

# Die heutige Tagespresse und ihre Textsorten

## Teil II

*Gabriela RYKALOVÁ*

### 1. Einführung

Wie im ersten Teil dieses Beitrags (siehe Rykalová 2007) bereits beschrieben wurde, werden in zahlreichen Handbüchern für Journalisten Regeln für die Gestaltung von journalistischen Texten beschrieben und es wird angegeben, welche visuelle und stilistische Form sie als Vertreter bestimmter journalistischer Textsorten haben sollten. Wie sehen aber die einzelnen journalistischen Textsorten in der modernen Presse tatsächlich aus? Sind nicht einige von den die journalistische Theorie beschreibenden Büchern längst veraltet? Um festzustellen, über welche Makro- und Mikrostruktur die einzelnen Textsorten verfügen und welche visuelle Form sie haben, habe ich eine Zeitungsanalyse durchgeführt. Im Mittelpunkt meines Interesses standen journalistische Textsorten, wie sie in der deutschen und österreichischen Tagespresse präsentiert werden. Für die Analyse wurden österreichische und deutsche Tageszeitungen gewählt: Die Qualitätszeitungen – ‚F.A.Z.‘, ‚Süddeutsche Zeitung‘, ‚Der Standard‘, ‚Die Presse‘ und die Boulevardzeitungen – ‚Bild‘ und ‚Kronen-Zeitung‘.

Nach dem Kriterium Funktion werden journalistische Textsorten in beschreibende, kommentierende, verweisende und unterhaltende Texte eingeteilt (vgl. Bucher 1986, Bucher 1998, Gruber 1991)

In dem ersten Teil des Beitrags (siehe Rykalová 2007) wurden die einzelnen **beschreibenden Textsorten**, abgesehen davon, wie sie in der journalistischen Sekundärliteratur beschrieben werden, charakterisiert. Es wurden die tatsächlichen Eigenschaften der in den analysierten Zeitungen gefundenen Texte beschrieben und es wurde auf ihre charakteristischen Merkmale aufmerksam gemacht. Ein Teil des Beitrags wurde auch den **bildjournalistischen Darstellungsformen** gewidmet. Im vorliegenden zweiten Teil wird die Aufmerksamkeit auf die kommentierenden und die verweisenden Textsorten gerichtet.

### 2. Kommentierende Textsorten

Kommentierende Textsorten präsentieren Meinungen und Interpretationen eines Journalisten oder der ganzen Redaktion, eines Fachexperten, eines Prominenten u.a. Sie können Ereignisse oder andere Texte kommentieren. In der Zeitung können kommentierende Texte in allen Rubriken vorkommen. Bei der Analyse wurde nach drei Textsorten gesucht.

#### 2.1 Textsorte Kommentar

Kommentare beziehen sich meist auf aktuelle Geschehen. Sie beziehen sich auf Informationen, die entweder allgemein bekannt sind oder in der Zeitung in Form einer

beschreibenden Textsorte präsentiert wurden. Sie rechnen mit einem bestimmten „Vorwissen“ des Rezipienten.

In seriösen Zeitungen wird darauf geachtet, dass kommentierende Texte von beschreibenden zu unterscheiden sind. In der ‚F.A.Z.‘ sind die Kommentare (auf der Titelseite die Leitglossen) beispielsweise durch eine Linie von anderen Texten getrennt, außerdem verfügen sie über eine andere Schriftart im Titel. In der ‚Süddeutschen Zeitung‘ ist der Kommentar auf der Titelseite mit einer Umrahmung versehen. Im Zeitungsinnen sind die kommentierenden Texte aber nicht immer auf den ersten Blick erkennbar.

In den Zeitungen kann man Kommentare von Redakteuren und Gastautoren in allen Ressorts finden. Auf einigen Seiten haben sie allerdings ihren festen Platz. So gehören beispielsweise die letzten zwei rechten Spalten der Titelseite in ‚F.A.Z.‘ zwei Leitartikeln. In der ‚Süddeutschen Zeitung‘ gehört den Kommentaren die „Meinungsseite“ usw.

