

Zeitung in der Schule



mit freundlicher Unterstützung



Inhalt

1. Medienvielfalt in Deutschland

| | |
|---|----|
| Überblick über Mediennutzung | 03 |
| Fragebogen zum persönlichen Informationsverhalten | 04 |
| Fake News | 06 |
| Überblick über alle Medien | 08 |
| Zeitung digital | 09 |

2. Journalismus in der demokratischen Gesellschaft

| | |
|--|----|
| Aufgabe von Medien in einer Demokratie | 16 |
| Wie Themen ausgewählt werden | 17 |

3. Journalistische Darstellungsformen: Die Zeitung im Unterricht

| | |
|---|----|
| Trennung von Information und Meinung | 21 |
| Informierende Textformen: Der Bericht | 22 |
| Informierende Textformen: Das Interview | 24 |
| Meinung im Journalismus | 25 |
| Zeitung für's Auge und für die Ohren | 27 |

4. Anhang

| | |
|---|----|
| Schreiben wie eine Journalistin oder ein Journalist | 30 |
| Langzeitarbeiten mit der Zeitung | 32 |
| Literaturverzeichnis und Impressum | 33 |

3. Journalistische Darstellungsformen: Die Zeitung im Unterricht

3

Arbeitsblatt (Lehrer)

Trennung von Information und Meinung

Für Qualitätsjournalismus ist die Trennung von Information und Meinung essenziell. Das unterscheidet Qualitätsjournalismus auch vielfach von unprofessionellen Informationen. Die Lehrkraft kann sich selbst oder auch die Schülerinnen und Schüler mit folgenden Materialien einführen:



Videoclip „Zwischen YouTube und Tagesthemen | Was ist Meinung? Was ist eine Nachricht?“ (BR So geht Medien)

<https://t1p.de/ay9rq>



Videoclip „Was ist eine Nachricht?“ (SPIEGEL Ed)

<https://t1p.de/c2jll>



Themenseite „Journalistische Textsorten“ (BR Alpha Lernen)

<https://t1p.de/ulry>

Arbeitsblatt

Informierende Textformen: Der Bericht

3

Die kurze **Nachricht** und der etwas längere **Bericht** sind die zwei häufigsten Textformen in einer Zeitung. Sie gehören zu den informierenden Texten und sind sehr sachlich geschrieben. Sie müssen immer die W-Fragen (siehe Aufgabe 2) beantworten.

Aufgabe 1

Suche einen möglichst langen Bericht in der gedruckten Zeitung oder im Online-Portal der lokalen Zeitung. Beschrifte ihn nach folgendem Muster:



Besonderer Service: Die jüngsten Besucher konnten beim Tag der offenen Tür im Neubau des Göppinger Alb-Fils-Klinikums ihre Kuschtellere „medizinisch versorgen“ lassen. Foto: Giacinto Carlucci

Schlagzeile

Neue Klinik: Besucheransturm beim Tag der offenen Tür

Schlagwort

Medizin Der Neubau des Alb-Fils-Klinikums in Göppingen wird am Tag der offenen Tür von Besuchern aus dem ganzen Landkreis überrannt. *von Peter Buyer*

Autor

Vorspann/
Lead

Erste Herausforderung: Wer zum Haupteingang der neuen Göppinger Klinik will, muss sich den Weg bahnen vorbei an kulinarischen Versuchungen. Eis, Bier, Pizza, Pommes, Burger. Mit Hunger muss also keiner in das neue Klinikum. Samstag waren die Türen weit offen, am ganz offiziellen Tag der offenen Tür, für alle Interessierten. Davon gab es zwischen 11 und 17 Uhr eine ganze Menge, gefühlt war der komplette Landkreis angetreten, um den Neubau des Alb-Fils-Klinikums in Augenschein und auch so ein bisschen

Fließtext

hell" beim Blick durch einen Flur in Ebene 0, dem Erdgeschoss, bis zu einem „sehr schön“ beim Blick in die Patientenzimmer oben in Ebene 4. Und der Blick aus den Patientenzimmern hinaus ist auch nicht schlecht, egal ob nach Norden auf die Stadt und den Höhenstufen oder nach Süden auf den Eichertwald und den Ufo-artigen Wasserturm. Nur der Blick

Zitat

„Der Hörsaal ist voll, so viele Menschen sind da, das ist toll.“

Dr. Klaus Metter
Chefarzt am Alb-Fils-Klinikum

nach Osten – auf die jetzt wirklich alt ausschende Noch-Klinik – der ist so lala. Drinnen ist der Blick in die nahe Zukunft auch nicht schlecht. Kleines Gespräch im Flur der zukünftigen Kinderambulanz auf Ebene 1: „Ihr habt es aber sehr schön hell hier, da könnt ihr gut schaffen.“ „Ja“, kommt die Antwort zurück, „in sechs Wochen geht es los.“ Bis zum Tag des großen Patientenumzugs am 5. Juli ist noch einiges zu tun, aber in den sonnendurchfluteten War-

tezzimmern der Kinderambulanz erinnert sich jetzt nichts mehr an die auch farblich fragwürdige Innengestaltung der alten Klinik.

Ach ja, Versuche gibt es auch drinnen. Wer es an den Food-Trucks, Eis- und Bierstand vorbei herein in die Cafeteria des Klinikums geschafft hat, der wird vom grün gewandeten Klinikpersonal umsorgt und bekommt was Gesundes in die Hand und in den Magen: Einen „Blutorangen-Shot mit Ingwer“ oder einen „Zitronen-Ingwer-Shot“. Gleich um die Ecke folgt die „Ladenzeile“, Sanitätsheute und Pflegedienst sind schon eingezogen. Dahinter geht es in den Hörsaal, den ganzen Tag gibt es Vorträge und Vorstellungen, von der „Zeitbombe Aortenaneurysma“ über „das Lungenkrebszentrum stellt sich vor“ bis zur Frage „was macht eigentlich eine Thoraxchirurgin?“ wird hier erklärt, was die Experten in der neuen Klinik alles für die Gesundheit der Bürger machen.

