

4 Textsorten: Auf die Mischung kommt es an

Die Wahl der journalistischen Textsorten richtet sich immer nach dem Inhalt. Ob die berichtende oder kommentierende Textsorte, Nachricht, Bericht, Feature, Reportage, Porträt oder Interview gewählt werden oder ein Kommentar, eine Glosse, eine Rezension oder ein Ratgeberformat, die erste Frage muss lauten: Was will ich vermitteln? Dann lässt sich die geeignete Textsorte festlegen. Umgekehrt bedeutet das auch: Eine bestimmte Form verlangt nach dafür geeigneten Inhalten.

Im klassischen Journalismus hat sich für die jeweilige Textsorte ein Kanon von Merkmalen etabliert. Man unterscheidet die Textsorten zunächst nach ihrer Art der Thematisierung:

- *Berichtend* sind die Nachricht, der Bericht, das Feature, die Sportberichterstattung.
- *Erzählend* sind die Reportage, die Magazinstory, das Porträt.
- *Einordnend* sind das Interview, der Kommentar, die Glosse, die Rezension und der Feuilletontext.
- *Nutzbringend* und orientierend sind der Gebrauchstext, Servicetexte und der Kummerkasten.

In der Praxis verbinden viele Textsorten mehrere Arten der Thematisierung. So enthält beispielsweise das Feature auch erzählende Elemente, die Rezension auch den Nutzwert und die Reportage einordnende Aspekte. Gleichzeitig begreift man in der Journalistik die Textsorten auch unter einer anderen, nämlich der Einordnung von tatsachenbetonten Darstellungsformen auf der einen und meinungsbetonten auf der anderen Seite:

- Zu den *tatsachenbetonten* Textsorten zählen vor allem die Nachricht und der Bericht, aber auch das Feature, die Magazinstory, das Interview, das Porträt und die Reportage.
- Zu den *meinungsbetonten* Textsorten zählen der Kommentar, die Glosse, die Rezension, der Feuilletontext und die Sportberichterstattung.

In Reinform sind die Forderungen nach der Trennung von Tatsache und Meinung in der Praxis kaum zu finden. Die Gewichtung von Tatsache und Meinung in der jeweiligen Darstellungsform ist dann ausschlaggebend: Enthält eine Nachricht gar keine Meinung, so beinhaltet ein Bericht doch immerhin Einschätzungen und die Reportage durch die subjektive Selektion eine starke implizite Meinung.

Zu jeder dieser Textsorten hat sich ebenfalls eine Reihe von Regeln für den Aufbau, die Sprache und die Schreibhaltung entwickelt. An all diese Charakteristika halten sich Journalisten in allen Medien, Abwandlungen finden sich je nach der medialen Plattform. An ihnen, den Charakteristika, orientieren sich gleichzeitig auch die Erwartungen der Mediennutzer, die mit solchen Schemata sozialisiert sind und dadurch aus dem journalistischen Angebot sinnvoll und nutzbringend auswählen können.

4.1 Textsorten im Kinder und Jugendjournalismus

Führen Sie sich die grundlegende Funktion von Textsorten in der Kommunikation mit dem Leser vor Augen. Form und Inhalt müssen sich entsprechen. Dabei wird klar, dass es keinen Sinn ergibt, einfach den Regelkanon der klassischen Textsorten auf Inhalte anzuwenden, die an junge Leser gerichtet sind. Aus zwei Gründen:

- Wenn also Inhalte nach einer geeigneten Form verlangen, so muss sich diese den meist gemischten, vielfältigen Vermittlungsabsichten eines Themas anpassen, das junge Leser adressiert. Hier ist nicht ausschließlich die eine oder andere Textsorte geeignet, sondern eine Verbindung der Formen sowie eine Abwandlung ihrer charakteristischen Merkmale.
- Junge Leser sind nicht mit diesen Schemata sozialisiert. Es mag zwar auch zu den Aufgaben des Kinder- und Jugendjournalismus gehören, seine Leser mit den klassischen Textsorten bekannt zu machen und ihnen dadurch optimale Voraussetzungen für die spätere Mediennutzung zu verschaffen. Dem jungen Leser sind jedoch de facto etwa die strenge Trennung von Nachricht und Kommentar weder geläufig noch besonders wichtig.

