

Die heutige Tagespresse und ihre Textsorten

Teil I

Gabriela RYKALOVÁ

Einführung

Sprechen wir von den Textsorten der Tagespresse, denken wir an konkrete Texte in Zeitungen, die wir als Nachricht, Kommentar, Reportage usw. bezeichnen. In zahlreichen Handbüchern für Journalisten werden Regeln für die Gestaltung von diesen Texten beschrieben und es wird angegeben, welche visuelle und stilistische Form sie als Vertreter bestimmter journalistischer Textsorten haben sollten.

„Im Anschluss an eine kommunikationsorientierte Text-Konzeption lassen sich die Textsorten als Sprachhandlungsschemata auffassen, die mit bestimmten Textmustern und –strategien jeweils spezifische Vermittlungsaufgaben erfüllen“ (Lüger 1995: 77).

Die Zeitung ist eines der ältesten Massenkommunikationsmedien. Die zunehmende Konkurrenz durch andere Massenmedien (Radio, Fernsehen und Internet) sowie die steigenden Anforderungen der Rezipienten haben verursacht, dass sich nicht nur das Aussehen der meisten Zeitungstitel sondern auch die Themenwahl und die Form der einzelnen Beiträge geändert haben und nicht immer den Erwartungen der Leser entsprechen. Um festzustellen, inwieweit die Theorie der Praxis entspricht, habe ich eine Analyse durchgeführt. Im Mittelpunkt meines Interesses standen journalistische Textsorten, wie sie in der deutschen und österreichischen Tagespresse präsentiert werden. Für die Analyse habe ich österreichische und deutsche Tageszeitungen gewählt: Die Qualitätszeitungen - *F.A.Z.*, *Süddeutsche Zeitung*, *Der Standard*, *Die Presse* und die Boulevardzeitungen – *Bild* und *Kronen-Zeitung*. Ich habe mir die Frage gestellt, in welchen Varianten die einzelnen journalistischen Textsorten in der modernen Presse vorkommen, welche visuelle Form sie haben und über welche Makro- und Mikrostruktur sie verfügen.

Da Textsorten eigentlich nur Benennungen für Inhalte sind, die sich mit der Zeit verändern und den Anforderungen der Rezipienten anpassen, werden in diesem Beitrag die einzelnen Textsorten, abgesehen davon, wie sie in der journalistischen Sekundärliteratur beschrieben werden, charakterisiert. Es werden die tatsächlichen Eigenschaften der in den analysierten Zeitungen gefundenen Texte beschrieben und es wird auf ihre charakteristischen Merkmale aufmerksam gemacht. Bei den wichtigsten Textsorten werden die Eigenschaften noch zusammengefasst.

Die Zeitungstexte werden primär nach dem Kriterium Kommunikationsfunktion in folgende Kategorien eingeteilt (vgl. Bucher 1986, Bucher 1998, Gruber 1991):

1. Beschreibende Texte
2. Kommentierende Texte
3. Verweisende Texte
4. Unterhaltende Texte

1. Beschreibende Textsorten

1.1 Textsorte Meldung

Meldungen sind kurze Texte, die nach ihren makrostrukturellen Merkmalen leicht zu erkennen sind. Sie haben den kürzesten Umfang und bestehen meistens nur aus einem Absatz. In einer Meldung wird über unbekannte und sehr aktuelle Tatsachen kurz und bündig, sachlich und neutral informiert. In den analysierten Zeitungen sind Meldungen in drei Varianten zu finden:

- 1) Meldung im engeren Sinne
- 2) Bildunterschrift
- 3) Vorspann in einem Cluster

1) Meldung im engeren Sinne

Es handelt sich einerseits um politische und wirtschaftliche Meldungen, die sowohl auf der Titelseite als auch im Zeitungsinneren zu finden sind, andererseits um Texte im Ressort Sport oder Feuilleton, wo sie ganz kurz über Sportergebnisse oder verschiedene kulturelle Veranstaltungen informieren. Meldungen stammen meistens von Presse- und Informationsagenturen, deswegen werden sie durch eine Angabe der Quelle z.B. (AP), (dpa) oder durch Abkürzungen „hjf.“, „jüb.“ ergänzt. Diese Angaben stehen entweder am Anfang oder am Ende der Meldung.

Zu finden sind unterschiedliche Typen, um nur einige von ihnen zu nennen:

a) Meldungen mit einer Gesamtüberschrift

- Es gibt Meldungen, die keine eigene Überschrift haben. Sie sind meistens untereinander gereiht, die ersten Worte jeder Meldung sind fett markiert und sie verfügen über eine Gesamtüberschrift, z.B.