Zufriedene Ärzte und Landrat
Chefarzt Dr. Klaus Metter kommt gerade mit einem Lächeln von seinem Vortrag „Zukunft der Darmkrebsvorsorge“ und ist auf dem Weg zur Gastroenterologie, er strahlt. „Der Hörsaal voll, so viele Menschen sind da, das ist

toll“ und eilt weiter. Auffällig, egal ob im Foyer, in der Cafeteria, oben vor und in den Patientenzimmern und auf den weitläufigen und wegen des Andrangs manchmal engen Fluren: Es meckert keiner. Die allermeisten hier sind interessiert und viele von ihnen ganz schön angetan von „ihrem“ neuen Klinikum. Wolfgang Schmid und Edgar Wolf sind das auch. Der kaufmännische Klinik-Geschäftsführer und der Landrat laufen mit einem entspannten Lächeln durch das Haus, besonders Schmid wirkt nach all dem Bau- und Planungsstress gelöst. Erdlich können sie die Klinik denen zeigen, für die sie die Einrichtung gebaut haben.

„Inhouse-Navigation“ mit dem Smartphone

Orientierung „Es ist ein Labyrinth“, sagt ein Besucher, der aus einem der vielen Gänge wieder herauskommt. „Tatsächlich gibt es viele Gänge und Kreuzungen, aber es gilt das, was ein anderer Besucher sagt: „Wer lesen kann, hat Vorteile.“ Überall hängen Wegweiser von der Decke und wenn das Haus offiziell eröffnet ist, hilft auch eine „Inhouse-Navigation“ mit dem Smartphone.

Infobox

(GZ vom
26.05.2025)

3

Aufgabe 2

Lies den Bericht und beantworte die W-Fragen.

| | |
|-------------------------------------|--|
| Was ist passiert? | |
| Wer ist beteiligt? | |
| Wann ist es passiert? | |
| Wo ist es passiert? | |
| Warum ist es passiert? | |
| Woher kommt die Information? | |

Arbeitsblatt

Informierende Textformen: Das Interview

3

Bei einem **Interview** bekommt eine Person viele Fragen gestellt. Ziel ist, Informationen über ein bestimmtes Thema zu erhalten und zu vermitteln. Das Interview ist nicht neutral, weil die interviewte Person eine Meinung hat. Trotzdem stehen die Fakten im Vordergrund.

Aufgabe 1

- Suche in der gedruckten Zeitung oder im Online-Portal der lokalen Zeitung ein Interview. Markiere alle Fakten, die du dort findest.
- Erstelle eine Liste von Personen, die du gerne interviewen würdest und zu welchem Thema.

| Person | Thema |
|--------|-------|
| | |
| | |
| | |



Arbeitsblatt

Meinung im Journalismus

3

Nicht alle Formen der Berichterstattung müssen neutral und objektiv sein. Es gibt auch Textformen, bei denen der Journalist oder die Journalistin lobt, kritisiert, bewertet und interpretiert. Die Leserinnen und Leser sollen dadurch ein Thema besser verstehen und sich eine **eigene Meinung bilden** können.



Videoclip „Zwischen YouTube und Tagesthemen | Was ist Meinung? Was ist eine Nachricht?“ (BR So geht Medien)

<https://t1p.de/ay9rq>

Aufgabe 1

Schau dir den Videoclip „Richtig die Meinung sagen“ an. Welche Textformen gibt es, in denen der Journalist oder die Journalistin die Meinung sagen kann?

Aufgabe 2

Suche in der Zeitung oder im Online-Portal der lokalen Zeitung nach **Kommentaren**. Zu welchen Themen findest du Kommentare? Woran erkennt man einen Kommentar?

| Thema des Kommentars | Erkennungsmerkmale |
|----------------------|--------------------|
| | |
| | |
| | |

3

Aufgabe 3

Im Kulturteil einer Zeitung findest du **Kritiken**. Dort werden Bücher, Filme, Konzerte oder Theater Vorstellungen bewertet. Such dir ein Buch, einen Film, eine Serienepisode oder eine Veranstaltung aus und schreibe eine Kritik darüber.

Die Kritik soll:

- den Titel nennen
- den Inhalt wiedergeben (3 Sätze)
- deine Bewertung enthalten (3 Sätze)
- deine Bewertung begründen (3 Sätze)



Arbeitsblatt

Zeitung für's Auge und für die Ohren

3

Die Berichterstattung in der Zeitung muss nicht unbedingt immer in Worten sein. Denn auch Zeitungsredaktionen sind mittlerweile multimedial unterwegs. Aus den Themen, die eine Zeitungsredaktion auswählen, machen sie eine Vielzahl von Produkten.

Pressefotos dokumentieren in Tageszeitungen meistens ein Ereignis. Sie müssen möglichst neutral sein und sind daher eine informierende Darstellungsform. Pressefotos können zu einem Artikel gehören oder für sich alleine stehen. Sie haben immer eine Bildunterschrift, in der beschrieben wird, was auf dem Foto zu sehen ist.

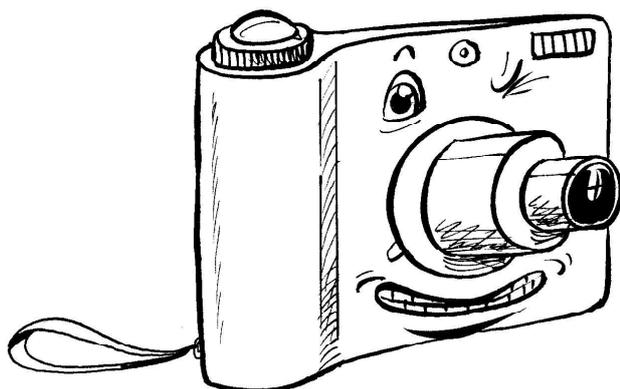
Für das Online-Portal oder die sozialen Medien werden mitunter mehrere Fotos zu einer **Bildergalerie** verbunden. Sie zeigen dann, wie ein Ereignis abgelaufen ist und zeigen interessante Einzelheiten.

