

GABRIELA RYKALOVÁ

JOURNALISTISCHE TEXTSORTEN UND IHRE EINTEILUNG

Einleitung

Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Internet und andere Massenkommunikationsmittel entwickeln sich so schnell, dass ihre Klassifikation, die noch vor einem Jahr aktuell war, nächstes Jahr schon veraltet, übertroffen und den neuen Bedingungen nicht entsprechend sein könnte. Ähnliches gilt auch für die Beschreibung und Bestimmung von einzelnen publizistischen Textsorten. Die Definition einer Nachricht aus den sechziger Jahren würde nur wenig den heutigen Nachrichten entsprechen. Ein konkretes Beispiel dafür ist die Anforderung an die absolute Objektivität einer Nachricht. Genauso schwierig wäre, eine klare Grenze zwischen einzelnen publizistischen Textsorten zu ziehen. Einen Grund dafür, der mit der Entwicklung der Textsorten zusammen hängt, hat schon Mistrík¹ genannt. Bei administrativen und wissenschaftlichen Texten geht ihm zufolge die Entwicklung von der Textsorte zum Stil. Das heißt, dass sich der Textsortenstil mit der Zeit entwickelt und verfeinert hat. Bei journalistischen Texten war dieser Prozess umgekehrt. Es sind Texte mit ihrem eigenen Stil entstanden, für die man bis heute eine Klassifikation sucht. Und es ist keine einfache Aufgabe, denn die einzelnen Textsorten sind nur Benennungen für Inhalte, die sich mit der Zeit ständig verändern und den Anforderungen der Rezipienten anpassen.

In diesem Beitrag soll auf Probleme der Klassifikation von journalistischen Textsorten aufmerksam gemacht werden. Es soll auch eine andere mögliche Klassifikation sowohl der „alten“ als auch der neuen Textsorten im Bereich der Publizistik vorgestellt werden.

¹ Vgl. Mistrík 1975:101

Entstehung von neuen Textformen

Schon immer hatte jede Zeitung ihr eigenes Image, durch das sie sich von anderen Zeitungen unterschied. In den letzten Jahren hat sich aber das Aussehen der Printmedien auf der ganzen Welt wesentlich geändert. Ein Grund ist die zunehmende Konkurrenz durch andere Massenmedien (Radio, Fernsehen und in der letzten Zeit vor allem das Internet).

Der Leser ist anspruchsvoller geworden. Deswegen möchte er vor allem schnell und effektiv informiert werden. Das heißt, ohne viel Aufwand, möglichst viele Informationen bekommen.

Der Leser steht im Vordergrund, es wird um seine Aufmerksamkeit „gekämpft“. Man will die Zeitung nicht nur funktionell gestalten, sie soll attraktiv und lesefreundlich sein. Sie soll dem Leser bei seiner Orientierung in der unüberschaubaren Informationsmenge behilflich sein. Dazu dienen nicht nur die Bilder, die Inhalte der Texte veranschaulichen, sondern auch die visuelle Segmentierung der Texte. Bei einer schnellen Orientierung und Selektion helfen dem Leser auch zahlreiche Orientierungshilfen. Gute optische Aufbereitung gewinnt den Leser, der an visuelle Informationen, die im Fernsehen und Internet präsentiert werden, gewöhnt ist. Deswegen bemüht man sich auch, die Informationen in Printmedien mehr zu visualisieren. Und visuelle Mittel unterstützen wiederum die Verständlichkeit und Übersichtlichkeit des Zeitungsinhalts.

Nussbaumer beschäftigt sich mit Möglichkeiten einer leserfreundlichen Aufbereitung des Textes. Bei ihm finden wir den Terminus „Text-Großgliederung“². Das heißt, dass der Text in kleinere Einheiten, wie Titel, Untertitel, Vorspann usw. gegliedert wird.

