



Foto: Thomas Kunz

Bildungsaufgabe Zeitung:

Information, Botschaft, Orientierung

Die „Doppelnatur“ der Zeitung

Andreas Lutz

Akademischer Oberrat am IMB der
Pädagogischen Hochschule Freiburg

Inhaltsverzeichnis

1. Schriftzeichen als Orientierungshilfe
2. Schriftzeichen als Information
3. Schriftzeichen als Träger einer Botschaft
4. Der Name verrät etwas über die Entstehung,
Entwicklung und Herkunft der Zeitung
5. Anzeigen
- 5.1 Vielfalt der Schriftzeichen in der Anzeigenwerbung
- 5.2 Die „Doppelnatur“ der Zeitung
6. Theorie der Bildungsaufgaben und Zischup
- 6.1 Differenz: Aufgabe/Problem und Verhalten/Handeln
- 6.2 Aufgaben als Bildungsaufgaben
- 6.3 Bildungsaufgabe Zeitung
7. Literaturangaben
8. Anlagen
- 8.1 Didaktische Materialien
- 8.2 Materialien zur Unterrichtsgestaltung



Badische  Zeitung

Copyright: 2015

Die didaktischen Materialien dürfen zu Unterrichtszwecken vervielfältigt werden. Alle anderen Verwendungszwecke sind untersagt. Alle Rechte liegen beim Autor (alutz@andreaslutz.com). Sofern eine Quelle nicht genannt ist, liegen die Rechte an den Bildern und den Originalzeitungsseiten bei der Badischen Zeitung Freiburg.

Bildungsaufgabe Zeitung: Information, Botschaft und Orientierung

Die „Doppelnatur“ der Zeitung

Andreas Lutz

Die Zeitung benutzt Schrift, um einen sich in räumlicher Distanz befindlichen Leser an der Information eines Schreibers teil haben zu lassen. Schrift gründet auf Zeichen mit vereinbarter Bedeutung, die auf einem Trägermaterial, bei der Zeitung ist das dünne, saugfähige Papier, vervielfältigt und verbreitet wird. Wenn es dem Schreiber in erster Linie vor allem darum geht, etwas mitzuteilen, dann verwendet er Schriftzeichen, die grafisch dieser Absicht entsprechen. Soll aber das Mitzuteilende noch mit Zusatzinformationen aufgeladen werden, dann werden dieser Absicht entsprechend andere Schriftzeichen verwendet. Schriftzeichen werden über die grafische Gestaltung noch mit weiteren Informationen angereichert, so dass zur Mitteilung der Information noch eine Botschaft mitgeliefert wird. Eine spezielle Funktion erhalten Schriftzeichen in der Zeitung, wenn sie eine Orientierungshilfe für die Leser sein sollen.

1. Schriftzeichen als Orientierungshilfe

Bei den knapp 30 Minuten, die heute Zeitungsleser täglich für die Zeitungslektüre zur Verfügung stellen (vgl. www.mediendaten.de), braucht der Leser Orientierungshilfen, damit er zeitökonomisch an die Informationen kommt, die für ihn von Interesse sind. Im Unterschied zu Büchern, werden Zeitungen vor allem selektiv gelesen. Es gehört gerade zu den Grundmerkmalen der Zeitung, dass sie so aufgebaut ist, dass selektives Lesen ermöglicht wird. Selektive Lesen ist eine Grundkompetenz, über die ein Zeitungsleser verfügen oder die er sich aneignen muss. Erfolgreiche Zeitungen bieten ihren Lesern diese Hilfe als selbstverständlichen Service an. Die grafische Form der Schriftzeichen ermöglicht die Orientierungshilfe.

Durch folgende Grundmerkmale der Schriftzeichen wird die Orientierungsfunktion verwirklicht:

Schriftart: Antiqua (Serifenschriften), Grotesk (Serifenlose Schriften), *Script* (Schreib(Hand-)schriften) und **Fraktur** (Gebrochene Schriften).

Schriftauszeichnung: normal, **fett** oder *kursiv*.

Schriftschnitt: Dicke und Laufweite der Schriftzeichen.

Farbe: Schwarz oder **bewusst gewählte Farbe**.

Größe: Groß- (VERSALIEN, KAPITÄLCHEN), Kleinbuchstaben

Schriften in vielen möglichen Kombinationen der eben aufgezeigten Merkmale werden in der Zeitung in unterschiedlichen Funktionen und Intentionen verwendet:

Zeitungskopf, Dachzeile und Seitenkopf;

Schlagzeile, Unterzeile und Fettgedrucktes (Vorspann oder Lead);

Textkörper und Zwischentitel;

Rubrikenbalken und freigestelltes Textzitat;

Bildüber- und -unterschriften;

Anzeigen und die vielfältige Schriftverwendung in der Werbung sind die möglichen Anwendungsfelder von Schrift in der Zeitung.

An den folgenden Zeitungsseiten soll dies exemplarisch aufgezeigt werden.

Dachzeile

Warum sich die nächste Finanzkrise nicht vermeiden lässt – ein Interview (Seite 16)

Zeitungskopf

Badische Zeitung

Freiburg im Breisgau · Dienstag, 2. Februar 2010

Nr. 26/05 - 65. Jahrgang · € 0,47 pro
Montag - Freitag € 1,50
Samstag

Schlagzeile

0800-22 24 22 0
0800-22 24 22 1
07 61-46 0
www.badische-zeitung.de

Rheintalbahn wird deutlich teurer

Der Bund rechnet neu und kommt auf 1,4 Milliarden zusätzlich

VON UNSEREM REDAKTEUR
FRANZ SCHMIDER

FREIBURG. Der Ausbau der Rheintalbahn wird nach aktuellen Berechnungen des Bundesverkehrsministeriums 1,4 Milliarden Euro teurer als bislang kalkuliert. Dabei sind die Zusatzkosten in Höhe von einer Milliarde Euro, die sich aus den Wünschen der Region ergeben, nicht einbezogen.

Fettgedrucktes (Vorspann oder Lead)

Baukosten stehen für den Abschnitt Karlsruhe-Offenburg-Freiburg-Basel 5,7 Milliarden Euro. Bisher ging man in Berlin von Gesamtkosten von 4,33 Milliarden aus. Die meisten Zusatzkosten ergeben sich aus der abgerechneten neuen Kosten-

Überschrift

Merkel für Datenkauf

Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt

BERLIN (dpa). Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) will gegen Steuerhinterziehung kämpfen. Die Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt. Die Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) will gegen Steuerhinterziehung kämpfen. Die Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt. Die Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) will gegen Steuerhinterziehung kämpfen. Die Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt.

Unterzeile

Die Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) will gegen Steuerhinterziehung kämpfen. Die Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt. Die Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) will gegen Steuerhinterziehung kämpfen. Die Kanzlerin will außerdem, dass Steuerenkultur für Hotels bleibt.

Rubrikenbalken

Freiburger Brezeln für Haiti-Hilfe
Südbaden hilft - hier wurden 155 121 Euro eingeworben. Das Geld geht an die Aktion „Südbaden hilft“.

Freiburger Brezeln für Haiti-Hilfe
Südbaden hilft - hier wurden 155 121 Euro eingeworben. Das Geld geht an die Aktion „Südbaden hilft“.

Barcode and ISSN information

Autorenzeile

Die Rheintalbahn zwischen Karlsruhe und Basel ist und bleibt eines der wichtigsten Schienenprojekte des Bundes, versichert der Sprecher von Minister Freytag. Das wird ohne massive Anhebung der Investitionsmittel im Bundeshaushalt kaum gelingen, denn die Schweiz will den Gotthardtunnel 2019 in Betrieb nehmen. Der Grünen-Abgeordnete und Vorsitzende des Verkehrsausschusses, Winfried Hermann, geht davon aus, dass sich die Inbetriebnahme der neuen Eisenbahnstrecke nach 2020 verzögert. Die Offenburger Oberbürgermeisterin Evelyn Schreiner nannte die Entwicklung „eine Katastrophe für die Stadt“. Die Bahn äußert sich nicht.

Textkörper

Reis für Haiti



Bildüberschrift

Bildunterschrift

NOTHILFE: Die Lebensmittel, die derzeit in Haiti verteilt werden, sichern das Überleben der Erdbebenopfer. Langfristig sollen die Menschen aber in die Lage versetzt werden, sich aus der Armut zu befreien. Dazu beitragen will auch „Südbaden hilft“. Die USA kündigten am Montag an, schwer verletzte Menschen aus Haiti wieder zur Behandlung auszufliegen (Leitartikel, Seite 4).

TAGESSPIEGEL

Rheintalbahn Der Ausbau muss sein

Die Nachricht ist gut versetzt in einem Wust von Zahlen und Daten, die in einer Bundestagsdrucksache zu lesen sind als Antwort auf eine Anfrage im Parlament. Dabei ist der Inhalt politisch hochgradig brennend und verlangt nach einer eingehenden Erörterung. 1,4 Milliarden Euro Mehrkosten für die Rheintalbahn sind schließlich eine Kleinigkeit. Das ist eine Kostensteigerung von mehr als 30 Prozent. Und das in einem Stadium, in dem in einigen Bauabschnitten die Planung noch in den Anfängen steckt. Selbst als in der vergangenen Woche Vertreter der Region und des Landes zu Verhandlungen über einen besseren Lärmschutz in Berlin waren, kam die erwartete Kostenexplosion nicht zur Sprache. Zumindest war dem Bundesverkehrsminister offenbar die Angelegenheit schon jetzt klar, dass die Bundesrepublik ihre vertraglichen Pflichten gegenüber der Schweiz nicht erfüllen kann. Von den 5,7 Milliarden sind erst 1,7 Milliarden ausgetagt. Und der Verkehrsminister hat in der jetzigen Finanzplanung nur eine Milliarde pro Jahr für Schienenneubauten zur Verfügung. Umso nötiger ist es, die knappen Kassen. Prioritäten zu setzen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und dies dann vernünftig zu rechnen. Investitionen müssen auf ihren Nutzen für den Verkehr und ihre Rendite hin überprüft werden. Beides beim Ausbau der Rheintalbahn in Höhe von 5,7 Milliarden Euro zu gewährleisten, ist auf das Wesentliche zu konzentrieren und dies dann vernünftig zu rechnen. Investitionen müssen auf ihren Nutzen für den Verkehr und ihre Rendite hin überprüft werden. Beides beim Ausbau der Rheintalbahn in Höhe von 5,7 Milliarden Euro zu gewährleisten, ist auf das Wesentliche zu konzentrieren und dies dann vernünftig zu rechnen.

Das Wetter

Schnee, in tieferen Lagen in Regen übergehend

Die Börse in Kürze

Dax	Dow Jones	Dollar
5654,48	10162,40	1,3866
+0,81%	+0,94%	+7,02%

Verweis

Seite 5

UNTERM STRICH



Durchblick schaffen

Thomas Hauser erklärt die Veränderungen, mit denen die Zeitung noch hintergründiger und persönlicher werden soll

Überschrift in Groteskschrift

Zeitungen verändern sich mit ihren Leserinnen und Lesern - und deren Gewohnheiten. Und die haben sich in den vergangenen Jahren durch Internet, Radio und Fernsehen kräftig gewandelt. Die pure Nachricht vom Tage ist in der Regel am nächsten Morgen schon vielfach gesehen oder gehört. Deshalb wird von der Tageszeitung verstärkt Hintergrund oder Analyse gewünscht. Gefragt sind auch klare Schwerpunkte, um Schneisen der Relevanz in den zunehmend unübersichtlichen Dschungel der Nachrichten zu schlagen. Autorentexte sollen darüber hinaus die Menschen hinter den Geschichten sichtbar machen. Und die Redaktionen müssen auf den neuesten Stand der Medienentwicklung sein. Zeitungen verändern sich mit ihren Leserinnen und Lesern - und deren Gewohnheiten. Und die haben sich in den vergangenen Jahren durch Internet, Radio und Fernsehen kräftig gewandelt. Die pure Nachricht vom Tage ist in der Regel am nächsten Morgen schon vielfach gesehen oder gehört. Deshalb wird von der Tageszeitung verstärkt Hintergrund oder Analyse gewünscht. Gefragt sind auch klare Schwerpunkte, um Schneisen der Relevanz in den zunehmend unübersichtlichen Dschungel der Nachrichten zu schlagen. Autorentexte sollen darüber hinaus die Menschen hinter den Geschichten sichtbar machen. Und die Redaktionen müssen auf den neuesten Stand der Medienentwicklung sein.

Information

Schriftzeichen in Werbeanzeigen und Werbung im redaktionellen Teil der Zeitung.

Seitenkopf

SAMSTAG, 6. FEBRUAR 2010

Freiburger Zeitung

FREIBURG

www.badsche-zeitung.de/freiburg

BADSCHER ZEITUNG 21

Anzeige

Exklusives Wohnen
in Freiburg-Herdern

Weitere Informationen unter:
www.freiburg-st-urban.de

Hinweise auf die Inhalte dieser Ausgabe

<p>Ein Bekenntnis zur „Automobil“</p> <p>Leitende Manager von vier großen Automobilherstellern bekennen sich gestern zum Messestandort Freiburg.</p> <p style="text-align: right;"><i>Seite 23</i></p>	<p>Gelbe Kabel und blaue Stühle</p> <p>Der Bundestagsabgeordnete Ernst Burgbacher eröffnete gestern die neue FDP-Kreisgeschäftsstelle in der Kaiser-Joseph-Straße 210.</p> <p style="text-align: right;"><i>Seite 23</i></p>	<p>Narretei aus einem Guss</p> <p>Chapeau, Freiburger Narren: Die Akteure in der Bütt liefern die beste Kappenatzung seit Jahren.</p> <p style="text-align: right;"><i>Seite 24</i></p>	<p>Rechte für die Aller kleinsten</p> <p>Als erste Stadt in Deutschland überreicht Freiburg den Eltern von Neugeborenen eine Kinderrechtsurkunde.</p> <p style="text-align: right;"><i>Seite 25</i></p>
---	---	--	--

Das ging wie's Brezel backen!

11 000 Euro kommen beim „Freiburger Brezeltag“ für die Erdbebenopfer von Haiti zusammen / Bäcker liefern, was die Öfen hergeben

Das Wetter ist denkbar schlecht gewesen, das Ergebnis der Haiti-Aktion ungewöhnlich gut: 11 000 Euro kamen gestern zusammen. Die Freiburger liefen „Südbaden hilft“ nicht im Regen stehen und kauften Brezeln und Pettinger, als gab's bald keine mehr. Und ganz ehrlich: Es gab mitunter keine Brezeln. Die Bäcker liefen die Öfen hergeben und brachten Nachschub.



Das Gebäck ging weg wie warme Semmeln. Hilfe kam beispielsweise von Kabarettist Matthias Deutschmann, Bundestagsabgeordnetem Gernot Eiler und BZ-Chefredakteur Thomas Hauser (von links).

SÜDBADEN

hilft

FÜR DEN WIEDERAUFBAU NACH DEM ERDBEEN

Das der Wunsch groß ist, Haiti zu helfen, zeichnete sich schon vor der Aktion ab. Aber niemand ahnte, dass das Gebäck den Verkäufern schon ab 8 Uhr förmlich aus den Händen gessen wurde. Die Freiburger gingen und Freiburger ordneten Brezeln gleich hüter- und köchebeweise. Damit hatte selbst Herrmannsdreher, Obermeister der Bäckergewerkschaft mit jahrzehntelanger Berufserfahrung, nicht rechnen können. Um die Versorgungslücke bis zur nächsten Lieferung schnell zu schließen, organisierte Aichele bei einem nahen Bäcker Nachschub. Auch in den nächsten Stunden riss die Nachfrage wie ein rotierendes Rad. In den nächsten Stunden riss die Nachfrage wie ein rotierendes Rad. In den nächsten Stunden riss die Nachfrage wie ein rotierendes Rad.

der Verkaufserfolg die Lieferanten noch in den Backwahn treiben würde, wurde benötigt. Die Betriebe, die das Gebäck spendeten, lieferten stetig nach. Um vier nach vier Uhr nachmittags waren alle Brezeln weg. Die Lieferanten hatten die Theke nun leer. Die Bäcker haben sich aber nicht geschert. Sie haben weiter gebacken und geliefert. Die Freiburger sind stolz auf den Erfolg. Die Freiburger sind stolz auf den Erfolg. Die Freiburger sind stolz auf den Erfolg.

ANZEIGE

Das gute Gefühl, gesund zu wohnen

HIRSCHLE

MOBEL UND REPARATURSYSTEME

Oberwälderstr. 29 · 79102 Freiburg · Tel. 0761/7278

Verweis auf weitere Information im Internet

Mehr zum „Brezeltag“ auf Seite 25, und unter www.badsche-zeitung.de

MÜNSTERECK

Tolles Ergebnis des Brezeltags

Danke, Freiburg

Als am vier nach vier die Brezel- und Pettinger-Sause der BZ offiziell beendet war, ging es in der Stadtredaktion am Bertoldbrunnen erst mal rund. Wie viel Geld war eigentlich zusammengekommen? Die Freiburger haben 11 000 Euro gesammelt. Das geht doch nicht, fand Bäckmeister Erwin Heitzmann, griff ins Portemonnaie und rundete auf 10 000 auf. Das wiederum inspirierte BZ-Geschäftsführer Hans-Otto Holz: „Nochmal 1000 Euro.“ So kamen schlussendlich 11 000 Euro für „Südbaden hilft“ zusammen – und Sie, die Brezelnäherinnen und -käufer, sind die wahren Helden dieser Geschichte. Dafür ein dickes Dankeschön! *Simone Lutz*

ANZEIGE

Barocke Exzentriker

Mi., 17.02.2010, 20 Uhr, Konzerthaus Freiburg

Tourens van der Zwart, Hom
Liesel Lehmann, Blockflöte · Javier Zafra, Fagott
Gottfried von der Goltz, Leittung

Karten: BZ, Kassenbox, Barockstr. 7,
Tel. 03615-556636 (ab abw.) und unter www.karottenbasteide.de

Liebliche Komödien und geheimnisvolle Thriller

Freiburg wird ein immer beliebter Drehort, auch der ZDF-Fernsehfilm der Woche am Montag entstand teilweise in der Stadt

VON UNSEREM REDAKTEUR FRANK ZIMMERMANN

Wenn am kommenden Montag um 20.15 Uhr im ZDF „Die Toten vom Schwarzwald“ mit Heino Ferch und Nadja Uhl in den Hauptrollen gesendet wird (siehe heutige BZ-Kultur), dann ist einmal mehr auch Freiburg Teil der Kulisse. Gedreht wurde der Thriller im Sommer 2008 an verschiedenen Orten in der Stadt: im Landgericht an der Salzstraße, der Uniklinik, der Schlossberggarage, im Sedanquartier und der Brauerei Günter in der Wiehre und dem Evangelischen Stift. Letzteres ist im Film ein Altenpflegeheim.



Am Montag läuft der Kriminalfilm „Die Toten vom Schwarzwald“ mit Heino Ferch und Nadja Uhl (rechts im linken Bild) im ZDF. 2003 entstand in der Stadt der Thriller „Der Mann aus der Vergangenheit“ mit Vernaschan (Mitte). 2007 gab's in Herdern Dreharbeiten zum Drama „Vom Atmen unter Wasser“.

ANZEIGE

Ihr Schlüsseldienst an neuem Standort

Rilling

Sicherheitssysteme

Service · Notdienst 0761 38909-0
Weihenstephanstraße 1 · 79098 Freiburg

bei der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH angesiedelte Büro sucht mit und für Scouts und Produktionsmannen Drehorte in Freiburg und der Region. Und es hilft bei der Suche nach Personal, Hotels und Ausstattungen und kümmert sich auch die Schulbetreuung, wenn Kinder an Set sind. All diese Dienstleistungen sind stets kostenlos, denn getragen wird das Ende 2002 gegründete Location Office von der Stadt (29 000 Euro) und der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (25 000 Euro).

In der Branche hat sich das Location Office etabliert. „Es läuft gut. Unser Bekanntheitsgrad ist gestiegen“, weiß Müller. Anfangs habe man mit einem Spielfilm pro Jahr gerechnet. 2009 waren es drei, 2008 sogar fünf, darunter die internationale Produktion „Villa Amalia“ mit dem französischen Star Isabelle Huppert. Hinzu kommen jedes Jahr noch Kurzfilme und Serien, Dokumentarfilme, TV-Magazinbeiträge und Musikkonzerte.

Natürlich sind Münsterplatz, Bäche und Gerberau beliebte Motive, vor allem für Komödien. Die Stadt ist das werbewirksame Filmenschauplatz. Die Motive sind aber längst nicht mehr nur für romantisch-liebliche Bilder der Stadt, sondern für eine ganze Bandbreite an Motiven bis hin zum tristen Hochhaus in Weingarten. Um die passenden Motive zu finden, hat sich Müller ein Netzwerk geschaffen, das vom eigenen Freundes- und Bekanntenkreis bis hin zu Förstern, Kammerjägern und Postboten lang. Auf deren Tipps hin zieht Müller los, um Motive zu besichtigen und zu fotografieren. Oft bleibt dafür nur wenig Zeit.

Nicht immer erhält Freiburg den Zuschlag. Voretwa einem Jahr hat Müller für ein Projekt von Cannes-Gewinner Alejandro González Iñárritu („Babel“) einen Wald mit Lichtung und Panoramablick gesucht. Mit Schneeschulen sei sie unterwegs an entlegene Orte gewesen. Am Ende wurde doch in Norwegen gedreht. Einmal sollte eine Straße in der Wiehre für einen historischen Film um 100 Jahre zurückversetzt werden, sogar moderne Straßenschilder sollten akzentuiert werden. 14 Tage vor Drehbeginn wurde alles abgeblasen. „Da steckt sicher doch zwei Monate Arbeit drin.“ Umsonst sei sie dennoch nie. Vielleicht, hofft Müller, kommt der Scout für ein anderes Projekt zurück.

BZ-HAUS AKTUELL

„Das Arroganz-Prinzip“

Nächste Woche gibt es zwei Buchvorstellungen mit sehr unterschiedlichem Inhalt. Dienstag stellt der Unternehmensberater Peter Müller sein Buch „Service“ vor. Mittwoch präsentiert die Theologin Ulrike Grottel ihren Roman „Die Wiehre“.

Service

Buchvorstellungen

Dienstag, 9. Februar und Mittwoch, 10. Februar, Ort: BZ-Haus, Bertoldstraße 7, Freiburg, jeweils 20 Uhr. Karten [1 Euro] in den BZ-Geschäftsstellen.

Interview

SAMSTAG, 6. FEBRUAR 2010

POLITIK INLAND

BADISCHE ZEITUNG 5

„Wir sind an keiner Stelle ideologisch“

BZ-INTERVIEW mit Katja Mast (SPD) zur Reform der Jobcenter

BERLIN. Die SPD ist weiterhin bereit, das Grundgesetz so zu ändern, dass Hartz IV-Empfänger Hilfen aus einer Hand erhalten. Die Pforzheimer, SPD-Bundestagsabgeordnete Katja Mast ruft die Union auf, dafür den Weg freizumachen. Mit ihr sprach Bernhard Walcker.

BZ: Hessens Ministerpräsident Roland Koch (CDU) ist bei der Reform der Jobcenter zu einer Verfassungsänderung bereit. Ist es die SPD auch?

Mast: Kochs Vorstoß zeigt nur, wie zerstreut die Union ist. Arbeitsministern von der Lega von der CDU lehnt die Änderung ab und plädiert dafür, die Aufgaben der Kommune und der Bundestagur bei der Betreuung von Langzeitarbeitslosen wieder zu trennen. Das wäre falsch. Wichtig ist es vielmehr, die Angebote aus einer Hand zu erhalten und

center ab 2011 ein Ende haben muss. **Mast:** Eben deshalb treten wir Sozialdemokraten seit langem für eine Grundgesetzänderung ein, die das Urteil beachtet, zugleich aber die Kooperation weiter erlaubt. Dazu hatte Arbeitsminister Olaf Scholz in der großen Koalition gemeinsam mit allen Ministerpräsidenten ein Konzept erstellt. Das hat die CDU/CSU-Fraktion aber in fahrlässiger Weise scheitern lassen. Jetzt bleiben leider nur noch wenige Monate, um zu einer sinnvollen Lösung zu kommen.

