

# Die Hörverstehensstrategien im Deutschen und Englischen als berufsbegleitende Fremdsprachen

*Dubravka Papa*

*Fakultät für Rechtswissenschaften, Josip Juraj Strossmayer Universität in Osijek, Kroatien*

*Mirna Hocenski-Dreiseidl*

*Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät in Osijek, Josip Juraj Strossmayer Universität in Osijek, Kroatien*

## Abstrakt

Das Zuhören stellt einen komplexen, aktiven aber andererseits auch unsichtbaren mentalen Prozess dar und ist qualitativ und quantitativ schwer zu analysieren. Der Zuhörer muss imstande sein, die lexikalische, grammatische Struktur sowie Betonung und Intonation zu unterscheiden, wobei die gesprochenen Inhalte im engeren und weiteren Kontext betrachtet werden (Wipf, 1984: 345).

Anhand der Theorien über die Fertigkeit und Strategien des Hörens werden in dieser Arbeit die Probleme untersucht, auf die Studenten beim Zuhören und Verstehen der Inhalte im Wirtschaftsdeutschen und Rechtsenglischen stoßen. In dieser Arbeit geht man von der Hypothese aus, dass Jurastudenten und Studenten der Wirtschaftswissenschaft ihr Fachwissen (metakognitive Kompetenz) beim Zuhören der Fachtexte aktivieren.

Mit der Methode Lautes Denken werden die Informationen aus den Protokollen von 45 Studenten der Fakultät für Rechtswissenschaften und der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät gesammelt. Die Protokolle notieren die beim Zuhören entstandenen und kurz danach durch Verbalisierung gewonnenen Aufzeichnungen kognitiver Prozesse. Es werden die Kriterien der Bewertung des Verständnisses nach Baker (1985) angewendet. Die Ergebnisse der Untersuchung deuten auf neue Strategien bei der Festlegung spezifischer Probleme hin, die beim Zuhören in der Fremdsprache entstehen. Diese Strategien ermöglichen eine aktivere Problemlösung, die auch bei anderen das Hörverstehen einbeziehenden Situationen angewendet werden kann.

**Schlüsselwörter:** Methode Lautes Denken, Hörverstehen, Hörverstehensstrategie, Rechtsenglisch, Wirtschaftsdeutsch.

## Listening Strategies in German and English for Specific Purposes

### Abstract

Listening is a complex but invisible mental process and therefore difficult to analyze both qualitatively and quantitatively. The listener must distinguish lexical and grammatical structures as well as emphasis and intonation, whereby the spoken content is considered in the narrower and wider context (Wipf, 1984: 345).

Based on the theories of listening skills and strategies, this paper researches into the problems students encounter while listening to and understanding the contents of business German and legal English. The paper sets the hypothesis that students activate their specialized vocabulary (metacognitive competence) while listening to LSP texts.

The Think Aloud Method has been applied to record listening commentaries (protocols) of 45 students of the Faculty of Law and the Faculty of Economics. The protocols record cognitive processes in the course of listening and immediately thereafter in form of students' verbalization. The criteria of comprehension



evaluation according to Baker (1985) have been applied. The results suggest new strategies for identifying specific problems arising when listening to texts in a foreign language. These strategies facilitate more active problem solving, which can be applied to other listening comprehension situations.

**Keywords:** Think aloud, listening comprehension, listening strategy, legal English, business German.

*Gott gab uns einen Mund, aber zwei Ohren, damit  
wir doppelt so viel zuhören wie reden.*

*Epiktet*

## 1 Einleitung

Dieses Zitat spricht dafür, dass das Hören die wichtigste Sprachfertigkeit eines Menschen ist. Das Thema dieser Arbeit sind Hörverstehensstrategien, die die Studenten im Deutschen und Englischen als berufsbegleitende Fremdsprachen beim Zuhören von Fachtexten aktivieren.

### 1.1 Untersuchungsziele

Die Ziele der Untersuchung in dieser Arbeit werden durch folgende Fragen definiert: Auf welche Probleme stoßen die Probanden während des Hörens von Fachtexten im Englischen und im Deutschen? Welche Strategien aktivieren sie während des Hörverstehens? Gibt es Unterschiede bei der Aktivierung von Strategien bei erfolgreichen und weniger erfolgreichen Probanden?

Damit diese Fragen beantwortet werden können, wird diese Arbeit wie folgt eingeteilt: Im ersten Kapitel wird der Überblick über den aktuellen Forschungsstand im Bereich der Hörverstehensstrategien gegeben; es wird auf die verschiedenen Hörformen und Strategien beim Hörverstehen hingewiesen und es werden einige Hypothesen gestellt. Im zweiten Kapitel wird das Konzept und die Methode *Lautes Denken*<sup>1</sup> fokussiert, es werden die Messinstrumente und die Probanden beschrieben. Im dritten Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung zusammengefasst. Das vierte Kapitel befasst sich mit der Interpretation der gewonnenen Daten sowie mit Vor- und Nachteilen der Anwendung der Methode *Lautes Denken* beim Untersuchen von Hörverstehensstrategien.