Genauso spielt nach Daneš³ die Aufteilung eines Textes in der modernen Zeitung eine wichtige Rolle. Dadurch, dass ein Langtext in kleinere Segmente (wie z.B. Absätze oder kürzere Texte) geteilt wird, werden die Informationen optisch gegliedert und der Leser kann sich im Text besser orientieren. Daneš macht vor allem auf die kommunikative Funktion aufmerksam, die bei einer Textteilung im Vordergrund steht und die dem Leser ermöglicht, „die inhaltliche Seite des Textes auf eine expressivere, explizitere Weise zu artikulieren“⁴.

Bei Bucher⁵ finden wir den Terminus „Delinealisierung der Textstruktur“. Es geht aber nicht nur um eine räumliche Gliederung. Ein langer Text wird auch durch Linien, Umrahmungen und Zwischentitel optisch geteilt, oder sogar in optisch selbständige, aber zusammenhängende Texte zerlegt, die durch das gleiche Thema und oft auch durch den gleichen Titel zu einer Einheit verknüpft werden. Bucher erklärt, warum so zerlegte Texte für den Leser attraktiver sind: „Einerseits bietet ein Ensemble aus verschiedenen Beiträgen auch verschiedene

2 Nussbaumer 1991:265

3 Vgl. Daneš 1999

4 Daneš 1999:381, Übersetzung Autorin

5 Bucher1998:82

Einstiegsmöglichkeiten für den Leser und verschiedene Nutzungsstrategien. Während der Langtext den Leser vor eine Alles-oder-Nichts-Entscheidung stellt...“⁶

Die Entwicklung von neuen Textdesign-Formen führte nach Bucher⁷ auch zur Entstehung von neuen Textformen. Bucher bezeichnet diese neuen Formen als „Verweis- oder Orientierungstextsorten“ (Meldeanreißer, Problemanreißer, Überschriften-Ankündigungen), die eben eine Navigationshilfe darstellen.

Bertachten wir aber zuerst einige Klassifikationsvorschläge der traditionellen journalistischen Textsorten.

Journalistische Textsorten

Brand und Schulze⁸ nennen die einzelnen Medientexte „journalistische Darstellungsformen“. Sie unterscheiden nicht zwischen „reinen“ journalistischen Texten, wie z.B. Nachricht, Bericht, Reportage, und den Texten, wie Erzählungen, Kapitel aus Romanen usw., die zwar in den Zeitungen zu finden sind, die aber zu der Gruppe „literarische Texte“ gehören würden. Diese Darstellungsformen teilen sie in drei Gruppen:

1. informierende Darstellungsformen,
2. meinungsäußernde Darstellungsformen und
3. unterhaltende Darstellungsformen.

Nach Noelle-Neumann/Schulz/Wilke⁹ lassen sich journalistische Texte genauso in drei Gruppen teilen. Das entscheidende Kriterium bei dieser Einteilung ist die Funktion der Texte. Die Funktion „informieren“ haben die tatsachenbetonten Texte, die Funktion „überzeugen“ die meinungsbetonten Formen und die Funktion „unterhalten“ ist für die phantasiebetonten Formen charakteristisch. In ihrer Aufteilung beschränken sie sich allerdings nicht nur auf Texte der Printmedien, sondern schließen in ihre Klassifikation auch die Textsorten der elektronischen Medien ein. So werden zu den phantasiebetonten Formen auch „Spielfilme“, „Hörspiele“ u.a. gezählt. Dies führt zur folgenden Aufteilung:

1. tatsachenbetonte Formen mit der Funktion „informieren“,
2. meinungsbetonte Formen mit der Funktion „überzeugen“ und
3. phantasiebetonte Formen mit der Funktion „unterhalten“.

Eine ähnliche Unterteilung finden wir auch bei Claudia Mast im „ABC des Journalismus“¹⁰. Auch sie nennt journalistische Texte „Darstellungsformen“ und unterscheidet zwischen tatsachenbetonten, meinungsbetonten und phanta-

6 Bucher 1996:44

7 Bucher 1996:33

8 Vgl. Brand/Schulze 1997

9 Vgl. Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 1994

10 Vgl. Mast 1998

siebetonten Formen. Genauso wie Noelle-Neumann/Schulz/Wilke unterscheidet sie in dieser Einteilung nicht zwischen Printmedien, Radio und Fernsehen.