Der Meister darf die Form zerbrechen

Es ist daher also sehr wichtig und nützlich, die Charakteristika der Textsorten zu kennen und ihre Regeln zu beherrschen, um sie schließlich zielgruppenspezifisch abzuwandeln: Denn der junge Leser möchte möglichst viel Inhalt auf einmal erhalten und zwar an möglichst der gleichen Stelle: Die pure Information hat für ihn zwangsläufig die Frage nach ihrer emotionalen Einordnung oder die Frage nach dem persönlichen Gebrauchswert zur Folge. Keine einzelne Darstellungsform ist dafür geeignet, dieses Leserbedürfnis zu erfüllen. Sie enthält idealerweise Elemente anderer Formate und muss von den klassischen, festgelegten Regeln abweichen, um gezielt auf die Vorbedingungen der Zielgruppe eingehen zu können.

Das heißt etwa, dass eine Reportage zwar ihre erzählerische Absicht erfüllt, szenisch und personalisiert ein Thema verfolgt, aber gleichzeitig auch deutlich erklärende Passagen enthalten muss, in denen die vorkommenden Sachverhalte und Zusammenhänge dargestellt und eingeordnet werden. Auch die subjektive Erzählhaltung muss stellenweise aufgelöst werden, um dem Leser selbst einen persönlichen Zugang, einen Bezug zu sich zu erlauben. Ein anderes Beispiel: Die Meldung kann ihre charakteristische Dichte und Knappheit nicht einhalten, wenn dem Leser das Vorwissen zum Verständnis der Nachricht oder einzelner Begriffe fehlt. Weiterhin: Die Textsorte Kommentar ist für einen jungen Leser ungeeignet. Ihm fehlt das Vorwissen um die zugrunde liegenden Ereignisse und Zusammenhänge, aber häufig auch das Verständnis für eine Kontroverse. Umgekehrt verlangt der Leser auch in rein berichtenden Formen nach einer Orientierung und Bewertung und sei es nur ein Hinweis auf die möglichen Auswirkungen auf seine Anliegen.

Tipp

Auf die Mischung kommt es an. Entscheiden Sie sich in Abstimmung mit der zentralen Vermittlungsabsicht und stimmig mit dem Thema für eine Darstellungsform. Und mischen diese dann mit Elementen anderer Formen. Ist die Darstellungsform, etwa durch die Dramaturgie

einer Zeitungsseite oder eines Heftes oder durch die eher charakteristischen Genres eines bestimmten Mediums vorgegeben, so werden Sie nach Inhalten suchen, die dafür am besten geeignet sind – und beziehen in deren Aufbereitung andere Formen mit ein beziehungsweise wandeln die gewählte Darstellungsform zielgruppengerecht ab.

Exemplarisch – die Nachricht: Der klassische Regelkanon der Darstellungsformen muss also verlassen werden. Diese Notwendigkeit wirkt sich am stärksten in der Nachricht aus. Nachrichten für Kinder sind eine Form, an der sich viele Journalisten die Zähne ausbeißen: Die Themenauswahl ist schon schwierig genug, weil sie sich nur bedingt an der Aktualität der Themen in der Erwachsenenwelt orientieren kann. Die Umsetzung ist die nächste Herausforderung: Welches Wissen kann ich voraussetzen, welches muss ich noch liefern, welche Aspekte sind für meine Zielgruppe wirklich interessant? Beim Verfassen einer Nachricht für Kinder steht der Journalist schließlich vor dem Problem, die sieben W-Fragen (Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher?), die verlangte Hierarchie und den Zwang zur Kürze und Dichte über den Haufen werfen zu müssen zugunsten der Verständlichkeit und der Bezugnahme auf Leserbedürfnisse, die über den reinen Informationswert hinausgehen. Gleichzeitig nimmt das Interesse der Medien zu, Kinder mit Nachrichten anzusprechen. In der Praxis findet sich diese Textsorte auf jeder Plattform für Kinder: Ist die Nachricht doch die Form, aus der man am schnellsten die neuesten, interessantesten Informationen erhält. Gleichzeitig ist sie auch die häufigste Form politischer Berichterstattung – und Politik ist im Kommen unter den Kinder-Themen. Deshalb soll hier, gewissermaßen exemplarisch für den spezifischen Textsorten-Mix, ein Modell für Kindernachrichten vorgestellt werden.