Im Beitrag geht man davon aus, dass die Methode *Lautes Denken* die Hörverstehensprozesse der Studenten sichtbar macht. Die Methode hilft den Studenten ihre Aktivitäten und Handlungen während des Hörens eines bestimmten Textes besser zu reflektieren. Der auf Entwicklung von Strategien beruhende Fremdsprachenunterricht hat bessere Erfolgchancen, denn er gründet nicht nur auf Erklärung und Übung der Lerninhalte beim Fremdsprachenlernen, sondern auch auf Reflexion über den gerade stattfindenden Lernprozess.

### 1.2 Stand der Untersuchung (theoretische Ansätze)

Jeden Tag kommuniziert man auf verschiedene Weise, um ein Ziel zu erreichen. Je nach Thema werden in verschiedenen Lebenssituationen vier Sprachfertigkeiten aktiviert: Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben. Das gesprochene Wort setzt sich aus verbalen, paraverbalen und nonverbalen Aspekten

---

1 Die Studenten werden sich bewusster, was sie während des Zuhörens denken. Sie werden mentale Manager ihres Hörprozesses und können somit ihre Zuhörkompetenz verbessern.

zusammen. Der verbale Aspekt bezieht sich auf den Diskurs (Struktur, Wortwahl und Stil), der non-verbale Aspekt betrifft das Sichtbare, wie etwa die Körpersprache, Mimik, Gestik und Auftreten. Unter dem paraverbalen Aspekt versteht man das Gehörte wie z. B. Stimme (Lautstärke, Timbre und Resonanz) und Sprechweise (Pausen, Prosodie, Tempo und Artikulation) (vgl. Kaunzner 2012: 232).

Während des Zuhörens hat man eine Vorstellung davon, was man hört. Diese Vorstellung hängt von den oben genannten Aspekten ab. In realen Kommunikationssituationen wird man mit einer Reihe von verschiedenen Stimmen und Akzenten konfrontiert, die das allgemeine Verständnis der gehörten Inhalte beeinflussen. Die Fertigkeit Hören ist daher die Voraussetzung für die Kommunikation sowohl in der Muttersprache als auch in der Fremdsprache. Wenn man nicht versteht, was gesprochen wird, entwickelt sich die Kommunikation in eine unerwünschte Richtung, und sie kann sogar unterbrochen oder erschwert werden. Wenn es an Verständnis des Gesprochenen mangelt, kann eine wichtige Information verpasst werden, was besonders unangenehm sein kann in den Situationen, in denen es keine Möglichkeit zur Wiederholung und Bestätigung des Gehörten gibt (z. B. bei einer Bahnhofsdurchsage).

Beim Zuhören aktiviert man verschiedene Strategien, die einem helfen, die im Prozess des Zuhörens auftretenden Probleme lösen zu können. Die Entwicklung der Fertigkeit Hören bezieht sich auf das Erkennen der richtigen Aussprache, Korrigieren der Intonationsmuster und der richtigen Betonung der Worte. Es ist daher wichtig, dass nicht nur das Verstehen des Gehörten geübt wird, sondern dass gelernt wird, wie man zuhört und welche Strategien dabei verwendet werden können, um erfolgreich zuzuhören.

### 1.3 Die Fertigkeit Hören

Das Zuhören ist ein komplexer aktiver Prozess, in dem der Hörer den Inhalt des Gehörten interpretiert. Die Interpretation hängt von der Fähigkeit ab, die gehörten Inhalte mit dem zu vergleichen, was man über das Gehörte schon weiß (mit dem Vorwissen, mit dem gespeicherten *Weltwissen*<sup>2</sup>). Außerdem muss der Hörer in der Lage sein, lexikalische Einheiten, grammatische Struktur, Betonung und Intonation zu erkennen, wobei der gesprochene Inhalt in den engeren und breiteren Kontext hineinzustellen ist (Wipf, 1984: 345).

Als unsichtbarer mentaler Prozess lässt sich das Zuhören schwer qualitativ und quantitativ analysieren. Laut Vandergrift (2007: 291 in Walker 2014: 168) ist das Hören die am wenigsten erforschte sprachliche Fertigkeit. Man hat in die bei dieser Fertigkeit stattfindenden Prozesse wenig Einsicht (Osada 2004: 53 in Walker 2014: 168). Obwohl diese Fertigkeit eine große Rolle in der Kommunikation spielt, wird sie oft im Vergleich zu anderen Fertigkeiten vernachlässigt und als selbstverständlich betrachtet. Es ist auch verständlich, dass das Hören nicht so häufig erforscht wird, denn es ist eine äußerst komplexe rezeptive Fertigkeit (Wipf, 1984: 345).