Der Kommentar wird beispielhaft an einer Kolumne aus der ‚Kronen Zeitung‘ dargestellt. Dieser bezieht sich auf die Währungsreform, auf ein Thema, das nicht nur für die Österreicher aktuell ist. Obwohl die Autorin nicht direkt sagt, dass sie diese Reform als negativ empfindet, ist das aus vielen wertenden Formulierungen zu erkennen. Zuerst beschreibt sie ihre Enttäuschung, da sie ursprünglich gegenüber dieser neuen Situation optimistisch eingestellt war:

*... hat sich mein naives Gemüt geweigert...  
... über den Teuro zu schreiben...  
... ich wollte es nicht so genau wahrhaben...  
... Den Braten hätte ich schon in den beiden ersten Jännerwochen riechen müssen...  
(Kronen-Zeitung, 24.6.2002, S. 22)*

Dann zählt die Autorin Argumente auf, warum sie den Euro zum „Teuro“ umbenannt hat:

*...Eine Tüte 20 Schilling...und ab 10. satte, heiße 2 Euro...  
...Ach ja, das macht...im kleinen Euroland 27,52 Schilling...  
...Es ist recht günstig: 2,90 Euro. Zu Hause entdeckt sie das alte Preisschild: 29 Schilling... (ebd.)*

In diesem Kommentar sind viele Formulierungen nachzuweisen, die auch für andere Kommentare charakteristisch sind. Neben den schon erwähnten wertenden Ausdrücken sind es z.B.

- aktuelle Wortschöpfungen wie:

*Euroleben, Sparefrohesinnung, Autowaschundputzfeber, Zehn-zu-eins-Umrechnerei u.a.,*

- expressive Ausdrücke, die einer Wertung dienen:

*satte, heiße 2 Euro, eine Protesthaltung niederbügeln, stolze 13,7603 auf die Budel legen,*

- typisch sind auch Wortspiele: *Euro – Teuro,*

- Redewendungen: *sich im Grab umdrehen,*

- oder ihre Paraphrasen:

*Ich will das nicht auch noch schwarz auf grau auf dem Display stehen haben.*

In vielen Kommentaren finden sich unvollständige Satzkonstruktionen. Im untersuchten Text z.B. eine Ellipse: *Im Hildegardladen kauft meine Älteste Badesalz.* oder eine

grammatisch unkorrekte Konstruktion: *Soll heißen:....* Vor allem bei der Redewiedergabe können auch Umgangssprache oder Dialekte vorkommen: *Des mit de Zents, des spüt's net bei mir!* usw. (Kronen-Zeitung, 24. 6. 2002, S. 22)

Nach den analysierten Kommentaren kann man ihre wichtigsten stilistischen Merkmale wie folgt zusammenfassen:

1. In Kommentaren werden Meinungen und Einstellungen zum Ausdruck gebracht, Stellungen erklärt und bewertet.
2. Die personale Perspektive kann in der 1. oder in der 3. Person sein.
3. Kommentare sind meistens im Präsens geschrieben, da sie sich auf Aktuelles beziehen.
4. Meinungen werden direkt durch wertende Adjektive oder indirekt durch Metaphern und Metonymien, expressive Wörter, leicht ironische Wendungen ausgedrückt.
5. Für die Argumentation werden auch rhetorische Figuren wie Anapher, Aufzählungen u.a. verwendet.
6. Häufig kommen auch umgangssprachliche oder dialektale Wendungen, vor allem in der Redewiedergabe, vor.
7. Charakteristisch sind auch unvollständige Sätze und andere syntaktische Anomalien.