Ein **Podcast** ist eine Serie von Audios zu einem größeren Rahmenthema. Die Serie kann abonniert werden. Auch Zeitungen produzieren Podcasts. Journalistinnen und Journalisten, die sich tiefgehend mit einem Thema beschäftigen, erklären dieses Thema für die Zuhörer und Zuhörerinnen oder sprechen mit einem kompetenten Gesprächspartner darüber.

Zeitungsredaktionen sind auch in den **sozialen Medien** aktiv. Besonders **Instagram** wird gern und viel genutzt. Veröffentlicht werden Bilder mit Links zu Zeitungsartikeln oder kurze Videoclips zu bestimmten Ereignissen.

Aufgabe 1

- Lies den Text oben und verschaffe dir einen Überblick darüber, was es außer Texten noch gibt in Tageszeitungen.
- Suche im Online-Portal oder auf dem Instagram-Account der lokalen Zeitung nach Beispielen für die oben genannten Beiträge, die du interessant findest. Suche dir den Beitrag aus, der dir am besten gefällt.
- Stelle diesen Beitrag deinen Mitschülerinnen und Mitschülern vor. Zeig es ihnen digital oder ausgedruckt und erkläre ihnen, warum du es interessant findest.



Hinweise für Lösungen und Diskussion

3

Erarbeitung der Darstellungsformen

Wenn Schülerinnen und Schüler im Online-Portal nach Beispielen für eine Darstellungsform suchen, ist es am einfachsten, wenn sie die Suchfunktion nutzen und dort die gesuchte Darstellungsform eingeben. Bei vielen Online-Inhalten ist nämlich die Darstellungsform explizit in der Überschrift genannt.

Die Arbeit mit den weiteren Darstellungsformen (Foto, Podcast, Instagram ...) ist bewusst etwas spielerischer angelegt. Sie soll die Schülerinnen und Schüler mit den Informationskanälen und Darstellungsformen bekannt machen, die sie aus ihrem privaten Mediennutzungsverhalten gut kennen.

Aufbau eines Artikels

Zeitungsartikel können sich je nach Textlänge oder Textform aus verschiedenen Bestandteilen zusammensetzen:

Die **Schlagzeile** ist die Überschrift des Artikels und soll die Aufmerksamkeit und das Interesse der Leserinnen und Leser wecken. Sie ist groß und fett gedruckt. Überschriften sind Blickfänger – sie können im Überfliegen der Seite erfasst werden.

Eine gute Überschrift muss eine klare Aussage haben, die zugleich die zentrale Aussage des Textes ist. Sie enthält die wichtigste und spannendste Information. Sie muss korrekt und knapp zugleich sein, gut verständlich bleiben und einen Leseanreiz bieten. Sie soll aber keine Meinung ausdrücken.

Am Beginn von Berichten steht ein kleiner **Vorspann** oder **Lead**, in dem die wichtigsten Aussagen des Textes zusammengefasst sind. Er ist in der Regel durch größere oder fett gedruckte Schrift vom Haupttext abgehoben. Dem Lead vorangestellt ist ein **Schlagwort**, das das Thema kurz benennt.

Der **Autor** oder die Autorin wird bei größeren Artikeln mit dem vollen Namen angegeben, bei kleineren Artikeln und Meldungen wird nur ein Namenskürzel angegeben. Die Kürzel stehen manchmal auch für Presse-Agenturen, von denen eine Meldung stammt. Das Kürzel „dpa“ steht beispielsweise für die Deutsche Presseagentur.

Im **Fließtext** stehen die ausführlichen Informationen. Zur optischen Auflockerung längerer Texte werden häufig **Zwischen-Zitate** oder **Zwischen-Überschriften** eingefügt. Und am Ende werden interessante Zusatzinfos in einer **Infobox** platziert.

Informierende Textformen

Die Nachricht und der Bericht sind zentrale Bestandteile von Tageszeitungen. Sie sind dafür da, Fakten und Informationen über aktuelle Themen und Ereignisse zu vermitteln – und das möglichst neutral. Die Sprache ist sachlich, tatsachenzentriert und vollkommen wertfrei. Die Meinung des Autors bzw. der Autorin spielt im Text keine Rolle.

3

Eine **Nachricht** gibt kurz und knapp Informationen über ein aktuelles Thema oder Ereignis. Sie beantwortet immer **sechs W-Fragen**: Was ist geschehen? Wer ist beteiligt? Wo? Wann? Warum? Woher stammt die Information? Eine Nachricht ist in der Regel immer doppelt gecheckt: Zwei voneinander unabhängige Quellen müssen dieselbe Information bestätigen (**Zwei-Quellen-Prinzip**).

Ein **Bericht** wird auf der Basis einer Nachricht geschrieben und ist etwas länger. Auch er beantwortet im ersten Abschnitt die sechs W-Fragen. Man ist also gleich zu Beginn über das aktuelle Thema oder Ereignis informiert. In den folgenden Abschnitten schildert er den Sachverhalt aber ausführlicher. Er gibt Hintergrundinformationen, erläutert konkrete Einzelheiten, enthält Einschätzungen von Expertinnen und Experten oder erklärt den Zusammenhang mit vergangenen Entwicklungen.

Bei einem **Interview** stellt ein Journalist bzw. eine Journalistin einer anderen Person Fragen. Dabei kann es entweder um ein Thema, die Meinung der befragten Person zu einem Thema oder um die Person selbst gehen. Häufig vermischen sich diese drei Inhalte.

Ein gutes Interview erfordert eine gründliche Vorab-Recherche, gute Fragen und etwas Menschenkenntnis. Nur so kitzelt man aus der befragten Person interessante und ehrliche Informationen heraus. Die Meinung des Journalisten bzw. der Journalistin spielt im Interview keine Rolle, aber natürlich die Meinung der befragten Person.