BZ: Was verlangt die SPD? Ohne die SPD kommt ja die für die Änderung benötigte Zweidrittelmehrheit in Bundestag und Bundesrat nicht zustande.

Mast: Wir sind an keiner Stelle ideologisch.

BZ: Die SPD gesteht also zu, dass mehr Kommunen in Eigenregie ohne Beteiligung der Arbeitsagentur die Betreuung der Empfänger übernehmen können?

Mast: Heute gibt es bundesweit 69 dieser sogenannten Optionskommunen. Damit sie weiter Bestand haben können, ist eine Änderung der Verfassung nötig. Diesen Aspekt übersehen viele in der Union. Dabei ist er rechtlich eindeutig.

BZ: Die Union will auch, dass mehr Gemeinden eigenständig agieren können.

Mast: Wie gesagt: Wir Sozialdemokraten handeln nicht ideologisch. Deshalb gehen wir offen in Gespräche mit der Union über eine Änderung des Grundgesetzes, was allerdings voraussetzt, dass sich CDU/CSU durchringen, diese Änderung durchzuführen, diese An-



Katja Mast FOTO: PRIVAT

sonst sowohl die beteiligten Behörden wie die Empfänger von Arbeitslosengeld II mit überflüssiger Bürokratie kämpfen müssten. Das wäre angesichts der schwierigen Lage am Arbeitsmarkt purer Unsinn.

BZ: Karlsruhe hat verfügt, dass die Kooperation von Kommune und Agentur im Job-

Portrait-Foto

Bereits im Oktober 2009 hatte der Publizist Henryk M. Broder seine Kandidatur für das Amt des Zentralratspräsidenten angemeldet (und später wieder zurückgezogen). Der Grund für seine Bewerbung: Der Verband befände sich in einem erbärmlichen Zustand. Und in der Tat: Die Art und Weise, mit der Knobloch jetzt ausgebaut werden soll, spricht für Broders These. Offensichtlich ohne Absprache mit Knobloch hatte ein Mitglied des Zentralrats der Wochenzeitung *Die Zeit* angekündigt, Knobloch werde im November nicht mehr für das Amt kandidieren. Völlig überrascht davon erklärte diese, sich an diesen Spekulationen nicht zu beteiligen und kündigte an, mit den zuständigen Gremien zu sprechen. Das wird an diesem Sonntag der Fall sein.

Iran nimmt an Münchner Sicherheitskonferenz teil
MÜNCHEN (dpa). Die überraschende Teilnahme des iranischen Außenministers Manuhehr Mottaki an der Münchner Sicherheitskonferenz hat Hoffnungen auf eine Annäherung im Atomstreit geweckt. Vertreter Deutschlands, Russlands und Chinas äußerten am Freitag Erwartungen, sei konkrete Zusagen. Neben dem Thema Urananreicherung.

NPD darf weiter Schulhof-CDs verteilen

BONN (dpa). Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien sieht keine Möglichkeit zum Verbot einer sogenannten Schulhof-CD der rechtsextremen NPD. Die Scheibe dürfe deshalb weiterhin Kindern und Jugendlichen zugänglich gemacht werden, so die Prüfstelle am Freitag. Die NPD verteilt seit 2004 auf Schulhöfen kostenlos CDs.

Anzeige ???

Das Fielmann-Prinzip: Einkaufsvorteile geben wir an unsere Kunden weiter. Schon mehr als 90 Millionen Fielmann-Brillen. Mit Geld-zurück-Garantie.*

*Geld-zurück-Garantie: Sehen Sie das gleiche Produkt innerhalb von 6 Wochen nach Kauf anderswo günstiger, nimmt Fielmann den Artikel zurück und erstattet den Kaufpreis.

Brille: Fielmann.

Brille: Fielmann. Freiburg im Breisgau, Kaiser-Joseph-Straße 193; Lörrach, Tumringer Straße 188. www.fielmann.com

Seitenkopf

Seitenzahl



Charlotte Knobloch – hier bei der Einweihung der neuen Synagoge in Osnabrück

FOTO: DPA

Zentralrat düpiert Knobloch

Mitglieder des jüdischen Dachverbands wollen ihre Vorsitzende loswerden

VON UNSERER REDAKTEURIN MEGHILDE BLUM

FREIBURG. In neun Monaten endet die reguläre Amtszeit von Charlotte Knobloch als Präsidentin des Zentralrats der Juden in Deutschland. Doch schon jetzt ist im Dachverband eine Debatte über die Nachfolge der 77 Jahre alten Münchnerin entbrannt.

Bereits im Oktober 2009 hatte der Publizist Henryk M. Broder seine Kandidatur für das Amt des Zentralratspräsidenten angemeldet (und später wieder zurückgezogen). Der Grund für seine Bewerbung: Der Verband befände sich in einem erbärmlichen Zustand. Und in der Tat: Die Art und Weise, mit der Knobloch jetzt ausgebaut werden soll, spricht für Broders These. Offensichtlich ohne Absprache mit Knobloch hatte ein Mitglied des Zentralrats der Wochenzeitung *Die Zeit* angekündigt, Knobloch werde im November nicht mehr für das Amt kandidieren. Völlig überrascht davon erklärte diese, sich an diesen Spekulationen nicht zu beteiligen und kündigte an, mit den zuständigen Gremien zu sprechen. Das wird an diesem Sonntag der Fall sein.

Kritik an Knoblochs Amtsführung gibt es im jüdischen Kreisverband im Zentralrat schon seit Jahren. Knobloch, die die Nazi-

zeit bei einer katholischen Familie in Franken überlebte, sei den Anforderungen an eine moderne jüdische Interessenvertretung nicht mehr gewachsen, heißt es. Jüngere Mitglieder werfen ihr vor, ihr sei es nicht gelungen, die aus Russland zugewanderten Juden zu integrieren. Zudem lebe sie nicht zukunftsorientiert, sondern trage sich hauptsächlich über den richtigen Umgang mit der nationalsozialistischen Vergangenheit. Sie wittere vorzeitig den Rückfall der Deutschen in alte Gesinnungen. Bei ihrem Versuch, die Holocaust-Erziehung als eigenes Schulfach zu etablieren, erhielt Charlotte Knobloch keine interne Unterstützung.

Statt Holocaust-Mahnmale mehr Einsatz für Menschenrechte

Angesichts der vielen Kritik hält es Julius Schoeps, der Direktor des Moses-Mendelssohn-Zentrums, durchaus für möglich, dass Knobloch inzwischen selbst anmilde ist. Sie hat wohl die Nase voll von allen Streitereien im Zentralrat. "Knobloch ist die erste Frau an der Spitze des jüdischen Dachverbands."

Die jüngeren im Zentralrat, die nun nach vorne streben, wollen ihren Verband stärker an allgemeinen Fragen der deutschen Gesellschaft beteiligen. Ganz im Sinne Broders, der meinte, Deutschland brauche nicht mehr Holocaust-

Pressefoto mit Symbol

...k im ...h. In ...nd jü...d ko... sicher ist oder naht oder doch lieber Kassel, ist Privatsache", schrieb er im November 2009 im Berliner *Tagesspiegel*. Offensiv verteidigt werden müssten das gegen Freiheit, Demokratie und Rechtsstaat – und zwar von Juden, Christen, Moslems, Atheisten, Agnostikern, Heterosexuellen, Vegetariern, Frauen und Männern, Heteros und Homos.

Als Nachfolger Knoblochs wird Dieter Graumann (60) gehandelt. Er ist Vizepräsident des Zentralrats und Vorstandsmitglied der jüdischen Gemeinde in Frankfurt am Main. Er wäre der erste an der Spitze des Zentralrats, der nach dem Zweiten Weltkrieg geboren wurde. Doch auch er hat sich Fehlritte geleistet, etwa als er die Berichte der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* über den Gaskonzern in die Nähe der rechtshexigen Zeitschrift *Junge Freiheit* rückte. Noch lieber sähe man im Zentralrat wohl Salomon Korn (66) an der Spitze. Er gilt als intellektueller Kopf im Präsidium. Doch er will das Amt nicht übernehmen. Bis November kann sich jedoch noch viel ändern. Die jüdischen Gemeinden selbst wurden über die Nachfolgefrage nicht informiert, und es aus Kreisen der Freiburger Gemeinde.

KULTUR

www.badische-zeitung.de/kultur

Notizen aus der Küche

Der Schweizer Martin Suter arbeitet in seinem neuen Roman „Der Koch“ mit dem emotionalen Rotationsverdampfer. **Seite 13**

Notizen aus der Romantik

Fröder Bemius hat die beiden Sinfonien des vor 200 Jahren geborenen Düsseldorfers Norbert Burgmüller auf CD eingespielt. **Seite 13**

Sport: SC daheim gegen Schalke

Kann der SC Freiburg seine Negativserie beenden? Der Gegner heute ist eine Spitzenmannschaft Schalke 04. **Seite 15**

Wirtschaft: Scharfe Worte

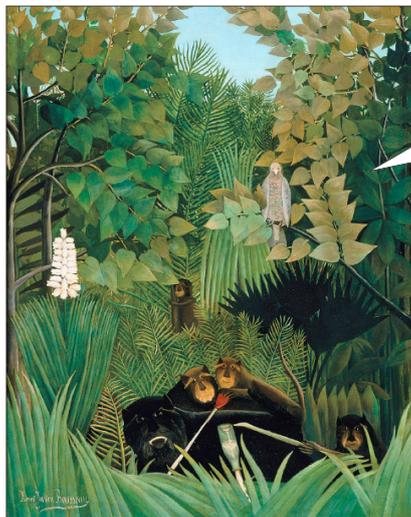
Boni für Banker sind derzeit völlig unangebracht, sagt Bundesbankvorstand Hans-Helmuth Kottz im BZ-Interview. **Seite 20**

Das Bild verschlingt den Raum

Zum 100. Todestag eines großen Außenseiters: Die Fondation Beyeler eröffnet eine Ausstellung des Malers Henri Rousseau

Ein Platz in Paris. Das Denkmal macht ihn kenntlich. Place Maubert. Aber die Tribüne damit den wehenden Fahnen und dem Baldachin hat sich der Maler ausgedacht und die Versammlung von Staatsberatern. Dem Bild hat Henri Rousseau einen löwenartigen Titel gegeben: „Die Repräsentanten der auswärtigen Mächte kommen, um der Republik im Zeichen des Friedens zu huldigen“. Alle die Herrschaften, die Präsidenten, Kaiser und Könige, tragen Olzweige, auch die Marianne, die hünenhafte Herrin. Frieden, Freiheit und Frankreich. Kein Thema ist Rousseau zu groß. Und dass die Leute das Eignisse sehen wollen, das will ihm nicht in den Kopf. Er fantasiert von Post aus aller Herren Länder. Händeschütteln, Schüttelopien... Aussehen erregend waren die Repräsentanten“. In der Tat. Doch eher ein Lächerfolg in Wirklichkeit. Wieder so eine Geschichte in der Geschichte vom lächerlichen Nerven. Vom Sonntagsmaler, der sein Pöschchen beim Zitiert auf, weil er sich für einen Großen der Kunst hielt.

Im Jahr des 100. Todestages des „Zöllners“ Henri Rousseau sind in der Fondation Beyeler knapp 40 Bilder zu sehen. Das ist nicht viel. Aber jedes Bild bringt es fertig zu fesseln. Bald jedes ist ein kleines Kraftwerk. Es waren Künstler, die das Potenzial des „Zöllners“ früh erkannten. Die Avantgarde verehrte den Außenseiter. Seine Pariser Versammlung der Staatsoberhäupter gehörte keinem andern als Pablo Picasso. Und als Gölz Adami vor neun Jahren in der Kunstbläse Tübingen Rousseau zeigte, stellte er seinem Katalog ein Picasso-Zitat voran. Es zeigt, in welchem Zusammenhang man Rousseau sah und lässt ihn denn nicht mehr als einen kuriosen Sonderling verstehen. „Angefangen mit van Gogh sind wir alle... in gewisser Weise Autodidakten... Die Maler leben nicht mehr innerhalb einer Tradition, und so muss jeder von uns alle seine Ausdrucksmöglichkeiten neu erschaffen.“ Die Malerei noch einmal erfinden! Es war dem Rousseau „Nativität“, dass er dies mit der größten Selbst-



Die Wildnis, Schauplatz des Vergnügens: „Spaßvögel“, 1906. FOTO: MUSEUM

Die Abstraktion war Kandinskys eigener neuer Weg, das Wesentliche zu sagen – Rousseau knochenharte Dingmalerei in seinen Augen der andere. Dass er „immer eindrucksvoller“ werde, schrieb der Maler-Schnittsteller Félix Vallotton.

Man kann von Magie sprechen, von magischen Realismus. Die Melancholie seiner Pariser Sonntage lässt sich mit Händen greifen. Auch seine Fußballspieler stehen so befreiend unvermittelt da. Mag sein, dass ihnen der Maler in ei-

partei trägt sein Blau; das andere Duo ist in die Töne des Waldes getaucht. Darin man im Mann mit dem Ball den bürtigen Rousseau selbst sehen? Der Mannschafts-partner ist jedenfalls ein Klon. Und ein entsprechendes Paar sind die Gegner Dies Bild, mit andern Worten, ist eine geschlossene Welt. Eigenwert des Malers. Mit einem Lufprung seiner Hauptperson weckt er unser Blick. Bild eines sportlichen Triumphs – nicht weniger das eines Sieges der Einbildungskraft.

Selbst auch Gedächtnis steht bei diesem Maler ganz dingfest da. Alles ist nach Kräften zu, sichtlich zu Ende gemalt. Zur Stilllebenwelt gehören auch die Bildnisse. Das berühmte des „Herrn X“ stellt wohl den Romancier Pierre Loti dar, dessen exotistische Ausschweifungen der Zeit sehr konform waren. Rousseau macht sich die populäre Liebe zur Exotik ja auch zu eigen. Mit dem unvergleichlichen Resultat seiner Dichtungsbilder in vornehmenden Ornativen präsentiert er seine Erfindung des malerischen All Over. Das Auge setzt er dem Dickicht aus. Er weiß, wie man überwältigt, der so genannte Naive. Mit diesen Bildern, mit ihren monumentalen Wänden aus verdichteten Grün setzt Ausstellungskurator Philippe Büttner den strikten Akzent.

Der Botanische Garten ist das Modell der Regenwälder, und Rousseau stellt sich auf Fotomaterial und Reproduktionen. Ungewöhnlich ist die Fankommen der Fantasiemalerei. Die Bildnisse sind datiert. Die Botani- sche Fröchte, seine Raubtiermatur So stellt sich der Maler das Gesetz der Wildnis vor. Breitfüßig besitzt der Löwenmann seinen Opfern Genick. Ein Panther war

tet auf seine Chance. Ein surrealer Bewohner des Waddunkels lauert im Ver-

Foto als Reproduktion eines Kunstwerkes

Rousseau erfüllt die Unmöglichkeit in Metaphern des Urwalds. Dramen mit fäulnischem Ausgang setzt er in Szene, Blumen des Bösen, gem auch Posen: angelegte Affen und „Spaßvögel“ et cetera. Alles, was nicht sein kann, und das ist die Kunst.

Zwischenüberschrift

Was die Leute lachen ließ

Rousseau malt eine mythisch mächtige Natur. Und dann die Sehnsucht nach etwas, das die omnipräsenten Muster menschlicher Ordnung und überhaupt das rationale Weltverständnis mit Nachdruck durchkreuzt. Sehnsucht nach einem noch undomestizierten, quasi exotischen Inneren. Nach dem Rest Wildnis in der eigenen Brust. Schon das kostümierte Paar in jener zwei Jahrzehnte früheren Mondnacht passt in kein orientalisches Gefüge. Pierrot und Pierrette vor winterlicher Waldkulisse. „Ein Kamevalsabend“, doch kein vergnügtes Treiben weit und breit. Dass die beiden da sind, will wie eine Bildstörung scheinen. Rousseau würde wohl sagen, dass sie sich auf dem Weg zu einer Festgesellschaft oder von dort nach Hause zurück befinden. Doch gerät ihm dieser Weg zur exemplarischen Ungeheimtheit. Das Paarspott der Erdklärung. Es gibt kein Woher und Wohin.

So hat Rousseau – dieser Verort des Traums – der kommenden Moderne vorgemacht, was Bilderfindung was Bildgewalt heißt. Er hat uns sprachlos gemacht. Womöglich war es auch dies – war es Verlegenheit, die die Leute lachen ließ vor seinen Bildern. **Völkler Bauermeister**

Fondation Beyeler, Baselstr. 101, Riehen, Basel. Vom 7. Februar bis zum 9. Mai, täglich 10–18, Mittwoch bis 20 Uhr.

ZUR PERSON

HENRI ROUSSEAU
1844 wird Henri Rousseau in Laval im französischen Nordwesten geboren. 1868 zieht er nach Paris, wo er als Schreiber bei einem Gerichtsvollzieher arbeitet. 1871 nimmt er eine Stelle bei der städtischen Zollbehörde an. Erste Malversuche unternimmt er wohl in den frühen 1870er Jahren. Erstmals stellt er 1885 aus. Immer wieder zeigt er seine Bilder dann im Salon der Unabhängigen. 1893 geht er vorzeitig in den Ruhestand, um nur mehr zu malen. Am 2. September 1910 stirbt Rousseau 66-jährig. **BZ**

Ein Realist des Zweifels

Thomas Kitzinger erhält den Reinhold-Schneider-Preis 2010

Für den, der seine Bilder anschaut, verleiht die Wahrnehmung ungewichtiglich ihm ein malerisches Werk, das von medischer Stimmigkeit, von unbequemer Flüssigkeit geprägt ist, wurde Thomas Kitzinger mit dem 15.000 Euro dotierten Reinhold-Schneider-Preis 2010 der Kunst Freiburg zuerkannt.

Kitzinger wird provokant, weil er ausbleibt, was wir gewöhnlich suchen: ein Ziel. Vermittlenden Fingerzeig – eine Vor-

Rousseau kleidet das Ungewöhnliche in Metaphern des Urwalds. Dramen mit fäulnischem Ausgang setzt er in Szene, Blumen des Bösen, gem auch Posen: angelegte Affen und „Spaßvögel“ et cetera. Alles, was nicht sein kann, und das ist die Kunst. Gebilde. Kitzinger wird provokant, weil er ausbleibt, was wir gewöhnlich suchen: ein Ziel. Vermittlenden Fingerzeig – eine Vor-

Agaven am Boden. Er malt im Wald über der Wildnis- oder Topfplanzen. Die „Metropolis“, die er in Paris studierte, sind keine Möbel. Keinen hat man je auf ihnen sitzen sehen. Seine Schweine sind so tot, dass man ihnen kein früheres Leben gahat. Seine Luftballons sind keine. Seine Porträts, die wie Laborprodukte anmuten, stellen die Grundsatzfrage: nach dem Gegenüber, nach einer möglichen Nähe. Und sie setzen an die Stelle der Antwort ein Schweigen.

Thomas Kitzinger stellt seine Bilder illusionistisch aus. Doch lässt er die Illusion jedes Mal deutlich als Illusion erkennen. Der Autodidakt ist in einem durchaus traditionellen Sinn ein ganzlicher Maler. Doch nutzt er sein Können, um die Bedingungen der Tradition zu unterlaufen.

Selbst ein Realist nicht, was, dass sich ANZEIGE

Anzeige

SWR Sinfonieorchester Baden-Baden und Freiburg

fr 19. feb 2010 | 20 uhr [abo plus]

einführung 19 uhr | freiburg konzertthaus

carter these illusions for orchestra
dutilleul cellobkoncert
berlioz symphonie fantastique
jean guihen queyras | violoncello
dirigent | sylvain cambreling

SWR KARTENBÜRO 0762/3308-333 WWW.SWR.INFO/SOINORCHESTER.DE

SWR2

verständlichkeit tat. Als wäre „Darstellung“ überhaupt kein Sprachproblem. Als könnten Dinge und Gedanken an sich Präsenz im Bild erlangen. Robert Delaunay, der das Phänomen Rousseau den Malerredenen in München vermittelte, nannte ihn „den einzig wahren Vertreter... von Gegenständlichkeit“. Der Münchener Russe Wassily Kandinsky sah in ihnen „Väter“ einer neuen großen Realis-

nen Pariser Park begegnete. Das Rugbyspiel war in der Zeit gerade auf dem Vormarsch. Doch die Szene ist imaginär wie die Versammlung der Männer. Und dabei unbedingt dringend – weil sie im Bild so klar begründet ist. Die Bildbühne wird da zum absoluten Hier und jetzt stilisiert. Zum Ort der Orte. Das Rechteck des Spielfelds hat in dem des Himmels sein Pendant. Eine der Spiel-

Infokasten

Die Bildbühne wird da zum absoluten Hier und jetzt stilisiert. Zum Ort der Orte. Das Rechteck des Spielfelds hat in dem des Himmels sein Pendant. Eine der Spiel-

Wirklichkeit aneignen ließe. Seine glänzend gemalte Welt der nature morte met zuleist unverständlich – ja, unwirklich an. Erkennen zieht er in Zweifel. Ein Realist des Zweifels.

Der Schneiderpreisträger Thomas Kitzinger ist 1955 geboren. Zwei junge Künstlerinnen erhalten nach dem Votum der Jury unter Vorsitz von Kulturbürgermeister Ulrich von Kirchbach Förderpreise zu je 3000 Euro. Beatrice Adler und Stefanie Gerhardt studieren beide an der Freiburger Außenstelle der Karlsruhe Akademie der Bildenden Künste und waren Meisterschülerinnen der Professorin Leni Hoffmann. Oberbürgermeister Dieter Salomon übergibt die Preise bei einem Festakt am 22. April im historischen Kaufhaus **KB**

2. Schriftzeichen als Information

Die Schriftzeichen repräsentieren das, wofür sie als Zeichen vereinbart worden sind. Schriftzeichen in Form von Buchstaben, Wörtern, Sätzen und Texten stehen stellvertretend für Dinge, Ideen oder Phantastisches. Zeichen verweisen in ihrer Referenzfunktion auf Realitäten oder fiktionale Wirklichkeiten, so dass der Leser mit Hilfe der Zeichen seine Vorstellung von Welt und Wirklichkeit konstruieren kann. Sprache und Schriftkultur sind schon im Bildungsplan Baden-Württemberg seit der Grundschule „als wichtigstes Mittel zur zwischenmenschlichen Verständigung, zur Wahrnehmung, Verarbeitung und Vermittlung der realen Welt, zur Entwicklung von Vorstellungswelten und zum Nachdenken über sich selbst erfahrbar und nutzbar zu machen“ (Bildungsplan BW 2004 GS, S. 42). Die Aneignung und Auseinandersetzung mit Sprache und Schrift „dient der Entwicklung und Förderung der Persönlichkeit“ (ebd.). Gesprochene und geschriebene Sprache ermöglicht Kommunikation und Verständigung, Begriffsbildung und Realitätskonstruktion, Wirklichkeitskonstruktion als Fiktionalität und dient als Denkwerkzeug zur Reflexion. Deshalb ist Sprache und Schrift nicht nur Unterrichtsgegenstand im Fach Deutsch, sondern Unterrichtsprinzip in allen Fächern, d.h. Schriftsprache ist eine Schlüsselqualifikation und Kernkompetenz in der Schule.