## 2.2 Textsorte Glosse

In den untersuchten Zeitungen haben Glossen eine besondere Markierung. Sie sind in jeder Rubrik und in jeder Zeitung anders, man kann aber sofort einen kommentierenden, meinungsbetonten Text erkennen. In den analysierten Zeitungen befinden sich die meisten Glossen in den Ressorts *Feuilleton* und *Sport*, die wenigsten in den Ressorts *Wirtschaft* und *Finanzen*. Von allen journalistischen Textsorten sind Glossen in den Zeitungen am wenigsten vertreten.

Eine Glosse bezieht sich nicht unbedingt auf etwas „brennend“ Aktuelles, kann aber Aktuelles ansprechen. Glossen sind durch zugespitzte Ausdrucksweise, Übertreibungen, Ironie usw. charakterisiert. Ein schönes Beispiel ist eine Glosse im Ressort Sport aus der ‚Süddeutschen Zeitung‘:

Die ersten Zeilen könnten Ausrufe des Trainers der deutschen Fußballmannschaft sein. Nur, dass hier sehr übertrieben wird:

*Anwesenheit., Luft., Munter wirken., Luft holen.*

(Süddeutsche Zeitung, 26.6.2002, S. 16)

Zu finden sind auch ironische Kommentare wie:

*Korea jetzt von rechts nach links. Und zurück.*

*Wer jetzt einschläft, ist verloren.*

*Für die 2. Halbzeit überlegt sich Adam ein anderes Konzept. usw. (ebd.)*

Auch Wortspiele kommen in dieser Glosse oft vor, z.B:

*Klose vorne lose und in der 70. raus.*

*Als würde der Fußball sagen, „ich verwarne Ihnen!“ Als würde Deutschland antworten, „ich danke Sie!“ Nee, Kinders, es wird langsam kritisch. (ebd.)*

Wie es bei Glossen üblich ist, endet auch diese mit einer Pointe:

*Deutschland alaaf! Adam gratuliert. Im Überschwang. (ebd.)*

Die wichtigsten stilistischen Merkmale einer Glosse können wie folgt zusammengefasst werden:

1. Eine Glosse ist meinungsbetont. Es werden Meinungen und Stellungnahmen präsentiert.
2. Es werden wertende Ausdrücke verwendet.
3. Eine Glosse hat stark subjektiven Charakter.
4. Glossen sind durch einen humoristischen, ironischen, salopp-unterhaltenden Ton charakteristisch. Zu betonen sind Wortwitze und Ironie.
5. In einer Glosse werden verschiedene Stilebenen vermischt.
6. Typisch sind Paraphrasen, Metaphern, doppeldeutige Ausdrücke, Wortspiele u.a.
7. Eine Glosse endet meistens mit einer Pointe.

### 2.3 Textsorte Rezension

Rezensionen werden vor allem im Feuilletonteil einer Zeitung platziert. Es geht vor allem um:

#### 1) Buchrezensionen

Buchrezensionen sind am häufigsten vertreten. In der ‚Süddeutschen Zeitung‘ und auch in der ‚F.A.Z.‘ findet man sie in der Rubrik ‚Literatur‘, in der ‚F.A.Z.‘ auch in der Rubrik ‚Sachbücher‘ und sogar im Wirtschaftsteil, in der Rubrik ‚Wirtschaftsbücher‘.

#### 2) Filmrezensionen

Sie sind vor allem in den Rubriken ‚Kultur‘ und ‚Medien‘ zu finden. Andere gefundene Rezensionstypen sind z.B.:

#### 3) Rezensionen über Theatervorstellungen

#### 4) Rezensionen über Konzerte

#### 5) Rezensionen über Radiosendungen

Rezensionen sind von anderen meinungsbetonten Textsorten aufgrund der in ihnen behandelten Themen leicht zu unterscheiden. Sie besprechen ein neues Buch, eine Theatervorstellung, eine Ausstellung u.ä. Vor allem sind Buchrezensionen ihrer Makrostruktur nach auf den ersten Blick zu erkennen. Das erste kennzeichnende Merkmal sind die performativen Rubrikbezeichnungen: ‚Literatur‘, ‚Politische Bücher‘. Das zweite Merkmal sind genaue Angaben über das Buch nach oder vor der Rezension:

*Martin Z. Schröder: "Allgemeine Geschäftsbedingungen". Alexander Fest Verlag, Berlin 2002. 304 S., geb., 17,90 E.*

Der dritte Hinweis auf eine Rezension findet sich oft im Titel:

*Wenn die Sonne die Erde umgreift  
Heiliger Lukács! Martin Z. Schröders Debütroman*  
(F.A.Z., 24.6.2002, S. 42)

Buchrezensionen in der ‚Süddeutschen Zeitung‘ sind sehr ähnlich aufgebaut. Was die Mikrostruktur der Texte angeht, sind in Rezensionen viele wertende Formulierungen nachzuweisen. Ein schönes Beispiel ist eine Konzertrezension in der ‚F.A.Z.‘:

*...das hätte genauso gut von jemand anderem sein können als von dem kleinen Dicken, der im grauen Anzug erschienen war, mit Sonnenbrille und Angeberhut.  
Dass er nicht singt, sondern etwas anderes tut, ...  
... aber etwa jedes zweite Lied ist gut, das eine oder andere sogar sehr gut.  
Ray Charles war in dem Alter live besser.  
(F.A.Z., 24.6.2002, S. 43)*

Viele Buchrezensionen sind nach einem ähnlichen Muster aufgebaut, was auch in der Rezension in der ‚F.A.Z.‘ zu sehen ist. Zuerst wird die Handlung des Buches beschrieben und die Hauptpersonen werden vorgestellt, dann folgt die wertende Passage, welche die Schwächen und Stärken des Buches beschreibt. In dieser Buchrezension findet man typische Formulierungen wie:

*In vier Kapiteln erzählt Schröder von...  
...zeigt das Kurze Schlusskapitel.  
... knüpft an die Dokumentarliteratur der siebziger Jahre an ...  
Viele Figuren werden umständlich beschrieben, ... u.a.  
(F.A.Z., 24.6. 2002, S.42)*

Die meisten Rezensionen in der ‚F.A.Z.‘ und in der ‚Süddeutschen Zeitung‘ sind in hohem Stil geschrieben und meistens von literarischer Qualität. Rezensionen dieser Art wurden in der Untersuchungszeit in der Boulevardpresse nicht gefunden. In der ‚Bild‘ ist keine Rezension vorhanden, in der ‚Kronen-Zeitung‘ gibt es nur wenige.

## **2.4 Textsorte Interview**

Die Analyse hat gezeigt, dass auch einige Interviews eine kommentierende Funktion haben. Das Interview ist ein Gespräch. In der Zeitung findet es sich in Form eines gedruckten Textes, der als Resultat einer sprachlichen Tätigkeit in mehr oder weniger geänderter Form veröffentlicht wurde.

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

- 1) das beschreibende Interview (Sachinterview)
  - 2) das kommentierende Interview (Meinungsinterview)
- (vgl. Lüger 1995)

### 1) Sachinterview

Das Sachinterview wurde im ersten Teil dieses Beitrags näher beschrieben (siehe Rykalová 2007).

### 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 diese Art des Interviews den kommentierenden Texten zugeordnet. Bei der Analyse wurde festgestellt, dass Meinungsinterviews gegenüber Sachinterviews in allen analysierten Tageszeitungen überwiegen.