„**Kleine Meldungen**“ oder „**Sport in Kürze**“ (*F.A.Z.*), „**Leute**“ (*Süddeutsche Zeitung*), „**Politik und Wirtschaft**“, „**Nachrichten**“ (*Bild*), „**Weltschau**“ oder „**Panorama**“ (*Der Standard*), „**In Kürze**“ oder „**Kleine Chronik**“ (*Die Presse*) usw.

b) Meldungen mit einer eigenen Überschrift

Goethe-Institut in Athen

wird nicht zwangsversteigert

ATHEN, 23. Juni (dpa). Der Rechtsstreit über... (*F.A.Z.*, 24. 6. 2002, S.2)

Aber auch diese Meldungen können mit einer Gesamtüberschrift versehen sein, wie z.B. im *Standard* „Kurz im Blick“.

c) Meldungen mit einer zweiteiligen Überschrift

- Zweiteilige Überschriften sind bei Meldungen eher ungewöhnlich. Solche Meldungen finden wir nur im Feuilleton-Buch der *F.A.Z.* und der *Süddeutschen Zeitung*.

Bildschrift

Clifford Posum Tjapaltjarri gestorben (F.A.Z., 24. 6. 2002, S.43)

2) Bildunterschrift

Es gibt Bildunterschriften, die aus mehreren Sätzen bestehen, sehr informativ sind, sachlich informieren, neue Informationen bringen und damit den Charakter einer Meldung haben. Diese Texte befinden sich an der Grenze zwischen einer Bildunterschrift und einer Meldung. Mit Bildunterschriften verbindet sie, dass sie kursiv geschrieben sind und dass sie sich unmittelbar nah an dem Bild befinden. Mit einer Meldung verbindet sie der Textcharakter und vor allem eine hohe Informativität.

Daneben gibt es auch Bildunterschriften, die zwar auch sehr informativ sind, aber eher den Charakter eines populärwissenschaftlichen Textes haben. Diese Texte werden wir als "Informationen" bezeichnen. (Siehe weiter) Eine dritte Gruppe von Bildunterschriften bilden dann Bildbeschreibungen, die vor allem eine unterhaltende Funktion haben. Diese Texte, die vor allem in der Boulevardpresse zu finden sind, werden zu den unterhaltenden Texten gezählt.

3) Bestandteil eines Clusters

Es geht um einen kurzen Text, der am Anfang eines Clusters steht. Er erfüllt eigentlich die Rolle eines Vorspanns, im Cluster bildet er aber einen selbständigen Text, den wir aufgrund seiner Eigenschaften als Meldung bezeichnen können. Er kann auch kursiv geschrieben sein, wie z.B. in der F.A.Z.

Meldungen in den seriösen Zeitungen informieren ganz kurz und bündig. Es wird auf einer kleinen Fläche über wichtige Tatsachen, Vorgänge und Zustände „gemeldet“. Da Meldungen oft nur aus einem Absatz bestehen, ist für sie die Ausdrucksökonomie charakteristisch, die dank langer nominaler Konstruktionen erreicht wird. Dann entstehen lange, maximal informative Sätze. Die gewünschte Sachbezogenheit schließt rhetorische und metaphorische Ausdrücke aus. In Meldungen der seriösen Presse wurden auch keine expressiven, doppeldeutigen und wertenden Formulierungen nachgewiesen. In einer Meldung sind die Informationen nach der Wichtigkeit geordnet.

1.2 Textsorte Nachricht

Nachrichten sind informationsbetonte, beschreibende Texte mittlerer Länge. Diese Textsorte finden wir in allen Büchern und Rubriken, sie sollen neue Informationen sehr sachlich und neutral präsentieren. Im Unterschied zu Meldungen berichten sie über eine unbekannte Tatsache ausführlicher und bestehen aus mehreren Absätzen. Genauso wie bei Meldungen spielt der Name des Journalisten keine Rolle, da es in Nachrichten keine wertenden und emotionalen Ausdrücke geben sollte. Deswegen beginnt eine Nachricht meistens mit der Angabe der Quelle, was betont, dass es sich um offizielle Informationen handelt.

*Neuer Streit um Rabattaktion
Am Wochenende 20 Prozent / "Kaufhof verstößt gegen geltendes Recht"
FRANKFURT, 23. Juni (AP). Am Wochenende...*

(F.A.Z., 24. 6. 2002, S.13)

*Gipfeltreffen in Sevilla
EU streitet weiter über Agrarhilfen
Regierungen halten trotz Zeitdrucks am Erweiterungsplan fest*

cob Sevilla - Die Europäische Union hält...

(*Süddeutsche Zeitung*, 24. 6. 2002, S. 1)

Es lassen sich allerdings auch Nachrichten finden, bei denen der Name des Verfassers angegeben ist. Im Folgenden möchte ich zeigen, wie sich die Nachrichten auf der Titelseite von den Nachrichten im Zeitungsinneren unterscheiden.

1. Nachrichten auf der Titelseite

In der *F.A.Z.* sind Nachrichten auf der Titelseite sehr einfach zu erkennen, da sie eine einheitliche Form haben. Sie bestehen aus mehreren Absätzen, sind dreispaltig und verfügen über eine zweiteilige Überschrift. In allen untersuchten Ausgaben wird immer nur ein Teil der Nachricht auf der Titelseite mit dem Hinweis auf eine Fortsetzung (**Fortsetzung Seite 2.**) abgedruckt, den restlichen Teil finden wir im Zeitungsinneren. In der *Süddeutschen Zeitung* werden auf der Titelseite ganze Nachrichten platziert. Sie stehen hier vollständig mit dem Hinweis auf weitere Informationen zu dem behandelnden Thema (**Seiten 4 und 7**). Ausnahmsweise finden wir Nachrichten auch auf der Titelseite im *Bild*. Sie sind aber, was den Umfang und Informativität angeht, mit den Nachrichten in der *F.A.Z.* und der *Süddeutschen Zeitung* nicht vergleichbar.