Die Inhalte der Zeitung beziehen (Referenzfunktion der Schriftzeichen) sich auf Zeit und Welt. Zeitungen stellen Welt dar, wie sie ist, d.h. so wie Welt gesehen wird aus der Perspektive der Journalisten. Reporter und Redakteure sind Beobachter (Niklas Luhmann) von Welt in der Zeit. Diese ihre Beobachtungen verschriftlichen sie, damit die Leser sich ein Bild von der Welt machen können. Auch wenn Journalisten noch so sehr versichern, dass es nur um reine Fakten gehe, ist jede „Objektivität“ der Fakten eine Darstellung aus einer konkreten subjektiven Perspektive. Weil das so ist und Journalisten das ja auch wissen, gilt der journalistische Grundsatz, dass jede Nachricht aus mehreren Quellen überprüft sein muss. Diese journalistische Sorgfaltspflicht gehört zum Fundament des Berufsethos eines Journalisten. Wird die Sorgfaltspflicht vernachlässigt, leidet die Glaubwürdigkeit als dem höchsten Gut im Journalismus. Die Glaubwürdigkeit wird jeden Tag aufs Neue herausgefordert durch das wichtige Grundmerkmal einer Tageszeitung, nämlich Aktualität. Das geflügelte Wort, dass nichts älter sei als die Zeitung von gestern, bringt den Zwiespalt zum Ausdruck. Aktualität meint vor allem Schnelligkeit, und das widerspricht oft einer mehrperspektivischen Gründlichkeit. Die journalistische Herausforderung nimmt noch zu durch die Eigenverpflichtung mit dem zweiten Grundmerkmale einer Zeitung, nämlich der Universalität. Alles, die ganze Welt soll/kann/muss in der Zeitung stehen. Alles Neue ist es wert, in der Zeitung gedruckt zu werden, so der Leitspruch der New York Times („*All the News - That's Fit to Print*“). Da eine Zeitung nur einen begrenzten Umfang haben kann, weil ja morgen schon wieder die nächste Ausgabe erfolgt und weil die Leser ja auch nicht unendlich viel Zeit zur Verfügung haben, müssen Redakteure auswählen. Aber nach welchen Kriterien oder Interessen soll denn ausgewählt werden? Wer weiß denn, was die Leser interessiert? Wie wird der Redakteur seiner Aufgabe als Schleusenwärter (Gate-Keeper) gerecht?

DIE ZEIT und DIE WELT bringen schon in ihrem Titel die zwei Grunddimensionen einer Zeitung zum Ausdruck. Schriftzeichen als Information verweisen auf Welt und Zeit. Diese Informationen werden in unterschiedlichen journalistischen Textsorten dargestellt. Zeit und Raum sind auch zwei Grunddimensionen des menschlichen Daseins. Der Mensch muss sich im Hier und Jetzt zurechtfinden, er verortet sich im Jetzt und versucht, dem allen einen Sinn abzurufen oder zumindest einen Sinn zu geben. Wie es scheint, will er sein Hier und Jetzt verankern im Woher und Wohin. Ja, selbst diese zwei Fragen werden noch überboten mit der das ganze Leben umspannende Frage nach dem Warum. Wenn Zeitung diese zwei fundamentalen Dimensionen menschlichen Daseins schon im Titel als Eigenverpflichtung postulieren, gibt sie denn auch Antworten zur Vergangen-

heit, Zukunft und dem Sinn menschlichen Tuns? Befriedigt Zeitung die Bedürfnisse der Menschen nach Information, Deutung und Orientierung? Leistet Zeitung einen Betrag, damit Menschen sich, die Zeit und die Welt besser oder überhaupt verstehen? In diesen Fragen wird klar, dass es sich bei der Zeitung nicht nur um Aktualität, der Aktualität wegen, und nicht nur um Universalität, der alles überbietenden Fülle wegen, gehen kann. Jeder neue Tag gebiert Aktualität, so dass Aktualität eine Kontinuität bekommt. Diese sich wiederholende Aktualität wird dann bei der Zeitung zur Periodizität. D.h. die Aktualität von heute verweist auf eine Aktualität von gestern, vor eine Woche oder vor einiger Zeit. Durch Periodizität wird das Fließende der Zeit rhythmisiert und strukturiert. Zeitung fragt also nach dem verbindenden Dauerhaften in der Aktualität und was aus eine Aktualität geworden ist. So wird Zeitung zum Gedächtnis, zur Erinnerung oder zur Mahnerin. So wie Periodizität die Aktualität nicht zur sensationslüsternen Eintagsfliege verkommen lässt, so bekommt auch die Universalität durch Publizität eine neue Dimension. Da Zeitung Öffentlichkeit herstellt, wird Publizität zum Auswahlkriterium für die Universalität. Was ist es wert, dass etwas Geheimes oder Privates in und an die Öffentlichkeit kommt? Während in einer absolutistischen Regierungsform der Gegensatz geheim/öffentlich galt, verwandelte sich dieser durch einen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Habermas) zu privat/öffentlich einer demokratisch verfassten Gesellschaft. Die Zeitung trug wesentlich zu diesem Strukturwandel bei, weil die medial hergestellte Öffentlichkeit ein Machtfaktor in der gesellschaftlich-politischen Auseinandersetzung wurde. Die Zeitung wurde zum Geburtshelfer der demokratisch verfassten Gesellschaft. Als Beweis für die unterstützende Wirkung lässt sich anführen, dass die Pressegeschichte auch als die Geschichte der Zensur geschrieben werden kann. Wenn einem das klar wird, kann man die Bedeutung der Artikel im Grundgesetz zur Meinungs- und Pressefreiheit nicht hoch genug einschätzen; vor allem der Satz im Artikel 5 GG „Eine Zensur findet nicht statt.“

In der Verwendung der Schriftzeichen als Information verwirklichen sich die Grundrechte des Grundgesetzes der BRD, nämlich Informations-, Meinungs- und Medienfreiheit. Informationsfreiheit meint ja eigentlich Informations-ermittlungs-freiheit, d.h. die Möglichkeit der ungehinderten Recherche mit einem Informationsanspruch gegenüber staatlichen Organen und wichtigen gesellschaftlichen Organisationen und Institutionen bis zu einem Quellen- und Informantenschutz, das im Zeugnisverweigerungsrecht eines Journalisten zum Ausdruck kommt. Die Kehrseite zum Zeugnisverweigerungsrecht der einen Medaille „Pressefreiheit“ stellt die publizistische Sorgfaltspflicht dar. Die Verbreitung von Nachrichten und Meinungen in „Wort, Bild und Schrift“ (GG Art. 5) impliziert nicht nur die journalistische Sorgfaltspflicht durch eine multiperspektivische Recherche unter dem Anspruch der Wahrhaftigkeit, sondern auch die Beachtung des Persönlichkeitsschutzes und der Privatsphäre. Die Verwendung von Schriftzeichen zum Zwecke der Information beinhaltet also den Anspruch auf Sachlichkeit und Wahrhaftigkeit.

3. Schriftzeichen als Träger einer Botschaft



Quelle der Namenslogos: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Tageszeitung>

Betrachtet man die Namen der Zeitungen und noch genauer die Form der Schriftzeichen, wird einem klar, dass es hier nicht nur um eine Namensbezeichnung und Information geht. Es fällt einem sofort ins Auge, hier geht es nicht um den Inhalt der Schriftzeichen, sondern hier ist die Form das entscheidend Wichtige. Übersteigt bei der Form das für die Kundgabe der Information Grundnotwendige der Zeichen, so kommt vor allem die Ästhetik ins Spiel. Bei der Ästhetik geht es nicht nur um Wahrnehmung der Zeichen als Informationsträger, sondern vielmehr um die Gestalt der Zeichen mit der unausgesprochenen Aufforderung, die Zeichen zu deuten, sie zu interpretieren. Die vereinbarte Bedeutung der Zeichen tritt in den Hintergrund. Die Wahrnehmung der Form löst das freie Spiel von Assoziationen aus. Assoziationen sind nicht Vereinbarungswissen, sondern Erfahrungswissen. Der Betrachter aktiviert, angefangen vom Unbewussten über das Vorbewusst zum bewusst Hinterfragten, seine eigenen Erfahrungswelten. Erfahrungswissen ist immer verbunden mit Affekten und eingebettet in Emotionalität. Das erfahrungsbezogene Weltwissen beinhaltet nicht nur Rationalität und Intellektualität. Es sind Haltungen, die rationale, emotionale und Handlungsdimensionen beinhalten. Die Form der Schriftzeichen offenbart also eine bestimmte Weltsicht, eine konkrete Deutung von Welterfahrung und eine Absicht oder ein Wunsch, mit dieser Erfahrungsperspektive Welt darzustellen. Die Botschaft der Form ist also die Offenbarung des Weltbildes der Herausgeber, Verleger oder einfach der Macher der Zeitung. Durch die Form der Schrift soll die Philosophie, die Sicht der Welt und die gesellschaftliche und politische Verortung der Zeitung zum Ausdruck kommen. Dass jede Zeitung für eine bestimmte weltanschauliche Richtung steht, ist nicht verwunderlich und auch nichts Geheimes. Bedingt durch die Herkunft und Entwicklung der Zeitung gehört es zum Selbstverständnis des Mediums Zeitung und ist in einer demokratisch verfassten Gesellschaft so gewollt. Nach dem Pressegesetz dient die Zeitung „der freiheitlichen demokratischen Grundordnung“ (LPG BW §1) und „erfüllt eine öffentliche Aufgabe, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt“ (LPG BW § 3). Die Presse ist in der BRD nach dem so-

nannten außenpluralen Modell rechtlich organisiert. „Außenplural“ meint, dass es viele Zeitungsverlage gibt, die ihre je eigenen weltanschaulichen Ausrichtungen zum Ausdruck bringen. Auch in Zeiten wirtschaftlich bedingter Konzentrationsbewegungen von Zeitungen lässt sich dieses Modell noch aufrecht erhalten, weil in unserer Gesellschaft nicht nur Zeitungen an der Meinungsbildung, sondern noch weitere Massenmedien beteiligt sind. So können sich Bürger vielfältig frei in ihrer Meinungsbildung orientieren. Im Gegensatz dazu ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit dem Rundfunkrat durch das binnenplurale Modell organisiert.

Welche Botschaft soll also durch die Form der Schrift zum Ausdruck kommen? Was verbindet der Leser mit Großbuchstaben? Was ist der Unterschied zu Groß- und Kleinbuchstaben? Wie wirkt die Strichdicke? Welche Funktion haben Serifen? Können gebrochene Schriften nicht von längst vergangenen Zeiten und stehen so im Widerspruch zum Neuesten und Aktuellsten? Warum werden Regeln der Rechtschreibung nicht beachtet? Warum wird der Namen ergänzt durch ein Symbol oder ein Wappen? Wie ist es zu erklären, dass Schreibschriften so gut wie nie im Zeitungskopf verwendet werden?

Auf alle diese Fragen gibt der Leser sich bewusst oder unbewusst eine Antwort. Ob eine Schrift im Zeitungskopf elegant oder plakativ, alt oder modern, vergangenheits- oder zukunftsorientiert wirkt, deutet der Leser mit seinem Erfahrungswissen. Dies beeinflusst natürlich die Wahrnehmung der Inhalte, indem eigene Weltdeutungen bestätigt, korrigiert oder herausgefordert werden. Vielleicht signalisiert es dem Leser, er sollte diese und eine andere Zeitung schon gar nicht lesen. Vor einigen Jahren war es noch üblich, dass in einer Unterzeile dem Zeitungsnamen eine erklärende Information beigelegt war, etwa „Zeitung für christliche Kultur und Politik“. Heute findet man nur noch vereinzelt das Attribut „unabhängig“ oder ganz einfach „Zeitung für ...“. "Format in jeder Beziehung" – mit diesem Anspruch in der Unterzeile ist das Badische Tagblatt auf der Höhe der Zeit. Diese Zeitung versteht sich als „führender Informations- und Werbepartner in Mittelbaden“. Das Selbstverständnis wird auf der Homepage folgendermaßen dargestellt: „Das unabhängige und selbstständige Medienunternehmen blickt auf eine über 200-jährige Tradition zurück und ist deshalb tief in der Region verwurzelt. Dieser Historie fühlt sich das Badische Tagblatt ebenso verpflichtet wie den Ansprüchen an einen innovativen und modernen Dienstleister.“ Selten steht dann nur noch etwa der folgende Zusatz: „RERUM COGNOSCERE CAUSAS“. Der Tagesspiegel legt mit diesem Vergil-Zitat eine Uraufgabe von Journalismus offen, nämlich „Die Ursachen der Dinge erkennen“ oder freier übersetzt „Den Dingen auf den Grund gehen“. Damit wird ins Bewusstsein gerufen, dass das Anliegen einer Zeitung nicht nur die Verbreitung von Informationen, Nachrichten und Meinungen oder innovativer Werbepartner und moderner Dienstleister, sondern Aufklärung ist. Aufklären über die Dinge der Welt, deren Ursachen und Zusammenhänge in einer emanzipatorischen Funktion für die Bürgerinnen und Bürger. Publizität hat damit nicht nur die Funktion, damit etwas öffentlich wird, sondern soll Teilhabe und Teilnahme am politischen und gesellschaftlichen Leben ermöglichen. Hierin leuchtet noch das didaktische Moment der Volksbildung auf.

Der Zeitungskopf oder Zeitungstitel als Logo der Zeitung gibt also die gesellschaftlich-politische Positionierung der Zeitung durch den Verleger wieder. Für diese Positionierung ist nicht so sehr der Name der Zeitung ausschlaggebend, sondern die grafische Gestaltung der Schriftzeichen mit etwaigen Zusätzen wie Wappen oder Symbolen. Was der Name über die Herkunft der Zeitung verrät oder aussagt, soll im nächsten Kapitel dargestellt werden.

4. Der Name verrät etwas über die Entstehung, Entwicklung und Herkunft



Quelle der Namenslogos: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Tageszeitung>

Der Zeitungskopf oder Zeitungstitel nennt im Allgemeinen diejenigen, für welche die Zeitung geschrieben ist, d.h. die möglichen Adressaten als „disperses Publikum“ (Gerhard Maletzke). Damit klar wird, dass die FAZ nicht nur für die Frankfurter Bürger geschrieben ist, gibt die Unterzeile eindeutig an: „Zeitung für Deutschland“. Neben dem Bezug zu Zeit, Welt oder geografischer Region im Zeitungstitel gibt in der Regel der zweite Teil des Namens Auskunft über Entstehen, Entwicklung oder Herkunft der Zeitung. So sind folgende Begriffe für eine historische Perspektive und für das Selbstverständnis des Mediums, das wir heute Zeitung nennen, aufschlussreich: Bote, Kurier, Post, Tagblatt, Nachricht, Anzeiger; Spiegel, Stimme, Echo, Wort, Rundschau, Beobachter und eben Zeitung.

Schlägt man im DUDEN BAND 7, Etymologie, bei „Bote“ nach, so erfährt man, dass „Bote, Verkünder, Herold“ aus dem Verb „bieten“ mit der Bedeutung „wissen lassen, befehlen“ abgeleitet ist. Der Bedeutungsumfang reicht bis zum „Vorläufer und Ankündiger eines Herrn“ meist in einem religiösen Sinne. Eine weitere Ableitung aus dem Verb „bieten“ ist der „Büttel“, der etwas „bekanntmacht“. Eindeutig ist jedenfalls, der Bote ist der Überbringer einer Botschaft, die inhaltlich von etwas „wissen lassen“ über „befehlen“ bis etwa zur Verkündung des Todesurteil reichen kann. Dadurch ist ein Bote nicht nur ein neutraler Überbringer oder Übermittler einer Nachricht, sondern Schicksalsträger. Er steht im Dienst eines Auftraggebers, der einen Vorsprung an Wissen oder ein Mehr an Macht besitzt. Die Zeitung als Bote stellt sich also in die Traditionslinie des Überbringers

einer Botschaft, die von reiner Information bis zur schicksalhaften Beeinflussung des persönlichen Lebens reichen kann.

In enger Verbindung zum Boten steht der Kurier. Nach dem DUDEN ist der Kurier ein Eilbote. In die deutsche Sprache kommt dieses Wort von dem französischen „courrier“ und dieses wieder stammt ab von dem italienischen „corriere“. Damit wird deutlich, dass am Ende des 16. Jahrhunderts der französischen Politik und vor allem dem italienischen Handel der Bote zu langsam war. Deshalb wurden Kurierdienste eingerichtet, die eine gewisse Zuverlässigkeit und vor allem eine Regelmäßigkeit gewährleisteten. Von diesen Kurierdiensten ist es dann nur noch ein kleiner Schritt zu einer Institutionalisierung in der Form des Postwesens.

Der systematische Auf- und Ausbau des Postwesens erfolgte um 1490 durch Franz von Taxis. Der Ausbau der sogenannten Fugger-Zeitung um das Jahr 1520 durch die Brief-Korrespondenz durch Boten und Händler, um den Kommunikationsbedarf zwischen den weiträumig bestehenden Handelsniederlassungen der Fugger zu befriedigen, gibt dem Postwesen einen kräftigen Schub. Die Handelswege werden so auch zu den wichtigen Kommunikationswegen. Im heutigen Sprachgebrauch wären die damaligen Handelswege die Datenautobahn der Gesellschaft zu Beginn der Neuzeit. Die Kreuzungspunkte dieser Handelswege waren natürlich die bevorzugten Plätze, um Informationen, Nachrichten; eben das Neueste aus allen Himmelsrichtungen zu erzählen. Da liegt es natürlich nahe, dass einer all diese Neuigkeiten sammelt und aufschreibt, damit die Handelsleute die gesammelten und ausgewählten Nachrichten mitnehmen, um sie anderen zu übergeben, die schon begierig und neugierig darauf warten. Zudem lässt ja auch noch mit den Korrespondenz-Briefen Geld verdienen und die Händler können sich noch durch das Mitnehmen und Verteilen der Briefe ein Zubrot einstecken. Die enge Verbindung zwischen Post und Zeitung lässt sich gut aus dieser historischen Situation erklären. Die Menschen erkannten ziemlich schnell den Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Erfolg und dem zeitlichen Besitz einer Information; ebenso die Korrelation zwischen Macht und dem Zustand der Informiertheit. Das sehr bald eingeführt Postmonopol durch Vergabe von Lizenzen macht deutlich, wer die Distributionswege kontrolliert, kann den Informationsfluss steuern.

Dieser Ausweitung des Brief- und Postwesens vor allem aus wirtschaftspolitischen Gründen hatte natürlich Auswirkungen auf die Gesamtgesellschaft. Auch wenn nur ca. 5 % der Menschen lesen und schreiben konnten, wurden diese Post-Briefe zu Hause und auf dem Marktplatz vorgelesen. Diese neuen Informationen erweiterten den Horizont der Menschen und vor allem wurde ihre Phantasie angeregt. Eben jetzt nicht mehr nur Geschichten aus der eigenen Sippe oder der näheren Umgebung, sondern von außen, von der großen weiten Welt, die damals noch gar nicht so groß und weit war. Das geflügelte Wort „Stadtluft macht frei“ bringt die Sehnsucht der Menschen im Ausgang des Mittelalters gut zum Ausdruck, obwohl es durch die Stände- und Zunftordnungen in der Stadt gar nicht so viel Freiheit gab. Das sich im Entstehen befindende Bürgertum konnte sich in der bestehenden Gesellschaftsordnung nur durch Fleiß, Wissenserwerb und Bildung einen eigenen Platz erkämpfen. Zum Wissenserwerb braucht man Informationen. Diese Informationen erhielt man von den Händler, Fahrenden und Wanderpredigern auf dem öffentlichen Markt der Stadt oder durch Flugblätter oder Flugschriften. Da die Ein-Blatt-Drucke nicht so steuer- und kontrollierbar waren wie die Brief-Korrespondenz, war das Flugblatt das wichtigste Medium bei der Auseinandersetzung über weltanschauliche Normen und Werte der Menschen in der Gesellschaft am Ende des Mittelalters. Der entscheidende Vorteil des Ein-Blatt-Druckes war jedoch, dass die Informationen hauptsächlich über ein Bild angeboten wurden. Dadurch hat sich die Verstehbarkeit der Information erhöht. Auch wenn der wenige Text auf den Holzschnitten des Ein-Blatt-Druckes den meisten Menschen vorgelesen werden musste, konnten sich die Menschen über das Bild den Text später wieder verge-

genwärtigen. Das Flugblatt - durch die Bildlichkeit - und die Flugschrift - durch die beschleunigte und verlässliche Verbreitung von neuen Ideen - schufen einen neuen Typ von Öffentlichkeit, nämlich eine Medienöffentlichkeit. Der gesellschaftliche Wandel und der Medienwandel vollziehen sich komplementär. Durch das bereits oben beschriebene Postwesen und die Brief-Korrespondenz, durch die neue Drucktechnik - durch den Holzschnitt und dann später vor allem durch die Drucktechnik von Gutenberg - und die neuen Papiermühlen konnten die neuen politischen und religiös-geistigen Strömungen der Zeit durch den Druck schneller, dauerhafter und verlässlicher und vor allem in großer Zahl vervielfältigt und verbreitet werden. Der Inhalt des Flugblattes reichte von der unterhaltenden Sensation und Kuriose, über Sozialkritik und Kritik an der Obrigkeit, Wissensvermittlung und Aufklärung, Propaganda und Starkult bis zur Meinungsbildung und Mobilisierung der Massen. Die Flugschrift war das wichtigste Kampfmedium im Kampf um die politischen und religiösen Ordnungen in der Gesellschaft am Beginn der Neuzeit.

Mit dem gedrucktem Flugblatt als Nachrichtenmedium war es möglich, ein Massenpublikum über einen Massenmarkt zu erreichen. So kamen die Nachrichten auf die Straßen und die Gassen, auf die Plätze und die Höfe; d.h. alle Schichten der Gesellschaft wurden durch das neue Druckmedium erreicht. Das neue Nachrichtenmedium hatte also durch den neuen Informationsfluss eine sozial-integrative Wirkung in der Gesellschaft.

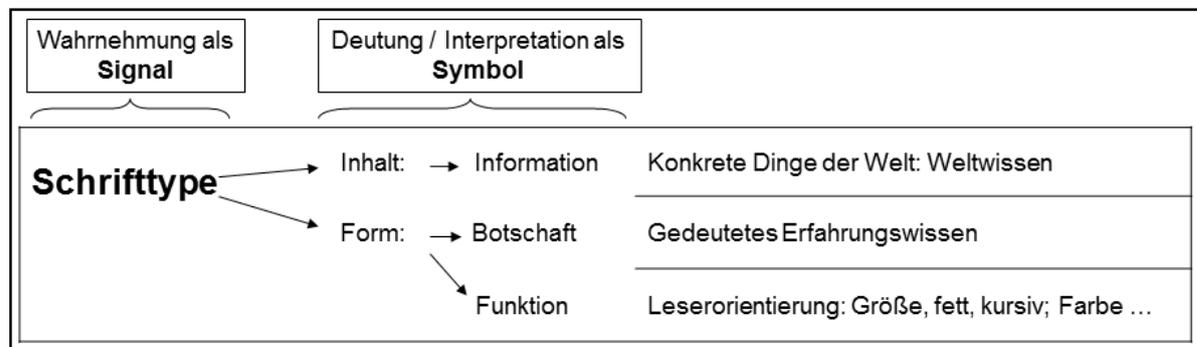
Im Jahre 1722 erscheint in Frankfurt am Main die „Wochentlichen Frag- und Anzeigungs-Nachrichten“. Mit dem Erscheinen dieser Druckschrift beginnt ein neuer Zeitungstyp: die sogenannten Intelligenzblätter. Für den heutigen Sprachgebrauch ist dieser Zeitungstyp missverständlich. Gemeint ist damit die wörtliche Bedeutung von „intellegere“, nämlich „Einsicht nehmen“. Intelligenzblätter hatte zwei Funktionen: einmal Mittel zur Ankurbelung von Warenverkehr und Arbeitsmarkt und zum anderen waren sie Instrument der Kameralistik, d.h. amtliche Verlautbarungen und Bekanntmachungen. Aus diesem zweiten Grund mussten die Intelligenzblätter gelesen werden; bis 1850 gab es den Intelligenzzwang. Dieser neue Zeitungstyp war also eine Mischform von amtlichen Nachrichten, die zu lesen waren, und Werbung, damit die Warenzirkulation angekurbelt wurde. Intelligenzblätter hatten eine Servicefunktion und wirkten schichtenübergreifend sozialintegrativ. Dies wiederum war von besonderer Bedeutung für die Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit und Identität. Mit diesem Zeitungstyp wurde auch ein neues Finanzierungsmodell, das duale Prinzip, der Zeitung begründet: Bezugsgebühren (Abonnement) und Anzeigen. Neben ihrer Rolle als Nachrichten- und Meinungsträger erhielt die Zeitung mit den Intelligenzblättern eine dritte zentrale Aufgabe als Werbeträger. Seit den 1830er Jahren setzten sich in Frankreich und den USA stark anzeigenfinanzierte Blätter, in Deutschland ab den 1880er Jahren durch (1850 wurde der Intelligenzzwang aufgehoben). Am Ende der 19. Jahrhunderts fand in Deutschland eine starke Auseinandersetzung zwischen den vor allem anzeigenfinanzierten Zeitungen, den sogenannten General-Anzeigern, und den nachrichtenorientierten Blättern, die vor allem religiös oder parteipolitisch gebunden waren, statt. Die Anzeigen-Blätter wurden mit „Amerikanisierung“, „Sensationsmache“ und „Gesinnungslosigkeit“ diskreditiert.

