

## 5 Gruppen von Textsorten (Lüger)

1. Informationsbetonte Texte (Nachricht, Meldung, Bericht, Reportage, Problemdarstellung, Wetterbericht)
  2. Meinungsbetont-persuasive Texte (Kommentar, Glosse, Kritik)
  3. Instruierend-anweisende Texte (Handlungsanleitungen, Ratgebungen)
  4. Bizentrierte Texte (Interview, Konsultation)
  5. Kontaktherstellende Texte
- > für unsere Zwecke zu allgemein gehalten

## Direkte Rede

Anführungszeichen in klassischen Tageszeitungen (NZZ): Zitieren oder «modalisieren» (die Geltung, die Glaubwürdigkeit, den Stil einer Formulierung in irgendeiner Weise relativieren)

In der Boulevard- und Regenbogenpressen lassen sich unter dem Gesichtspunkt der Authentizität drei Typen unterscheiden:

1. Von einem namentlich genannten Sprecher Gesagtes, das in dieser Form gesagt wurde bzw. hätte gesagt werden können
2. Formulierungen, die einer Institution, einem Staat o.ä. zugeschrieben werden (schriftliche oder mündliche Quellen), die aber nicht in dieser Form formuliert worden sein können oder höchstwahrscheinlich nicht so formuliert worden sind
3. Direkte Rede als Wiedergabe von unterstellten Gedanken, Vermutungen etc.

Effekte der direkten Rede:

1. Teilhabenlassen an der originären (Gesprächs-)Situation, sei sie echt oder fiktiv: «dabei sein», «Augenzeuge»
2. Anonyme Institutionen personifizieren: «die Sowjets haben...», «die E-Werke sagen...»
3. Sich in die agierenden Personen hineinversetzen «Marsch, zurück in den Hof!» (Formulierungen, in denen Sachinformationen und Wertungen, emotionale Faktoren nicht getrennt sind)

## Das Presse-Interview

Von der Form her keine Selbstverständlichkeit, da es wie ein «Drehbuch» daherkommt.

Dialogische Kommunikation mit asymmetrischer Rangverteilung: Steuern kann das Interview ein unbekannter Journalist, während ein bekannter Politiker «gesteuert wird».

Interview als Form der Recherche und Interview als journalistische Darstellungsform unterscheiden sich grundsätzlich: Als Darstellungsform ist das Interview von vornherein auf Öffentlichkeit hin angelegt, während die Recherche eine Sache unter vier Augen bleiben kann.

Fingiertes Interview:

Es ist nicht einfach, ein Interview zu fingieren, so dass es näherer (linguistischer) Prüfung standhalten würde. Doch genügt für den Rezipienten, der nicht von vornherein damit rechnet, hinters Licht geführt zu werden, die bloße Ankündigung des Textes als «Interview» und die Nennung der Partner, damit er mindestens eine Zeitlang auf die Authentizität vertraut. Wohlgermerkt: Es gibt auch «legale» (wenn als solche deklarierte) fingierte Interviews, wobei man angeben muss, *warum* man gerade diese Präsentationsform wählt.

Üblicherweise werden Interviews nur in bearbeiteter Form publiziert, wobei verschiedene Mischformen entstehen zwischen «reinen» Interviews und Textformen, die gar nicht mehr ohne weiteres als Interview zu erkennen sind.

Typisches Phänomen der Regenbogenpresse: Der gesprochene Text tritt völlig in den Hintergrund gegenüber dem Kontext des Interviews (z.B. Make-Up des Filmstars, Ambiente des Hotels, Familiengeschichte des Sportlers). Wichtig ist nicht mehr, *was* gesagt wird, sondern *wie* und *unter welchen Umständen*. Die paraverbalen und nonverbalen Phänomene (Schmunzeln, fröhliches Lächeln, ...) werden wichtiger als die verbalen.

Die Mischform in der Presse erfüllt eine ähnliche Funktion wie die Talkshow im Fernsehen oder vergleichbare «Gespräche» im Radio.

Dort, wo in der Frage keine Personalpronomina der 2. Person auftreten, hat das Weglassen der Anführungszeichen einen interessanten Effekt: Die Fragen sind nicht mehr bloss Fragen des Interviewers, sondern allgemein interessierend. Bsp: *Ist geteilte Verantwortung leichter?* – «Ja», sagt er, «und fairer.»

Das Spielen mit all den graphischen und grammatischen Möglichkeiten, die das Deutsche im Bereich der Redewiedergabe bietet, wird von vielen Journalisten in diesem Bereich der Presse genutzt. Diese Techniken sind nicht mehr der Literatur vorbehalten. Was ein Max Frisch in «Mein Name sei Gantenbein» in dieser Hinsicht leistet, das gehört heute zum gängigen journalistischen Handwerkszeug.

Fazit der Beobachtungen zum Presseinterview: Der konservativste Flügel der Presse verschliesst sich dem Presseinterview ganz. Die konventionellen Blätter jeder Couleur nutzen das Interview, entweder in seiner reinen Form als Frage-Antwort-Ablauf oder in Mischformen, wobei der Gesprächstext in journalistische Argumentationen, Berichte etc. eingebettet ist. Die Boulevard- und die Regenbogenpresse, aber auch manche Zeitschriften gehen viel weiter: Sie sind mit ihren Vertextungsverfahren in der Nähe von Praktiken, die wir auch aus bestimmten Magazinen der elektronischen Medien kennen; sie verwischen bewusst die Grenzen der traditionellen Genres. Es wird unmöglich, zwischen Reportage, Bericht, Interview noch zu trennen. Ob man diese Textformen sympathisch findet oder nicht, sie bringen jedenfalls Bewegung in die gängigen, gänzlich an Prinzipien der Schriftlichkeit orientierten Textsorten der Presse.