2. Nachrichten im Zeitungsinneren

Nachrichten im Zeitungsinneren haben keine einheitliche Form. Ihre Titel haben eine unterschiedliche Schriftgröße und -form und auch die Länge der Texte kann sehr unterschiedlich sein. Nicht selten finden wir bei einer Nachricht auch den Namen des Journalisten „**Von Kai Strittmatter**“, was eher für Berichte typisch ist.

Nach den analysierten Meldungen und Nachrichten in der Qualitätspresse können wir ihre wichtigsten stilistischen Merkmale folgend zusammenfassen (vgl. auch Kurz/Müller/Pötschke/ Pöttker 2000):

1. Meldungen und Nachrichten informieren über aktuelle, wichtige Tatsachen, Vorgänge und Zustände.
2. Meldungen und Nachrichten sind sachbezogen.
3. Meldungen und Nachrichten sind entsubjektiviert durch die Angabe einer Quelle.
4. Die personale Perspektive ist in der 3. Person.
5. Bei Meldungen und Nachrichten werden alle drei Zeitstufen gebraucht.
6. Meinungen erscheinen nur in Form der direkten Rede.
7. Die Informationen sind nach der Wichtigkeit geordnet.
8. Nominale Ausdrücke und Konstruktionen überwiegen über den verbalen.
9. In den analysierten Meldungen und Nachrichten wurden keine unvollständigen Sätze, sowie rhetorischen Mittel und metaphorischen Ausdrücke gefunden.
10. In Meldungen und Nachrichten wird meistens der Grundwortschatz verwendet.
11. Expressive und stark wertende Wörter werden vermieden.
12. Vermieden werden auch Wortspiele und ironische Wendungen.

Anders ist es allerdings bei der Boulevardpresse. Dies will ich an einem Beispieltext erklären.

Brummi-Fahrer mit 5, 26 Promille

Hof – der Kasten Bier stand in Griffweite auf dem Beifahrersitz: Polizisten stoppten bei Hof (Bayern) bei einer Routinekontrolle einen völlig betrunkenen Lkw-Fahrer (43). Er hatte satte 5, 26 Promille – Lebensgefahr.

Fahrer im Krankenhaus, Führerschein beschlagnahmt.
(Bild, 27.6. 2002, S. 3)

Es handelt sich um einen Text aus der *Bild*-Zeitung, der den makrostrukturellen Merkmalen nach als Meldung bezeichnet werden könnte. Er besteht aus einem Absatz und verfügt über eine sehr kurze Länge. In diesem, sowie in vielen ähnlichen Texten, gibt es Merkmale, die gegen die Lesererwartung verstoßen:

1) der Anfang der Meldung

Am Anfang der Meldung sollten sich die wichtigsten Informationen befinden. Stattdessen erfährt der Leser etwas über einen Kasten Bier:

„Der Kasten Bier stand in Griffweite auf dem Beifahrersitz: ...“

2) expressive Ausdrücke

Obwohl die Meldung sehr kurz ist, hat der Autor nicht auf die Expressivität verzichtet:

„Er hatte satte 5, 26 Promille.“

3) syntaktisch unvollständige Sätze

Diese Konstruktionen sind in einer Meldung unzulässig, oder zumindest untypisch:

„Fahrer im Krankenhaus, Führerschein beschlagnahmt.“

„...lebenslänglich, Entlassung nach 15 Jahren unmöglich.“

„Der Richter am Bochumer Landgericht: ...“

4) umgangssprachliche Redewiedergabe

In einer anderen Meldung auf der gleichen Seite finden wir sogar umgangssprachliche Ausdrücke, Fremd- und Modewörter:

„..., war einfach geil.“ „Killer“

Wie zu sehen ist, handelt es sich eigentlich um keine „wahren“ Meldungen, die wir aus der Qualitätspresse kennen. In der Boulevardpresse handelt es sich um die sog. „weichen Nachrichten“ (Lüger 1995). Typisch für diese Texte sind Themen aus dem human interest-Bereich, häufig sind auch expressive, wertende, umgangssprachliche Formulierungen zu finden, es kommen Fremd- und Modewörter vor, grammatisch unkorrekte Sätze sind keine Ausnahme. Es überwiegen vor allem kurze und einfache Sätze. Bei vielen kurzen oder längeren Texten (vor allem in der Kronen-Zeitung) wird keine Informationsquelle angegeben.

1.3 Textsorte Bericht

Berichte sind ihrer Länge nach zusammen mit Reportagen die längsten beschreibenden Textsorten in den untersuchten Zeitungen. Sie bestehen meistens aus einem Vorspann und einem mehrspaltigen Text, der in viele Absätze gegliedert ist. Ein Bericht verfügt immer über eine Überschrift, die meistens mehrteilig ist, häufig auch über mehrere Zwischentitel. In keiner Zeitung gibt es einen einheitlichen Überschriftentyp, der für alle Berichte gleich wäre. Auch die Schriftgröße ist nicht entscheidend. Ein wichtiges unterscheidendes Merkmal bilden also der Umfang und die Aufteilung des Textes und vor allem der Stil des Berichtens.