Im Zuge der gerade beschriebenen Auseinandersetzung kommt es zu einer weitreichenden Zerteilung der Zeitungslandschaft. Auf der einen Seite steht jetzt die sogenannte „yellow press“, die mit knappen Schlagzeilen, Fotografien und pseudowissenschaftlichen Artikeln die Leser gewinnen möchte. Sensation um jeden Preis und die Story ist wichtiger als Wahrheit und journalistische Fairness. Der Reporter wird zum Skandalschnüffler. William Hearst (1863-1951), ein Protagonist dieser Richtung, bekennt: „Lieber eine Neuigkeit, die nicht stimmt, als eine Nachricht, die nicht neue ist.“ In der anderen Richtung wandeln sich die Meinungsblätter zu Beobachter. Der Bannerträger dieser Ausrichtung

wird die Londoner Times. Einer ihrer Wortführer war John Delane (1817-1879): „Die Presse lebt von Enthüllungen. Sie hat die Pflicht, vor allen Dingen die Wahrheit zu finden und ihren Lesern nicht nur vorzusetzen, was die Regierung sie wissen lassen will!“ Neben dem Namenszusatz „Beobachter“ finden sich noch folgende Begriffsnamen: „Spiegel“, „Stimme“, „Echo“ oder „Rundschau“.

Der Begriff „Zeitung“ wird laut Etymologischen Wörterbuch in DUDEN BAND 7 „zuerst um 1300 als zidunge ‚Nachricht, Botschaft‘ im Raum von Köln bezeugte Wort stammt aus mnd. (-mniederl.) tidinge ‚Nachricht‘. (...) Bis ins 19. Jh. hinein wurde ‚Zeitung‘ im Sinne von ‚Nachricht von einer Begebenheit‘ gebraucht. Der heutigen Verwendung des Wortes als Bezeichnung für ein Druck-Erzeugnis, das einen breiten Leserkreis in regelmäßiger Folge über allgemeine (Tages)ereignisse unterrichtet, geht der Gebrauch des Wortes in der Mehrzahl im Sinne von ‚periodisch ausgegebene Zusammenstellungen der neuesten Nachrichten‘ voraus.“

Zusammenfassend lassen sich die zwei Dimension und die Funktion der Schriftzeichen folgendermaßen darstellen:



5. Anzeigen

5.1 Vielfalt der Schriftzeichen in der Anzeigenwerbung

Wie Schriftzeichen in der Zeitung aus Sicht der Verleger, der Redaktionen und des Textdesigns bzw. des Zeitungslayouts verwendet werden, ist in den vorangestellten Kapiteln ausgeführt. In den Anzeigen der Zeitung werden Schriftzeichen in der gleichen Weise verwendet, eben nur in einer größeren Vielfalt. Es geht auch wieder um Information und Botschaft. Nur die Botschaft, die durch die Formmerkmale bewirkt wird, nimmt im hohen Maße zu. Die Informationsfunktion der Zeichen ist wichtig, aber durch die Form der Zeichen werden die entscheidend wichtigen Assoziationen aktiviert und der Leser wird in seiner Emotionalität angesprochen. Aktivierung von Erfahrungswissen und emotionaler Gestimmtheit (analoge Dimension der Schriftzeichen) ist neben der Information (digitale Dimension der Schriftzeichen) die entscheidende Intention der Printwerbung. Die analoge Dimension wird verstärkt durch Bildzeichen in Form von einem Foto oder anderer grafischer Zeichen. Bild und Schrift bzw. Text ergeben dadurch eine Einheit, ein sogenanntes Superzeichen. Die Bild-Text-Einheit ist nicht additiv zu verstehen, weil die Einheit als Ganzes in der Wirkung mehr ist, als die Summe der einzelnen Zeichen.

Exemplarisch soll die Vielheit der Zeichen durch die folgenden Beispiele erläutert werden:



„Kies“: metaphorische Verwendung von Sprache. Groteskschrift.

Rotes Kreisfeld mit kursiver Groteskschrift, leicht gedreht und angeschnitten.

Unten rechts das Logo mit mehreren Logos von Partnern. Die Logofarben bestimmen die Grundfarben der Anzeige.
Links: Slogan in rotem Feld.

Quelle: Badische Zeitung

Gestaltete Schreibschrift, kursiv und durch hellen Schatten dreidimensional hervorgehoben, dunkelblau. Kapitälchen, mittenzentriert Oberzeile.

Hellblaues Hintergrundfeld mit blauem angeschnittenem Wappen



Foto: Mann und Kind (Vater, Tochter) im Gras sitzend vor einem knorrigen Baumstamm. Wo ist die Mutter? Mann blickt in die Kamera, wind- und aktionsbewegtem Haar. Mann und Kind fröhlich und entspannt im grünen Gras. Vordergrund (Grashalme) scharf, Hintergrund fließend unscharf als Grünfläche. Personengruppe mitzentriert zentral, Mann mit linkem Bein angeschnitten, blauer T-Shirt, dunkelblaue Jeans. Kind in jeansblauer, magenta bis hellrosa Kleidung.

Groteskschrift, kursiv, weiß, Regelwidrige Anwendung oder zwei Nomen. Unterzeile dieselbe Schrifttype, aber kleiner. Ausrufezeichen. „f“ ist grafisch gestaltet, um die inhaltliche Aussagen visuelle zu verstärken: bis 740 m tief, hellblau.

Text in Groteskschrift, normal, blau, einzelne Passagen fett. Verweis auf Homepage. Basissatz als Grundlinie.

Gütesiegel in verschiedenen Schrifttypen und -schnitten.

Produkt, für das geworben wird, in identischer Farbe und Grafik wie die ganze Werbung. Anordnung unten rechts (for-you-Effekt)

Quelle: Lieler Schlossbrunnen

Beispiele, um Information und Botschaft der Schriftzeichen in Werbeanzeigen zu überprüfen.

CIRCUS Harlekin
KINDER & JUGENDCIRCUS IM JUGENDBILDUNGSWERK FREIBURG
„Ein Hut, ein Stock, ein Harlekin!“

Jugendbildungswerk e. V.
Circus Harlekin
Münsterplatz, Freiburg
Mi., 9. 7., 20 Uhr / Do., 10. 7., 20 Uhr
Fr., 11. 7., 16 u. 20 Uhr / Sa., 12. 7., 16 u. 20 Uhr
So., 13. 7., 17 Uhr
Der Eintritt ist frei, um eine angemessene Spende wird gebeten.

präsentiert von
Badische Zeitung

Quelle: alle Badische Zeitung

Das Gemüse frisch vom Markt – unsere Küche von Grimm.
Nur vom 4.7. bis 2.8.08
Für alle, die nur das Beste wollen!

gratis!
Sichern Sie sich einen Einkaufsgutschein im Wert von bis zu **150 EUR**
Sonderaktion mit freundlicher Unterstützung von **SATURN** Freiburg

Beim Kauf einer Küche ab 4.000 EUR Gesamtwert – nur innerhalb des Aktionszeitraums. Gültigkeit in unseren Filialen Freiburg und Breisach. Gutschein gilt nur für Einkauf bei Saturn Freiburg.

grimm KÜCHEN
clever kaufen
Märchenhaft stark in Baden
Lassen Sie sich von ca. 250 Musterküchen auf über 6000 m² Ausstellungsfläche in unseren Küchenstudios inspirieren!

Freiburg Jechtinger Straße 2 Gewerbegebiet Haid ☎ 07 61/45 69 69-0
Breisach Hafenstraße 16 neben OBI ☎ 0 76 67/90 66 38-0
Geöffnet: Mo – Fr 10.00 – 19.00 Uhr Sa 9.00 – 16.00 Uhr www.grimm-kuechen.com

Helfen bringt was
Helfen bringt Zukunft, wenn Mitarbeitende selbst den Weg zu der Arbeit gehen. Genau dabei stärkt sie MISEREO. Deshalb wirken Spender wie Rückenwind, der Schritt für Schritt beflügelt.
Sie möchten mehr wissen? Rufen Sie an: 0241/442-125

MISEREO
DAS HILFswerk
Spendenkonto: 52100 Sparkasse Aalen BLZ 390 500 00

Erlebnis für die ganze Familie
Erlebnis - Faceltour - Schwimmen - Sommerpark

steinwasen park
In Oberried bei Freiburg

Neu: Familienfreundliche "Kleinbahn" durch den Park
Freizeit - Spaß - Abenteuer
Bis zum 31.08.2008
Bis zum 31.08.2008
Bis zum 31.08.2008

Jede UNICEF-Grußkarte hilft einem Kind.
Karten gibt es bei Ihrer UNICEF-Arbeitsgruppe.

UNICEF-Arbeitsgruppe Freiburg
Kunzenweg 3
79117 Freiburg
Telefon 0761/80665
Telefax 0761/806931
info@freiburg.unicef.de
www.freiburg.unicef.de

unicef

Naturgeburtag
feiern, forschen, spielen

Eine Party in der Natur für Geburtstagskinder und Gäste zwischen 4 und 12 in ganz Baden-Württemberg

Tel. 07 11 / 6 15 36 44 Fax 07 11 / 61 89 31

Gönnen Sie Ihrem Kind einen Naturgeburtag... und sich ein bisschen Entlastung.

Naturschutzjugend NAIJU Baden-Württemberg
Rotbühlstraße 9/27
70178 Stuttgart
Spendenkonto: Nr. 2 755 700, BLZ 600 501 01 (LB BW)

Gefördert von der Stiftung Naturschutzfonds www.Naturgeburtag.de

„Bist Du fit?!“

Im Internetportal www.richtigfit.de finden Sie nicht nur auf diese Frage die richtige Antwort. Vom Fitness-Test über Trainingsprogramme bis hin zu den Fitnessangeboten der Vereine erfahren Sie hier alles rund um den gesunden Sport.

www.richtigfit.de **richtigfit** **DEUTSCHER SPORTBUND**

BZ Urlaubsservice
Wo macht Ihre Zeitung Urlaub?

Gerns senden wir Ihnen Ihre Zeitung in den Urlaub nach oder sammeln sie für Sie. Eines der zwei Kleinen Präsente schenken wir Ihnen, wenn Sie die Badische Zeitung für mindestens sechs Erscheinungstage einer sozialen Einrichtung spenden.

Badische Zeitung

EUROPÄISCHER LAUBERFROSC (HYLA ARBOREA)
BADISCHER SAUBERMANN

Auch der früher so hübsche Laubfrosch ist inzwischen in seinem Bestand bedroht, da er sehr empfindlich auf die Verschmutzung und Behärtung der Gewässer reagiert.

Die Badische Zeitung bekam am 11. April die Goldmedaille des renommierten International Newspaper Color Quality Club verliehen – mit der höchsten Punktzahl wurde sie zur besten Zeitungsdruckerei der Welt gekürt!

Mit unserem neuen Druckverfahren reduzieren wir den Jahresverbrauch von Chemikalien um mehr als 50.000 Liter – das bedeutet eine Reduktion von fast 100 Prozent!

Badische Zeitung

Beispiele zur Layout-Gestaltung von Anzeigenseiten:

STANDESAMT - MITTEILUNGEN



TOP ANGEBOT: Schweinefleisch
 0,88 € pro kg
Wir produzieren in Freiburg
ANGEBOT: Hähnchen
 2,28 € pro kg
ANGEBOT: Maultaschen
 0,88 € pro kg

- 11. Jovanna, Simone Blanke geb. Dietz und Peter Johannes Blanka, Sternstrasse 25, Gendelingen**
 12. Albert und Ingrid, geb. Böhmer und Karl Meile, Bothstrasse 24, Bismarck
 13. Hans Albert Sande Carlo Stoll geb. Köhler und Bernd Stoll, Wilmanns 20, Freiburg
 14. Maria Meli David, Chemielandstrasse 10, Freiburg
 15. Christian David Stoll, Am Kreuzweg 10, Bismarck
- 11. Frank Lorenz, Heina Margarethe geb. Jahn und Heide Lorenz, In den Mühlenwälden 10, Bad Königsgen**
 12. Mik Mally, Heidi Meile geb. Symborick und Karl Meile, Bothstrasse 24, Bismarck
 13. Hans Albert Sande Carlo Stoll geb. Köhler und Bernd Stoll, Wilmanns 20, Freiburg
 14. Maria Meli David, Chemielandstrasse 10, Freiburg
 15. Christian David Stoll, Am Kreuzweg 10, Bismarck

- 14.10. Zahra Manooz, Carolyn Cheab und Hassan Manooz, Gendelinger 21, Freiburg**
 15. Annelie-Helene, Christian Brigitte Hege geb. Kachel und Thomas Hege, Zähringer 45, Freiburg
 16. Sissi Kien, Yvonne Ockermann geb. Lams und Ralf Kien, Ockermanns, Sonnenhofstrasse 10, Gendelingen
 17. Anton Thomas Wölfel, Daniela Ulrike Lorenz und Thomas Wölfel, Mühlenweg 10, Freiburg
 18. Ina Kater, Ina Kater geb. Ziemer und Ralf Peter Ziemer, Am Kreuzweg 10, Freiburg
 19. Lena Birgit Rock, Anja Kristina Rock und Andreas Rock, Kettenturm 8, Freiburg
 20. Bianca Wida, Beate, Carmen Schneider, Beate Schneider und Beate Schneider, Kettenturm 8, Freiburg
 21. Ina Kater, Ina Kater geb. Ziemer und Ralf Peter Ziemer, Am Kreuzweg 10, Freiburg
 22. Ina Kater, Ina Kater geb. Ziemer und Ralf Peter Ziemer, Am Kreuzweg 10, Freiburg
 23. Ina Kater, Ina Kater geb. Ziemer und Ralf Peter Ziemer, Am Kreuzweg 10, Freiburg
 24. Ina Kater, Ina Kater geb. Ziemer und Ralf Peter Ziemer, Am Kreuzweg 10, Freiburg

Attraktive Werbeplänen
 erhalten Sie für jeden neuen Abonnenten, den Sie für die Badische Zeitung werben.
 Kontaktieren Sie uns unter:
 0800 2 222 220 - werbendeckelung.de

Quelle: BZ 16.02.2010

BZ anzeigen

Bekanntmachungen

Freiburg
 Öffentliche Ausschreibungen nach VOB
 1. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg
 2. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg

Öffentliche Ausschreibung nach VOB
 1. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg
 2. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg

Öffentliche Ausschreibung nach VOB
 1. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg
 2. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg

Öffentliche Ausschreibung nach VOB
 1. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg
 2. Bauarbeiten für die Erweiterung des Bestandsgebäudes der Stadt Freiburg

Spuren...
 www.tdi.de

Unterricht
 paracelcus
 paracelcus
 paracelcus
 paracelcus

BZ Trauer

Dieter Demharter
 *16.5.1940 †13.2.2010
 Herr Dieter Demharter war von 1971 bis 1999 für unsere Bank tätig. Er erwirbt sich in dieser Zeit hohe Anerkennung und Wertschätzung. Wir bedauern um sein Ableben in Dankbarkeit und bewahren ihn in steterster Erinnerung.
 Freitag, 13. Februar 2010 **Verstorbene und Mitarbeiter des Volksbank Freiburg eG**

Hellmut Gebhardt
 *19.11.1927 †13.2.2010
 In seinen letzten Jahren war Hellmut Gebhardt ein Mann, der sich für die Lebenshilfe der Menschen einsetzte. Er wird in Dankbarkeit und Bewunderung in Erinnerung bleiben.
 Freitag, 13. Februar 2010 **Verstorbene und Mitarbeiter des Volksbank Freiburg eG**

Hubert Nießgen
 *19.11.1927 †13.2.2010
 In seinen letzten Jahren war Hubert Nießgen ein Mann, der sich für die Lebenshilfe der Menschen einsetzte. Er wird in Dankbarkeit und Bewunderung in Erinnerung bleiben.
 Freitag, 13. Februar 2010 **Verstorbene und Mitarbeiter des Volksbank Freiburg eG**

Albert Hug
 *12.4.1925 †11.2.2010
 Herr Albert Hug war ein Mann, der sich für die Lebenshilfe der Menschen einsetzte. Er wird in Dankbarkeit und Bewunderung in Erinnerung bleiben.
 Freitag, 13. Februar 2010 **Verstorbene und Mitarbeiter des Volksbank Freiburg eG**

Dr. h. c. Ruth C. Cohn
 *1928 †13.2.2010
 Herr Dr. h. c. Ruth C. Cohn war ein Mann, der sich für die Lebenshilfe der Menschen einsetzte. Er wird in Dankbarkeit und Bewunderung in Erinnerung bleiben.
 Freitag, 13. Februar 2010 **Verstorbene und Mitarbeiter des Volksbank Freiburg eG**

Quelle: BZ 13.02.2010

BZveranstaltungen und reisen

BZ Karten-Service: 01805 / 55 66 56

REISEBÜRO HUMMEL
 Europa im 5-Sterne HUMMEL-BUS
 entdecken & erleben

ORCHESTRA OF LIFE
 BACH MEETS ELLINGTON
 21.04.10 - KONZERTHAUS FREIBURG 20 Uhr

DER GROSSE STAATSCIRCUS
 "Am Heide"

Die RUCKER DEER SHOW
 27. Feb 10
 28. Feb 10
 29. Feb 10

Zimmermann
 Der neue Basketball 2010 ist da!

Phantom der Oper
 DAS PHANTOM DER OPER

Glückner Notre Dame
 27. Feb 10
 28. Feb 10
 29. Feb 10

DRF Luftleitung
 Notfälle kommen auch bei schlechtem Wetter.

Quelle: BZ 06.02.2010

5.2 Die „Doppelnatur“ der Zeitung

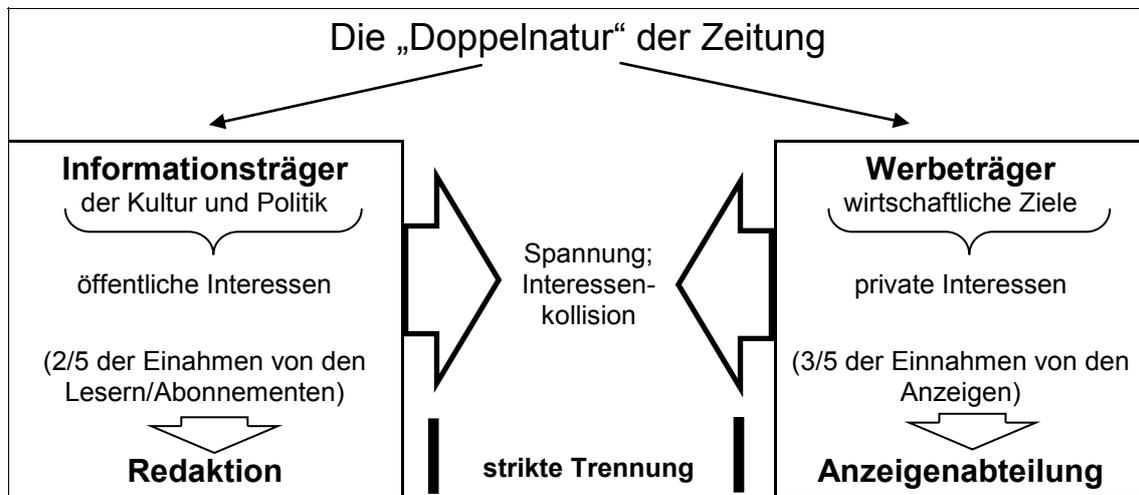
Mit der Entwicklung der sogenannten Intelligenzblättern im 18. und 19. Jahrhundert setzt sich bei der Finanzierung der Zeitung das duale Prinzip durch: Bezugsgebühren (Abonnement) und Anzeigen. Anfänglich hatten die Anzeigen eher eine Servicefunktion, um öffentlich bekanntzugeben, wo es was zu kaufen gibt. Diese ursprüngliche Servicefunktion wurde dann immer mehr von der Werbefunktion der Anzeigen überlagert. Parallel zu dieser Entwicklung wurde die Tendenz zur privat-wirtschaftlichen Organisation der Presse verstärkt. Diese privatwirtschaftliche Regelung, dass ein Verleger durch seinen Verlag eine Zeitung herausgibt, ist heute eine Grundsäule der Presse in der BRD. Geschützt ist diese Regelung durch die sogenannte Zulassungsfreiheit im deutschen Presserecht: „Die Pressetätigkeit einschließlich der Errichtung eines Verlagsunternehmens (...) darf von irgendeiner Zulassung nicht abhängig gemacht werden“ (§2 LPG BW). Weil das so ist und weil sich durch die öffentliche Aufgabe der Presse die Pressefreiheit verwirklicht, genießen Presseverlage einen sogenannten Tendenzschutz. Durch das Grundrecht der Pressefreiheit hat ein Verleger das Recht, die Tendenz, d.h. die gesellschaftspolitische und weltanschauliche Ausrichtung, seiner Zeitung festzulegen und zu verwirklichen. Neben der Verbreitung von Information darf eine Zeitung auch Meinungen vertreten. Dieser Tendenzschutz geht sogar so weit, dass laut § 118 Betriebsverfassungsgesetz „tendenzwidrige“ Einwirkungen des Betriebsrates nicht möglich sind. In gleicher Weise eng verbunden mit dem Tendenzschutz ist die sogenannte negative Pressefreiheit, die besagt, dass Unerwünschtes nicht veröffentlicht werden muss. Durch den Grundsatz der Unteilbarkeit der Pressefreiheit (vgl. Fechner, 2009, S. 227ff.) bezieht sich auch der Schutz auf den Anzeigenteil einer Zeitung. Durch die öffentliche Aufgabe der Presse in einer demokratisch verfassten Gesellschaft — nämlich Nachrichtenwiedergabe und Mitwirkung bei der Meinungsbildung, aber dennoch nicht dem Einfluss der Staatsmacht ausgesetzt zu sein, d.h. unabhängig diese Ausgaben erfüllen zu können — bedarf es einer Einnahmequelle. Diese Einnahmequelle zur Finanzierung der Zeitung sind die Einnahmen aus den Anzeigen. Somit sind Anzeigen in der Zeitung die Teile, die von den Auftraggebern bezahlt werden. Die bezahlten Anzeigen kann man dann entsprechend der unterschiedlichen Intentionen unterteilen in Werbung, Privatanzeigen und Bekanntmachungen.