Der Hörprozess besteht laut Schumann (1989: 204) aus fünf Bestandteilen: dem auditiven, semantischen, syntaktischen, pragmatischen und kognitiven Bestandteil. Der auditive Bestandteil beinhaltet „die Perception der Lautsignale, das Unterscheiden von Phonemen, Morphemen, Lexemen und Sätzen mit prosodischen Merkmalen“ (Schumann 1989: 204), der semantische Aspekt bezieht sich auf das Verstehen von Bedeutung der Lexeme und ihrer Kombinationen. Der syntaktische Bestandteil des Hörens spiegelt sich im Erkennen der Abhängigkeit einzelner Satzteile. Wenn es um das Erkennen der Sprechakte, Sprechabsicht geht, wird vom pragmatischen Bestandteil gesprochen. Der kognitive Aspekt des Hörens bezieht sich auf „Bearbeitung des ausgesprochenen Textes, Unterscheiden spezifischer Textarten mit ihren lexischen und syntaktischen Merkmalen“. Das Hörverstehen findet auf verschiedenen

---

2 Knowledge of the world and the knowledge of the language (Lakoff, 1987).



Sprachebenen zugleich statt und zwar auf der Ebene der Wahrnehmung des Ausdrucks, Dekodierungsebene und Interpretation (Schumann 1989: 204). Laut Vandergrift (2011) spielt sich das Hörverstehen in der Muttersprache automatisch ab, während es in der Fremdsprache nur durch das Aktivieren und die Reflexion von bestimmten metakognitiven, kognitiven und affektiven Strategien erfolgt.

Das Hören ist, wie auch das Sprechen, ein zielgerichteter Vorgang, weil man sich beim Hören auf das Globale oder auf Details konzentrieren kann. Es ist ein aktiver Prozess, denn es verlangt Interaktion zwischen dem Text und dem Hörer (Hörmann, 1981: 137). Dabei kann man von den linguistischen Merkmalen einer Äußerung (Phonologie, Lexik, Semantik und Syntax) ausgehen, was unter Bottom-up-Prozess des Hörverstehens verstanden wird, während man beim Top-down-Prozess von nicht-linguistischen Merkmalen wie z. B. Wissen über Inhalte, Allgemein- und Weltwissen ausgeht (Buck, 2001: 2). In beiden Fällen handelt es sich aber um Sprachwahrnehmung, das Zusammenspiel beider Prozesse und die Informationsaufnahme auf jeder Ebene (Rost, 1990: 83f.). Laut Vandergrift (2011) ist das Hörverstehen nie ausschließlich der Top-down- oder Bottom-up-Prozess, sondern ein Prozess der Interaktion. Die Interaktion hängt von dem Vorwissen und der Wissensmenge über das Thema ab. Globales Hören setzt Vorwissen voraus und beim selektiven Hören wird das Sprachwissen aktiviert. Das Hörverstehen wird erfolgreich, wenn dem Hörer sowohl der Kontext des Gehörten als auch der Zweck des Hörens bekannt sind. Diese Abhängigkeit der Prozesse voneinander wird bei Rost wie folgt erläutert: „Die Top-down Prozesse überprüfen die Ergebnisse der Bottom-up Prozesse auf Zielübereinstimmung, wobei die beiden Verarbeitungsprozesse parallel stattfinden und in Wechselwirkung zueinander stehen“ (Rost 1990: 83). Demzufolge ist das Hören kein Produkt, sondern ein Prozess, der den Studenten beigebracht werden kann, indem darauf hingewiesen wird, wie er abgewickelt wird.

#### 1.4 Untersuchungsfragen und Hypothesen

In diesem Kontext werden im Beitrag die folgenden Untersuchungsfragen gestellt: Welche Probleme haben die Jura- und Wirtschaftsstudenten beim Hörverstehen und welche Strategien aktivieren sie beim Hörverstehen? Um diese Fragen beantworten zu können, werden zwei Hypothesen aufgestellt. Die erste Hypothese lautet: Beim Zuhören der Fachtexte aktivieren die Jura- und Wirtschaftsstudenten ihr Fachwissen, und die zweite Hypothese ist: Die erfolgreichen Zuhörer aktivieren ihre metakognitiven Strategien mehr als weniger erfolgreiche Zuhörer.