4.2 Nachrichten für Kinder: ein Modell

Die Nachrichten sind gerade für Kinder häufig ein Abschaltfaktor. Bei Begriffen wie Koalitionsverhandlungen und Haushaltssanierung verstehen

sie nur Bahnhof. Es handelt sich meist um Informationen für Informierte. Nachrichten für Erwachsene präsentieren Informationen außerdem so verdichtet, dass sie das Aufnahmevermögen von Kindern übersteigen. Kinder interessieren sich aber für Nachrichten. Allerdings haben sie eigene Erwartungen an sie. Nachrichten müssen für Kinder richtig aufbereitet werden. Ein Modell in acht Schritten:

Themen für Nachrichten: Aktualität ist für Kinder ein anderes Kriterium als für Erwachsene, wie schon im 3.Kapitel ausgeführt. Uns schon Bekanntes, Selbstverständliches erfahren sie oft zum ersten Mal. Neu ist für sie vieles, nicht nur das aktuell Geschehene. Staunenswert ist alles, was sie noch nicht kennen. Dennoch verlangt die Nachricht auch für Kinder möglichst einen Bezug zum aktuellen Geschehen, wie wir es definieren. Kindernachrichten können also Folgendes thematisieren:

- das, worüber gerade viel gesprochen wird, sowohl unter Kindern wie unter Erwachsenen.
- Kinderthemen, also alles, was sie direkt oder indirekt betrifft. Auch alles, was andere Kinder Besonderes oder Beispielhaftes machen. Und zwar unabhängig davon, ob aktuell oder nicht.
- politische oder sonstige hochrangige Themen aus der Erwachsenen-Welt, die einer kindgerechten Erklärung bedürfen. Ein Aspekt dieses Themas, der einen persönlichen Bezug zu Kindern findet.
- die gute Nachricht.
- alles, was Kinder interessiert. Außerdem Vermischtes: ungewöhnliche, skurrile, unerwartete und auch komische Ereignisse sowie Neuestes von Prominenten.

Politische oder wirtschaftliche Themen sind kein Ausschlusskriterium, nur weil Kinder sagen, sie interessieren sich nicht für Politik oder Wirtschaft. Es ist die „große“ Politik, wie sie sich in den Erwachsenenmedien darstellt, zu der Kinder keinen Zugang haben und die sie als „Politik“ benennen: Das Tauziehen der Bundestagsfraktionen, Parteipolitik, Haushaltsdebatten und Politikerreden. Kinder und besonders Jugendliche haben das Gefühl, keinen Einfluss auf die Politik zu haben. Erklärt man ihnen jedoch

- Politik so, dass sie sie verstehen,
- was Politik mit ihrem Leben zu tun hat,
- dass sie aktiv und mitbestimmend sein können,

dann finden Kinder Politik doch spannend. Dabei müssen politische Nachrichten für Kinder voraussetzungslos für sich allein stehen können. Erwachsenen-Nachrichten dagegen sind in der Regel Fortsetzungsgeschichten, sie setzen Kenntnisse über vorhergehende Ereignisse oder Debatten sowie über das politische System voraus – Kenntnisse, über die Kinder nicht verfügen.

Der Küchenzuruf: Die Kernaussage, also die eigentliche Nachricht der Meldung muss vom Autor eindeutig identifiziert werden und trotz der Erweiterung der Darstellungsform konsequent als Leitplanke für den Inhalt dienen. Normalerweise findet der Leser die Kernaussage einer Nachricht im Lead, also im ersten Satz – für Kinder jedoch bedarf es eines anderen Aufbaus. Denken Sie sich trotzdem einen solchen Lead als Arbeitshypothese.

Der Aufbau: „Das Wichtigste zuerst!“ Stets solle das Wichtigste, Interessanteste, Empörendste, Lustigste an erster Stelle stehen: Dieses Aufbauprinzip der Erwachsenennachricht gilt für die Kindernachricht nicht. Kindern kann man nicht mit der Tür ins Haus fallen. In den ersten Sätzen müssen Kinder zunächst an die Kernaussage herangeführt werden. Erklären Sie zuerst diejenigen Zusammenhänge, die für sie das Neue an der Nachricht überhaupt nachvollziehbar machen. Damit es dennoch nicht langweilig wird, kann der Einstieg durch eine anregende Frage oder die direkte Ansprache Interesse wecken. Ein Schlepssatz etwa in Form eines emotionalen Ausrufs kann einen Hinweis auf die eigentliche Nachricht geben: „Oh je, Eis wird teurer!“ (als Einstieg zu Preiserhöhungen) oder „Verliebten Kröten geht es dieses Jahr wieder schlecht“ (als Einstieg zu einer Meldung über Rettungsmaßnahmen bei der jährlichen Krötenwanderung) oder „Lukas hat Glück gehabt!“ (zu einem glimpflich verlaufenen Busunfall einer Schulklasse). Die Einleitungserklärung folgt: „Bisher konntest du deine Liebingsorte für 80 Cent pro Kugel schlecken ...“ oder „Jedes Jahr im Mai wandern Tausende von Kröten über die Straße, um sich mit ihren Partnern zu paaren ...“ Halten Sie sich an eine klare Struktur: Erzählen Sie den Verlauf der Ereignisse in der zeitlichen Reihenfolge, in der sie passiert sind – das erleichtert das Verständnis. Das Neue, die eigentliche Nachricht, ist dann häufig erst in der Mitte oder sogar gegen Ende der Meldung zu finden.