Wertende Textformen

Der **Kommentar** nimmt Stellung zu einem aktuellen Thema oder Ereignis, zu dem meist ein (neutraler) Bericht in der Tageszeitung oder im Online-Portal zu finden ist. Der Journalist bzw. die Journalistin entwickelt aus den verfügbaren Informationen eine Argumentation, die zu einer Einschätzung oder Bewertung führt. Es geht also nicht um die Privatmeinung des Journalisten bzw. der Journalistin, sondern um einen begründeten Standpunkt. Das soll den Leserinnen und Lesern helfen, sich eine Meinung zum Thema zu bilden.

Da Kommentare die Meinung des Autors bzw. der Autorin enthalten, werden sie in professionellen journalistischen Medien immer von informierenden Artikeln getrennt und klar gekennzeichnet. In der Überschrift steht „Kommentar“ sowie der Name des Autors bzw. der Autorin.

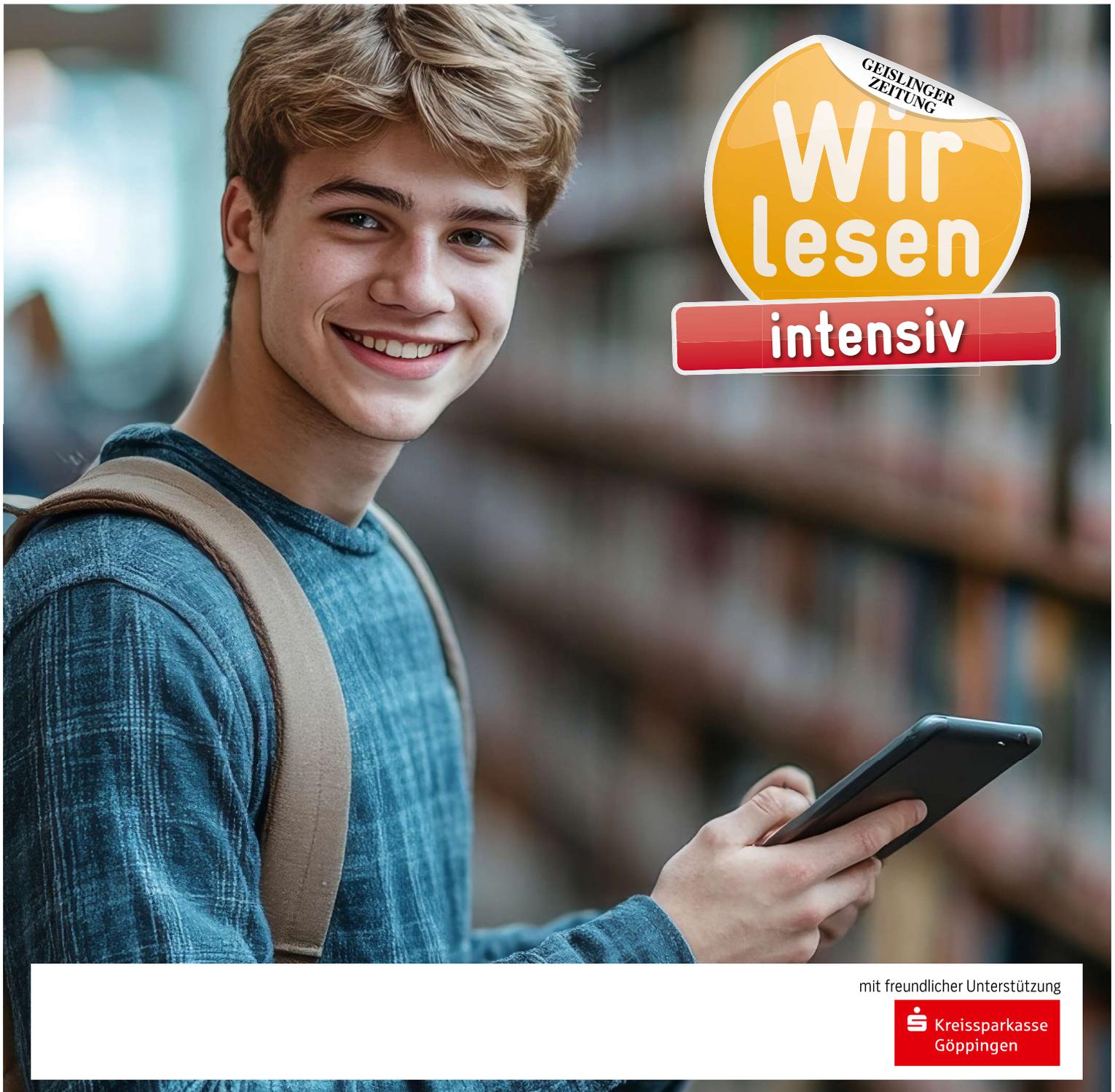
Kritiken oder Rezensionen können sich auf ein Buch, einen Film, ein Konzert, ein Theaterstück, eine Ausstellung, eine Fernsehsendung oder ein anderes Kulturereignis beziehen. Sie enthalten zwar sachliche Informationen und eine Inhaltsbeschreibung, aber ihre Hauptfunktion ist es, zu bewerten. Dabei geht es jedoch nicht um den persönlichen Geschmack des Journalisten bzw. der Journalistin, sondern um ein begründetes Qualitätsurteil.

Kritiken haben einen hohen Nutzwert für Leserinnen und Leser. Sie stellen eine Publikation oder ein Kulturereignis vor und helfen bei der Einschätzung, ob es sich lohnt oder nicht.