## 2 Methode

Bei der Untersuchung der Hörverstehensstrategien wird die Methode *Lautes Denken* verwendet, die aus dem Bereich der Psychologie stammt. In der Literatur findet man auch weitere Begriffe, die sich auf diese Methode beziehen, wie zum Beispiel *Denke-Laut-Methode*, *Gedankenprotokoll* (*Thinking Aloud Protocol*), *Talk Aloud Interview*, *Verbal Protocol* (Buber 2007 in Konrad 2010: 476). Alle diese Begriffe beziehen sich auf die Methode, in der die Probanden das verbalisieren, woran sie denken, während sie eine bestimmte Handlung (Lesen, Schreiben, Hören, Zeichnen) vorführen. Danach muss man die Verbalisierungen dokumentieren, auswerten und interpretieren.

Konrad (2010: 476) führt an, dass die introspektive Erhebungsmethode die theoretische Basis dieser Methode ist. Der Einzelne sollte nach dieser Methode seine Gedanken, Emotionen, Wahrnehmungen übermitteln. Da es sich dabei um Introspektion<sup>3</sup> handelt, die für den Forscher unzugänglich bleibt, müssen die Kontexte, in denen diese qualitative Methode angewendet wird, strukturiert sein.

<sup>3</sup> Introspektion bezieht sich auf die Fassung der Gedanken in Worte während der Bearbeitung der Aufgaben. Die engste Verbindung zwischen Denken und Verbalisierung kann durch Introspektion nachgewiesen werden. (Ericson und Simon 1993 in Konrad 2010: 476)

Konrad (2010: 476) unterscheidet zwischen drei verschiedenen Formen der Methode *Lautes Denken* und zwar Introspektion, unmittelbare Retrospektion und verzögerte Retrospektion.

Die Introspektion bezieht sich auf augenblickliche Verbalisierung der Inhalte des Kurzzeitgedächtnisses; die unmittelbare Retrospektion übermittelt die Gedankeninhalte, die in nicht-sprachlicher Form bestehen. Diese folgt unmittelbar nach der augenblicklichen Verbalisierung. Die verzögerte Retrospektion findet direkt nach der Bearbeitung aller Aufgaben oder erst nach einigen Tagen als Erklärung der Gedankenprozesse und Gedanken statt.

In diesem Beitrag wird die Definition der Methode *Lautes Denken* nach Konrad (2010: 476) verwendet: „Die Methode *Lautes Denken* ermöglicht es, Einblicke in die Gedanken, Gefühle und Absichten einer lernenden und/oder denkenden Person zu erhalten. Durch *Lautes Denken* soll der (Verarbeitungs-) Prozess untersucht werden, der zu mentalen Repräsentationen führt.“

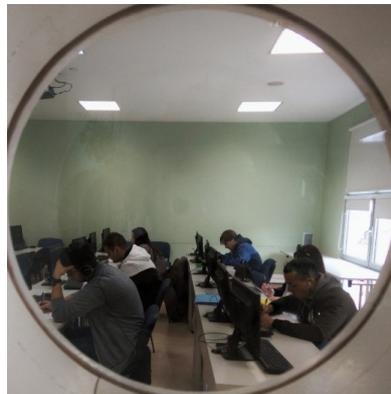


Abbildung 1: Die Probanden beim Hörverstehen (Quelle: 10.05.2017)

## 2.1 Konzeption und Methode (*Lautes Denken* = das Hörverstehen mit *dem gewissen Etwas*)

Da die Methode *Lautes Denken* in der gegenwärtigen Literatur der Fremdsprachendidaktik meistens an der Fertigkeit Lesen untersucht und verwendet wurde, ist diese beim Hörverstehen verwendete Methode als *Lautes Denken mit dem gewissen Etwas* zu bezeichnen.

Als Erstes sollten die Probanden ihre Gedanken, Gefühle und Handlungen verbalisieren, während sie die Hörverstehensaufgaben lösen. Als Nächstes sollten sie ihre Gedanken mittels Protokolle notieren, was durch die nachträgliche Auswertung des gewonnenen Datenmaterials ermöglicht wird. Das gesamte Verfahren verlangt ein höheres Maß an Offenheit und Selbstoffenbarungswillen auf Seiten der Probanden.

## 2.2 Messinstrumente (Hörverstehensaufgaben und Protokolle)

Die Untersuchungsdaten stammen aus zweierlei Quellen, sowohl aus den Antworten auf Hörverstehensaufgaben in der deutschen und englischen Sprache als auch aus den Protokollen der Probanden in der kroatischen Sprache. Die Hörverstehensaufgaben bestanden aus Fragen mit mehreren Antwortvorgaben (Multiple-choice-Fragen), aus Richtig/falsch-Aufgaben und Zuordnungsaufgaben. Die Wirtschaftsstudenten setzten sich mit Hörverstehensaufgaben auseinander, die aus dem Hörverstehensteil der TELC Sprachprüfung Deutsch für den Beruf, Niveau B1 und B2 entnommen wurden.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Archiviert auf: <http://www.telc.net/pruefungsteilnehmende/sprachpruefungen/pruefungen/detail/deutsch-b1-b2-beruf.html#t=2> und [http://www.telc.net/fileadmin/user\\_upload/Audio/telc\\_deutschb2plus\\_beruf\\_uebungstest\\_1.mp3](http://www.telc.net/fileadmin/user_upload/Audio/telc_deutschb2plus_beruf_uebungstest_1.mp3). Abgerufen am 30.4.2017.