Es ist deutlich, dass sich die einzelnen Klassifikationen nach der Funktion der journalistischen Texte im Grunde nur wenig voneinander unterscheiden. Die drei Funktionen, die genannt werden, sind: informieren, kommentieren (Meinung äußern) und unterhalten.

In meiner Einteilung möchte ich mich auf journalistische Texte der Printmedien beschränken. Phantasiebetonte Formen (literarische Texte) bleiben unberücksichtigt.

Textsorten in der Presse

„Presstexte weisen zwar eine Reihe medienbedingter Gemeinsamkeiten auf, sie stellen aber trotzdem eine in vielerlei Hinsicht heterogene Menge von Texten dar.“¹¹ Obwohl es mehrere Klassifikationsvorschläge von journalistischen Texten gibt, wurde bis jetzt keine einheitliche Typologie ausgearbeitet.

Bucher teilt zum Beispiel die „pressespezifischen Grundformen der Kommunikation“¹² nach den typischen Gestaltungsmustern und deren Funktion in zwei Gruppen ein.

1. Texte, die Ereignisse beschreiben, über Ereignisse berichten,
2. Texte, die Ereignisse oder andere Texte kommentieren, dazu Stellung nehmen.

Gruber¹³ zum Beispiel teilt die Textsorten auf eine ähnliche Weise:

1. berichtende Textsorten,
2. meinungsbetonte Textsorten.

Die wohl bekannteste Klassifikation ist die von H.- H. Lüger. Nach dem Kriterium Intentionalität, d.h. nach der Funktion der Texte, nach ihrer kommunikativen Rolle in ihrem Kontext, unterscheidet er fünf Klassen von Texten¹⁴:

- 1) informationsbetonte Texte,
- 2) meinungsbetonte Texte,
- 3) auffordernde Texte,
- 4) instruierend-anweisende Texte und
- 5) kontaktorientierte Texte.

11 Lüger 1995:65

12 Bucher 1986:66

13 Vgl. Gruber 1991

14 Lüger 1995:66

Die wichtigste Gruppe bilden Texte, bei denen der Intentionstyp „informieren“ dominiert. Diese informationsbetonten Texte informieren den Leser darüber, was er wissen möchte oder sollte, und darüber, was ihn interessieren könnte. Die dominierende Funktion dieser Texte ist „informieren“. Durch diese Texte will man erreichen, „dass der Empfänger einen bestimmten Sachverhalt zur Kenntnis nimmt“¹⁵.

Bei meinungsbetonten Texten handelt es sich um Texte mit der dominierenden Funktion „bewerten“, „kommentieren“. Die Informationen werden nicht mehr als Tatsachen, sondern als Meinungen oder Äußerungen mit verschiedener Abstufung von Wahrscheinlichkeit¹⁶ präsentiert.

Eine Gruppe aus Lügers Klassifikationssystem, die m.E. nicht unterschieden werden muss, bilden die auffordernden Texte. Nach Lüger sollen es diejenigen Texte sein, die die Einstellung des Lesers beeinflussen, das heißt, dass „mit der Äußerung eines Textes an den/die Empfänger appelliert wird, eine bestimmte Haltung einzunehmen“.¹⁷ Nun ist aber fraglich, ob es sich hier wirklich um eine selbständige Textklasse handelt, denn der Leser nimmt eine Haltung ein, oder reagiert auf eine bestimmte Weise auch nach dem (und zwar vor allem nach dem) Lesen eines meinungsbetonten Textes, der zwar die Meinung einer anderen Person präsentiert, gleichzeitig aber zum Nachdenken anregt. Wenn ich mit dem meinungsbetonten Text, genauso wie mit dem auffordernden Text, das gleiche Ziel erreiche, frage ich mich, wo die Grenze zwischen diesen zwei Textklassen liegt. Auch Lüger ist sich der Schwierigkeiten bei einer Abgrenzung bewusst.¹⁸ Wenn man also Texte, die den Leser auffordern, zu der Textsorte „Kommentare“ zuordnen kann, scheint mir diese Textklasse überflüssig zu sein. Das beweist auch selbst Lüger, wenn er sagt, dass „sich in der journalistischen Praxis keine eigenen Textsortenbezeichnungen für Aufforderungstexte eingebürgert haben. Man spricht durchwegs von „Kommentaren“, „Leserbriefen“, „Interviews“, ohne den unterschiedlichen Handlungscharakter terminologisch zum Ausdruck zu bringen.“¹⁹