Zeitung

in der Schule

Oberstufe



mit freundlicher Unterstützung

 Kreissparkasse
Göppingen

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| 1. Medienvielfalt in Deutschland | |
| Fragebogen zum persönlichen Informationsverhalten | 03 |
| Statistiken und Austausch zum Informationsverhalten | 06 |
| Überblick über die Medienlandschaft | 09 |
| 2. Journalismus in der demokratischen Gesellschaft | |
| Aufgabe von Journalismus in der Gesellschaft | 14 |
| Grundlagen für unabhängigen Journalismus | 16 |
| Interview-Projekt zu journalistischen Qualitätsstandards | 17 |
| 3. neue Entwicklungen im (Lokal)journalismus | |
| Thema 1: Zukunft des Lokaljournalismus | 22 |
| Thema 2: Gemeinnütziger Journalismus | 23 |
| Thema 3: Künstliche Intelligenz im Journalismus | 24 |
| 4. Journalistische Darstellungsformen: Die Zeitung im Unterricht | |
| Informierende Textformen | 27 |
| Wertende Textformen | 29 |
| Weitere Darstellungsformen | 31 |
| 5. Literaturverzeichnis, Impressum, Kontakt | 35 |

Überblick über die Medienlandschaft

Das Wort „Medium“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „Mitte“. Medien ist die Mehrzahl von Medium. Die Medien stehen in der Mitte: Zwischen den Ereignissen, die passiert sind oder passieren werden und den Menschen, die davon erfahren möchten. Zwischen den Bürgerinnen und Bürgern eines Staates und der Politik. Medien informieren, kritisieren, bilden und unterhalten.

Printmedien – zum Lesen

Zeitschriften berichten meistens über einen bestimmten Themenbereich. Sie erscheinen wöchentlich oder monatlich. **Zeitungen** decken alle Themen ab. Bei ihnen wird unterschieden zwischen Tageszeitungen sowie Wochen- und Sonntagszeitungen. Hierzulande wird sehr viel Zeitung gelesen, der deutsche Zeitungsmarkt ist einer der größten in Europa. Derzeit erscheinen 310 Tageszeitungen, die lokal oder regional berichten, 5 überregionale Tagezeitungen und 15 Wochen- und Sonntagszeitungen.

Laut der ARD ZDF Studie Massenkommunikation werden gedruckte Zeitungen und Zeitschriften von etwas mehr als der Hälfte der Bevölkerung regelmäßig gelesen. Die Verkaufszahlen gedruckter Zeitungen gehen jedoch immer weiter zurück, sie werden zunehmend digital. **Die Online-Portale von Zeitungen und Zeitschriften** sind mittlerweile gleich weit verbreitet wie die gedruckten Versionen. Während ältere Menschen nach wie vor eher gedruckte Zeitungen und Zeitschriften vorziehen, sind für junge Menschen digitale Angebote wichtiger.

*Um junge Menschen zu erreichen, setzen Zeitungen und Zeitschriften nicht nur auf eigene Online-Angebote, sondern veröffentlichen ihre Artikel und Fotos auch in den **sozialen Netzwerken**. Fast alle Redaktionen sind dort aktiv.*

Auditive Medien – zum Hören

Das **Radio** kombiniert Information sehr stark mit Unterhaltung – und hier vor allem mit Musik. Die Berichterstattung im Radio ist grundsätzlich ähnlich wie in der Zeitung: Im Vordergrund steht die Übermittlung von nüchternen Nachrichten. Was im Radio intensiver als in der Zeitung eingesetzt wird, sind Interviews und Zitate in der Originalstimme.

Der große Vorteil des Radios ist, dass sein Programm verfolgt werden kann, während man anderen Beschäftigungen nachgeht. Daher erfreut sich das Radio ungebrochener Beliebtheit. Über 80% der Bevölkerung hört laut der ARD ZDF Studie Massenkommunikation regelmäßig Radio. In der Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen hören laut JIM-Studie 57% mehrmals wöchentlich Radio. Das Programm wird größtenteils genauso gehört, wie es gesendet wird. Nur eine Minderheit wählt online explizit bestimmte Beiträge aus.

*Immer beliebter geworden sind **Podcasts**. Ein Podcast ist eine Serie von Audiodateien im Internet zu einem bestimmten Thema, die abonniert werden kann. Die Zuhörerschaft wächst seit einigen Jahren stark. Unter Jugendlichen hören laut JIM-Studie über ein Viertel regelmäßig Podcasts. Auch Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie Radiosender bieten in ihren Online-Portalen Podcasts an.*

Audiovisuelle Medien – zum Hören und Sehen

Im **Fernsehen** wird Information sehr stark mit Unterhaltung kombiniert. Filme, Serien und Shows nehmen einen großen Teil des Programms ein. Die klassischen Fernsehnachrichten beinhalten weniger Themen und weniger Details als in Zeitung und Radio. Dafür kann man sich zu bestimmten Themen ausführliche Sendungen ansehen.

80% aller Menschen über 14 Jahren schauen laut der ARD ZDF Studie Massenkommunikation fern. Auch unter jungen Menschen ist das klassische Fernsehen noch weit verbreitet: Laut JIM-Studie schauen über 35 % lineares Fernsehen, also zum Zeitpunkt der Ausstrahlung.

Laut ARD ZDF Onlinestudie nutzen 60 % der Bevölkerung über 14 Jahre zusätzlich **Video-Streaming-Dienste**. Je jünger die Nutzerinnen und Nutzer sind, desto höher die Rate. Sie nutzen vor allem Netflix und Youtube.

Deutschland hat ein **duales Rundfunk-System**. Dazu gehören Fernsehen und Radio. Er ist unterteilt in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk (dazu gehören ARD, ZDF und Landesmedienanstalten wie der SWR) sowie den privaten Rundfunk (dazu gehören zum Beispiel RTL, SAT 1 oder Radio7). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird durch eine Rundfunk-Gebühr finanziert, die jeder Haushalt bezahlen muss. Der private Rundfunk finanziert sich durch Werbung.

Das Internet – radikaler Wandel der Information

Das Internet veränderte die Medienlandschaft ganz grundlegend. Im Jahr 2022 sind laut ARD ZDF Onlinestudie so gut wie alle Menschen unter 70 Jahren online. Informationen beschaffen sie sich über die **Online-Angebote von Printmedien und Rundfunk**, über **Nachrichtenportale** wie t-online.de, über vorinstallierte **Newswidgets** auf dem Smartphone, über spezielle **Nachrichten-Apps** und über **Suchmaschinen**.