Die Rechtsenglischstudenten hörten sich den Hörverstehenstext an und lösten die dazugehörigen Hörverstehensaufgaben aus dem Lehrbuch für Rechtsenglisch.<sup>5</sup> Die Protokolle der Probanden entstanden durch schriftliche Verbalisierung ihrer Gedanken, Gefühle und Handlungen in der kroatischen Sprache.

### 2.3 Probanden (Studienfachsprache, Anzahl, Sprachniveau)

Die Probanden waren fünfzehn Studenten der Rechtswissenschaftlichen Fakultät in Osijek, Kroatien, die Rechtsenglisch als Fachsprache lernen, und weitere dreißig Studenten der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Osijek, Kroatien, die Wirtschaftsdeutsch als Fachsprache lernen. Alle Jurastudenten (100 %) lernen Englisch als Fremdsprache, im Unterschied zu den Wirtschaftsstudenten, von denen dreiundzwanzig (78 %) Deutsch als Fremdsprache lernen und fünf (17 %) Deutsch als Muttersprache sprechen, sowie zwei (7 %) Studenten mit Auslandsaufenthalts Erfahrung in deutschsprachigen Ländern (Tabelle 1).

Tabelle 1: Anzahl und Sprachniveau der Probanden

Studienfachsprache	Rechtsenglisch	Wirtschaftsdeutsch
Anzahl der Probanden	15	30
Sprachniveau	Englisch als Fachsprache 100%	Muttersprachler 5 (17 %) Auslandsaufenthalts Erfahrung 2 (7 %) Deutsch als Fachsprache 23 (76 %)

## 4 Ergebnisse – quantitative Datenanalyse

Das Ziel der quantitativen und qualitativen Analyse der Daten war, die Abhängigkeit des Erfolgs beim Zuhören von der Strategieaktivierung festzustellen und zu erklären. Erstens suchte man nach der Antwort auf die Frage, welche Strategien die Studenten während des Hörverstehens aktivieren, und zweitens, ob es Unterschiede bei der Aktivierung von Strategien bei erfolgreichen und weniger erfolgreichen Probanden gibt. Als drittes wollte man erfahren, auf welche Probleme die Probanden während des Hörverstehens der Fachtexte im Englischen und im Deutschen stoßen. Die Probanden wurden in zwei Gruppen eingeteilt: erfolgreiche und weniger erfolgreiche Zuhörer. Die Probanden, die 51 %–100 % Hörverstehensaufgaben richtig gelöst haben, bezeichnet man als erfolgreiche Zuhörer. Im Unterschied dazu sind weniger erfolgreiche Zuhörer diejenigen Probanden, die weniger als 51 % der Hörverstehensaufgaben richtig gelöst haben.

Bei den Wirtschaftsdeutschstudenten hat sich ergeben, dass erfolgreiche Zuhörer am häufigsten metakognitive Strategien aktivieren (99 metakognitive Strategien oder 41 % aller Strategien). Diese erfolgreichen Zuhörer aktivieren beim Hörverstehen auch 78 (33 %) affektive und soziale Strategien und 62 (26 %) kognitive Strategien. Andererseits aktivieren die weniger erfolgreichen Zuhörer am häufigsten kognitive Strategien (92 kognitive Strategien oder 51 % aller Strategien). Sie aktivieren auch 48 (26 %) metakognitive Strategien und 42 (23 %) affektive und soziale Strategien (Tabelle 2).

<sup>5</sup> Callanan H., Edwards L., *Absolute Legal English, English for International Law* (Delta Publishing, 2010, Unit Contract law 1 (Drafting Contracts) Listening: Part 4 (14-18), mp3 archiviert auf <http://www.zakon.pravos.hr/~marijan/english/>).