Bei der Analyse wurden zwei völlig unterschiedliche Bericht-Typen gefunden:

- 1) Analyse
- 2) Bericht im engeren Sinne

1) Analyse

Als Analyse bezeichne ich hier eine sprachlich sehr interessante Textsorte, die vor allem in den Rubriken „Finanzen“ und „Wirtschaft“ zu finden ist. Analysen sind eine Art Börsenberichte, die folgende Eigenschaften haben:

- Es geht um kurze Texte, welche die Länge einer Nachricht haben.
- Sie vermitteln Fakten, Zahlen, prozentuelle Angaben.
- Obwohl sie immer in der gleichen Rubrik zu finden sind, sind einige von ihnen sachlich, andere kommentierend geschrieben. Es sind eigentlich Beschreibungen der aktuellen Situation auf der Börse, die über eigene stilistische Merkmale verfügen.

Typisch für diese Textsorte sind:

- Personifizierungen:

„Der deutsche Aktienmarkt hat seine Talfahrt ungebremst fortgesetzt.“

„Der deutsche Aktienindex Dax verlor ...“

„Die Allianz-Papiere notieren ...“

„In Düsseldorf haben sich die regionalen Werte freundlich gezeigt.“ usw.

- Periphrasen:

„eine Talfahrt fortsetzen“

„den tiefsten Stand notieren“

- wertende Adjektive und Adverbien:

„die Stimmung sei katastrophal“

„etwas leichter notieren“

„schlechte Unternehmensnachrichten“

„mit festeren Kursen schließen“

„sich freundlich zeigen“

„schwächer eröffnen“

- für die Laien unverständliche Fachausdrücke:

„Der Nebenwerte-Index M-Dax lag 1,9 Prozent niedriger bei 3840 Punkten“

„die Binität herunterstufen“

„mit festeren Kursen schließen“

„schwächer eröffnen“

„etwas leichter notieren“ (F.A.Z., 25. 6. 2002, S. 26)

Trotz all dieser Eigenschaften gehören diese Texte einer Textsorte an. Primär sind sie Träger einer beschreibenden Funktion, da sie vor allem Fakten übermitteln. Aus diesem Grunde werden sie als „Berichte“ bezeichnet.

2) Berichte im engeren Sinne

Berichte gehören zwar zu den beschreibenden Textsorten, sind aber in allen durchsuchten Zeitungen sehr subjektiv gefärbt, so dass sie nicht selten einem Kommentar sehr ähneln. Sie beinhalten viele wertende Äußerungen. Auch im Wortschatz einer Nachricht und eines Berichtes finden wir wesentliche Unterschiede. Während sich Nachrichten vor allem des Grundwortschatzes bedienen, sind in Berichten metaphorische Wörter, Phraseologismen, Wortschöpfungen, Fremdwörter u.a. nachzuweisen.

1.4 Textsorte Reportage

Die Reportage wird häufig nicht als eine selbständige Textsorte behandelt, sondern als eine „Spielart des Berichts“ (vgl. Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker 2000). Bei einer

Reportage geht es eigentlich um einen Erlebnisbericht, der Reporter berichtet darüber, was er erlebt hat. Typisch sind eine sehr anschauliche Weise des Berichtens und ein hoher Grad an Authentizität. Das beschriebene Geschehen wird chronologisch (Schritt für Schritt) beschrieben.

Nach den analysierten Berichten und Reportagen können wir die wichtigsten stilistischen Eigenschaften dieser beiden Textsorten zusammenfassen (vgl. auch Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker 2000):

1. Berichte und Reportagen informieren detaillierter und anschaulicher, sie beschreiben, erzählen, schildern.
2. Je nach Absicht des Autors können Berichte und Reportagen sachbezogen, seriös, oder auch humoristisch, ironisch und salopp-unterhaltend formuliert werden.
3. Meistens wird beim Bericht statt einer offiziellen Quelle der Name des Autors angegeben.
4. Die personale Perspektive kann in der 3., aber auch in der 1. Person sein.
5. Bei Berichten werden meistens Präteritum oder Präsens (historisches Präsens) gebraucht.
6. In Berichten gibt es einen hohen Anteil an Zitaten, die auch umgangssprachlicher oder dialektischer Art sein können.
7. Die Informationen sind meistens chronologisch geordnet.
8. Die Ausdrucksökonomie ist für Berichte nicht typisch.
9. Typisch sind Sätze verschiedener Länge, grammatisch unvollständige Sätze, Ellipsen.
10. Einfache verbale Konstruktionen überwiegen über langen und komplizierten nominalen Konstruktionen.
11. In Berichten sind häufig metaphorische Ausdrücke, Modewörter und persönlich geprägte Wortverbindungen zu finden.
12. Es wird der Grundwortschatz verwendet, außerdem aber noch Fach- und Fremdwörter, individuelles Wortmaterial und Wortschöpfungen.
13. In Berichten sind emotionale Fügungen und Expressivität möglich.
14. Zu finden sind auch verschiedene Wortspiele und mehrdeutige Wörter.
15. Das Ziel eines Berichts und einer Reportage ist eine interessante und ästhetische Darstellungsweise.