Die „Doppelnatur“ der Zeitung gründet sich also einerseits darin, dass Zeitung Informationsträger für Kultur und Politik ist und andererseits Werbeträger. Als Informationsquelle und Meinungsäußerung steht die Zeitung durch die Redaktion im Kommunikations- und Einflussbereich von öffentlichen Interessen und der Öffentlichkeit. Als Werbeträger stehen wirtschaftliche Ziele und private Interessen im Vordergrund. Die zwei unterschiedlichen Ziel- und Interessensbereiche, die durchaus ein hohes Konfliktpotential beinhalten, spiegeln sich auch innerhalb der Organisation einer Zeitung wider. Im Innern der Betriebsorganisation einer Zeitung sind diese zwei unterschiedlich bis gegenläufigen Zielsetzungen und Interessenlagen in einer dynamischen Spannung auszuhalten, weil beide in einer symbiotischen Beziehung miteinander verbunden sind. Presserechtlich ist eindeutig klar, dass es eine strikte Trennung zwischen Redaktion und Anzeigenabteilung geben muss. Diese Trennung muss auch der Leser eindeutig durch das Layout erkennen können, wenn er die Zeitung liest. Die Kenntnis des außenpluralen Modells der presserechtlichen Organisation der Zeitung in der BRD — in Gegensatz zum binnenpluralen Modell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks — gehört zum Grundwissen einer Zeitungskunde, d.h. zur Zeitungslesekompetenz.

Die unlösbare Spannung, die sich aus der unterschiedlichen Interessenskollision ergibt, muss sowohl von den Zeitungsmachern als auch von den Lesern ausgehalten werden: Denn ohne Anzeigen ist kein niedriger Bezugspreis, kein Massenabsatz und keine Demo-

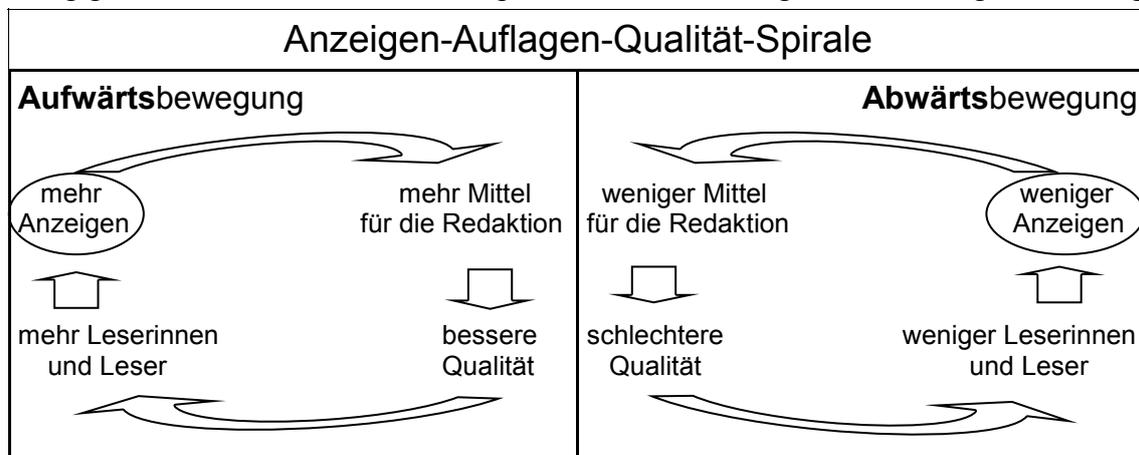
kratisierung der Information möglich. Und ohne Leser druckt auch niemand eine Zeitung oder gibt Anzeigen auf (vgl. Faulstich, 2004).

Visuell lässt sich das Schlüsselproblem folgendermaßen darstellen:



Anzeigen und Auflagen stehen in einer Korrelation. Diese gegenseitige Beziehung wirkt sich in einer zeitlichen Dimension spiralförmig auf die Qualität der redaktionellen Beiträge aus. Das wiederum hat Rückwirkungen auf die Leser und Abonnenten der Zeitung. Die Publizistikwissenschaft stellt dieses Beziehungsverhältnis mit der Anzeigen-Auflagen-Qualitäts-Spirale dar (vgl. Bonfadelli, S. 222).

Die Vermischung von Werbung und redaktionellen Beiträgen bzw. ihre eindeutige Trennung gehört deshalb zu den Schlüsselproblemen der Zeitung. Die Trennung von Anzeigen



und redaktionellem Teil ist bis zu presserechtlichen Bestimmungen hinreichend geregelt. Die eigentlichen aktuellen Herausforderungen liegen im Bereich der Imagewerbung in der Gestalt von Public Relations (PR). Die PR-Abteilungen in Politik und Wirtschaft stellen die Zeitungsredaktionen ernsthaft auf die Probe, damit sie nicht von den journalistisch gut aufbereiteten Beiträgen der PR-Angeboten verführt werden. Wenn Zeitungen nur noch zum Distributionsinstrument der PR-Abteilungen werden, haben sie ihre Aufgabe in der Gesellschaft verloren. Sie hätten ihre Glaubwürdigkeit verloren, weil sie nur noch zum interessengeleiteten Handlanger geworden sind. Eine Zeitung ohne Unabhängigkeit und damit auch Glaubwürdigkeit hat keine Daseinsberechtigung mehr, vor allem und gerade im Zeitalter des Internets.

6. Theorie der Bildungsaufgaben und Zischup

Nachdem Marshall McLuhan schon vor einigen Jahrzehnten das „Ende der Gutenberg-Galaxis“ ausgerufen hat, stellt sich ernsthaft die Frage, ob das Printmedium Zeitung für die heranwachsende Generation noch einen Bildungswert besitzt. Lässt sich noch rechtfertigen, Unterrichtszeit bzw. Lebenszeit von Jugendlichen damit zu verplanen, dass die Tageszeitung als Unterrichtsgegenstand verwendet wird? Das ehrwürdige Alter der Zeitung wird wohl kein Argument mehr darstellen, dies zu rechtfertigen. Zumal die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigte, dass viel Aufgaben der Zeitung von anderen Medien übernommen wurden, dazu noch schneller und effizienter. Die Realität hat aber auch gezeigt, dass die Tageszeitung als Printprodukt noch nicht ausgestorben ist. Feststellen muss man aber auch, dass sich die Tageszeitung in Konkurrenz mit anderen Medien gewandelt hat. Nach dem Rieplschen Gesetz könnte man sich jetzt entspannt zurücklehnen und die weitere Entwicklung getrost abwarten: Denn kein eingeführtes Medium ist je wieder ausgestorben, es hat sich immer nur gewandelt und sich immer mehr zu seinen eigenen medien-spezifischen Stärken entwickelt. Für Verleger und Medienwissenschaftler mag das beruhigend sein, für Didaktiker und Pädagogen müssen aber gewichtigere Begründungen gefunden werden.

Bevor Gründe für einen pädagogisch-didaktischen Umgang mit der Zeitung entfaltet werden, soll zuerst geklärt werden, wie Aufgaben beschaffen sein müssen, damit sie bildend wirken können (ausführlich dazu in Lutz 2014).

6.1 Differenz: Aufgabe/Problem und Verhalten/Handeln

Differenz Aufgabe – Problem

Aufgaben werden gestellt, und zwar von jemandem, damit sie von einem anderen bearbeitet bzw. gelöst werden. Zur Grundkonstellation einer Aufgabe gehören also zwei Aktanten, einer, der die Aufgabe stellt, und einer, der sie löst. Diese Zweiteilung unterscheidet sich grundlegend vom Lösen eines Problems, wobei das Bewältigen einer Aufgabe auch ein Problem beinhaltet. Ob ein Individuum etwas als Aufgabe oder Problem auffasst, hängt davon ab, welches Vorwissen und welche Vorerfahrungen er diesbezüglich hat. Nach Edelmann verfügen wir bei einer Aufgabe über Regeln und gewisse Vorstellungen, wie die Lösung zu bewerkstelligen sei (vgl. Edelmann 314). Sowohl zur Aufgabebewältigung als auch zum Problemlösen verfügen Menschen über eine kognitive Struktur. Der Unterschied liegt in einer unterschiedlich ausgeprägten Struktur: Bewältigung von Aufgaben setzt eine epistemische Struktur mit Begriffen und Regeln voraus und erfolgt durch reproduktives Denken. Lösen eines Problems setzt eine heuristische Struktur mit Heuristiken (Problemlöseverfahren) voraus und erfolgt in einem produktiven Denken. „Erst wenn unser Wissen nicht ausreicht, einen Zielzustand auf direktem Wege anzustreben, gelangen Problemlöseverfahren zur Anwendung“, fasst Edelmann die Problematik zusammen (ebd. 315). Fünf Formen problemlösenden Denkens stellt Edelmann (vgl. ebd. 317ff.) dar: Problemlösen durch Versuch und Irrtum, durch Umstrukturieren, durch Anwendung von Strategien, durch Kreativität und durch Systemdenken.

Verhalten und Handeln

Beidem, dem Lösen von Aufgaben und von Problemen, liegt ein Handeln zugrunde. Grenzt man Handeln vom Verhalten ab, so wäre Verhalten eher außengesteuert und Handeln weitgehend innenreguliert; die Übergänge sind wohl fließend. In der Praxis wird man wohl nicht immer klar unterscheiden können, ob jemand sich verhält oder handelt. Sinnvoll ist es, den Übergang von Verhalten zum Handeln als ein Kontinuum anzusehen. In didaktischer Hinsicht ist es aber unerlässlich, zwischen beiden zu unterscheiden, weil die Konsequenzen für die Persönlichkeitsentwicklung von grundlegender Bedeutung sind.

Wendet man diese Unterscheidung auf die Bewältigung von Aufgaben an, so ergibt sich eine große Bandbreite, wie Aufgaben gestellt werden können. Aufgaben, die Verhaltensleistungen verlangen, wollen einüben und vertiefen, um so Muster, Strategien oder Grundoperationen zu Verfügung zu haben, die man dann beispielsweise beim Problemlösen verwenden kann. Übungsaufgaben, die nur disziplinieren und keinen weiteren Zweck oder Sinn verfolgen, entfalten keine bildende Wirksamkeit. Aufgaben, die sich am Handeln orientieren, fordern Lerner heraus, indem Muster, Strategien und Operatoren mit einer hohen Eigenbeteiligung angewandt werden.

Durch die zwei Orientierungspunkte – Verhalten und Handeln – öffnet sich ein weites Spektrum von differenzierten Methoden. Die Bandbreite reicht von kleinschrittigen Trainingsübungen über Modellierungsaufgaben bis zu projektartigem Unterrichten bzw. Projektunterricht. Mit den unterschiedlichsten Methoden weitet sich dann auch die Anzahl der intendierten Kompetenzen aus. Die Sachkompetenz wird erweitert durch Methodenkompetenz und vor allem durch soziale Kompetenzen, so dass ein komplexes Beziehungsgefüge mit intensiver persönlicher Selbstbeteiligung eines Individuums stattfindet. Bei solch komplexen Aufgaben zeigt sich dann, warum Karl R. Popper als Quintessenz seines Forscherlebens die Grundthese vertritt „Alles Leben ist Problemlösen“ (vgl. Popper 255ff). Setzt man die Grundaussage von Martin Buber „Alles wirkliche Leben ist Begegnung“ (vgl. Buber 15) mit der These von Popper gleich, so kommt man zu der Aussage: Problemlösen ist Begegnung. Im Problemlösen findet über Sachen Begegnung mit Welt und Menschen statt. Dieser Problemlösungsraum, in dem Individuen mit Sachen und Menschen interagieren und durch Kommunikation Welt als Kultur konstruieren, eröffnet sich ein produktives didaktisches Feld, das z.B. durch Lernen in Projekten oder durch die Projektmethode nach Karl Frey (Frey 54ff.) didaktisch-methodisch bewusst inszeniert und genutzt werden kann. Dennoch bleibt ein Unterschied zwischen der Bewältigung einer Aufgabe und dem Lösen eines echten Problems.

Handlungsmuster Problemlösen und Aufgabenstellen

Der Unterschied lässt sich plausibel durch ein Handlungsmuster aus der Theorie sprachlichen Handelns erklären. Nach Ehlich/Rehbein (vgl. 8ff.) beinhaltet das Handlungsmuster „Problemlösen“ folgende Elemente: 1. Problemkonstellation, 2. konkrete Negation/Identifizierung des Unbekannten, 3. Ziel-/Sinnsetzung, 4. Konsultation des Wissens/Gedächtnisses, 5. Zerlegung/präzise Beschreibung, 6. Planbildung, 7. Lösungswege und 8. Lösung. Wie oben bereits erwähnt, liegt das wesentliche Merkmal beim Aufgabenstellen bzw. -lösen darin, dass zwei Aktanten daran beteiligt sind: die Aufgabensteller (Lehrer/in) und die Aufgabenlöser (Lerner/in). Da es in schulischen Lernsituationen bei Aufgaben vor allem um das Einüben von Mustern, Strategien und Operatoren, d.h. um Strukturwissen, Schlüsselqualifikationen und Basiskompetenzen geht, werden die Elemente 1 bis 3 und 5 vernachlässigt und meist verkürzt behandelt. Die Verkürzung der Problemkonstellation und der Zielsetzung nehmen der Aufgabe dann den Realitäts- und Lebensbezug. Dieser Verlust muss dann durch Motivation und/oder Autorität ersetzt werden. Da Lernen in der Institution Schule nur einen geringen Teil der Inhalte im ursprünglichen Sinne einer tatsächlichen Problemorientierung aus Zeitgründen oder auch aus sachlichen Gründen behandeln kann, stellt das Aufgabenstellen eine verantwortungsvolle Herausforderung an die Allgemeine als auch an die jeweilige Fach-Didaktik dar. Didaktisch muss sich eine Aufgabe am Handlungsmuster „Problemlösen“ orientieren, da Aufgaben eine didaktisch aufbereitete Problemkonstellation darstellen. Aufgaben entstehen durch didaktische Reduktion bzw. Verdichtung aus einer Problemkonstellation mit einer bewussten didaktischen Zielsetzung. An der didaktischen Zielsetzung – verhaltens- oder handlungsorientiert – entscheidet sich dann, welches Bildungspotential Aufgaben beinhalten.

Aufgaben im schulischen Kontext stellen somit eine versteckte Instruktion dar. Sie führen also zu einem beschleunigten Wissensaufbau, bei dem natürlich auch die Gefahr besteht, dass die Konstruktion, d.h. die Erfahrung, die Verankerung und die Verarbeitungstiefe beim Wissenserwerb zu kurz kommt. Trifft dies zu, dann kann sich die bildende Wirkung, d.h. Potentiale zur Persönlichkeitsentwicklung, nicht entfalten; die erlernten Inhalte bleiben träges Wissen. Die Verankerung von Wissen bleibt meist auf der Strecke, wenn die Ziel- bzw. Sinndimension den Lernern nicht bewusst wird. Wird das Problem erkannt und mit Sinn verbunden, verwandelt sich die extrinsische Motivation in eine intrinsische. Hier wird auch deutlich, warum Niklas Luhmann (vgl. 220ff.) „Sinn“ als das Universalmedium ansieht. In einer didaktischen Perspektive zeigt sich dann auch, dass man nicht beim Aufgabenstellen stehen bleiben kann, sondern dass im Laufe schulischen Lernens Lerner befähigt werden müssen, sich selbst Aufgaben zu stellen.

6.2 Aufgaben als Bildungsaufgaben

In der Allgemeinen Didaktik wird mit der Theorie der Bildungsaufgaben versucht, Lehren und Lernen in eine spannungsreiche Balance im Rahmen eines institutionalisierten schulischen Unterrichts zu bringen. Nach Renate Girmes kann man dies durch Aufgaben erreichen, die folgendermaßen dimensioniert sein sollen:

Aufgaben schaffen und brauchen einen Bezug zu der Welt derer, die Aufgaben sehen, übernehmen und bearbeiten (sollen), und sie sind so in der Lage, Potenziale und Kompetenzen von Menschen in Hinsicht auf eine wahrgenommene Aufgabe aufgabenspezifisch herauszufordern. So gestellte und wahrgenommene Aufgaben aktivieren, weil und wenn sie eine Lücke in der Welt und in den eigenen Kompetenzen auf eine Weise erfahrbar machen, dass sich mit der Wahrnehmung der Lücke die berechtigte Erwartung verbindet, die Lücke schließen zu können. (Girmes 2004, 19)

Nach Girmes sollte in einer Aufgabe „eine Art Weltpräsentation erfolgen, die für den gemeinten Adressaten eine ihn oder sie angehende Lücke sichtbar werden lässt“ (ebd.). Die Wahrnehmung der Lücke fordert eine Aktion heraus und motiviert dazu, die Lücke zu schließen. Die derart wahrgenommene Lücke wird als Aufgabe angenommen, so dass verständlich wird, warum Aufgaben „in der Spannung zwischen Sein und Sollen“ (ebd.) entstehen.

Angeregt durch Hannah Arendts Schrift „Vita activa“ entwickelt Girmes eine Theorie der Bildungsaufgaben, indem sie neun Grundhaltungen zur Welt herausarbeitet:

Ausgehend von der Setzung Arendts, der Mensch sei „Animal laborans“ (Arendt 231), ergeben sich Aufgaben des aktiven Lebens. Die sich stellenden Aufgaben werden gelöst durch die Tätigkeiten des „Arbeitens“, des „Herstellens“ und des „Handelns und Sprechens“ (vgl. Girmes 2004, 80f.).

... wie schön auch immer die Welt der Dinge, die uns umgibt, sein mag, sie erhält ihren eigentlichen Sinn erst, wenn sie die Bühne für Handelnde und Sprechende bereit stellt, wenn sie durchweht ist von dem Geflecht menschlicher Angelegenheiten und Bezüge und den Geschichten, die aus ihnen entstehen. Ohne von Menschen bewohnt und von ihnen andauernd besprochen zu werden, wäre die Welt nicht mehr als ein Haufen beziehungsloser Dinge, auf den jeder Einzelne in seiner Isolierung noch einen von ihm gefertigten Gegenstand werfen könnte, ohne doch je hoffen zu dürfen, daß sein Produkt sich einer Dingwelt fügen und einfügen werde. Ohne die gestaltete Welt wiederum blieben die eigentlich menschlichen Angelegenheiten ohne Behausung, und alles, was zwischen Menschen sich ereignet, ihr Tun und Treiben, verbliebe in dem Dunkel schwermütiger Vergeblichkeit, ... (Arendt, 198)

Wir sahen, wie der Mensch qua Animal laborans den Kreislauf des Lebensprozesses, der ihn in die immer wiederkehrende Notwendigkeit von Arbeit und Verzehr zwingt, nur dadurch durchbrechen kann, daß er eine andere, ihm eigene Fähigkeit mobilisiert, die Fähigkeit herzustellen, zu fabrizieren und zu produzieren, um so als Homo faber und Werkzeugmacher nicht nur die Mühe und Plage des Arbeitens zu erleichtern, sondern auch eine Welt zu errichten, deren Dauerhaftigkeit gegen den verzehrenden Kreislauf des Lebens gesichert ist und ihm widersteht. (Arendt, 231)

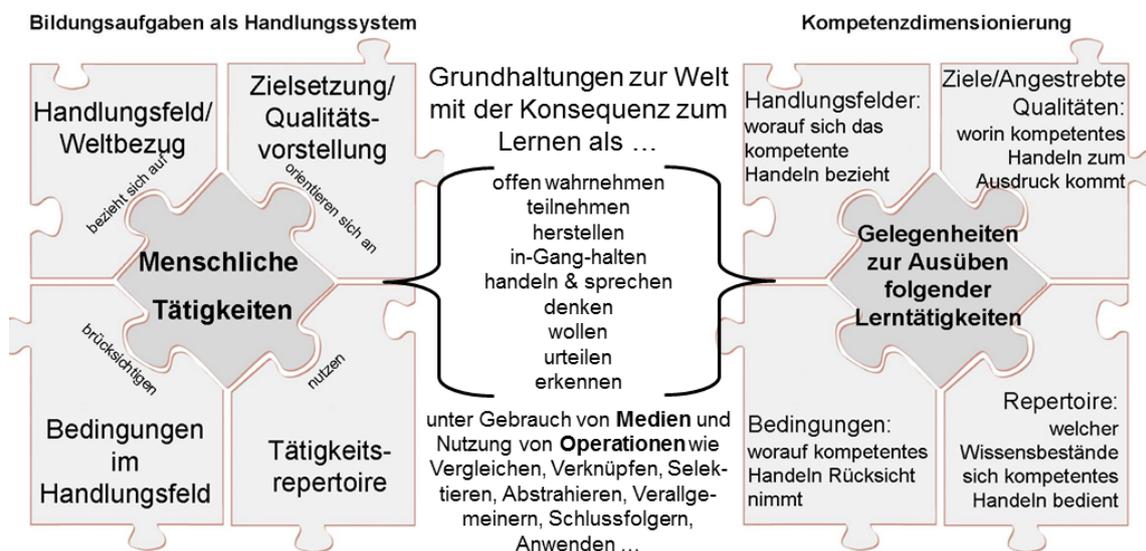
Neben den Erfordernissen aktiven Lebens findet sich der Mensch immer schon in einer

konkret gegebenen Realität wieder. In einer Realität der Dinge und Mitmenschen, in der sich Leben vollzieht, entwickelt und gestaltet. In der Notwendigkeit des Gestaltens gründet ein Interesse an der Welt und an den Mitmenschen.

Kontingenz und Reflexion, Bildungsrelevanz und Lernqualität

Die Bedingungen des menschlichen Lebens auf der Erde und die Notwendigkeit der Hinwendung zur Welt lassen Menschen Erfahrungen machen, dass Leben so aber auch ganz anders verlaufen kann bzw. gestaltbar ist. Diese Erfahrung der Kontingenz (Niklas Luhmann) bringt Menschen zum Fragen und Nachdenken, d.h. zu Aufgaben der Reflexion. Reflexion vollzieht sich in den Tätigkeiten des „Denkens“, des „Urteilens“, des „Wollens“ und „des aufmerksamen Wahrnehmens und Respektierens“ (vgl. Girmes 2004, 81). Durch die neun Grundhaltungen zur Welt bzw. menschlichen Tätigkeiten, um wahrgenommene Aufgaben zu lösen, vollzieht sich nicht nur Weltaneignung, sondern auch Persönlichkeitsentwicklung. Im Sinne der Klafkischen Bildungstheorie konstituiert sich in den beschriebenen menschlichen Tätigkeiten ein doppelseitiges „Erschlossensein“, so dass „Bildung als Subjektentwicklung im Medium objektiv-allgemeiner Inhaltlichkeit“ (Klafki 20) umschrieben werden kann. Methodisch vollzieht sich der Erschließungsprozess nach Klafki durch „Exemplarisches Lernen als selbständiges, genetisches bzw. rekonstruktiv-entdeckendes Lernen“ (Klafki 145). Aufgaben in der Theorie der Bildungsaufgaben implizieren so ein Zweifaches: Bildungsrelevanz und Lernqualität (vgl. Girmes 2004, 73ff.). Wie die Kategorie der Bildung als ein Ziel-, Orientierungs- und Beurteilungskriterium fungiert, so müssen auch Aufgaben diesen Kriterien gerecht werden.

Zusammenfassend lässt sich die Theorie der Bildungsaufgaben aus der Perspektive der oben ausgeführten menschlichen Tätigkeiten durch folgendes Schaubild darstellen (Girmes 2004, 83).



Die grafische Strukturskizze „Bildungsaufgaben als Handlungssystem“ kann analog weitergedacht werden zur Dimensionierung der Kompetenzen für Lerntätigkeiten (vgl. Girmes 2004, 83 u. 158).