Tabelle 2: Erfolg beim Hörverstehen versus Art der Aktivierung der Strategien bei den Wirtschaftsdeutschstudenten

Wirtschaftsdeutschstudenten	Metakognitive Strategien	Kognitive Strategien	Affektive und soziale Strategien
<b>Erfolgreiche Zuhörer 51 %-100 %</b>	<b>99 (41 %)</b>	62 (26 %)	<b>78 (33 %)</b>
<b>Weniger erfolgreiche Zuhörer weniger als 51 %</b>	48 (26 %)	<b>92 (51 %)</b>	42 (23 %)

Im Falle der Untersuchung bei den Rechtsenglischstudenten gibt es folgende Ergebnisse. Die erfolgreichen Zuhörer aktivieren am häufigsten metakognitive Strategien und zwar 26 metakognitive Strategien oder 36 %. Sie aktivieren auch 24 (33 %) kognitive Strategien sowie 22 (31 %) affektive und soziale Strategien. Die weniger erfolgreichen Zuhörer aktivieren am häufigsten kognitive Strategien und zwar 45 kognitive Strategien oder 58 %, gefolgt von 24 (30%) affektiven und sozialen Strategien. Am wenigsten aktivieren sie metakognitive Strategien und zwar 9 metakognitive Strategien oder 12 % aller Strategien (Tabelle 3).

Tabelle 3: Erfolg beim Hörverstehen versus Art der Strategienaktivierung bei den Rechtsenglischstudenten

Rechtsenglischstudenten	Metakognitive Strategien	Kognitive Strategien	Affektive und soziale Strategien
<b>Erfolgreiche Zuhörer 51 % - 100 %</b>	<b>26 (36 %)</b>	24 (33 %)	<b>22 (31 %)</b>
<b>Weniger erfolgreiche Zuhörer weniger als 51 %</b>	9 (12 %)	<b>45 (58 %)</b>	4 (30 %)

### 3 Diskussion – qualitative Datenanalyse

Aufgrund der quantitativen Daten kann die qualitative Analyse durchgeführt werden. Das Hauptproblem war der Konzentrationsverlust, was auch aus den Notizen der Studentenprotokolle hervorgeht. Die folgenden Beispiele können das verdeutlichen:

*Ich kann mich nicht konzentrieren. / Ich bemühe mich zu konzentrieren. / Ich sollte mich besser darauf konzentrieren. / Ich bin vom Wesentlichen abgeschweift. / Es ist schwierig sich auf das Zuhören zu konzentrieren. / Es ist nicht schwer, aber man soll sich konzentrieren. / Meine Konzentration lässt nach. / Meine Konzentration lässt sichtbar nach und ich fühle mich müde. / Es fällt mir schwer zu konzentrieren, da diese Aufgabe viel Anstrengung verlangt.*

Bei den Probanden erwies sich die gegenseitige Abhängigkeit der Konzentration, des Verstehens, der Motivation und der Wille z. B. *Ich habe keine Lust. / Ich bin müde. / Es ist ein bisschen anstrengend. / Ich bin schläfrig.* Je schneller die Konzentration nachlässt, desto weniger Motivation und Wille haben die Studenten zum Zuhören und Lösen der Hörverstehensaufgaben. Ganz im Gegenteil, je besser sie konzentriert sind und mehr verstehen, desto größer ist ihre Motivation und ihr Wille zum Zuhören und Lösen der Hörverstehensaufgaben. Das deutet darauf hin, dass die Konzentrationsfähigkeit beim Zuhören eine große Rolle spielt und ständig geübt werden sollte.

Weiterhin tauchten Probleme bei dem Zuhören ohne Unterstützung durch den visuellen Kontext auf, einige Probleme auf lexikalischer und syntaktischer Ebene z. B. *Auftragsabteilung!?* [Was sollte das bedeuten?] / *Ich bin der Meinung, dass mir die Schlüsselwörterbedeutung fehlt.*

Es ist indikativ für das Hörverstehen, dass einige Studenten über ihren Mangel an Fachwissen klagten und Probleme mit dem Hörverstehensumfeld hatten. Die folgenden Beispiele der Studentennotizen aus



den Protokollen belegen das: *Ich soll mehr Fachwissen haben. / Das ist der Moment, wenn man das Wissen aus einem anderen Fach braucht, aber man kann sich an nichts erinnern. / Es ist ganz anders, wenn ich mich mit jemandem unterhalte, als wenn ich auf diese Weise zuhöre. / Sie sprechen zu schnell.* Demzufolge gab es Probleme sowohl mit dem Zeitmanagement (*Ich brauche die restlichen 30 Sekunden nicht. / Ich habe noch 30 Sekunden um meine Antwort zu überprüfen. / Es scheint, als ob ich den ganzen Tag für diese Aufgabe bräuchte. / Die Zeit vergeht sehr schnell.*) als auch mit technischen Bedingungen: Internetanschluss, Computer, Handy, Kopfhörer (*Ich höre auch die Aufnahme durch die Kopfhörer meiner Nachbarin. / Die Kopfhörer, die nicht richtig funktionieren, machen mir Probleme.*), Qualität der Aufnahmen (*Es ist ein bisschen zu schnell und unverständlich. / Es klingt unverständlich.*), Lautstärke (*Es ist zu laut.*) als auch Lärm im Raum (*Die Geräusche in der Umgebung stören mich beim Zuhören. Es raschelt. Ich verstehe nur wenig. / Da ein Kollege die Lautstärke der Kopfhörer nicht leiser stellen kann, müssen wir alle zuhören, wieweit er die Aufgaben gemacht hat. / Der Lärm stört mich. / Der Lärm in der Umgebung... / Die Stimmen im Flur dekonzentrieren.*).