Zunehmend wichtiger werden **sozialen Netzwerke**. Insbesondere junge Menschen nutzen soziale Netzwerke zur Unterhaltung, zur Kommunikation und auch zur Information. Vor allem **Instagram** und **Youtube** spielen eine große Rolle

Da soziale Netzwerke nicht von professionellen Journalistinnen und Journalisten gestaltet werden, ist die Qualität der Informationen dort sehr unterschiedlich. Sie werden zudem geflutet mit Falschinformationen, Verschwörungstheorien oder extremen politischen Ansichten. Viele Menschen wissen das und vertrauen Informationen aus sozialen Netzwerken weniger als den Informationen aus Zeitung, Radio und Fernsehen.

Aufgaben

1

1. Lesen Sie den Informationstext und erstellen Sie in Partnerarbeit eine Mindmap, um die Medienlandschaft in Deutschland darzustellen.
2. Ergänzen Sie in der Mindmap die Zeitungen, Zeitschriften, Radiosender, Fernsehsender und sozialen Netzwerke, die Sie kennen.
4. Markieren Sie die Medien farbig, die die glaubwürdigsten Informationen anbieten.
4. Markieren Sie mit einer anderen Farbe die Medien, die Sie am meisten nutzen.
5. Vertiefung: Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Zeitungslandschaft in Deutschland. Besorgen Sie sich fünf verschiedene gedruckte Zeitungen und analysieren Sie sie in Kleingruppen (eine Zeitung pro Kleingruppe):
 - Wie ist der Platz verteilt: Wie viel Platz bekommen Bilder, wie viel Texte?
 - Wie ist die Farbgestaltung? Welche Farben werden benutzt und wie wirken sie?
 - Welche Themen stehen im Mittelpunkt?
 - Sind die Artikelüberschriften eher sachlich oder eher emotional?

Stellen Sie Ihren Mitschülerinnen und Mitschülern „Ihre“ Zeitung vor. Überlegen Sie alle zusammen, an wen sich die Zeitung richtet. Welche Menschen lesen sie wohl?

Informierende Textformen

4

Nachricht und Bericht

Die Nachricht und der Bericht sind zentrale Bestandteile von Tageszeitungen. Sie sind dafür da, Fakten und Informationen über aktuelle Themen und Ereignisse zu vermitteln – und das möglichst neutral. Die Sprache ist sachlich, tatsachenzentriert und vollkommen wertfrei. Die Meinung des Autors bzw. der Autorin spielt im Text keine Rolle.

Eine **Nachricht** gibt kurz und knapp Informationen über ein aktuelles Thema oder Ereignis. Sie beantworten immer **sieben W-Fragen**: Was ist geschehen? Wer ist beteiligt? Wo? Wann? Wie (Einzelheiten)? Warum? Woher stammt die Information? Eine Nachricht ist in der Regel immer doppelt gecheckt: Zwei voneinander unabhängige Quellen müssen dieselbe Information bestätigen (**Zwei-Quellen-Prinzip**).

Ein **Bericht** wird auf der Basis einer Nachricht geschrieben und ist etwas länger. Auch er beantwortet im ersten Abschnitt die sieben W-Fragen. Man ist also gleich zu Beginn über das aktuelle Thema oder Ereignis informiert. In den folgenden Abschnitten schildert er den Sachverhalt aber ausführlicher. Er gibt Hintergrundinformationen, erläutert konkrete Einzelheiten, enthält Einschätzungen von Expertinnen und Experten oder erklärt den Zusammenhang mit vergangenen Entwicklungen.

Interview

Bei einem Interview stellt ein Journalist bzw. eine Journalistin einer anderen Person Fragen. Dabei kann es entweder um ein Thema, die Meinung der befragten Person zu einem Thema oder um die Person selbst gehen. Häufig vermischen sich diese drei Inhalte.

Ein gutes Interview erfordert eine gründliche Vorab-Recherche, gute Fragen und etwas Menschenkenntnis. Nur so kitzelt man aus der befragten Person interessante und ehrliche Informationen heraus. Die Meinung des Journalisten bzw. der Journalistin spielt im Interview keine Rolle, aber natürlich die Meinung der befragten Person.

Interviews wirken sehr authentisch, weil man Erfahrungen und Fachwissen aus erster Hand liest. Trotzdem muss der Text eines Interviews in der Regel überarbeitet werden, schließlich sprechen die meisten Menschen nicht druckreif. Es werden Sätze umformuliert und unwichtige Passagen gestrichen. Der Inhalt darf sich dabei aber nicht ändern. Trotz der Überarbeitung ist ein Interview in direkter Rede geschrieben.

Reportage

Mit einer Reportage werden die Leserinnen und Leser direkt in ein Ereignis hineingeführt. Der Autor bzw. die Autorin muss dazu selbst vor Ort sein und über eigene Beobachtungen berichten. Dabei beschränkt er oder sie sich nicht auf nüchterne Informationen, sondern spricht mit Betroffenen und vermittelt die Atmosphäre und die Stimmung vor Ort. Die Leserinnen und Leser sollen sich so fühlen, als ob sie live dabei wären. Reportagen sind daher meistens im Präsens geschrieben.

Trotzdem spielt die eigene Wertung und Meinung des Autors bzw. der Autorin im Text keine Rolle. Gefühle und Atmosphäre werden nur durch genaues Beobachten und Beschreiben vermittelt (und nicht durch wertende Äußerungen). Fakten und Hintergrundinformationen werden vorab recherchiert, so dass das Geschehen objektiv eingeordnet werden kann. Persönliche Statements von Beteiligten werden auf ihre Richtigkeit überprüft, Gegenmeinungen einbezogen und bewertet.