Menschliche Tätigkeiten sind aber nicht nur im *vita activa*, sondern ebenso im *vita contemplativa* angesiedelt. Das grundlegende didaktische Prinzip der Anschaulichkeit vollendet sich im Schauen, d.h. in der Kontemplation. Auch Hannah Arendt war bewusst, dass zwischen dem *vita activa* und dem *vita contemplativa* eine dialektische Verwiesenheit besteht. Menschliche Tätigkeit hetzt sich zu Tode in einem reinen Aktionismus, wenn nicht eine dialektische Spannung zum *vita contemplativa* als kritische Instanz oder als Metaebene zur *vita activa* besteht. Anschaulichkeit verkäme zur Visualisierung ohne Tie-

fenwirkung und ohne Verarbeitungstiefe. Deshalb muss Lehren und Lernen auch Raum schaffen für Muße als selbstbestimmtes Bei-sich-selbst-sein.

Die Möglichkeit der Erziehung zur aufgeklärten Selbstbestimmung hängt auch ab vom Grad der Selbstaufgeklärtheit einer Gesellschaft und ihrer Institutionen und damit einhergehend ihrer Bereitschaft, die Erziehung als einen Ort der Selbstbestimmung in „Muße“ zu gestalten, an dem Nachdenklichkeit und Behutsamkeit einen Platz haben, und dessen Beziehung zum Leben es erlaubt, den abgewogenen Urteilen, die dort entstehen, auch praktische Geltung zu verschaffen. (Girmes 1997. S 68)

6.3 Bildungsaufgabe Zeitung

Aus dem oben Gesagtem wird ersichtlich, in welcher großen Zahl Aufgaben sich stellen können, um den Bildungsgehalt der Zeitung zu nutzen. Bildungsaufgabe Zeitung meint natürlich nicht, aus all dem eine Zeitungskunde zu entwickeln. Das wäre zu kurz gegriffen, das Ergebnis wären Aufgaben in Sinne einer materialen Bildung. Bildungsaufgabe Zeitung will aber Strukturmerkmale der Zeitung fruchtbar machen für eine Persönlichkeitsentwicklung in einer demokratisch verfassten Gesellschaft eingebettet in eine globalisierte Welt.

Wie im ersten Kapitel dargestellt, liegt ein Grundmerkmal einer Aufgabe darin, dass eine „Lücke in der Welt und in den eigenen Kompetenzen“ (Girmes 2004, 19) wahrgenommen wird. Bei Jugendlichen dürfte es zu einer solchen Wahrnehmung einer Lücke in Bezug auf Zeitung nicht kommen. Wie der JIM-Studie zu entnehmen ist, beschäftigen sich nur 28 % der Jugendliche in ihrer Freizeit mit der Tageszeitung (vgl. JIM-Studie). In einer repräsentativen Befragung der deutschen Bevölkerung im Jahre 2010 über wichtige Nachrichtenentnahmen des Tages stellt der Leiter der Befragung, Wolfgang Donsbach von der TU Dresden, fest: „Social Media wie soziale Online-Netzwerke und Blogs spielen bei der tagesaktuellen Information praktisch keine Rolle – dies gilt auch für Jugendliche.“ (Donsbach 2010) Wenn also die Zeitung einen hohen Bildungsgehalt in einer demokratisch verfassten Gesellschaft hat und Jugendliche wenig Interesse an tagesaktuellen Nachrichten aufbringen, dann stellt die Tageszeitung als Unterrichtsinhalt eine Herausforderung dar. Dieser Herausforderung hat sich die Badische Zeitung in Kooperation mit dem Institut für Medien in der Bildung der Pädagogischen Hochschule Freiburg mit dem Projekt Zischup (vgl. www.zischup.de) gestellt.

Sechs Wochen lang erhalten Schülerinnen und Schüler der Klassen 8 und 9 der teilnehmenden Schulen aller Schularten jeden Tag im Unterricht die Badische Zeitung. Die BZ liefert einen Klassensatz in jede Klasse, so dass jeder Jugendlichen seine eigene Zeitung bekommt. Samstags und in den Ferien landet die Badische Zeitung bei den Jugendlichen zu Hause im Briefkasten. Die didaktische Herausforderung liegt in der Unterrichtsorganisation, weil jeden Tag nicht nur die Region, sondern die ganze Welt ins Klassenzimmer kommt. Da in der Sekundarstufe das Fachlehrerprinzip vorherrscht, kann die Fülle und Vielfalt an Information nur durch fächerübergreifenden Unterricht oder durch Lehrertandems bewältigt werden. Dies fordert eine hohe Kooperations- und Teamfähigkeit der teilnehmenden Lehrerinnen und Lehrer. Eltern und vor allem Großeltern werden über die Schülerinnen und Schüler in der Anschlusskommunikation durch Gespräche, Diskussionen oder Befragungen miteinbezogen, wie die Rückmeldeergebnisse aus Begleituntersuchungen zu den Pilotprojekten zeigen (vgl. Lutz 2012b). Während der Projektdauer haben die teilnehmenden Klassen die Möglichkeit, das Druckhaus mit der Druckerpresse, die in einem wasserlosen Offsetdruckverfahren die Zeitung in einem Vier-Farb-Druck in einer großen Auflage vervielfältigt, zu erkunden. Ergänzt wird der Kontakt zur Zeitung durch den Besuch der Projektedakteurin in der Klasse an der Schule. Hier können die Jugendlichen alles fragen, was sie über und zur Zeitung wissen wollen. Zeitung wird also leibhaftig erfahrbar durch einen Menschen, der die Zeitung im Team mit anderen herstellt. Die Zeitung erhält ein menschliches Gesicht und einen Ansprechpartner. Der Besuch der Re-

dakteurin soll die Schülerinnen und Schüler animieren, selbst journalistisch zu recherchieren und einen Text in einer passenden Textsorte zu schreiben, der dann online in der BZ veröffentlicht oder in der Printausgabe am Ende des Projektes abgedruckt wird. Die Jugendlichen sollen vor allem Themen aus ihrem eigenen Lebensumfeld und Interessengebiet thematisieren, recherchieren und publizieren. So kann man der Gefahr entgegenwirken, dass das Projekt zur Information über Zeitung verkommt, anstatt Zeitung zu erfahren und gestalten.

Methodisch gestalten sich die ersten beiden Wochen eher analyseorientiert. Die Zeitung soll in einem ersten Zugang kennengelernt und Strukturwissen mit Fachbegriffen soll über die Zeitung erarbeitet werden. Die darauf folgenden Wochen sind eher produkt- und produktionsorientiert ausgerichtet, um Handlungs- und Erfahrungswissen mit der Möglichkeit zur Individualisierung aufzubauen. Der Abschluss bildet dann eine Präsentation mit der Bewertung der Produkte und den dazu gehörenden Rechercheleistungen. Die Strukturskizzen „Didaktik I – VI“ im Anhang sollen dazu einige Anregungen geben. Die Präsentation in der Öffentlichkeit erfolgt über Online- oder Printausgabe. Die Präsentation in der Schulöffentlichkeit ist nicht minder wichtig, weil sich die Jungjournalisten der Kritik ihrer Mitschülerinnen und Mitschüler stellen und so Verantwortung für Texte und Bilder übernehmen müssen.

Das Aufgabenblatt „Zischup – der Zeitung auf der Spur“ für die Schülerinnen und Schüler der teilnehmenden Klassen unter 8.1 „Didaktische Materialien“ enthält eine Zusammenstellung möglicher Aufgaben zum selbstständigen Bearbeiten. Die Zusammenstellung erhält ein Vielfaches von dem, was man in der Projektzeit bewältigen kann. Die Adressaten der Aufgabenvorschläge sind deshalb die Lehrerinnen und Lehrer, die dann ein maßgeschneidertes Aufgabenblatt für ihre konkrete Klasse anfertigen können. Ebenso sollen die weiteren unter 8.2 befindlichen Arbeitsblätter (AB I – XXV) Lehrerinnen und Lehrern ein Angebot unterbreiten, wie sie thematische Schwerpunkte – sinnvollerweise fächerübergreifend – im Unterricht einsetzen können.

Abschließend soll die didaktische Dimensionierung der Aufgaben und Lerntätigkeiten im Zischup-Projekt durch die Theorie der Bildungsaufgaben mit dem Formblatt von Girmes (Girmes 2004, 158) zusammengefasst werden:

Kompetenzdimensionierung zu den Aufgaben und Lerntätigkeiten im Zischup-Projekt

Handlungsfelder:

- Kooperation mit einem Zeitungsverlag
- Zeitung lesen
- Anschlusskommunikation in Klasse, Peergroup, Elternhaus, Verein und Freizeit
- Klasse, Schulöffentlichkeit und Öffentlichkeit
- Öffentlichkeit herstellen durch Publizieren
- Öffentlichkeitsarbeit der Schule
- Verhalten und Handeln in der Schul-/ Öffentlichkeit
- Rollenverhalten
- Identitätsbildung
- Experten befragen
- Institutionen besuchen und Fragen stellen
- Erkunden des Druckhauses
- Kulturraum
- Pressefreiheit

Bedingungen:

- Medienbiografie
- Lesesozialisation
- Mediengesellschaft
- Wissensgesellschaft
- Medienkonkurrenz
- Medienkonvergenz
- Institution Schule
- Besuch der Druckhauses
- Besuch der Radakteurin in der Klasse
- Tandems bei Lehrerinnen und Lehrern
- Fächerübergreifendes Arbeiten
- Teamfähigkeit der Lehrerinnen und Lehrer untereinander und mit der Leitung und Verwaltung
- Raumangebot für Gruppenarbeit und Arbeit am Computer
- Kommunikationstechnologie zur Recherchearbeit
- Sechs Wochen Zeitung in der Schule und zu Hause
- Vier-Augen-Prinzip

Lerntätigkeiten:

- Texte schreiben und in Textsorten gestalten
- Informationen entnehmen
- Werbung identifizieren
- Bewusstsein entwickeln:
 - privat/öffentlich
 - dokumentieren
 - Meinung erkennen
 - redigieren
 - selektiv lesen
 - überarbeiten
 - recherchieren
 - fotografieren
 - terminieren
 - Quellen erkennen
 - korrespondieren
 - kategorisieren
 - befragen
 - publizieren
 - interviewen
 - layouts

Ziele / angestrebte Qualitäten:

- Selektives Lesen als Ergänzung zum literarischen Lesen
- Rahmungskompetenz
- journalistische Textsorten erkennen und schreibend anwenden
- digitale und analoge Zeichen unterscheiden
- Appellstruktur der Werbung
- Bild-Text-Kombinationen verstehen und deuten
- Gatekeeper und Agenda-Setting-Funktion
- Unterscheidung Information und Meinung
- Kultur: Weltaneignung und Weltkonstruktion
 - Zeitungslayout gestalten
 - Informations- und Meinungsfreiheit
 - Journalistische Sorgfaltspflicht
 - Demokratie lernen und leben
 - Engagement und Verantwortung

Repertoire:

- Kulturtechniken Lesen und Schreiben
- Symbol- und Zeichenverwendung
- Gattungswissen als Darstellung von Welt und Erwartungshaltungen
- Basiskönnen Medienkompetenz in der medientechnische Grundausstattung einschließlich PC-Raum
- Fotoapparat
- Wissen über Normen und Werte in der Gesellschaft
- dem Alter entsprechendes Weltwissen
- Erfahrungen in Team- und Gruppenarbeit
- Selbsttätiges Arbeiten

7. Literaturangaben

- Arendt, Hannah (1981): *Vita Activa oder Vom tätigen Leben*. München: Piper. (Erstveröffentlichung 1958)
- Blum, Joachim & Hans-Jürgen Bucher (1998): *Die Zeitung: Ein MultimediuM. Textdesign — ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik*. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz, Ofried Jarren & Gabriele Siegert (Hrsg.) (2005): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Bern, Stuttgart, Wien. 2. Aufl.
- Buber, Martin (1979): *Das dialogische Prinzip*. Heidelberg: Verlag Lambert Schneider.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2007): *Zur Entwicklung nationaler Bildungsstandards*. Expertise. Berlin 2009 Nachdruck.
- Donsbach, Wolfgang (2010): *Nachrichtennutzung und Nachrichtenwesen junger Menschen*. DFG-Projekt 2010. Quelle: http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/fakultaeten/philosophische_fakultaet/ikw/for/ifk_research_notes_content/researchnews_15_dfg_1024.jpg [Zugriff: 29.09.2012]
- DUDEN *Das Herkunftswörterbuch*.(2007): *Die Etymologie der deutschen Sprache*. Hrsg. von der Dudenredaktion. 4., neu bearb. Aufl. Mannheim.
- Edeler, Uwe-Carsten (1999): *Anregungen für einen offenen, projektorientierten Deutschunterricht 7/8*. Stuttgart: Klett.
- Edelmann, Walter (1996): *Lernpsychologie*. Weinheim: Psychologie Verlags Union. 5. vollständig überarb. Auflage.
- Ehlich, Konrad / Rehbein, Jochen (1986): *Muster und Institution. Untersuchungen zur schulischen Kommunikation*. Tübingen: Narr, 8ff.
- Faulstich, Werner (1998): *Medien zwischen Herrschaft und Revolte*. Göttingen.
- Faulstich, Werner (2002): *Die bürgerliche Mediengesellschaft (1700-1830)*. Göttingen.
- Faulstich, Werner (2004): *Medienwissenschaft*. Paderborn.
- Fechner, Frank (2011): *Medienrecht*. Tübingen. 11., überarb. u. ergänz. Aufl. UTB 2154
- Frey, Karl (2012): *Die Projektmethode: der Weg zum bildenden Tun*. Weinheim: Beltz. 12., neu ausgestattete Aufl.
- Girmes, Renate (1997): *Sich zeigen und die Welt zeigen. Bildung und Erziehung in posttraditionalem Gesellschaften*. Opladen.
- Girmes, Renate (2004): *[Sich] Aufgaben stellen*. Seelze (Velber): Kallmeyer.
- Hauser, Thomas, Hans-Werner Huneke & Andreas Lutz (Hg.) (2008): *Zeitung machen — Zeitung lesen. Journalismus und Didaktik im Gespräch*. Freiburg.
- JIM-Studie 2014. *Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. MpFS Stuttgart. Quelle: <http://www.mpfs.de> [Zugriff: 03.03.2015]
- Klafki, Wolfgang (2007): *Neue Studien zur Bildungstheorie und Didaktik. Zeitgemäße Allgemeinbildung und kritisch-konstruktive Didaktik*. Weinheim: Beltz. 6. neu ausgestattete Auflage.
- Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Lutz, Andreas (2012a): *Bildlichkeit der Schrift – Zeitungsköpfe als dynamische Einheit von Information und Botschaft*. In: Oomen-Welke, I. / Staiger, M. (Hg.): *Bilder in Medien, Kunst, Literatur, Sprache, Didaktik. Festschrift für Adalbert Wichert*. Freiburg. S. 197-208.
- Lutz, Andreas (2012b): *Zeitung in der Schule. Zwei Pilotprojekte mit der Badischen Zeitung*. In: phfr. *Zeitschrift der Pädagogischen Hochschule Freiburg*. 2011/2+2012/1. S. 36-39.
- Lutz, Andreas (2014): *Aufgaben, die sich im Bildungsraum Zeitung stellen*. In: Blumschein, P. (Hg.): *Lernaufgaben – Didaktische Forschungsperspektiven*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt. S.193-206.
- Nothdurft, Werner (2006): *Der Gesprächsraum. Projekt Gesprächsraum*. Quelle: http://www.hs-fulda.de/fileadmin/Fachbereich_SK/BASIB/gespr_chsraum_aufsatzx.doc. [Zugriff: 12.09.2012].

Popper, Karl (1994): Alles Leben ist Problemlösen. Über Erkenntnis, Geschichte und Politik. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.

Rehbein, Jochen (1977): Komplexes Handeln. Elemente zur Handlungstheorie der Sprache. Stuttgart: Metzler.

Roth, Gerhard (2011): Bildung braucht Persönlichkeit. Wie Lernen gelingt. Stuttgart: Klett-Cotta.

Schnotz, Wolfgang (2006): Pädagogische Psychologie. Workbook. Weinheim: Beltz. Kapitel 9 bis 12, S. 117-187.

Stöber, Rudolf (2005): Deutsche Pressegeschichte. Konstanz. 2., überarb. Aufl. UTB 2716.

8. Anlagen

8.1 Didaktische Materialien

Aufgabenblatt Projekt: „Zischup – der Zeitung auf der Spur“

Didaktik I: Weitere Anregungen zur Unterrichtsgestaltung

Didaktik II: Vorschlag für eine projektorientierte Durchführung

Didaktik III: Bewertung Projektarbeit

Didaktik IV: Zeitung und Kompetenzen

Didaktik V: Kompetenzorientiertes Konzept für die schulische Medienbildung

Didaktik VI: Ohne Medien keine Demokratie

8.2 Materialien zur Unterrichtsgestaltung

AB Ia: Namenslogos der Zeitung

AB Ib: Name der Zeitung und historische Entwicklung

AB II: Merkmale der Zeitung

AB III: Schriftarten

AB IV: Information und Botschaft der Schrifttypen

AB V: Sprache als Zeichen und Medium

AB VI: Entwicklung der Titelseite der Badischen Zeitung nach 1945

AB VII: Zeitungskopf als Namenslogo

AB VIII: Infografik und die Werbeanzeige

AB IX: Gliederungsübersicht der Anzeigen in der Zeitung

AB X: Strukturbegriffe einer Werbeanzeige

AB XI: Journalistische Textsorten

AB XII: Textsorten

AB XIII: Gebrauchstexten in der Zeitung

AB XIV: Historische Entwicklung der Textsorten

AB XV: Bild-Text-Kombinationen in der Kommunikation

AB XVI: Funktion, Sprechakt und Struktur der Zeitung

AB XVII: Die „Doppelnatur“ der Zeitung

AB XVIII: Zeitung als Medium

AB XIX: Haupttätigkeiten und Basisaufgaben von Journalisten

AB XX: Zensur 1788

AB XXI: Zensur – Deutscher Michel

AB XXII: Zensur – Schere im Kopf

AB XXIII: Aufklärung und Zensur

AB XXIV: GG und Pressefreiheit

AB XXV: Pressefreiheit und journalistische Sorgfaltspflicht

Didaktik I: Weitere Anregungen zur Unterrichtsgestaltung

Vorschlag I: Tägliche Presseschau

Zu Beginn des Unterrichts (ca. 10 Minuten) liest ein/e Schüler/in die Schlagzeile, die Unterzeile und das Fettgedruckte der Titelseite vor. Oder dasselbe aus anderen Ressorts.

Abgeänderte Möglichkeit: eine Schülergruppe ist eine Woche lange für ein bestimmtes Ressort zuständig.

Vorschlag II: Impressum

SchülerInnen suchen das Impressum in der Zeitung. Klären, aus welcher Sprache der Begriff kommt. Diskutieren, warum in der Zeitung das Impressum sein muss. Stellen fest, welche/er Redakteur/in für welches Ressort verantwortlich ist.

Vorschlag III: Redaktionskonferenz

Die Klasse wird in 3er Gruppen eingeteilt. Jede Gruppe übernimmt ein Ressort der Zeitung. Sie liest eine Woche lang die Zeitungsseiten zum übernommenen Ressort. Nach einer Woche fertigt jede Gruppe zu ihrem Ressort eine Wandzeitung an. Die Wandzeitung ist so groß wie die Originalseite der Zeitung. Die Gruppenmitglieder müssen sich mit den Inhalten der Zeitung und den Mitgliedern der Gruppe auseinandersetzen, was auf die Seite kommt. Die Seite muss nach den Grundregeln des Zeitungslayouts gestaltet sein.

Jede Gruppe präsentiert die gestaltete Zeitungsseite der ganzen Klasse und beantwortet Rückfragen.

Bewertung: Jede/r Schüler/in bewertet durch Vergabe von Punkten jede Wandzeitung nach zuvor beschlossenen Kriterien.

Vorschlag IV: Pro-Contra-Debatte

Die Klasse wird in 4er oder 6er Gruppen eingeteilt. Jede Gruppe sucht sich aus der Zeitung eine Schlagzeile. Die Hälfte der Gruppe sucht Pro-Argumente die andere Contra-Argumente. Jede Teilgruppe bestimmt eine Sprecherin/einen Sprecher, die/der die Argumente in einem argumentativen Redebeitrag vorträgt. Die übrigen Klassenmitglieder stimmen über den Inhalt und die Präsentation der Rede ab.

Untersuchungsaufgaben:

1. Wo wird Serifenschrift (z.B. Times), wo Druckschrift (z.B. Arial) verwendet?
2. Wo wird Kursivschrift verwendet?
3. Wo werden Anzeigen platziert?
4. Wie lassen sich Anzeigen unterteilen?
5. Wie lassen sich die Teile in der Zeitung benennen, die weder Nachricht noch Anzeigen sind?

Didaktik II: Vorschlag für eine projektorientierte Durchführung

- **1.+2. Woche;** eher im Klassenverband: Kennenlernen der Zeitung, Besprechung und Aufgaben zu Strukturmerkmalen der Zeitung und des Zeitungslesens.

Analyseorientiert: Strukturwissen (Instruktion)

- **3.-6. Woche;** als Projekt in Einzel- und Gruppenarbeit: Portfolio mit Pflicht- und Wahlaufgaben. Rechercheprotokoll, Protokoll/Reflexion über den Arbeitsprozess

Produkt- und Produktionsorientiert: Handlungs- und Erfahrungswissen (Konstruktion, Individualisierung)

- **7. Woche:** Präsentation und Bewertung;

Anmerkung:

- Information an die Eltern
- In Vertretungs- und Freistunden lässt sich gut am Projekt weiterarbeiten, da ja die Schüler jeden Tag die Zeitung in der Schule haben.
- Versicherungsschutz: Recherchearbeit ist schulische Veranstaltung.

Didaktik III: Bewertung Projektarbeit

Orientierung an der Projektprüfung an Hauptschulen in Baden-Württemberg

Vorbereitung (1. Phase)

Themenfindung / Gruppenbildung
Material recherchieren und beschaffen
Projektbeschreibung erstellen

Durchführung (2. Phase)

Material auswählen, bewerten, bearbeiten
Realisierung der Projektidee
Präsentation vorbereiten

Präsentation (3. Phase)

Erarbeitetes präsentieren
Präsentation reflektieren
Prozess reflektieren

Bewertung:

(Sie kann schriftliche, mündliche u. praktische Leistungen enthalten. Sie erfolgt in Form einer Note und einer zusätzlichen verbalen Beurteilung, welche die Note erläutert.)