Die Tabelle 4 stellt alle drei Arten der Strategien dar, die von den Studenten aktiviert wurden. Erstens sind das die metakognitiven Strategien, wobei die Studenten über ihre Gedanken nachdenken oder ihre Handlungen planen (*Nach dem Zuhören des unbekanntes Textes, kann ich begreifen, was das Thema ist und verstehen, worum es geht.*). Sie antizipieren und kontrollieren ihre Handlung (*Je nach Ton und Art des Gespräches kann ich eine Frage beantworten.*) und steuern sie (*Ich würde gerne die unbekanntes Wörter im Wörterbuch nachschlagen können.*). Alle diese Strategien sowie das Evaluieren des eigenen Hörverstehens (*Es wäre leichter, wenn ich den Text vorher gelesen hätte.*) stehen bei der Methode *Lautes Denken* im Vordergrund.

Zweitens wurden auch kognitive Strategien aktiviert, wie z. B. das Übersetzen (*Ich versuche, einige Wörter zu übersetzen.*), das Aktivieren des Vorwissens (*Alle Wörter sind mir bekannt außer einem Wort und das ist das Subjekt. / So ein langes Wort. / Das Verb „wachsen“ wurde erwähnt, auch Auftrag und Konkurrenz. / Ich weiß nicht welches Wort vor dem Wort Konkurrenz steht aber es muss ein Verb sein. / Es ist ein sehr langes Wort in der Aufgabe 29.B – ich werde es in kleinere Einheiten einteilen. / Wo ist Mannheim !?). Weitere kognitive Strategien waren das Wiederholen (*Anhalten... Abspielen... Anhalten... Wiederholen! / Ich muss zurückspulen.*), die Aufmerksamkeit im Sinne des Achtens auf Signale: Fragen, Titel, Gegensätze und Nutzen des Kontextes (*Ich habe es im Kontext verstanden.*).*

Als Drittes aktivierten die Probanden beim Hörverstehen auch affektive und soziale Strategien, wobei die folgenden Strategien am meisten auftreten: Bitte um Erklärung (*Es ist kompliziert. / Ich brauche Hilfe meiner Professorin.*), Fragen nach Rat (beim Lehrer, bei den Kollegen) (*Ich muss meine Professorin um Übersetzung bitten. / Wenn ich nur wüsste, was mein Kollege angekreuzt hat. / Ich würde mich am liebsten umdrehen und meine Kollegin fragen, was das bedeutet. / Sie weiß es am besten.*), Besprechen der Probleme (*Matej hat mich angesprochen.*), Selbstermutigung (*Ich sollte mich besser konzentrieren. / Nichts ist mir bekannt, ich versuche mein Glück, ich rate es mal.*), Ausdrücken von Gefühlen (*Ich habe keine Lust. / Ich bin müde. / Du bist nicht du, wenn du Hunger hast. / Das ist lustig. / Die Musik irritiert. / Das ist eine interessante Aufgabe.*) und Entspannung (*Sie sprechen so schön Deutsch. Gut das es den Kaffee gibt.*).

Tabelle 4: Hörverstehensstrategien

Metakognitive Strategien	Kognitive Strategien	Affektive und soziale Strategien
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planen</li> <li>- Antizipieren</li> <li>- Kontrollieren</li> <li>- Steuern</li> <li>- Evaluieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Übersetzen</li> <li>- Verknüpfung mit Vorwissen</li> <li>- Wiederholen</li> <li>- Aufmerksamkeit im Sinne des Achtens auf Signale: Fragen, Titel, Gegensätze</li> <li>- Nutzen des Kontextes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bitte um Erklärung</li> <li>- Fragen nach Rat (Lehrer, Kollegen)</li> <li>- Besprechen der Probleme</li> <li>- Selbstermutigung</li> <li>- Gefühle ausdrücken</li> <li>- Entspannung</li> </ul>

Aufgrund der Untersuchungsergebnisse wurde die Hypothese 1 bestätigt. Die Jura- und Wirtschaftsstudenten bedienen sich ihres Fachwissens beim Hören der Fachtexte (Rechtsdeutsch und Wirtschaftsdeutsch), indem sie ihre kognitiven Strategien aktivieren. Weiterhin bestätigt sich die Hypothese 2, dass die metakognitiven Strategien beim Zuhören mehr von den erfolgreichen Zuhörern als von den weniger erfolgreichen Zuhörern aktiviert werden.