Für Berichte in der Boulevardpresse sind noch weitere Eigenschaften charakteristisch, die vor allem den verwendeten Wortschatz betreffen. So wie in anderen Zeitungen kommen expressive und wertende Formulierungen häufig zum Ausdruck, im großen Maße sind außerdem viele Superlative, bildhafte Ausdrucksweise und emotional gefärbte Wörter nachzuweisen, wie z.B. „ihre Kleinen so schnell wie möglich in die Arme schließen“, „aus dem Kinderbett holen“, „Trennungs-Narben“, „alle Seelen-Wunden heilen“ usw. Für die Berichterstattung in der Boulevardpresse werden auch emotionale Themen gewählt.

1.5 Textsorte Porträt

Porträts finden wir in der *F.A.Z.* und in der *Süddeutschen Zeitung* in mehreren Büchern. In der Rubrik „Zeitgeschehen“ (*F.A.Z.*) erscheint beispielsweise regelmäßig ein politisches Porträt, weitere Porträts finden wir in der Rubrik „Namen & Nachrichten“ (*F.A.Z.*), „Im Profil“ (*Süddeutschen Zeitung*), „Namen“ (*Der Standard*) im Feuilleton-

Buch und gelegentlich auch in anderen Büchern. Diese Texte werden fast immer von einem Foto-Porträt begleitet. In den gefundenen Porträts wird meistens die berufliche, sportliche oder künstlerische Karriere einer Person vorgestellt. Es werden entweder ihre persönlichen Verdienste und Erfolge beschrieben oder die Aufmerksamkeit wird auf die interessante Tätigkeit (Beruf), die gerade diese Person ausübt, gerichtet.

1.6 Textsorte Interview

Das Interview ist ein Gespräch. In der Zeitung finden wir es in Form eines gedruckten Textes, der als Resultat einer sprachlichen Tätigkeit in einer mehr oder weniger geänderten Form veröffentlicht wurde. Dank dieser Textsorte sind auch in Zeitungen Formulierungen zu finden, die eigentlich für authentische, aufgelockerte gesprochene Texte typisch sind:

- umgangssprachliche Ausdrucksweise: „Ist das nicht cool?“, „Das macht er verdammt gut.“
- expressive Wörter: „Fuck!“, „sich besaufen“, „etw. verdonnern“
- Ausrufe: „Jetzt reicht's! Ich gehe zu Albini!“
- Mode- und Fremdwörter: „Kiff-Köpfe“, „loopen“, „total klar sein“, „cool“, „fuck“, „Band“, „Pick-Up-Truck“
- syntaktisch unvollständige Sätze: „Faul gewesen?“, „Klingt, als hätten Sie...“ u.a.
(Süddeutsche Zeitung, 26. 6. 2002: 14)

Bei der Analyse wurden alle gefundenen Interviews untersucht und es hat sich gezeigt, dass man zwei Typen unterscheiden muss:

- 1) ein beschreibendes Interview (Sachinterview)
- 2) ein kommentierendes Interview (Meinungsinterview)
(vgl. auch Lüger 1995)

Ad. 1) Sachinterview

Beim dem Sachinterview wurden bei der Analyse zwei Typen festgestellt:

- a) authentisches Interview
- b) zusammengebautes Interview

a) Ein authentisches Sachinterview entsteht z.B. vor, bei oder nach einer Veranstaltung so, dass der Reporter einer oder mehreren Personen eine oder mehrere Fragen stellt, welche die befragte(n) Person(en) beantwortet(n). Bei einem Sachinterview bemüht sich die befragte Person auf die Fragen sehr sachlich und neutral zu antworten. Sie äußert kaum ihre eigene Meinung, sie gibt Informationen, berichtet und vermittelt Fakten. Das Gespräch wird dann verschriftlicht und als Interview in der Zeitung präsentiert.

b) Eine neue Interview-Variante, die mit der leserorientierten Textgestaltung zusammenhängt, ist das zusammengebaute Interview. Dieses Interview kann ohne eine befragte Person in der Zeitungsredaktion entstehen. Der Journalist baut einen faktografischen Text in ein Interview um und so entsteht aus einem wenig attraktiven ein grafisch interessanter Text. Auf diese Art und Weise wird die Abwechslung im Layout der Seite erzielt und der ganze Text wird aufgelockert.

Ad. 2) Meinungsinterview

Bei einem Meinungsinterview wird nach der Meinung der befragten Person(en) gefragt. Dadurch, dass diese Person in den Antworten ihre Meinung äußert und/oder eine Situation kommentiert, wird dieses Interview in den kommentierenden Texten eingeordnet. Bei der Analyse wurde festgestellt, dass Meinungsinterviews in allen analysierten Tageszeitungen Sachinterviews überwiegen.