Die wichtigsten stilistischen Eigenschaften eines Interviews zusammengefasst:

#### a) Meinungsinterview

1. In einem Meinungsinterview wird nicht nur mitgeteilt und beschrieben, sondern auch kommentiert, bewertet und Meinung geäußert.
2. Ein Meinungsinterview kann seriös, ernsthaft und sachbezogen oder auch humoristisch aufgelockert formuliert sein.
3. Die personale Perspektive ist meistens in der 1. Person.
4. Da es um einen Dialog geht, sind für ein Interview auch Anreden typisch - *Herr Meyer, Sie* oder *Du*.
5. Charakteristisch für einen Dialog sind kürzere und syntaktisch anormale Sätze, wie z.B. Ellipsen oder Ausklammerungen.
6. Da es um Dialoge geht, findet man in Interviews typische Merkmale der gesprochenen Sprache wie Füllwörter, Parenthesen, umgangssprachliche und dialektische Elemente u.a.
7. Vor allem in einem Meinungsinterview sind expressive, aber auch humorvolle oder sogar ironische Formulierungen nachzuweisen.

Es wurden vier Varianten von dialogischen Texten untersucht, die in der vorliegenden Analyse als Meinungsinterview bezeichnet werden:

#### 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 ein 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) Umfrage

Mehreren Personen wird die gleiche Frage gestellt. Man geht davon aus, dass den Leser verschiedene Meinungen zu einem Thema interessieren.

#### 4) Frage-Antwort-Text

Es geht um eine sehr kurze Form des Interviews. Der interviewten Person wird nur eine Frage gestellt, die sie im Text kurz oder ausführlicher beantwortet.

## 2.5 Andere kommentierende Textsorten

### 2.5.1 Leserbriefe (Kommentare der Leser)

Leserbriefe sind in keiner analysierten Zeitung beliebig verstreut, sie haben meistens ihren festen Platz. In der ‚F.A.Z.‘ ist es die Rubrik ‚Briefe an die Herausgeber‘, in der ‚Süddeutschen Zeitung‘ ‚Leserbriefe‘, im ‚Standard‘ ‚Leser‘, in der ‚Bild‘ die Rubrik ‚Leser schreiben in Bild‘ usw. Ihr Design ist aber in jeder Zeitung unterschiedlich. Sie können mit einem Titel versehen sein oder ohne Titel auftreten, sie sind nebeneinander oder untereinander platziert, sie sind allerdings immer von anderen Texten durch eine Linie abgetrennt. Charakteristisch sind sie durch ihren Anfang:

#### ***Pädagogischer Sündenfall***

*Zum Bericht „Buhlmann: Es gibt keine Sieger und Verlierer“ (F.A.Z. vom 25. Juni):*

(F.A.Z. 29.6.2002, S. 9)

***Schuld sind die anderen***

*In Bayern lesen die Schüler zum Vergnügen / SZ vom 24. Juni*

(Süddeutsche Zeitung, 26.6.2002, S. 44)

***Ironie deplatziert***

*Betrifft: "Umweltexport und hausmüllinterner Streit" Der Standard, 18.6. 2002*

(Der Standard, 28.6. 2002, S.35)

Da in Leserbriefen Meinungen der Leser geäußert werden, können Leserbriefe zur Textsorte Kommentar gerechnet werden. Es handelt sich eigentlich um Kommentare der Zeitungleser. In ihren Briefen kommentieren sie abgedruckte Artikel, vor allem wenn sie mit der geäußerten Meinung nicht einverstanden sind. Da Leserbriefe nicht zu rein journalistischen Textsorten gehören, werden sie „anderen kommentierenden Textsorten“ zugeordnet.

### **2.5.2 Textsorte Zitate**

Zitate, wie schon beschrieben, können eine beschreibende, kommentierende oder unterhaltende Funktion haben. Alle drei Typen wurden bereits im ersten Teil dieses Beitrags charakterisiert.

## **3. Verweisende Textsorten**

Verweisende Texte dienen einer besseren Orientierung in der Zeitung. Sie erfüllen die Funktion eines Inhaltskastens, haben aber auch andere Aufgaben – sie sollen den Leser neugierig machen, viel versprechend wirken und vor allem auf einen Artikel im Zeitungsinnen aufmerksam machen.