Wenn eine Reportage gut gelingt, wird anhand eines konkreten Falls etwas Allgemeines sichtbar und verständlich. So zu schreiben ist sehr schwierig – die Reportage ist daher die Königsdisziplin der informierenden Textformen.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Informationstext und machen Sie sich Notizen zu den Merkmalen jeder Textform.
2. Suchen Sie in Partnerarbeit in der aktuellen Tageszeitung oder im Online-Portal nach einem Beispiel für jede Textform. Markieren Sie in allen Beispielen die Merkmale, die auf die Textform hindeuten. Beantworten Sie anschließend die folgenden Fragen:
 - **Nachricht / Bericht:** Wie sind die Antworten auf alle sieben W-Fragen?
 - **Interview:** Geht es um eine Sache, die Meinung der befragten Person oder um die Person selbst? Welche Themen werden nacheinander angesprochen?
 - **Reportage:** An welchem Ort fand die Recherche statt? Welches allgemeine Thema soll verdeutlicht werden? Was kann die Reportage leisten, was ein Bericht oder ein Interview zu diesem Thema nicht geschafft hätte?
3. Suchen Sie sich eine Pressemitteilung der Bundesregierung aus. Formulieren Sie zu dieser Pressemitteilung eine Nachricht oder einen Bericht. Recherchieren Sie dazu weitere Informationen im Internet.



Aktuelle Pressemitteilungen der Bundesregierung

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/pressemitteilungen>

Wertende Textformen

4

Kommentar / Leitartikel

Der **Kommentar** nimmt Stellung zu einem aktuellen Thema oder Ereignis, zu dem meist ein (neutraler) Bericht in der Tageszeitung oder im Online-Portal zu finden ist. Der Journalist bzw. die Journalistin entwickelt aus den verfügbaren Informationen eine Argumentation, die zu einer Einschätzung oder Bewertung führt. Es geht also nicht um die Privatmeinung des Journalisten bzw. der Journalistin, sondern um einen begründeten Standpunkt. Das soll den Leserinnen und Lesern helfen, sich eine Meinung zum Thema zu bilden.

Es gibt verschiedene Arten von Kommentaren: Am häufigsten ist der (relativ kurze) „Geradeheraus“-Kommentar zu finden, in dem sich ein Autor bzw. eine Autorin klar und deutlich zu einem Thema positioniert. Zu komplexeren Themen sind längere argumentierende Kommentare zu finden, in denen der Autor bzw. die Autorin ein Thema ausführlicher analysiert.

Zudem gibt es noch die **Leitartikel**. Ein Leitartikel ist ein ausführlicher Kommentar zu einem wichtigen überregionalen Topthema. Er wird in der Redaktionskonferenz vorab besprochen und spiegelt die Meinung der gesamten Redaktion wieder.

Da Kommentare die Meinung des Autors bzw. der Autorin enthalten, werden sie in professionellen journalistischen Medien immer von informierenden Artikeln getrennt und klar gekennzeichnet. In der Überschrift steht „Kommentar“ sowie der Name des Autors bzw. der Autorin. Sie werden zudem häufig farblich von anderen Artikeln abgehoben.

Kritik / Rezension

Kritiken oder Rezensionen können sich auf ein Buch, einen Film, ein Konzert, ein Theaterstück, eine Ausstellung, eine Fernsehsendung oder ein anderes Kulturereignis beziehen. Sie enthalten zwar sachliche Informationen und eine Inhaltsbeschreibung, aber ihre Hauptfunktion ist es, zu bewerten. Dabei geht es jedoch nicht um den persönlichen Geschmack des Journalisten bzw. der Journalistin, sondern um ein begründetes Qualitätsurteil.

Kritiken haben einen hohen Nutzwert für Leserinnen und Leser. Sie stellen eine Publikation oder ein Kulturereignis vor und helfen bei der Einschätzung, ob es sich lohnt oder nicht.

Essay

In einem Essay setzt sich ein Autor bzw. eine Autorin ausführlich mit einem gesellschaftlichen, wissenschaftlichen oder kulturellen Thema auseinander. Er oder sie nähert sich dem Thema aus verschiedenen Richtungen an – vielleicht aufgrund eines persönlichen Erlebnisses oder eines aktuell stark diskutierten Themas. Schritt für Schritt entwickelt der Autor bzw. die Autorin eine persönliche Haltung zum Thema und nimmt dabei die Leserinnen und Leser mit.

Im Mittelpunkt steht also nicht das Thema an sich, sondern die persönliche Auseinandersetzung des Autors bzw. der Autorin damit. Das unterscheidet ihn von einer nüchternen Analyse, in der das Thema im Mittelpunkt steht und nicht bewertet wird.

Essays führen die Leserinnen und Leser in ein komplexes Thema ein. Trotzdem sind sie leicht verständlich und lebendig geschrieben. In einem guten Essay kann man dem Autor bzw. der Autorin „beim Denken zusehen“. Essays sind daher die Königsdisziplin der wertenden Textformen.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Informationstext und machen Sie sich Notizen über die Merkmale jeder Textform.
2. Suchen Sie in Partnerarbeit in der aktuellen Tageszeitung oder im Online-Portal nach einem Beispiel für jede Textform. Markieren Sie in allen Beispielen die Merkmale, die auf die Textform hindeuten. Beantworten Sie folgende Fragen:
 - **Kommentar / Leitartikel:** Was ist das Thema? Welche Argumente führt der Autor bzw. die Autorin an?
 - **Essay:** Welche Verbindung hat der Autor bzw. die Autorin mit dem Thema? Warum beschäftigt er oder sie sich damit?
3. Suchen Sie sich ein Buch, einen Film, eine Serienepisode oder eine Veranstaltung aus und schreiben Sie eine Kritik darüber. Diese soll den Inhalt beschreiben und bewerten.

Weitere Darstellungsformen



Pressefoto / Bildstrecke

Pressefotos haben in Tageszeitungen meistens einen dokumentarischen, tagesaktuellen Charakter. Sie müssen möglichst neutral sein und sind daher eine informierende Darstellungsform. In der Regel gehören Pressefotos zu einem Artikel und sind ein Hingucker, der neugierig machen soll. Sie haben immer eine Bildunterschrift, in dem der Kontext des Fotos beschrieben wird und der Name des Fotografen bzw. der Fotografin steht.