Fassen wir die wichtigsten stilistischen Eigenschaften eines Sachinterviews zusammen:

1. In einem Sachinterview wird vor allem sachlich informiert und berichtet.
2. Für ein Sachinterview ist eher ein ernsthafter Ton typisch.
3. Die personale Perspektive ist meistens in der 1. Person, ein Sachinterview kann aber auch unpersönlich geschrieben sein (ein „zusammengebautes Interview“).
4. Da es um einen Dialog geht, sind für ein Interview auch Anreden typisch - *Herr Meyer, Sie oder Du*. In einem „zusammengebauten Interview“ finden wir wiederum meistens keine Anreden.
5. In einem Sachinterview finden wir sowohl kurze als auch lange grammatisch korrekt gebildete Sätze. In einem „zusammengebauten Interview“ sind syntaktische Anomalien eher eine Ausnahme.
6. In einem Sachinterview können umgangssprachliche und territoriale Elemente auch vorkommen, eher werden die Aussagen aber auf Hochdeutsch formuliert.

Es wurden drei Varianten von dialogischen Texten nachgewiesen, die ich in meiner Analyse als Sachinterview bezeichnet habe:

1) Interview

Bei einem Interview im engeren Sinne wird eine bestimmte Person von einem Journalisten befragt. Der Journalist stellt eine ganze Reihe von Fragen, auf die eine und dieselbe Person antwortet.

2) Debatte

An einem Gespräch, das in der Zeitung abgedruckt ist, nehmen mehrere Personen teil. Ein Journalist stellt Fragen, die Befragten antworten abwechselnd oder reagieren auf die Antwort eines anderen Gesprächspartners.

3) Frage-Antwort-Text

Es geht um eine sehr kurze Form von einem Interview. Der interviewten Person wird nur eine Frage gestellt, die sie im Text kurz oder ausführlicher beantwortet. (Siehe Text Nr. 11) Zu dieser Variante werden auch Leserbriefe gerechnet, auf die auf der gleichen Seite reagiert wird.

In allen Interviewtypen sind die Fragen von Antworten grafisch abgetrennt. Die Fragen können kursiv oder fett geschrieben sein, sie werden durch Pfeile, Punkte, Nummer u.ä. oder durch den Namen der Sprechenden Person markiert, was dem Leser einer besseren Orientierung dient.

Für Interviews ist auch eine Einleitung typisch, in der das besprochene Thema kurz eingeleitet wird. Es ist z.B. in Form eines Vorspanns, in Form einer einleitenden

Frage, oder in Form eines Titels und Untertitels. Abgeschlossen können diese Texte z.B. durch eine abschließende Frage oder durch eine Danksagung sein.

1.7 Andere beschreibende Textsorten

Zu anderen beschreibenden Textsorten zählen wir Texte, die nicht alle als journalistische Texte bezeichnet werden können. Sie sind aber häufig auf Seiten in der Tagespresse zu finden und dürfen aus diesem Grunde nicht außer Acht gelassen werden.

Textsorte Zitat

Zitate sind kurze Texte, die in allen untersuchten Zeitungen vorkommen und die wir nach ihrem Charakter den beschreibenden, kommentierenden oder unterhaltenden Textsorten zuordnen können. Es geht um Texte, die als Ganzes übernommen worden sind und in Anführungszeichen stehen. Zu den Zitaten, die einen rein sachlich informierenden Charakter haben, gehört z.B. ein abgedruckter Teil der Rede des Präsidenten Busch. Einen anderen Typ von Zitaten finden wir z.B. in der *F.A.Z.* in der Rubrik „Stimmen der Anderen“, wo Informationen aus verschiedenen ausländischen Zeitungen zitiert werden, in der *Süddeutschen Zeitung* dann in der Rubrik „Blick in die Presse“ oder „Internationale Pressestimmen“, in der *Presse* unter „Pressestimmen“.

Ein vorwiegend symbolischer Akt

Die „*Frankfurter Rundschau*“ meint dazu:

„*Russland darf vom Katzentisch...*“

(*F.A.Z.*, 29. 6. 2002, S. 2)

Das Wort "meint" im Untertitel des Zitats aus der *F.A.Z.* signalisiert, dass Zitate dieser Art die in anderen Zeitungen abgedruckten Kommentare und Meinungen zu einem bestimmten Thema darstellen. Nicht selten finden wir noch Zitate einer anderen Art. Es geht nicht um Worte aus anderen Zeitungen, sondern um Sprüche bekannter Persönlichkeiten „TV-Sprüche“ oder Sprüche von Leuten auf der Straße. In der Bild-Zeitung z.B. tritt jedes Zitat immer zusammen mit einem Foto der sprechenden Person auf. Zitate haben also nicht immer eine informative Funktion. In einigen werden Meinungen geäußert (kommentierende Funktion), oder sie sollen unterhalten (unterhaltende Funktion). Zitate können also sowohl den berichtenden als auch den kommentierenden oder unterhaltenden Textsorten zugeordnet werden.

Textsorte Information

Es handelt sich um kurze berichtende, nicht journalistische Texte, deren dominierende Funktion zu informieren ist. Die Informationen haben äußerlich die Form einer Meldung, sie melden aber nicht Aktuelles, sondern informieren über allgemein gültiges, ergänzen Informationen zu einem Thema, das in einem anderen Text angesprochen wurde, oder sie bilden beschreibende Bildunterschriften. Oft handelt es sich um Texte mit einem enzyklopädischen Charakter.