Genauso problematisch scheint mir die Textklasse der instruierend-anweisenden Texte zu sein. Die Funktion dieser Texte ist, die instruierenden Anweisungen zu einer Handlung zu geben, aber nicht aufzufordern. „Vielmehr sollen (...) geeignete Maßnahmen zur Kenntnis gebracht werden, mit denen sich der Ausgangszustand verändern lässt. (...) Für den Leser kommt es darauf an, dass der behauptete Zusammenhang auch tatsächlich zutrifft, der Text folglich das Wissen vermittelt“.²⁰ Diese Texte haben wiederum das Ziel, dass der Leser eine Information „zur Kenntnis“ nimmt und sie wollen „das Wissen vermitteln“. Es geht hier

15 Lüger 1995:67

16 Vgl. Lüger 1995:68

17 Lüger 1995:70

18 Vgl. Lüger 1995:70

19 Lüger 1995:147

20 Lüger 1995:72

um das gleiche Ziel wie bei den informationsbetonten Texten. Es handelt sich hier zwar nicht um wichtige politische Texte, sondern um z.B. einfache Ratschläge, trotzdem wollen diese Texte vor allem informieren. Sie enthalten Informationen darüber, wie man mit einem Gerät umgeht (Gebrauchsanweisung), wie man sich um eine bestimmte Pflanze kümmern sollte (Ratgebung) usw.

Die letzte Gruppe bilden die kontaktorientierten Texte. Nach Lüger sollen sie auf ein bestimmtes Informationsangebot aufmerksam machen, einen Kontakt mit dem Leser herstellen. „Als kontaktorientiert können nun solche Äußerungen bezeichnet werden, denen die dominierende Intention zuschreibbar ist, die Aufmerksamkeit des Empfängers auf eine bestimmte Information (bzw. Aspekte davon) oder auf den Informationsträger selbst zu lenken.“²¹ Lüger meint damit Texte, die z.B. auf einen längeren Text im Zeitungsinnern aufmerksam machen.

Lüger ordnet dieser Textklasse alle Mittel, dank denen ein Text auffällig sein soll, zu und nennt den Namen der Zeitung, die Aufmachung der Titelseite, Überschriftenkomplexe, Lead und Zwischenüberschriften²². Sollten wir dann nach Lüger auch einzelne Überschriften als kontaktorientierte Texte bezeichnen, nur weil sie auf sich eine größere Aufmerksamkeit ziehen?

Das, worauf Lüger im Zusammenhang mit dieser Textklasse aufmerksam machen will, ist eine besondere Gruppe von Texten auf der Titelseite, die auf einen anderen Text in der Zeitung verweisen, und in Zeitungen immer häufiger vorkommen. Bucher sieht in diesen Texten neue Textsorten, die es früher in den Zeitungen nicht gab, und bezeichnet sie als „Neue Verweis- und Orientierungstextsorten“²³. Es sind:

1. der Meldungsanreißer,
2. der Problemanreißer,
3. Überschriften-Ankündigungen und
4. illokutionäre Ankündigung

1. Meldungsanreißer

Diese Verweistexte kann der Leser als ganz kurze „Mini-Meldungen“ lesen. Er empfindet diese Informationen entweder als genügend, da er sich für dieses Thema nicht interessiert, oder er möchte über dieses Thema mehr wissen und sucht den vollständigen Text im Zeitungsinnern.

