (2006b): Sprachliche und textuelle Merkmale in Deutschen Weblogs. In: Networx 46. Hannover. 52-84. <http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf> (28.6.2007)
- Sixtus, Mario (17.1.2005a): Einen hab ich noch. http://sixtus.net/entry/364_0_1_0_C/ (13.6.2007)
- Sixtus, Mario (2005b): Blogosphäre: Kommunikationsgeflecht und Marketingfaktor. In: c't 19/2005: Medienmacht Blogs, 148. <http://www.heise.de/ct/05/19/148/> (13.6.2007)
- Storrer, Angelika (2001): Schreiben, um besucht zu werden. Textgestaltung fürs World Wide Web. In: Bucher, Hans-Jürgen/ Püschel, Ulrich (Hrsg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 173-205
- Swales, John M. (1990): Genre analysis. English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press.

Technorati (2008): Welcome to Technorati. <http://www.technorati.com/about/> (21.1.2008)

Universal McCann (2008): Power to the People - Social Media Tracker, Wave 3.
http://www.universalmccann.com/Assets/2413%20-%20Wave%203%20complete%20document%20AW%203_20080418124523.pdf (9.5.2008)

U. S. Department of Health and Human Services (2006): Research-Based Web Design & Usability Guidelines.
<http://www.usability.gov/pdfs/guidelines.html> (5.6.2007)

Wolf, Anneke (2007): Schreiben On- und Offline am Beispiel von Tagebüchern und Weblogs. Unveröffentlichtes Manuskript. Hamburg 1.-3. Juni 2007: Vortrag am Kongress Kulturwissenschaftliche Technikforschung

Wyllie, Ali (1993): Schreibstrategien. Winterthur: Zürcher Fachhochschule Winterthur, ZLG Berater/in für wissenschaftliches Schreiben 2006/2007, NDK-Unterlagen

Zhang, Michael (21.10.2006): 7 Ways to optimize your blog.
http://www.folksonomy.org/2006/10/7_ways_to_optimize_your_blog/ (17.6.2007)

Abbildungen

Abb. 2.1: Isolierte Darstellung von Titeln der Blogbeiträge bei „Slug“ (Ausschnitt). www.slug.ch (8.8.2007)

Abb. 2.2: Zur Bildschirm-Rezeption gestalteter und strukturierter Text nach Nielsen (1997) (Ausschnitt)
<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html> (20.8.2007)

Abb. 4.1: Methoden mit Evaluation, strukturiert nach Schreibproblemen und Arbeitsformen

Zum Autor

Marcel Gamma (*1962) ist als Web-Berater, Content-Experte und Schreib-Coach CAS (Certificate Of Advanced Studies) tätig. Er verbindet mehrjährige online- und offline-Erfahrungen als Journalist, Campaigner, Webmaster und Fundraiser; er war u. a. für die Aargauer Zeitung, Bluewin, WWF International und Radio DRS tätig. Gamma bloggt seit 2005 unter einem Pseudonym und zählt laut Technorati/Blogug zu den 100 wichtigsten Bloggern der Schweiz. Gamma arbeitet für den Zürcher Web-Dienstleister getunik AG, der für Kunden aus 5 Kontinenten (u. a. für ETH Zürich, Roger Federer, das UN-Flüchtlingskomitee UNHCR) Websiteskonzipiert und umsetzt. Kontakt: Marcel Gamma, marcel.gamma@gmx.net, CH-Zürich.

Zum White Paper

Für dieses White Paper wurde die Qualifikationsarbeit zum zertifizierten „Berater/in für wissenschaftliches Schreiben“ teilweise aktualisiert und überarbeitet. Die Arbeit wurde eingereicht bei Prof. Dr. Otto Kruse am Departement Angewandte Linguistik und Kulturwissenschaften der Zürcher Fachhochschule Winterthur (<http://www.linguistik.zhaw.ch>). Die Arbeit erhielt die Höchstnote 6.

Die Qualifikationsarbeit kann mit Anhang (Sitzungsprotokolle) bestellt werden (s. „zum Autor“).

Copyright

© 2007 – 2008 Marcel Gamma, 8004 Zürich, Pro Litteris

Die angewandten Schreib-Übungen und Techniken dürfen im Rahmen von wissenschaftlichen Studien von Schreibberatern und Qualifikationsarbeiten unter Nennung der Quelle verwendet werden. Für kommerzielle Anwendungen wie Schreibschulungen ist der Einsatz der präsentierten Übungen nur mit dem schriftlichen Einverständnis des Autors gestattet.