Textsorte Wetterbericht

Wetterberichte sind zum festen Bestandteil fast jeder Zeitung geworden. Der Wetterbericht ist auch ein beliebtes Forschungsobjekt, da es um eine einzigartige Textsorte geht. Er besteht aus einer oder mehreren Grafiken (Karten), aus tabellarischen und durchgehenden Texten über einerseits gegenwärtige, andererseits über zukünftige Wetterlage, aus ikonischen Symbolen usw. Wetterberichte sind also sehr interessante Cluster, die aus mehreren Texten und grafischen Elementen bestehen, die gleichzeitig selbständig berichten und gleichzeitig zusammenhängen.

Zu anderen beschreibenden Textsorten gehören außerdem noch amtliche Bekanntmachungen, Ratschläge, Kochrezepte u.a.

2. Bildjournalistische Darstellungsformen

Es gibt keine Zeitung mehr, die nur reine Texte ohne Fotos, Abbildungen oder andere Bilder präsentieren würde. In der Boulevardpresse überwiegt sogar die Bilder-Fläche über der Fläche, die geschriebene Texte einnehmen. Bilder sind ein wichtiger Bestandteil einer Zeitung, in Zeitungen spielen sie eine unvertretbare Rolle. Das Bild und vor allem seine Auswahl und Platzierung dienen als „Blickfänger“ für den Leser.

Im Falle von Bildern und Fotos können wir von „bildjournalistischen Darstellungsformen“ sprechen. (vgl. Beifuß/Evers/Rauch 1994). Durch Bilder können Situationen oder Sachverhalte dargestellt werden, die sprachlich nur schwierig zu beschreiben und zu erklären sind. Beschreibt ein Bild das Aussehen eines Kängurus, oder die Farbe eines Papageien, ist ein Foto sicher anschaulicher. Man kann sich das Beschriebene besser vorstellen. Das Bild ist in diesem Falle informativer als ein Text. Will man aber dem Rezipienten die Information darüber vermitteln, was ein Känguru frisst, wie schnell es sich bewegt, wie oft es sich vermehrt usw., dann wäre es durch ein Foto nur schwer möglich. In diesem Fall können Texte mehr Informationen übermitteln.

Die Tatsache, dass Bilder ohne Texte selten eindeutig sind, beweisen täglich unsere Printmedien. Ein typisches Beispiel wären Fotos von bekannten Persönlichkeiten, die in einer Situation mit einem ungewöhnlichen Gesichtsausdruck fotografiert worden sind. Verschiedene Kommentare würden solchen Fotos auch verschiedene Bedeutungen geben. Noch markanter ist dieses Text-Bild-Verhältnis bei Werbungen, die auf dem Prinzip des Überraschungseffektes aufgebaut sind. Für diese Werbungen werden sensationelle, emotionale Bilder verwendet, die die Aufmerksamkeit fesseln und Interesse erwecken sollen, die aber inhaltlich mit dem Produkt, für das geworben wird, überhaupt nicht zusammenhängen (z.B. die schockierende Werbung von Benetton).

Immer häufiger werden aber Bilder mit Texten kombiniert. Ein schon klassisches Beispiel wären Comics. Die Bilder werden mit Sprechblasen ergänzt, man lässt die Bilder „sprechen“. Es werden aber auch Kollagen aus Bild und Text zusammengestellt, oder ein Textkommentar wird direkt in ein Foto eingebaut. Ein ziemlich neues Phänomen, in dem Bilder, Pfeile, Linien, Texte usw. eine Einheit bilden, ist die Infografik, ein Typ der journalistischen Grafik. „Eine Informationsgrafik gibt eine journalistische Nachricht als Kombination von Text und grafischer Darstellung wieder.“ (Blum/Bucher 1998: 57) Es handelt sich meistens um Kollagen, die aus Fotos, Grafiken, Texten, Linien, Kurven, Ziffern u.a. bestehen. Mit Hilfe von Infografiken werden Informationen grafisch präsentiert. Infografiken, als grafisch dargestellte Informationen, sind zum festen Bestandteil aller analysierten Zeitungen geworden und neben der primären Funktion zu informieren, haben sie auch die Funktionen die Information übersichtlich zu präsentieren, verständlich zu machen und visuell zu unterstützen.

Schlussfolgerung

Wie die durchgeführte Analyse gezeigt hat, gibt es in den untersuchten Tageszeitungen sechs nachweisbare beschreibende Textsorten mit acht Textsortenvarianten: Meldung (Meldung im engeren Sinne, Bildunterschrift, Vorspann in einem Cluster), Nachricht,

Bericht (Analyse, Bericht im engeren Sinne), Reportage, Porträt, Sachinterview (Interview, Debatte, Frage-Antwort-Text).

Andere informationsbetonte (beschreibende) Textsorten in der Tagespresse, die nicht als reine journalistische Texte bezeichnet werden können, wären dann: Zitat, Information, Wetterbericht, Kochrezept, Ratgebung, amtliche Bekanntmachung, wissenschaftlicher Text u.a.