1. des Prozesses

Bewertungskriterien:
wissen und verstehen,
verhalten und handeln,
anwenden und analysieren,
vergleichen und bewerten,
zuhören und einmischen,
argumentieren und entscheiden,
Stellung nehmen und Standpunkte vertreten

2. der Präsentation

Bewertungskriterien:
verbale und non-verbale Zeichen,
Kohärenz zw. verbalen Aussagen und
materialer/ästhetischer Darstellung,
rhetorisches Können,
Adressatenorientierung

3. des Produktes

Bewertungskriterien:
sachliche Richtigkeit,
präzise und ästhetische Ausführung

Zeitung – ein Medium, um Kompetenzen aufzubauen

Aktualität, Universalität, Publizität, Periodizität

Zeichen, Textsorten, Layout

Mittler / Plattform von Inhalten in konkreter Form

Medium

Institution / Organisation: Verlag, Redaktionen, Druckerei u. Vertrieb

Standpunkt / Richtung
Finanzierung / Werbung

Information /
Meinung,
Kontrollfunktion

Handwerks- /
Industriebetrieb

Zeitung als Ware,
Anzeigen

Basis-

-Lesen: Lesetechnik u. Lese-
strategie; Quelle, AutorIn
-Schreiben: Schreibprozesse,
Textdesign

Schlüssel-
qualifikationen

Sach-

-Zeitungskunde
-Wissensinhalte/Weltwissen
-Orientierungswissen
-zielgerichtetes Gestalten
-Multiperspektivität

Methoden-

-recherchieren
-selektieren
-ordnen, strukturieren
verdichten, gestalten
-bewerten

Kern-
kompetenzen

Sozial-

-Selbsttätigkeit
-Kooperation
-Teamarbeit
-Anschlusskommunikation
-Perspektivenwechsel

Medien-

-Medienpartizipation
-Öffentlichkeit, Präsentation
-Medien- u. Zeichenkritik
-Rahmungskompetenz

**Zeitung als
Unterrichtsmedium**
(Authentizität) im
Fachunterricht oder im
fächerübergreifenden
Lernen

Lernprozesse:
- analyse-orientiert
- produkt-orientiert

**+
kommunikative
und
personale Kompetenzen
(Handlungskompetenz)**

**Bildungsprozesse
ermöglichen**

**Demokratie
lernen**
(Engagement und
Verantwortung)

**Zeitung als
Massenmedium**

Kompetenzen

Kompetenzorientiertes Konzept für die schulische Medienbildung

LKM-Positionspapier

Stand 01.12.2008

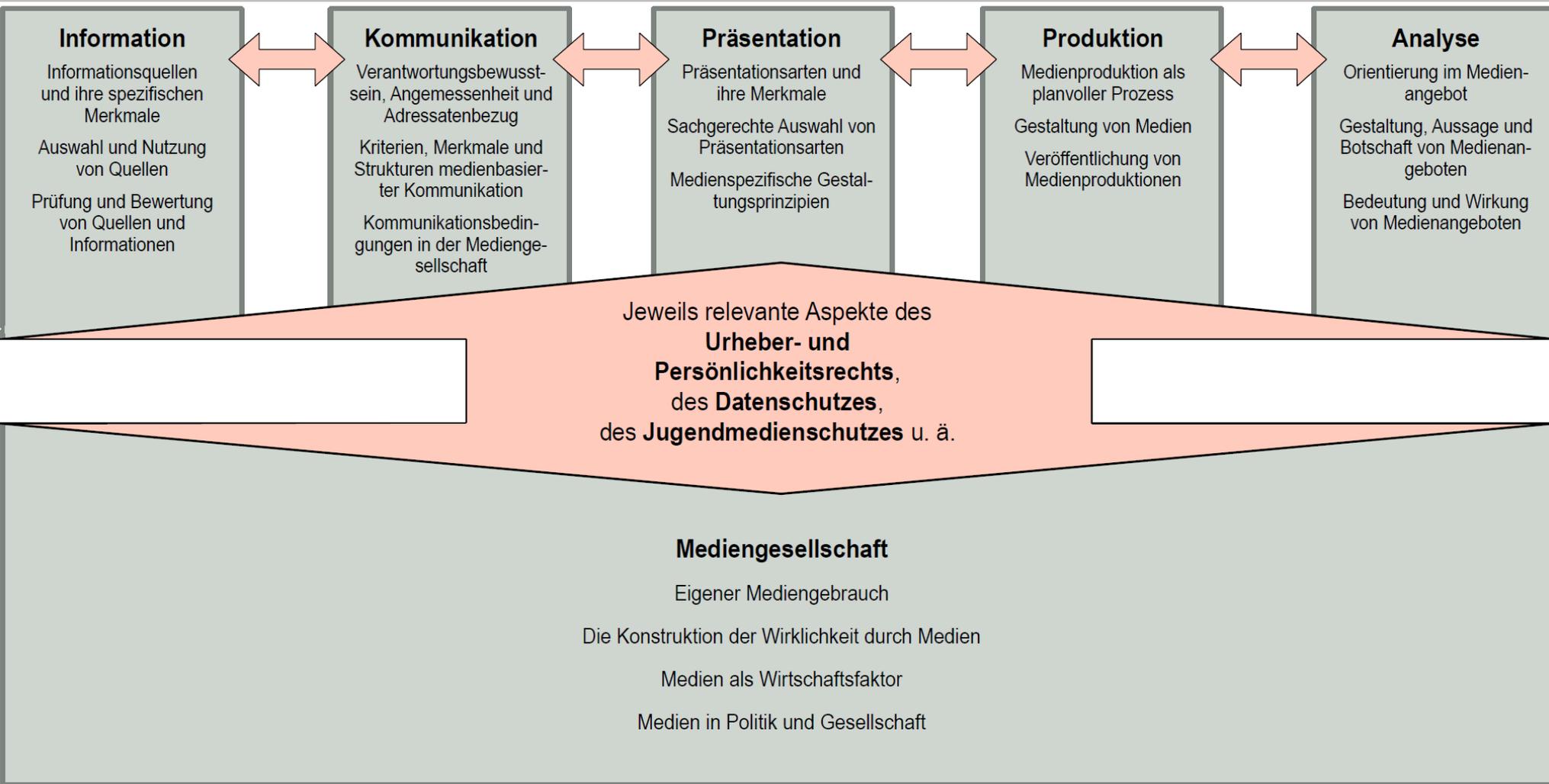




Foto: Thomas Kunz; Grafik: BZ | Didaktik VI: © Grafik: A. Lutz, 2015



„Ohne Medien

keine Demokratie ...

Wenn die Massenmedien die vierte Macht im
Staate sind,
dann sind
wir Pädagogen die fünfte Macht.“

Christian Doelker

DIE  ZEIT

Le Monde

Tageblatt
ZEITUNG FÜR LÉTZEBUERG

The Daily Telegraph

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Frankfurter Rundschau

Frankenpost

 die tageszeitung

DER TAGESSPIEGEL

RERUM CAUSAS
COGNOSCERE

Augsburger Allgemeine

THE  TIMES

Reutlinger
General-Anzeiger

Schwarzwälder Bote

Die große Zeitung in Baden-Württemberg

Der Bote
FOR NÜRNBERG-LAND

SÜDKURIER

L'EXPRESS

MAIN  POST

RHEINISCHE POST

Tageblatt

ZEITUNG FÜR LÖTZEBOURG

 BADISCHE 

NEUESTE NACHRICHTEN

Badische Post

Tages Anzeiger

THE INDEPENDENT

LA TRIBUNE

DER TAGESSPIEGEL

The Observer

Frankfurter Rundschau

Badische Zeitung

AB Ib: Name der Zeitung und historische Entwicklung

© Grafik: A. Lutz, 2015

Quelle für alle Namenslogos:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Tageszeitung>

Die Zeitung lässt sich durch die vier unten stehenden Merkmale kennzeichnen.

Betrachte die zwei Seiten mit den Namenslogos (AB Ia und Ib). Ordne zu jedem Merkmal die Namen der Zeitung zu, die dem Merkmal sehr nahe kommen bzw. etwas über das Merkmal verraten.

Merkmale der Zeitung	Namen der Zeitung
Aktualität	
Universalität	
Periodizität	
Publizität	

Zusatzaufgabe:

Schreibe in die Zelle zu jedem Merkmal mindestens zwei Adjektive, die das Merkmal genauer beschreiben.

AB II: Merkmale der Zeitung

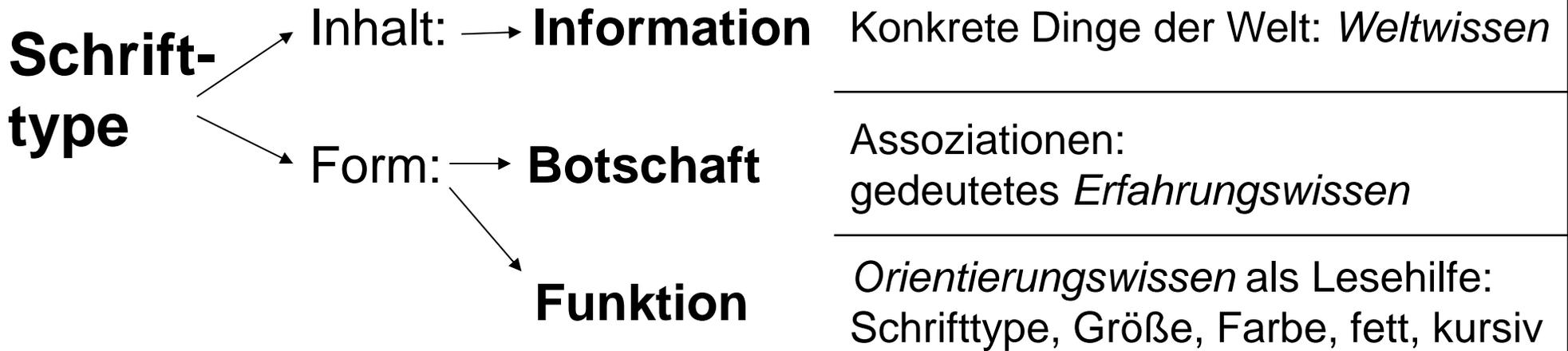
© Grafik: A. Lutz, 2015

Schriftarten

Serifenschriften	Serifenlose Schriften	Schreibschriften	Gebrochene Schriften
Antiqua	Grotesk	Script	Fraktur
Times New Roman Modern	Arial Century Gothic	<i>Lucida</i> <i>Handwriting</i>	Old English

Ordne in jede Spalte zu jeder Schriftart einige Beispiel mit Namenslogos von Zeitungen (vgl. AB Ia und Ib)

Was stellst du fest?
Finde zusammen mit
deinen Mitschülerinnen
und Mitschülern Gründe,
warum das so ist.



Schreibe einen Begriff oder einen Satz: 1. mit der Absicht der Information und
2. mit der Absicht, eine Botschaft auszudrücken.

Beispiel: Information: Angst oder Angst

Botschaft:



Beispiel: Information: Schule macht Spaß.

Botschaft: Schule macht **Spaß!**

Schule macht Spaß?

Schule macht Spaß!

Sprache

Zeichen

festgelegte **Bedeutung**
(Bewusstsein; Semantik)

Vereinbarung

konkrete **Gestalt**
(feste/geschlossene Form:
Syntax und Pragmatik
➔ Textsorten)

Medium

Koppelung

Rahmen/Plattform
(lose/offen; Materie)



April 1946



Oktober 1954



1980



1984



09. Oktober 1998



02. Februar 2010

Betrachte die abgebildeten Titelseiten der Badischen Zeitung.

Untersuche folgende Punkte:

- Zeitungskopf
- Überschriften
- Länge der einzelnen Textbeiträge
- Bilder
- Einteilung der Seite (Layout)
- Schriftart und -größe
- Lesehilfen
- Was hat sich **nicht** geändert?

AB VI: Entwicklung der Titelseite der Badischen Zeitung nach 1945

Quelle der Titelseiten: BZ | © Grafik: A. Lutz, 2015



Wie du siehst, kann man den Namen der Badischen Zeitung in ganz verschiedenen Schrifttypen schreiben. Geschriebene Buchstaben kann man gestalten. Mit der Gestaltung der Buchstaben will man etwas Bestimmtes ausdrücken. Die Leser wollen nicht nur wissen, wie die Zeitung heißt. Sie wollen auch erfahren, wie Journalisten die Welt sehen und was sie über das Zusammenleben der Menschen denken. Eine Zeitung wird für die Leser gemacht. Also fragten Herausgeber und Redakteure der BZ ihre Leserinnen und Leser, wie das **Namenslogo** - so nennen Fachleute den Schriftzug des Namens einer Zeitung - aussehen sollte. Elf Vorschläge für das Namenslogo siehst du nebenan abgedruckt.

Aufgaben:

1. Wähle einen abgedruckten Schriftzug aus, der dir gefällt. Suche mit deinem/r Partner/in zusammen Gründe, warum die Leser der Badischen Zeitung sich für den dritten Schriftzug von oben als Namenslogo entschieden haben.
2. Lest zusammen den nebenstehenden Text von zwei BZ-Redakteuren und vergleicht ihn mit euren Überlegungen zur ersten Aufgabe.

AB VII: Zeitungskopf als Namenslogo
© Grafik: A. Lutz, 2015

Wir fassen uns an den Kopf

Ein mutiger Brückenschlag

Wer sich am Kopf der Zeitung vergreifen will, muß aufpassen, daß er den eigenen nicht verliert. Als im Zuge des Redesigns die Renovierung des Logos zur Debatte stand, begannen hitzige, aber fruchtbare Diskussionen um die Physiognomie der Badischen Zeitung. „Dieser Schriftzug ist grafisch ein Elend!“ Der Satz schlug in der Layoutrunde wie eine Bombe ein. Da hatte man offenbar seit Jahrzehnten seine Zeitung mit einem Schriftzug geschmückt, der von Gestaltern verschmäht wird.

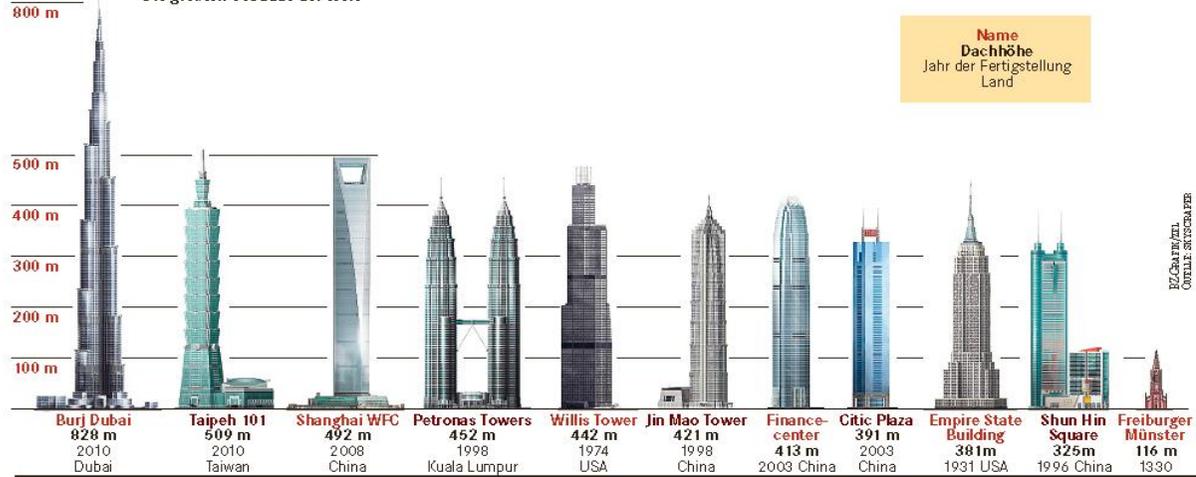
„Hier wurde wohl immer wieder nachgearbeitet: Eine Glättung der Fraktur-Eigenarten hier, ein falscher I-Punkt dort, so daß am Ende ein unausgegorenes Namenslogo mit Frakturverwandtschaft herauskam“, so die Kritik von Designer Gerd Malcherek. Wie aber sollte der neue Schriftzug aussehen? Eine echte Fraktur, die deutlicher Tradition und Seriosität transportiert? Leidet das Image von Frakturschriften nicht unter dem penetranten Gebrauch während der NS-Zeit? Obwohl: Weltweit nutzen große liberale Blätter Frakturschriften. Aber: Sollte der neue Kopf nicht eher Zukunftszugewandtheit signalisieren? Varianten liegen auf den Tischen. Wenn es ganz neu und anders wird, erkennt der Leser dann noch seine Badische? Ein wertkonservatives und ein umstürzlerisches Lager bildet sich. Dann liegt ein weiterer Schriftzug auf dem Tisch, wandert herum. Irritierte Erleichterung, als allgemeine Zustimmung sich breitmacht. Das soll es sein? Ja, das ist es. Traditionsgebunden, aber nicht altbacken. Anders, aber immer noch die Badische. Eine typografische Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft. So sei es.

wü/ma

AB VIII: Überlege, was die Infografik und die Werbeanzeige gemeinsam haben.

Die zehn Riesen und das Freiburger Münster

Die größten Gebäude der Welt



Quelle der Infografik: Badische Zeitung, 05.01.2010, S. 8

Schreibe das Ergebnis deiner Überlegungen in einigen Sätzen in die folgenden Zeilen.

Die Welt im Blick –

badische-zeitung.de/lokales

Südbaden im Detail

Badische Zeitung

Ein kurzer Klick und alles im Blick – global wie lokal:
Das Online-Portal der Badischen Zeitung.
Immer aktueller, immer lebendiger, immer näher dran.

START | LOKALES | NACHRICHTEN | SPORT | MEINUNG | FREIZEIT | RATGEBER | ARBEIT | SERVICE | ANZEIGEN

Quelle der Werbeanzeige: Badische Zeitung

Anzeigen

(werden vom Auftraggeber bezahlt)

Werbung

(Firmen od. Organisationen machen auf ihr Produkt aufmerksam)

- Produktwerbung
- Ideenwerbung
- Imagewerbung
- Eigenwerbung
- Beilagen

Privatanzeigen

(Privatpersonen geben öffentlich bekannt)

- Kleinanzeigen
- Glückwünsche
- Todesanzeigen

Bekanntmachungen

(Institutionen/Anstalten/Behörden geben öffentlich bekannt)

- Öffentliche Ausschreibungen
- Öffentliche Einladungen
- Informationen zu Dienstleistungen

Werbeanzeige in der Zeitung

Werbeanzeigen in der Zeitung setzen sich zusammen aus folgenden Teilen:

Farbe, Bildmotiv, Schlagzeile, Slogan, Produkt, Erklärtext und einem Logo.

Aufgabe:

Suche dir in einer Tageszeitung eine Werbeanzeige, die mindestens so groß ist wie eine Postkarte oder die halbe oder ganze Seite der Zeitung ausfüllt.

Schreibe die oben stehenden Fachbegriffe auf einen Papierstreifen und klebe sie in die von dir ausgewählte Werbeanzeige an die richtige Stelle.

Besprich und vergleiche dein Ergebnis mit deinen Mitschülerinnen und Mitschülern und deren Werbeanzeigen.

Erklärtext

(Informationen über das Produkt)

The advertisement is for Lieler Schlossbrunnen mineral water. It features a central photograph of a smiling man and a young girl sitting in a grassy field. The man is holding the girl. In the foreground, two bottles of mineral water are shown: a larger one labeled 'Still' and a smaller one labeled 'Natur'. The background is a soft-focus green field with a tree trunk. The text is arranged as follows: at the top right is the 'Lieler SCHLOSSBRUNNEN' logo with the slogan 'Lebensfreude pur...'. Below the logo is the headline 'TiefenWirkung für Groß und Klein'. At the bottom, the word 'Mineralwasser' is written in large letters, followed by a list of benefits: '+ Geeignet für Babynahrung', '+ Exzellent im Geschmack', '+ Natrium- und Kochsalzarm', and '+ Das ideale Wohlfühlwasser'. At the very bottom, it says '740 Meter' and 'Das Mineralwasser aus dem Markgräfler Land aus bis zu 740 Metern Tiefe.' A small white box with the text 'Weitere Informationen unter www.lieler.de' is placed over the bottles.

Farbe

Logo

Slogan

Schlagzeile

(Headline)

Bildmotiv

Produkt

Quelle: Lieler Schlossbrunnen

Journalistische Textsorten

Tatsachenbetonte Darstellungsformen

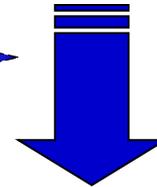
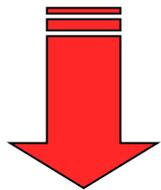
- Meldung
- Nachricht
- Bericht

Meinungsbetonte Darstellungsformen

- Kommentar
- Glosse
- Rezension
- Leserbrief

Mischformen

- Reportage
- Feature
- Interview



Information

Meinung

Textsorten:

Feste, standardisierte Formen (Muster) von Wirklichkeitsdarstellung.

Jede Textform fordert eine je spezifische Schreib- und Lesehaltung, also konkrete Regeln bei der Produktion, d.h. beim Schreiben, und konkrete Erwartungshaltungen bei der Rezeption, d.h. beim Lesen (Rahmungskompetenz).

Jede Textform konstruiert Wirklichkeit auf eine ihr eigene Weise.

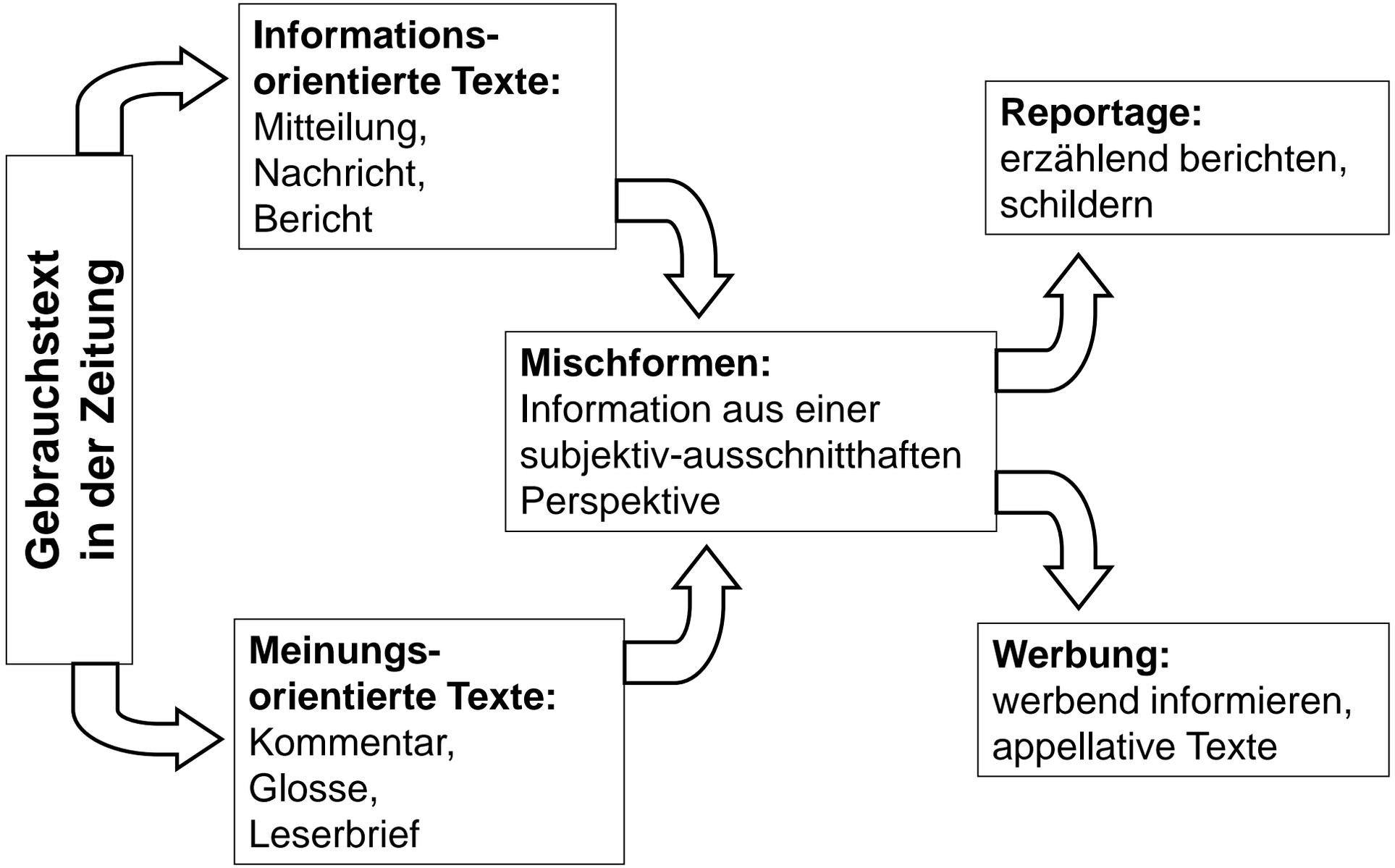
Beispiele:

Nachricht: Kurz-Information über ein tatsächliches Ereignis in der Realität.