#### 4.1 Interpretation (Vor- und Nachteile der Methode)

Unsere Erfahrung mit der Methode *Lautes Denken* ist sowohl positiv als auch negativ. Sie ist positiv im Sinne, dass sie positive Reaktionen der Studenten hervorruft, weil sie etwas Neues, Interessantes und Intrigierendes im Fremdsprachenunterricht ist. Die Nachteile der Methode sind, dass sie von den Studenten eine große Konzentrationsfähigkeit verlangt, weil sie beim Zuhören ununterbrochen aktiv bleiben müssen. Es ist schwierig für Studenten ihre Gedanken zu verbalisieren d. h. dabei gleichzeitig drei Fertigkeiten zu aktivieren (Hören, Lesen und Schreiben), obwohl in Muttersprache protokolliert wurde. Dies bedeutet, dass sie mehrere Aktivitäten gleichzeitig durchführen, indem sie der Hörverstehensaufgaben zuhören, gleichzeitig lesen, ihre Gedanken verbalisieren und sie kurz darauf notieren.

## 5 Fazit

Die Untersuchungsergebnisse führen zu folgenden Feststellungen: Erstens sollte die Methode *Lautes Denken* in den Fremdsprachenunterricht integriert und mit den Studenten geübt werden. Sie hilft den Studenten wahrzunehmen, woran sie während des Zuhörens denken, ihre Aktivitäten und Handlungen während des Hörverstehens besser zu reflektieren, damit sie mentale Manager ihres Hörverstehensprozesses werden. Zweitens aktivieren die Studenten beim Hörverstehen alle drei Strategien. Je erfolgreicher die Zuhörer sind, desto mehr aktivieren sie ihre affektiven und sozialen Strategien. Die erfolgreichen Zuhörer aktivieren ihre metakognitiven Strategien häufiger, während die weniger erfolgreichen Zuhörer mehr kognitive Strategien aktivieren.

## Literaturverzeichnis

- Baker, L. (1985). How do we know when we do not understand? Standards for evaluating comprehension. In: D. Forrest-Pressley, G. Mc Kinnon, & T. Waller (Hrsg.), *Metacognition, cognition and human performance* (155-205). New York: NY: Academic.
- Buck, G. (2001). *Assessing Listening*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Hörmann, H. (1991). *Einführung in die Psycholinguistik*. Darmstadt. Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Kaunzner, U. (2012). Sprechwirkungsforschung im Unterricht? Ein Beitrag zur interkulturellen Phonetik in Linguistik und Sprachdidaktik im universitären DaF-Unterricht, Birk A., Buffagni, C. (Hrsg.), Waxmann Verlag GmbH, Göttingen.
- Konrad, K. (2010). *Lautes Denken*. In : G. Mey K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (476-490). Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Osada, N. (2004). *Listening Comprehension Research: A Brief Review of the Last Thirty Years*. 2004 TALK, Japan.
- Rost, M. (2006). Areas of Research that Influence L2 Listening Instruction. In: A. Martinez-Flor and E. Usó-Juan (Hrsg.), *Current trends in the Development and Teaching of the four*



*Language skills*. (47-74). Archiviert auf [http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CCI4xbDT-EnUC&oi=fnd&pg=PA47&dq=Vandergrift,+L.+\(1999\).+Facilitating+second+language+listening+comprehension:+Acquiring++successful+strategies.+ELT+Journal,+54,+168-176.&ots=h\\_-PNfOOd5&sig=wnPu3D3olo7Y6f25jDt87zspfDI#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CCI4xbDT-EnUC&oi=fnd&pg=PA47&dq=Vandergrift,+L.+(1999).+Facilitating+second+language+listening+comprehension:+Acquiring++successful+strategies.+ELT+Journal,+54,+168-176.&ots=h_-PNfOOd5&sig=wnPu3D3olo7Y6f25jDt87zspfDI#v=onepage&q&f=false). Abgerufen am 17. Mai 2017.

Schumann, A., Vogel, K. und Voss, B. (1984). *Hörverstehen*. Günter Narr. Tübingen.

Vandergrift, L. (2007). Recent development in second language listening comprehension research. In: Graeme Porte (Ed.), *Language Teaching: Surveys and Studies* (291-210). Cambridge University Press, Canada.

Wipf, J. (1984). Strategies for Teaching Second Language Listening Comprehension. *Foreign Language Annals*, 17(4), 345-348.

Walker, N. (2014). Listening: the most difficult skill to teach. *Encuentro*, 23, (167-175).