Die W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher? Diese sieben Fragen bilden auch für den Kinderjournalisten die einfachste und wichtigste Checkliste, sowohl für die Recherche als auch für das Schreiben – mit einer Ausnahme: Die Frage nach der Quelle ist zu vernachlässigen. Die Autorenzeile oder eine andere Quellenangabe ist für Kinder uninteressant und im Falle eines Agenturkürzels auch unverständlich. Stattdessen kommen andere W-Fragen dazu: Was bedeutet das? Wie geht es weiter? Was geht mich das an? Wie kann ich aktiv werden oder helfen? Auch diese Fragen möchte ein junger Leser in einer Nachricht beantwortet haben.

Komplexität: „Keep it short and simple.“ Eine Nachricht soll – zumindest in der Zeitung – möglichst kurz sein. Das kommt der geringeren Aufnahmefähigkeit des Lesers entgegen – wenn die Nachricht tatsächlich auch einfach ist. Das heißt, die Darstellung des Sachverhalts muss so einfach wie möglich sein. Schritt für Schritt erklären Sie, was passiert ist. Vermeiden Sie die hohe Informationsdichte, die Nachrichten für Erwachsene charakterisiert. Reduzieren Sie Komplexität. Verzichten Sie auf alles Überflüssige und zu Komplizierte und im Zweifelsfall auf Genauigkeit zugunsten der Nachvollziehbarkeit der größeren Zusammenhänge.

Die Sprache: Nach den strengen Regeln dieser Textsorte ist die Sprache knapp, dicht und sachlich. Das führt schon in Nachrichten für Erwachsene leider häufig zu Nominalstil, Adverbial- und Passivkonstruktionen und Klammersätzen. Kindernachrichten dürfen sich nicht an die Sprachregeln der Nachricht halten. Für Kinder gelten die Sprachregeln, wie sie hier im Kapitel Sprache dargelegt werden. Verbaler Stil, einfache Wörter, kurze, geradlinige und einfache Satzkonstruktionen sind angemessen. Vermeiden Sie Fachbegriffe und Fremdwörter oder ersetzen Sie sie durch vereinfachte Begriffe. Machen Sie Zahlen, Maße etc. leicht verständlich. Schwierige, aber unvermeidbare Begriffe und Zusammenhänge müssen Sie erklären – etwa durch Analogien aus der Lebenswelt der Kinder. Auch emotionale Sprache ist für Kindernachrichten geeignet, nicht zuletzt unterhaltsame Formulierungen und Humor, wo er passt.

Die Emotion: Der jüngste aktuelle Stand der Todesopfer eines Wirbelsturms, die genaue Bezifferung des Sachschadens bei einer Überschwemmung, die Details der Folter in Guantanamo oder der psychischen Verfassung von Vergewaltigungsoptionen gehen nicht nur an dem vorbei, was

junge Leser an einer Nachricht interessant finden. Sie sind zu grausam und zu verstörend. Achten Sie sehr behutsam darauf, was das emotionale Fassungsvermögen Ihrer Leser ertragen kann. Kommen Sie um schreckliche Nachrichten etwa über Gewalt nicht herum, so versuchen Sie, Emotionen aufzufangen und konstruktive (nicht beschönigende!) Aspekte zu finden.

Die Wertung: Die strikte Trennung von Nachricht und Kommentar gilt nicht für Kindernachrichten. Kinder reagieren viel emotionaler auf Nachrichten und brauchen zur Information die Affirmation. Wertende Elemente sind wichtig, um den jungen Leser nicht orientierungslos mit der Information alleinezulassen.

Tipp

Die Nachricht für Kinder unterscheidet sich in vieler Hinsicht von der für Erwachsene. Dies erfordert einerseits, dass der Journalist die klassischen Regeln dieser Textsorte beherrscht, um sie andererseits richtig für Kinder abzuwandeln. Das Verfassen von Kindernachrichten verlangt reflektiertes journalistisches Arbeiten auf höchstem Niveau.