Verweistexte findet man in allen analysierten Zeitungen. Sie befinden sich immer auf der Titelseite und oft am Anfang eines selbständigen Ressorts in einem Inhaltskasten am linken oder rechten Rand untereinander gereiht, im unteren Teil der Seite nebeneinander gereiht oder in einer breiten Zeile über oder unter dem Zeitungstitel. Nachzuweisen sind verschiedene Varianten von Verweistexten.

### **3.1 Überschriften-Ankündigungen**

Sie bestehen:

- a) aus einem oder mehreren Sätzen, die als Titel (und Untertitel) auftreten und die die gleichen Aufgaben erfüllen wie der Artikeltitel, auf den sie verweisen, mit dem sie aber nicht identisch sind.

*Wer wie Rudi Völler den einfachen Erkenntnissen seines Lebens vertraut, muss anderen nichts mehr beweisen. 10*

(F.A.Z., 29. 6. 2002, S.1)

- b) aus einem oder mehreren Sätzen und gleichzeitig einem Bild

**PREISWERT** (Abbildung einer Briefmarke)

*Nicht nur für Liebhaber:*

*Briefmarken als Geldanlage, Seite 47*

(F.A.Z., 30. 6. 2002, S. 41)

### 3.2 Problemanreißer

Sie bestehen aus einer Frage:

***Ein ungleiches Duell?***

*Die Chancen der Deutschen, Seite 13*

(F.A.Z., 30. 6. 2002, S. 1)

### 3.3 Meldungsanreißer

Sie bilden eine ganz kurze Meldung, die einen längeren Text im Zeitungsinnen ankündigt.

***Terror-Drohung gegen Love-Parade***

***Im Auftrag von bin Laden plant ein Terrorkommando  
einen Anschlag auf die Berliner Love-Parade Seite 2.***

(Bild, 25. 6. 2002, S. 1)

Meldungsanreißer sind eigentlich kurze Meldungen und könnten auch der Textsorte Meldungen zugeordnet werden. Da sie aber eine verweisende Funktion haben, werden sie in dieser Analyse als Verweistexte bezeichnet. Ein wichtiges unterscheidendes Merkmal ist der Verweis auf eine andere Seite im Zeitungsinnen unter dem Text.

Eine besondere Gruppe von verweisenden Texten findet sich in der ‚Bild-Zeitung‘ und in der ‚Süddeutschen Zeitung‘. Es handelt sich um Verweistexte, die auf die eigenen Internet-Seiten verweisen: „Heute bei www.“ (Bild, 24.6.2002, S. 1) und „sueddeutsche.de“ (Süddeutsche Zeitung, 24. 6. 2002, S. 1).

Einen verweisenden Charakter haben auch Hinweise unter einigen Meldungen und Nachrichten auf der Titelseite. Die Seitenangaben in Klammern verweisen auf Texte im Zeitungsinnen, die über das gleiche Thema berichten oder mit dem besprochenen Thema zusammenhängen, wie z.B.: (*Fortsetzung Seite 2, siehe Seiten 3 und 12.*)

## 4. Unterhaltende Textsorten

Neben den beschreibenden, kommentierenden und verweisenden sind in der Tagespresse auch unterhaltende Textsorten zu finden. Es handelt sich um nicht-journalistische Texte, wie z.B. **Roman auszüge, Lieder, Witze, Rätsel, Horoskope**. Diese Texttypen wurden nicht näher analysiert, es wurde aber untersucht, in welchem Maße sie in verschiedenen Zeitungstypen vertreten sind.

## 5. Schlussfolgerung

Die heutigen Zeitungen bestehen nicht mehr nur aus reinen Nachrichten, ihre Funktion ist längst nicht mehr nur zu informieren. Sie helfen, die öffentliche Meinung zu bilden, bieten Leserservice an und haben auch unterhaltende Funktion – Zeitungen sind multifunktionell.