Für das Online-Portal oder die sozialen Medien werden mitunter mehrere Fotos zu einer **Bildstrecke** verbunden. Sie geben dann Einblick in den Ablauf eines Ereignisses und fangen interessante Einzelheiten ein.

Infografik

Ob Corona-Zahlen, Wetterkarten oder internationale Flüchtlingsströme: Eine Infografik stellt Zahlen, Entwicklungen oder Statistiken visuell dar. So können Leserinnen und Leser komplizierte Informationen schnell erfassen und leicht verstehen. Eine Infografik ergänzt meistens einen Text.

Infografiken leben von Klarheit und Genauigkeit. Meinungen, Bewertungen und Einordnungen haben darin keinen Platz. Sie gehören daher zu den informierenden Darstellungsformen.

Post in sozialen Medien

Zeitungsredaktionen sind auch in den sozialen Medien aktiv. Besonders Instagram wird gern und viel genutzt. Ein Instagram-Post besteht aus einem Bild, das mit einem ergänzenden Text veröffentlicht wird. Dieser enthält einen Link zum ausführlicheren Artikel im Online-Portal. Durch Liken und Teilen der Userinnen und User verbreitet sich der Artikel weiter.

Je nach verlinktem Artikel können Posts in den sozialen Medien zu den informierenden oder wertenden Darstellungsformen gehören.

Podcast

Ein Podcast ist eine Serie von Audios zu einem größeren Rahmenthema. Die Serie kann abonniert werden. Im Journalismus haben Podcasts oft die Funktion, dass Journalistinnen und Journalisten, die sich tiefergehend mit einem Thema beschäftigt haben, dieses für die Zuhörer und Zuhörerinnen erklären und einordnen. Mal geht es dabei um anstehende Wahlen, mal um lokale Kriminalfälle.

Im Grunde sind Podcasts einem Radiobeitrag sehr ähnlich (der Unterschied ist, dass sie nicht live gesendet werden). Trotzdem produzieren auch Zeitungen gerne Podcasts, weil sie oft authentischer wirken als ein geschriebener Artikel. Da der persönliche Hintergrund und die Meinung der Beteiligten eine große Rolle spielen, gehören Podcasts zu den wertenden Darstellungsformen.

Aufgaben

1. Partnerarbeit: Suchen Sie im Online-Portal oder auf Instagram nach Beispielen für die oben genannten Darstellungsformen, die Sie besonders gelungen finden.
2. Suchen Sie sich ein Highlight heraus und schreiben Sie einen Kommentar, in dem Sie begründen, warum Sie es so interessant finden.
3. Stellen Sie Ihr Highlight Ihren Mitschülerinnen und Mitschülern vor - digital oder als ausgedruckten Screenshot.

Unterrichtsvorschlag

| | | |
|----------------------------------|--|------------------------|
| Einstieg | Lehrkraft gibt Einführung in die „Trennungsregel“: Trennung von Information und Meinung | Plenum |
| Erarbeitung 1 | Merkmale informierender Textformen erarbeiten anhand des Infotextes und Beispielen in der Zeitung | Partnerarbeit |
| Anwendung / Hausaufgabe 1 | Nachricht oder Bericht schreiben zu einer Pressemitteilung | Einzelarbeit |
| Erarbeitung 2 | Merkmale wertender Textformen erarbeiten anhand des Infotextes und Beispielen in der Zeitung | Partnerarbeit |
| Anwendung / Hausaufgabe 2 | Kritik schreiben über ein Buch, einen Film, eine Serie oder eine Veranstaltung | Einzelarbeit |
| Erarbeitung 3 | Merkmale visueller und elektronischer Darstellungsformen erarbeiten anhand des Infotextes und Beispielen aus dem Online- oder Instagram-Auftritt der Zeitung | Partnerarbeit |
| Anwendung / Hausaufgabe 3 | Kommentar und Kurzpräsentation zu einem ausgewählten Highlight | Partnerarbeit / Plenum |
| Anwendung / Hausaufgabe 3 | Pressefoto aus dem eigenen Umfeld knipsen, Ausstellung mit allen Pressefotos (digital oder ausgedruckt) | Einzelarbeit |

Hinweise für Lösungen und Diskussion

Einstieg

Für Qualitätsjournalismus ist die Trennung von Information und Meinung essenziell. Die Lehrkraft kann sich selbst oder auch die Schülerinnen und Schüler mit folgenden Materialien einführen:

Video „Zwischen YouTube und Tagesthemen | Was ist Meinung? Was ist eine Nachricht?“ (BR So geht Medien)

<https://www.br.de/sogehmedien/sogehmedien-meinung-sagen-100.html>

Erklär-Video „Was ist eine Nachricht?“ mit Nachrichten-Chef (SPIEGEL Ed)

<https://ed.spiegel.de/videos/erklaervideo-die-nachricht>

Themenseite „Journalistische Textsorten“ (BR Alpha Lernen)

<https://www.br.de/alphalernen/faecher/deutsch/journalistische-textsorten-meldung-feature-glosse100.html>

Erarbeitung der Darstellungsformen

Für jede Darstellungsform-Gruppe (informierend, wertend, weitere) benötigen Sie jeweils eine Schulstunde inklusive Hausaufgabe.

Wenn Schülerinnen und Schüler im Online-Portal nach Beispielen für eine Darstellungsform suchen, ist es am einfachsten, wenn sie die Suchfunktion nutzen und dort die gesuchte Darstellungsform eingeben. Bei vielen Online-Inhalten ist nämlich die Darstellungsform explizit in der Überschrift genannt.

Die Arbeit mit den weiteren Darstellungsformen (Foto, Podcast, Instagram ...) ist bewusst etwas spielerischer angelegt. Sie soll die Schülerinnen und Schüler mit den Informationskanälen und Darstellungsformen bekannt machen, die sie aus ihrem privaten Mediennutzungsverhalten gut kennen.