In allen drei untersuchten Zeitungstypen dominieren kurze journalistische Texte mit der beschreibenden Funktion, die mit der Absicht sachlich, kurz und möglichst neutral zu informieren entstanden sind – Meldungen. In der Qualitätspresse gehören zu den am häufigsten vertretenen Textsorten außerdem noch Berichte und Nachrichten. Diese Textsorten entsprechen völlig den Erwartungen der Leser, die in ihrer Zeitung eine qualitätsvolle Lektüre suchen. Obwohl es um beschreibende Texte geht, wird selbst in der seriösen Presse die Anforderung an eine absolute Objektivität der Nachrichtenvermittlung nicht erfüllt. In Rykalová (2006) wurde bereits erklärt, warum es auch nicht möglich ist. Die am häufigsten vertretenen Meldungen verfügen über einen sehr hohen Grad an Objektivität, Nachrichten bemühen sich darum objektiv zu sein und in Berichten sind schon viele kommentierende und wertende Ausdrücke und Konstruktionen vorhanden. Allgemein kann man über die Texte in der seriösen Presse sagen: Mit der zunehmenden Länge eines Textes wächst auch der Platz für eine subjektive Ausdrucksweise.

In der Boulevardpresse sind sehr häufig nicht-journalistische Texte (Horoskope, Ratschläge, Kochrezepte u.a.) vertreten. Vor allem ist es aber die Textsorte Information. Wie schon erklärt wurde, handelt es sich im Falle von Informationen um sachbetonte Texte, die vor allem in der Qualitätspresse einen enzyklopädischen Charakter haben und in der Boulevardpresse oder in regionalen Zeitungen - einfach geschrieben - eine erklärende, ergänzende Funktion besitzen. Sie bieten zusätzliche Informationen und dienen auf diese Art und Weise einer besseren Verständlichkeit der präsentierten Nachrichten.

Aus der Charakteristik der einzelnen Textsorten ist ersichtlich, dass sich die Boulevardzeitungen um eine einfache, kurze und vor allem verständliche Ausdrucksweise bemühen. Dies erzielen sie mit Hilfe von einfachen Satzkonstruktionen, Verwendung von Alltagssprache (alltägliche Ausdrücke, Modewörter) in einer Form, die der gesprochenen Sprache sehr ähnelt (Ellipsen, Zitate, umgangssprachliche Ausdrücke), Vermeiden von Fachausdrücken und komplizierten gedanklichen und grammatischen Konstruktionen.

Die Boulevardpresse bemüht sich vor allem um einen unmittelbaren Kontakt mit dem Leser, möchte ein Bestandteil seines Privatlebens dadurch werden, dass sie Themen, die ihn entweder direkt betreffen und/oder emotional fesseln, präsentiert. Als Glaubwürdigkeitssignale werden selten seriöse Quellenangaben und Presseagenturen angeführt, betont werden vor allem Aussagen (Zitate) von betroffenen Personen, typisch sind auch große Fotos. Emotional gefärbte Geschichten werden hauptsächlich in Form von Berichten präsentiert.

Literaturverzeichnis:

Primärliteratur:

Der Standard 24. 6. 2002 – 29. 6. 2002

Die Presse 24. 6. 2002 – 29. 6. 2002

Kronen-Zeitung 24. 6. 2002 – 30. 6. 2002

Frankfurter Allgemeine Zeitung 24. 6. 2002 – 30. 6. 2002

Süddeutsche Zeitung 24. 6. 2002 – 29. 6. 2002

Bild 24. 6. 2002 – 30. 6. 2002

Sekundärliteratur:

BEIFUSS, Hartmut/ EVERS, Karl Heinz/RAUCH, Friedrich u.a. (1994): *Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. 2., völlig überarb. Auflage. Paul List Verlag.

BLUM, Joachim/BUCHER, Hans-Jürgen (1998): *Die Zeitung: Ein Multimediu. Textdesign - ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik*. UVK Medien.

BRAND, Peter /SCHULZE, Volker (Hg.) (1997): *Die Zeitung*. Hahner Verlagsgesellschaft.

BUCHER, Hans-Jürgen (1986): *Pressekommunikation. Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht*. Tübingen.

BUCHER, Hans-Jürgen (1998): Vom Textdesign zum Hypertext. In: HOLLY, Werner/BIERE, Bernd Ulrich (Hg.): *Medien im Wandel*. Opladen, Wiesbaden.

GRUBER, Helmut (1991): *Antisemitismus im Mediendiskurs*. Die Affäre „Waldheim“ in der Tagespresse. Wiesbaden.

KURZ, Josef/MÜLLER, Daniel /PÖTSCHKE, Joachim /PÖTTKER, Horst (2000): *Stilistik für Journalisten*. Wiesbaden.

LÜGER, Heinz-Helmut (1995): *Pressesprache*. Germanistische Arbeitshefte, Band 28. Tübingen.

MAST, Claudia (Hg.) (1998): *ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. UVK Medien.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen (1994): *Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt am Main.

RYKALOVÁ, Gabriela (2006): Das Problem der Objektivität bei der Berichterstattung. In: *Sborník prací filozofické fakulty Brněnské univerzity*, roč. 11, S. 91-97.