Obwohl die ursprünglich informierende Funktion immer an erster Stelle steht, treten auch andere in den Vordergrund. Die verweisende Funktion hängt mit der großen Informationsmenge, die in Zeitungen präsentiert wird, zusammen. Diese besitzen Texte, die dem Leser als Orientierungshilfe dienen sollen.



In den untersuchten Tageszeitungen gibt es drei nachweisbare kommentierende Textsorten: Kommentar, Glosse, Rezension.

Von anderen meinungsbetonten (kommentierenden) Textsorten in der Tagespresse, die nicht als reine journalistische Texte bezeichnet werden können, wurden zwei gefunden: Leserbrief und Zitat.

In der Qualitätspresse überwiegen Kommentare, die oft ihren festen Platz haben und meistens optisch von anderen Texten abgetrennt sind. In der Boulevardpresse ist das nicht immer so. Zu finden sind Texte, die den makrostrukturellen Merkmalen nach zur Textsorte Bericht gehören würden, nach den stilistischen Merkmalen aber zur Textsorte Kommentar.

In der Boulevardpresse dominieren „Andere Textsorten“. Es handelt sich vor allem um kommentierte Zitate bekannter Persönlichkeiten oder von Leuten auf der Straße. Auf diese Art werden einerseits präsentierte Meinungen durch Authentizität unterstützt, andererseits wirkt die Präsentation der Meinung dank direkter Rede authentischer und überzeugender.

In den untersuchten Tageszeitungen gibt es drei nachweisbare verweisende Textsorten: Überschriften-Ankündigung, Problemanreißer und Meldungsanreißer.

Unterhaltende Texte sind, vergleicht man die drei analysierten Zeitungstypen, am häufigsten in der Boulevardpresse vertreten. Das hängt mit der Tatsache zusammen, dass die Funktion „unterhalten“ in der Boulevardpresse immer mehr in den Vordergrund tritt. Die unterhaltende Funktion ist auch bei den beschreibenden und kommentierenden Textsorten deutlich zu spüren. „Beschreiben“ und „kommentieren“ sind bei diesen Texten die primären Funktionen. Die sekundäre Funktion ist „unterhalten“.

## **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:**

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

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

BUCHER, Hans-Jürgen: Vom Textdesign zum Hypertext. In: HOLLY, Werner/BIERE, Bernd Ulrich

- (Hrsg.) (1998): *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 (Hrsg.) (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. (2007): Die heutige Tagespresse und ihre Textsorten. Teil I. In: Ostravská univerzita v Ostravě (Hrsg.): *Studia germanistica. Nr. 2*. Ostrava.

## **Résumé**

Současný denní tisk a jeho textové druhy. Část druhá

Mluvíme-li o textových durzích denního tisku, myslíme na konkrétní texty v novinách, které označujeme jako zpráva, komentář, reportáž atd. V různých příručkách pro novináře je popisováno, jakou mají mít jednotlivé příspěvky, a to v souvislosti s textovým druhem, který zastupují, grafickou úpravu a jakým stylem mají být napsány. Protože ale ne vždy teorie odpovídá praxi, jsou v tomto článku charakterizovány skutečné vlastnosti jednotlivých žurnalistických žánrů, a to na základě provedené analýzy vybraných německých a rakouských novin. V první části příspěvku (viz. Rykalová 2007) byly charakterizovány jednotlivé textové druhy s funkcí informovat. V následujícím druhém dílu je pozornost věnována textům s funkcí komentovat a textům s funkcí odkazovat.

## **Summary**

On speaking about newspaper text types we mean concrete texts in newspapers which are referred to as news reports, commentaries, stories etc. A number of handbooks serve to instruct journalists on what kind of layout and style they should employ when producing their texts with respect to the particular text type in question. As theory does not always correspond with practice, the article describes the actual characteristic features of the respective journalistic genres based on an analysis of selected German and Austrian newspapers. The first part of the paper (see Rykalová 2007) characterised the particular text types with an informative function. The next part pays attention to text types whose function it is to commentate as well as to text types with a referential function.