Interview mit Petra Kaminsky: „Ein Nachrichtendienst für Kinder“

Die Deutsche Presseagentur bietet ihren Kunden seit April 2007 einen Nachrichtendienst für Kinder an. Für die Zielgruppe zwischen sechs und zehn Jahren werden mit Hintergründen und Begriffserklärungen Nachrichten aus Deutschland und der Welt, die über bloße Tagesaktualität hinausgehen, kindgerecht aufbereitet. Wissensvermittlung zu Tieren, Umwelt, Technik, Musik und Geschichte, aber auch zielgruppenrelevante Themen wie Kinderfilme, Kinderunis, Themen rund um

die Schule, Familie und junge Stars bilden die Bandbreite der Themen. Sechs Tage pro Woche werden täglich mindestens 25 Texte mit Bild- und Grafikmaterial von der Kinderredaktion der dpa zur Verfügung gestellt. Der Dienst ist crossmedial angelegt: Texte, Bilder und Grafiken werden ergänzt durch Animationselemente für Online-Kunden und Podcasts. Zahlreiche Kunden setzen bislang das Material ein, als ganze Kinderzeitung, als ganze oder halbe tägliche oder wöchentliche Kinderseite, als Kinderkasten oder -spalte pro Ressort/pro Woche und im Internet. Petra Kaminsky leitet die dpa-Nachrichten für Kinder.

Wie geben Sie bei der Nachrichtenauswahl vor?

Kaminsky: Es gibt verschiedene Auswahlraster. Denn dpa-Nachrichten für Kinder macht viel mehr als tagesaktuelle Berichte. Es gibt Wissensstücke und halbaktuelle Geschichten aus der Lebenswelt – Stücke über Zeugnisse oder Mutproben. Eine wichtige Frage ist dabei: Was erleben Kinder jetzt gerade in ihrer Umwelt? Welche Fragen haben sie dazu? Im Winter wird die Schneeflocke erklärt, im Sommer das Hitzegewitter. Und für tagesaktuelle Nachrichten gibt es mehrere Positivkriterien: An welchem Thema kommen Kinder heute und in dieser Woche kaum vorbei? Wir erklären also viele Seite-Eins- und TV-Nachrichten-Stories. Genauso wichtig ist: Wo spielen Kinder eine besondere Rolle, zum Beispiel als Preisträger? Was betrifft sie und berührt sie? Zum Beispiel Rauchverbote oder Jungstars. Außerdem: Dinge, die witzig sind oder spannend – wie Rekorde oder Erlebnisse von Abenteurern. Eine Tiermeldung am Tag ist fast ein Muss.

„Nur die schlechte Nachricht ist eine Nachricht“ – Wie geben Sie in den Kindernachrichten mit schrecklichen Ereignissen um?

Kaminsky: Schreckliche Ereignisse sind kein Tabu. Denn viele Dinge erreichen Kinder ohnehin, auf dem Schulhof, am Fernsehen ... Wir erläutern zum Beispiel ein Erdbeben, ohne alle Stilmittel der Zuspitzung und ohne blutige Details. Wir versuchen, Informationen zu geben, die mögliche Ängste abbauen: etwa, dass etwas sehr weit weg oder sehr selten ist. Und beantworten die Frage: Wie kann man helfen? Wenn schreckliche

Verbrechen an Kindern bundesweit groß besprochen werden, geben wir Tipps, wie man mit seiner eigenen Angst umgehen kann. Insgesamt aber gilt: Die meisten und schönsten Nachrichten sind die guten!

Welche Rolle spielt die Aktualität?

Kaminsky: Kinder sind in der Regel keine Nachrichten-Junkies. Aktualität spielt also meist eine nur mittlere Rolle. Ein Beispiel: Bei uns reicht es zu sagen, dass es bei einem Erdbeben viele Tote gab. Wir müssen nicht ständig die aktuellste Totenzahl in einem Erklärstück haben und dann laufend aktualisieren. Aber: Wenn ein echtes Großereignis am Nachmittag passiert, dann ist es auch bei uns angesagt, schnell etwas auf die Beine zu stellen.

Wie vermitteln Sie größere Zusammenhänge?

Kaminsky: Wenn man in der Erfahrungswelt der Kinder anknüpft, lässt sich Hintergrundwissen spannend und verständlich vermitteln. Politik kann dröge sein, mit Vergleichen zum Geschehen im Klassenzimmer oder im Sport lässt sich Nähe herstellen. Große Zahlen sind ebenfalls durch Vergleiche besser fassbar.

Aufgrund welcher Erfahrungen haben Sie seit Ihren Anfängen Änderungen vorgenommen?

Kaminsky: Wir haben die Zahl der Bilder stark erhöht. Bei vielen Themen, zum Beispiel harten Wirtschaftsthemen, ist ein tolles Foto die Tür, durch die junge Leser zum Thema kommen.