

Essay

Anforderung	eigene Ideen			
Dimension	ich	du	Inhalt	Form
Länge	mehrere Seiten			
Zielpublikum	Öffentlichkeit			
Zweck	Denkanstoss geben			
Verwandt mit	Erörterung			

Der (oder das) Essay ist eine Art Gedankenspaziergang. Das Fragende, Suchende, Subjektive ist sein wesentliches Merkmal [franz. essay = Versuch]. Es handelt sich um eine Sonderform der Erörterung. Anders als diese legt der Essay sein Thema nicht systematisch dar, sondern vermittelt den Lesenden Denkanstösse. Der Gedankengang darf assoziativ sein.

■ Anleitung

Vorbereitung

Bestimmen Sie Ihre These. Setzen Sie den Thesentrichter (siehe S. 42) ein und achten Sie darauf, dass Sie eine klare Aussage machen, die weder evident noch spekulativ ist.

Umsetzung

- Im Unterschied zu den meisten wissenschaftlichen Textsorten können Sie Ihren eigenen Standpunkt offen vertreten.
- Gestalten Sie Ihren Text begrifflich präzise, aber einfach lesbar.

■ Essay – Erörterung

Im deutschsprachigen Verständnis weisen Essay und Erörterung zahlreiche Unterschiede auf:

Essay	Erörterung
schweifender Gedankenspaziergang	strukturierte Gedankenführung
verschiedene Denkanstösse zu einem Thema	systematische Behandlung einer Frage oder eines Themas
argumentieren und assoziieren	argumentieren
nicht-wissenschaftlicher Grundton	wissenschaftlicher Grundton
unterhaltsam	informativ
pointierte und süffige Sprache	nüchterne und klare Sprache
prononciert subjektive Darstellung	sachliche Stellungnahme

Im angelsächsischen Raum steht der Begriff essay dagegen für alle kürzeren Arbeiten, die an der Universität geschrieben werden. So entspricht der angelsächsische essay mehr oder weniger der deutschen Erörterung.

■ Check

Inhalt	Form
<input type="checkbox"/> originelle, anregende These(n) <input type="checkbox"/> überzeugend argumentieren <input type="checkbox"/> nachvollziehbar aufbauen <input type="checkbox"/> assoziativer Gedankengang	<input type="checkbox"/> anregend, prägnant formulieren <input type="checkbox"/> nichtwissenschaftlicher Grundton <input type="checkbox"/> Ich-Form möglich

■ Aufgaben

1. Schreiben Sie einen Essay zu einer persönlichen Zukunftsvision (z. B. zur Zukunft der Schule, der Verkehrsmittel, der menschlichen Kommunikation). Gehen Sie von einer konkreten These aus.
2. Tauschen Sie Ihren Beitrag mit einer Kollegin bzw. einem Kollegen aus und geben Sie sich gegenseitig eine kurze Rückmeldung.

■ Beispiel für ein Essay

Provokativer Titel — Medienkatastrophe

- Schilderung einer Situation
- Anregend und prägnant formuliert
- Klar aufgebaut
- Kein wissenschaftlicher Grundton
- Prägnante These
- Assoziativer Gedanke
- Bezugnahme auf den Titel
- Bogen zum Anfang

Die Story gilt als die grösste Erfolgsgeschichte menschlicher Solidarität. Sie spielt standesgemäss an Weihnachten. Die durchschnittliche Schweizer Familie sitzt im Wohnzimmer und bastelt Last-Minute-Geschenke. Da durchbricht die Moderatorin die Stille: «Eine Riesenwelle ... 25 Meter hoch ... Südostasien ... Hunderte von Toten ... Tausende obdachlos ... ein sogenannter Tsunami». Abends in den «News» erhält die Familie die bebilderte Erklärung für das neue Wort. Verwackelte Handyfilme und perfekte Animationen, Interviews mit Betroffenen und Experten. Es sind die Bilder, die in den kommenden Tagen und Wochen endlos variiert werden. So wird in Rekordzeit eine Rekordmenge an Geld für eine Rekordmenge von Toten gesammelt. Alle haben schliesslich gehört von den Spendern, die «Tausend Franken von mir und fünfzig Rappen von meinem Sohn» gegeben haben. Am Ende kommen laut Wikipedia 224 Millionen Schweizer Franken für 231 000 Tote zusammen. Das sind 1021 Franken und 24 Rappen pro Toter.

So weit, so gut. Dass alle zehn Tage weltweit mehr Menschen allein an Hunger sterben als bei diesem Tsunami, dass jedes Jahr mehr als eine Schweiz einfach so verhungert, davon ist nicht die Rede in den «News». Denn diese Nachrichten sind keine News. Auch all die vergessenen Bürgerkriege sind keine News mehr, geschweige denn die zahllosen Verfolgungen, die ganze Volksgruppen dazu zwingen, ihr Heim zu verlassen, um ihr Unglück als Flüchtlinge zu versuchen. News sind nur dann berichtenswert, wenn sie wirklich neu sind – je katastrophaler, umso besser.

So weit, so schlecht. Wie aber erklären sich diese Unterschiede? Weshalb steht den Hilfskräften in Hunger- und Kriegsgebieten durchschnittlich so wenig Geld zur Verfügung, während bei Naturkatastrophen und Terroranschlägen sogleich Unmengen gespendet werden? Die Antwort ist simpel: Wir Durchschnittsmenschen handeln nach der Maxime «aus dem Auge, aus dem Sinn». Da das Fernsehen kaum Bilder von den chronischen Problemen liefert, beachten wir sie kaum mehr. Wird dagegen etwas in den Medien «gebracht», sind wir sofort bereit, ebenfalls unseren Teil darzubringen.

Bleibt die Frage, warum die Medien so überdurchschnittlich viel über Naturkatastrophen und Terroranschläge und so wenig über alltägliche Dramen berichten? Auch hier ist die Antwort einfach: Katastrophen verkaufen sich. Wer will schon jeden Tag hören, dass alle drei Sekunden ein Mensch an Hunger stirbt, wenn man gleichzeitig die Live-Reportage über einen Terroranschlag in einer U-Bahn in den USA sehen kann, bei dem drei Menschen erheblich verletzt wurden? Es ist nicht so, dass uns die Verhungerten egal sind. Sie langweilen uns nur. Das haben wir «gesehen». Kommt hinzu, dass sich die Schuldfrage bei einem Terrorakt viel bequemer klären lässt als bei Hungersnöten und anderen Nöten. Schliesslich wissen wir alle, dass im Durchschnitt fünfzig Franken genug sind, um einer afrikanischen Familie ein Jahr lang Nahrung zu sichern. Die fünfzig Franken, die die Familie gerade für die unnötigen Weihnachtsgeschenke aufgewendet hat.

Es ist zu hoffen, dass wir Durchschnittsmenschen bei der nächsten Medienkatastrophe nicht naiv mitsurfen auf der Riesenwelle medialen Mitleids. Wer spenden will, soll spenden. Nur heisst es dann: sich informieren, nachdenken und dann spenden. Damit die Erfolgsgeschichte von der menschlichen Solidarität mehr ist als eine Story.