2. Problemanreißer

Die Problemanreißer bestehen meistens aus einer Frage, die den Leser neugierig machen soll. Interessiert sich der Leser für dieses Thema, sucht er in der Zeitung nach einer Antwort.

3. Überschriften-Ankündigungen

Es werden nur Artikel-Überschriften angekündigt, die eine ähnliche Funktion wie die Kapitelbenennungen in einem Inhaltsverzeichnis haben.

21 Lüger 1995:73

22 Lüger 1995:79

23 Bucher 1998:78

Diese Texte haben das traditionelle Layout der Titelseite verändert. Sie bestehen aus einem oder mehreren Sätzen oder einer Ellipse, und machen auf Texte im Zeitungsinnen aufmerksam, sie verweisen. Sie sind im Zusammenhang mit der Anforderung nach einer funktionellen Gestaltung, zeitökonomischer und effektiver Lektüre entstanden. Lüger bezeichnet solche Texte, zu denen außerdem noch Vorworte, Inhaltsverzeichnisse, Korrigendarlisten u.ä. zu rechnen wären in Anlehnung an Schwitalla als „Anhangstexte“.²⁴

Außer den Verweistexten macht Bucher²⁵ noch auf neue „visuelle Textformen“ aufmerksam, die durch ihre optische Gestaltung auffällig sind. Diese Texte hängen mit der Delinealisierung der Textstruktur zusammen - ein Text wird mit Hilfe von visuellen Mitteln „visualisiert“, d.h. gezielt in mehrere Teile zerlegt, durch Linien und Zwischentitel optisch geteilt usw. Bucher nennt folgende visuelle Textformen:

1) Synoptische Texte

„Synoptisch“ verstehen wir in unserem Zusammenhang als „übersichtlich“. Lange Texte werden spaltenweise unter einem bestimmten Ordnungskriterium in mehrere optisch getrennte Teiltex-te zerlegt.

2) Übersichtstexte

„Ihre Struktur ist optisch durch typografische und textdesignerische Mittel, wie Aufzählungs- und Gliederungszeichen oder durch Nummerierungen gekennzeichnet.“²⁶

3) Cluster

Sie bestehen aus mehreren Einheiten (Texten, Bildern), „zwischen denen Verknüpfungsrelationen bestehen, die ihrerseits durch textuelle Hinweise – Themenausdrücke oder explizite Verweise – und visuelle Zeichen – Typografie, Icons, Buttons, Layout – markiert sind.“²⁷ Der Leser kann sich so entscheiden, welche Textteile und in welcher Reihenfolge er lesen wird. Wird ein Thema auf ganzen Zeitungsseiten segmentiert, entsteht ein „Hyper-Cluster“²⁸

Eine andere mögliche Textsortenklassifikation

Es zeigt sich, dass die Entstehung von ganz neuen Textsorten auch eine neue Textsortenklassifikation ermöglicht. Da alle Texte mit einer Absicht entstehen und dadurch auch Träger einer Funktion sind, besteht kein Zweifel, dass die Einteilung nach der Textfunktion, die der Text zu erfüllen hat, eine sehr wichtige Rolle spielt. Ein Kriterium für die Klassifizierung von journalistischen Textsorten ist also die Textfunktion. Wie schon gesagt, dominieren die Funktionen „in-

24 Lüger 1995:83

25 Vgl. Bucher 1998

26 Bucher 1998:83

27 Bucher 1998:85

28 Bucher 1998:86

formieren“, „kommentieren“ und sekundär auch „unterhalten“. Mit den neuen Textsorten kommt noch eine vierte Funktion hinzu: Es hat sich gezeigt, dass viele neue Textsorten außerdem noch die Aufgabe haben zu „verweisen“.

Außerdem entstehen Texte, die sich von den „klassischen“ linearen Texten durch ihre Form unterscheiden. Sie sind in kleinere Texte zerlegt, optisch gegliedert, visualisiert. Aus diesem Grunde schlage ich für die Klassifikation der journalistischen Texte zwei Kriterien vor: die Funktion und die Form. Für die Benennung der neuen Textsorten übernehme ich die Bezeichnungen von Bucher²⁹.

A) Das Kriterium **FUNKTION**

1. Beschreibende Texte

- Texte, die Ereignisse beschreiben, über Ereignisse berichten
- Texte mit der Funktion beschreiben, berichten.

(Nachricht, Reportage, Interview, Feature ...)

2. Kommentierende Texte

- Texte, die Ereignisse oder andere Texte kommentieren
- Texte mit der Funktion kommentieren, Stellung nehmen

(Kommentar, Glosse, Karikatur ...)

3. sVerweisende Texte

- Texte, die auf andere Texte im Zeitungsinnenen verweisen
- Texte mit der Funktion verweisen, neugierig machen
- a. Meldungsanreißer
- b. Problemanreißer
- c. Überschriftenankündigungen
- d. Illokutionäre Ankündigungen

Es muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass jeder Text multifunktionell sein kann, und dass es daher keine klaren Grenzen zwischen einzelnen Typen gibt.

B) Das Kriterium **FORM**

1. Lineare Texte
2. Visuelle Texte
 - a. Synoptische Texte
 - b. Übersichtstexte
 - c. Cluster

Dieser Beitrag hatte die Absicht, eine andere mögliche Klassifikation der journalistischen Texte in den Printmedien vorzustellen und soll eine Anregung für eine mögliche Diskussion darstellen.

LITERATUR

- Bečka, J. V.: *Sloh žurnalistiky*. Novinář 1986.
- Biere, B. U. / Henne, H.: *Sprache in den Medien nach 1945*. Tübingen 1993.
- Brand, P. / Schulze, V. (Hrsg.): *Die Zeitung*. Hahner Verlagsgesellschaft 1997.
- Brielmaier, P. / Wolf, E.: *Zeitungs- und Zeitschriftenlayout*. Reihe Praktischer Journalismus, Band 30. UVK Medien 1997.
- Bucher, H.-J.: *Pressekommunikation. Grundstrukturen einer öffentlichen Form der Kommunikation aus linguistischer Sicht*. Tübingen 1986.
- Bucher, H.-J.: *Textdesign – Zaubermittel der Verständlichkeit?* In: Forum Angewandte Linguistik, Band 29. Textstrukturen im Medienwandel. Herausgegeben von Ernest W. B. Hess – Lüttich, W. Holly, U. Püschel. Frankfurt am Main 1996.
- Bucher, H.-J.: *Vom Textdesign zum Hypertext*. In: Holly, W. / Biere, B. U. (Hrsg.): *Medien im Wandel*. Opladen / Wiesbaden 1998.
- Daneš, F.: *Jazyk a Text. Výbor z díla Františka Daneše, část 2*. Praha 1999.
- Gruber, H.: *Antisemitismus im Mediendiskurs. Die Affäre „Waldheim“ in der Tagespresse*. Wiesbaden 1991.
- Holly, W. / Biere, B. U. (Hrsg.): *Medien im Wandel*. Westdeutscher Verlag 1998.
- Jistl, V.: *Žurnalistika. Novinové druhy*. Svaz československých novinářů 1966.
- Lüger, H.-H.: *Pressesprache*. Germanistische Arbeitshefte, Band 28. Tübingen 1995.
- Mast, C. (Hrsg.): *ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. UVK Medien 1998.
- Mistrfk, J.: *Žánre vecnej literatúry*. Bratislava 1975.
- Noelle-Neumann, E. / Schulz, W. / Wilke, J.: *Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt am Main 1994.
- Nussbaumer, M.: *Was Texte sind und wie sie sein sollen*. Tübingen 1991.
- Schönbach, K.: *Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Durchsichtung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg/München 1977.