Kommentar: Meinung eine Autorin / eines Autors zu einem Problem in der Welt. Die Meinung wird in Thesen und Argumenten in einem zusammenhängen Text dargestellt.

Leserbrief: Meinung einer Leserin / eines Lesers der Zeitung zu einem Beitrag, einem Bild oder einer Meinungsäußerung in der Zeitung. Die Meinung muss nicht durch Argumente begründet werden; es reicht die schriftliche Äußerung.

Interview: Eine Person antwortet auf gestellte Fragen. Der Inhalt der Antworten kann sich von einer Fachinformation zu einem Problem bis zu einer subjektiven Ansicht über Gott und die Welt erstrecken. Wichtig ist, was man fragt und wie man die Fragen stellt.



Entstehung der Zeitung und Entwicklung der journalistischen Textsorten

Nachrichtenpresse (1600 – 1750)

informierend

- Meldung
- Nachricht
- Bericht
- Interview

Tatsachen weitergeben

*Information als
Neuigkeitswert und
Wissensvorsprung*

Meinungspresse (1750 - 1900)

urteilend

- Kommentar
- Glosse
- Kritik
- Leserbrief

Tatsachen zum
Sprechen bringen

*Aufklärung; Stellung
nehmen, analysieren
und bewerten*

Massenpresse (1900 – heute)

erzählend

- Reportage
- Portrait
- Interview
- Feature

Tatsachen verleben-
digen; leuchten, klingen
lassen

*Unterhaltung und
Emotionalisierung*

Journalisten/innen

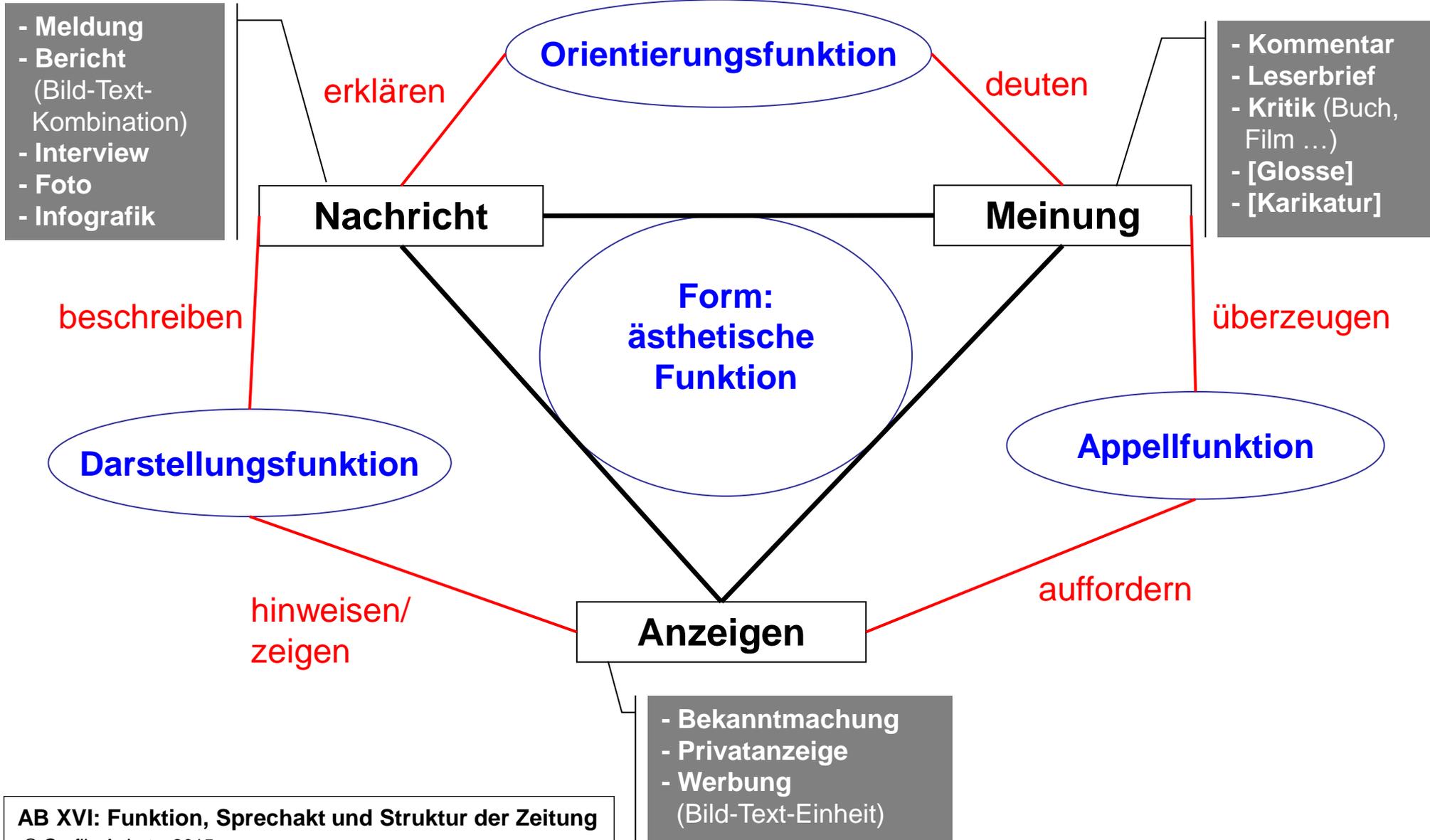
stellen Sachverhalte der realen Welt aus einer je unterschiedlichen
Zugangsperspektive und Intention dar
und benutzen dazu:

Muster (Formen) von **Bild-Text-Kombinationen** als Zeitungslayout

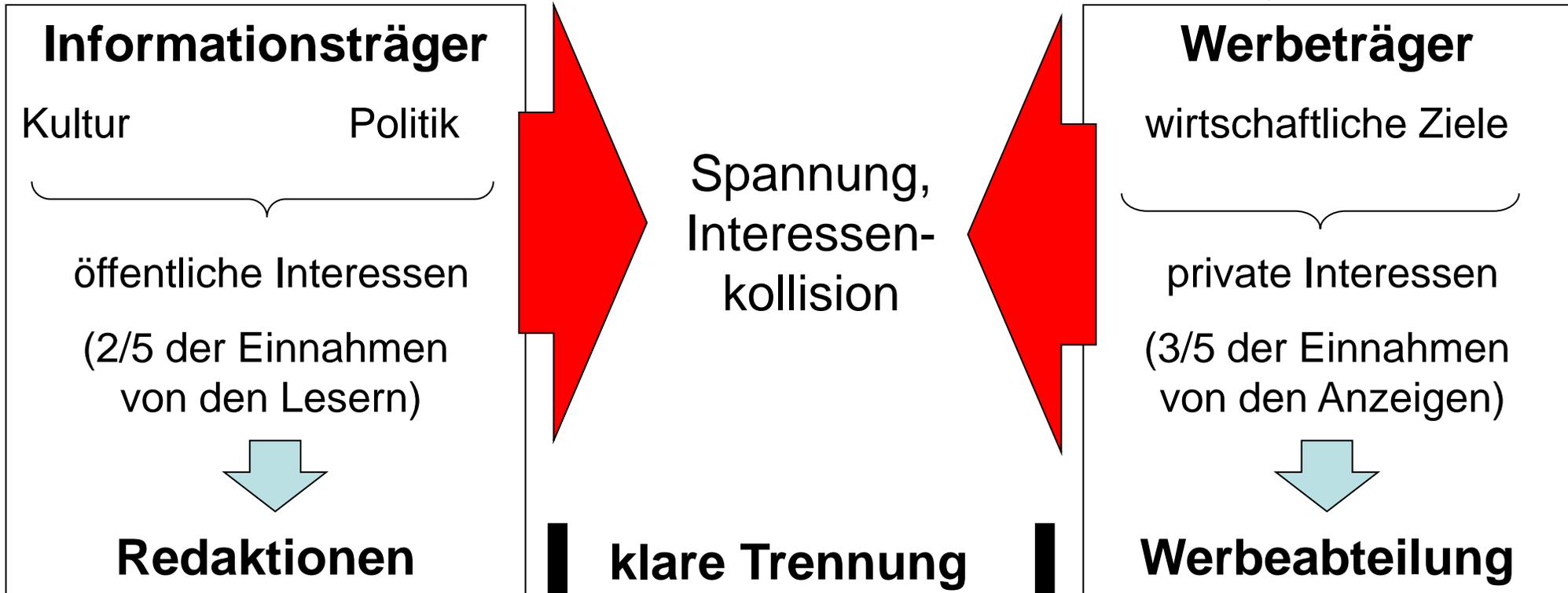
konkreten Lebens-
und Rezeptionssituation erzeugt
Erwartungshaltungen des/der
kompetenten Lesers/in

Verstehensorientierte **Kommunikation** wird so wahrscheinlicher;
Informationsaufnahme wird jedenfalls beschleunigt.

Strukturmerkmale der Zeitung mit **Funktionsbezug** und den entsprechenden **Sprechakten**;
ergänzt durch Anzeigenformate bzw. journalistische Textsorten



Die „Doppelnatur“ der Zeitung



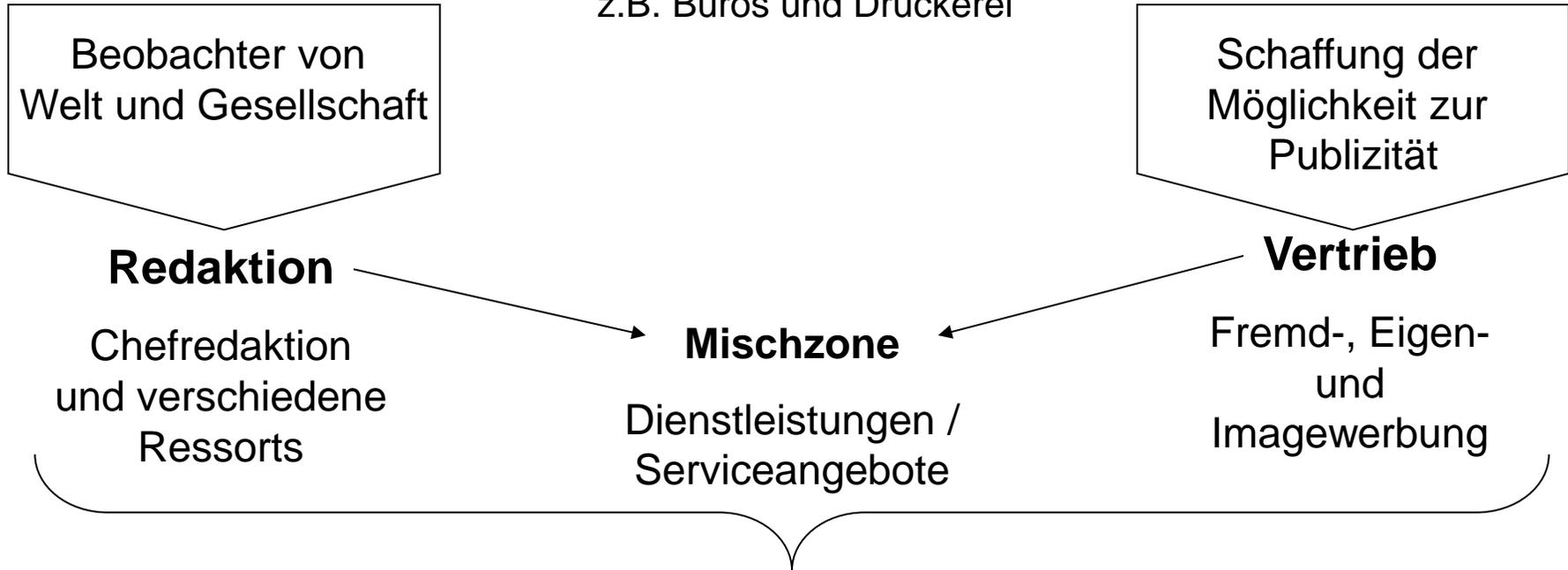
Unlösbare Spannung: Ohne Anzeigen keinen niedriger Bezugspreis, keinen Massenabsatz und keine Demokratisierung der Information; ohne Leser keine Anzeigen.

Die Vermischung von Werbung und redaktionellen Beiträgen bzw. ihre eindeutige Trennung gehört deshalb zu den Schlüsselproblemen der Zeitung.

Zeitung als Medium

Verleger und Herausgeber

privatwirtschaftliche Grundstruktur; technische und organisatorische Ausstattung,
z.B. Büros und Druckerei



Medium Zeitung als institutionalisierte Plattform und organisatorischer Rahmen

zum **Zwecke** der

Informationsverbreitung, Meinungsäußerung, Unterhaltung und Dienstleistungs- und Warenzirkulation

und mit der **Funktion** zur

Orientierung in der Welt, Kontrolle der politischen Macht und Mitwirkung bei der Meinungsbildung in der Gesellschaft

mit dem **Ziel** der

Mündigkeit der Bürgerinnen und Bürger in einer demokratisch verfassten Gesellschaft.

Haupt-
tätigkeiten

Basis-
aufgaben



Zensur

1788

Weil

„die Pressfreiheit in Berlin in Press**rech**heit ausartet“,

erlässt Friedrich Wilhelm II. ein Zensuredikt.

Begründung:

Gefahr für das Seelenheil, der Ehre und der Sauberkeit der Untertanen.

Wahrer Hintergrund:

In Wirklichkeit sollen Ideen der Aufklärung aus Frankreich an der Verbreitung gehindert werden.

Karikatur von Anton Klaus: Schlaf, Michel, schlaf

Verleger: Wilhelm Hermes
Verlagsort: Frankfurt (Main), 1842,
Einblattdruck (35,7 x 22,1 cm),
Papier, Federlithographie & Kreidelithographie & handkoloriert &
aquarelliert & laviert & Pinsel,
Nürnberg, Germanisches Nationalmuseum, Graphische Sammlung,
Inventar-Nr. HB 20771, Kapsel-Nr. 1316

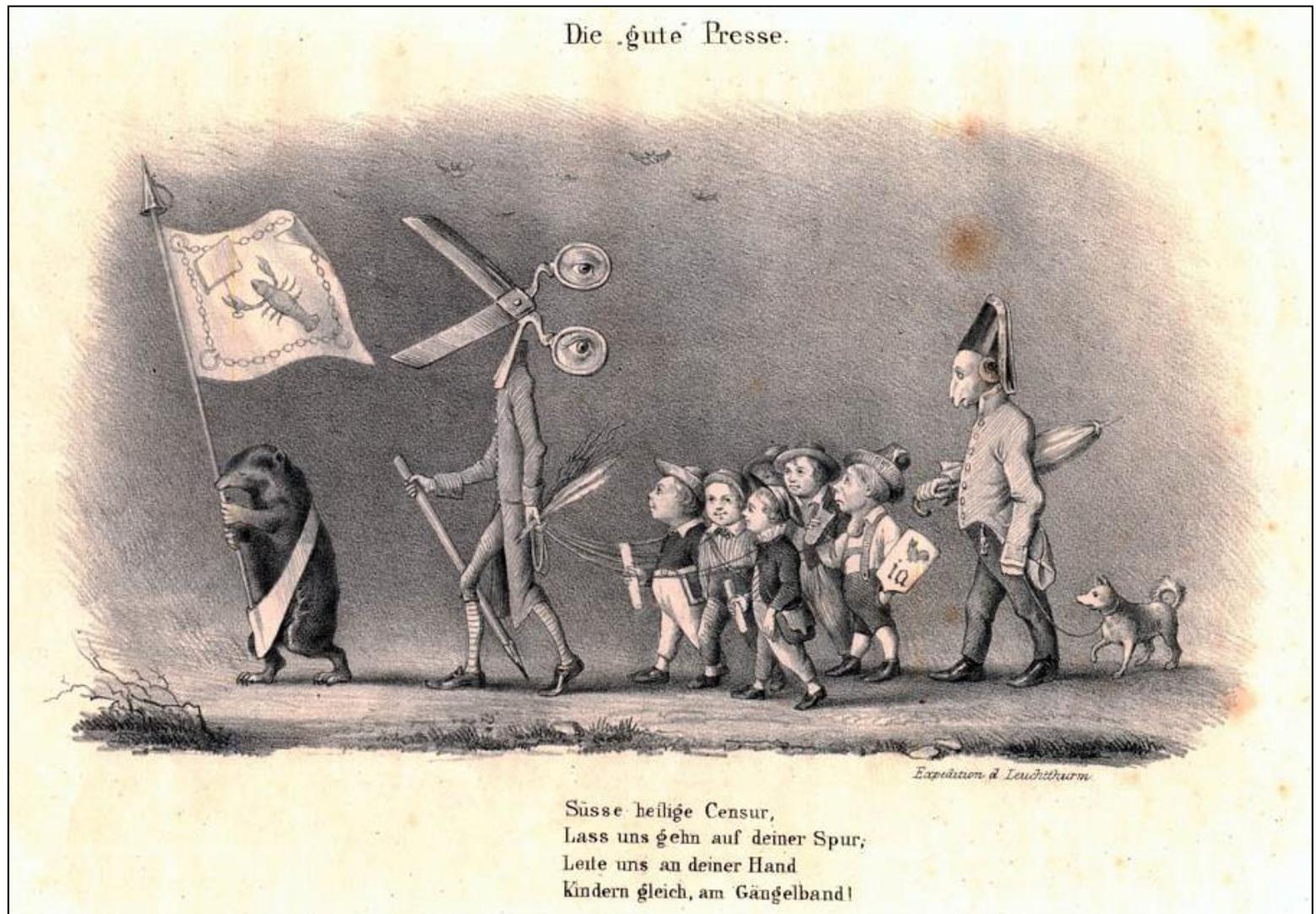


Aufgaben

- Welcher der abgebildeten Personen ist der Michel?
- Warum soll sich in der 3. und 4. Zeile „Weile“ auf „Eule“ reimen?
- Recherchiere über die Redewendung „Deutscher Michel“.
- Welcher Zusammenhang ergibt zwischen der Karikatur und deinem Rechercheergebnis?

Aufgaben

- Erkläre, warum der Grafiker der Karikatur den Titel „Die gute Presse“ gab.
- „Jemand hat eine Schere im Kopf.“ Recherchiere, was man mit dieser Redewendung ausdrücken will.



Quelle: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/69/Die_gute_Presse.jpg

„In der Karikatur *Die gute Presse* von 1847 aus unbekannter Feder steht der Krebs für Rückschritt, der Spiegel des Krebses für die Rückwärtsgewandtheit, der Maulwurf für Blindheit, Kerzenlöcher für Dunkelheit, die Schere und Stift für Zensur, die Rute für Drangsal, die Augen für Überwachung, die Kinder für den bevormundeten Bürger, der Schafskopfspolizist für die Dummheit der Staatsmacht und der Spitz für die Spitzelei.

Die Karikatur erschien in der Zeitschrift *Leuchtturm*.“

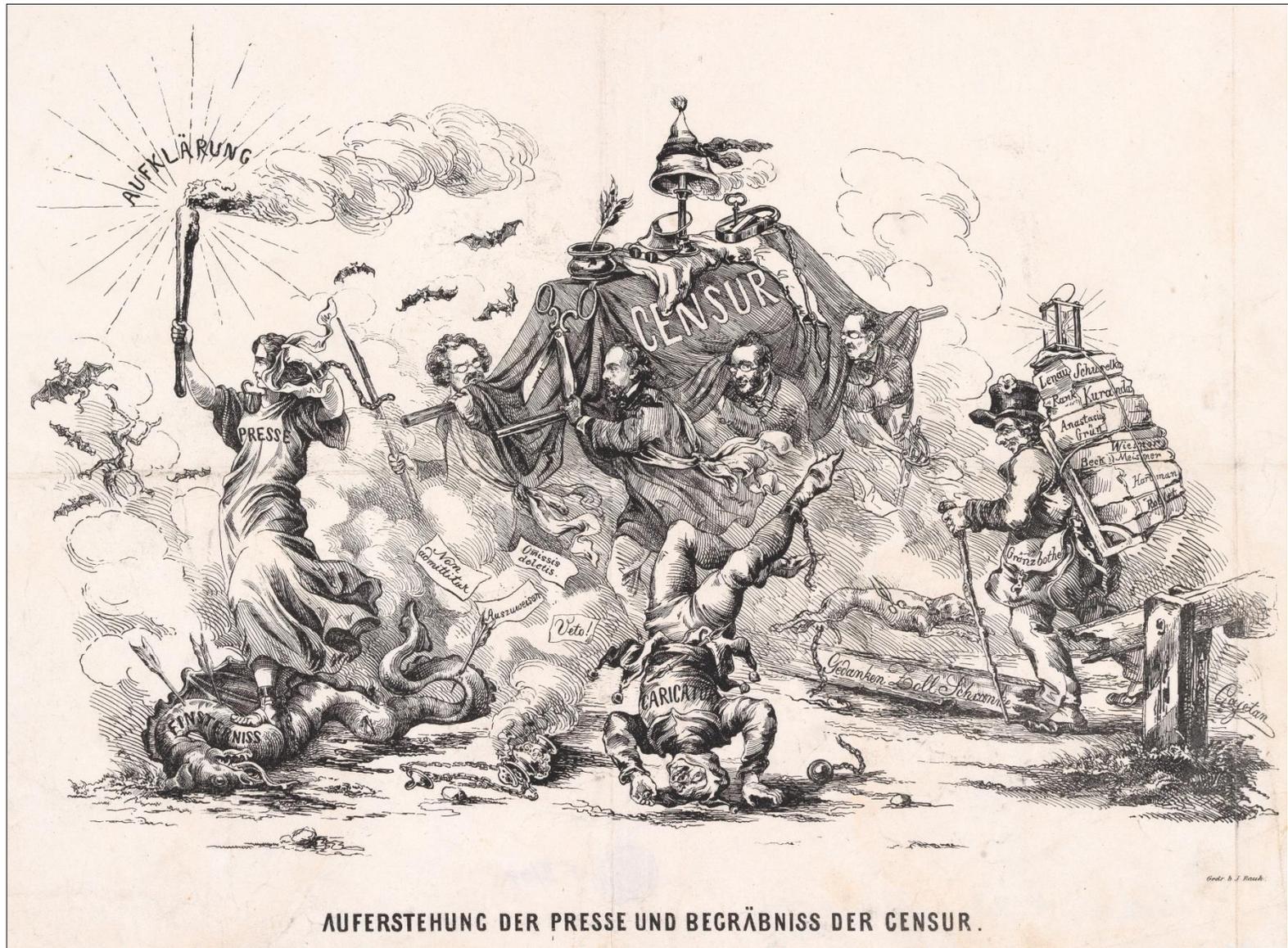
(Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_der_Zensur)

In der Karikatur werden unter anderen folgende Begriffe verwendet:

AUFKLÄRUNG,
PRESSE,
FINSTERNISS,
CENSUR,
CARICATUR,

GedankenZollSchranke,
Grenzbothe, *Auszuweisen*
Non admittitur, Veto!

- Suche die Begriffe und beschreibe, mit welcher bildlichen Darstellung und welchen Symbolen sie in Verbindung gebracht werden.
- Diskutiere mit anderen Mitschülerinnen und Mitschülern und begründe dann, warum die Begriffe auf diese Art und Weise anschaulich verbildlicht werden.



AB XXIII:
Aufklärung und Zensur

© Grafik: A. Lutz, 2015

Repro: Copyright Wien Museum

Cajetan (Pseudonym von Anton Elflinger) zeichnete seine Karikatur am 13. März 1848 zur Aufhebung der Pressezensur durch Kaiser Ferdinand I. in Österreich nach dem Rücktritt von Fürst Metternich.

Geschichte der Zeitung - Geschichte der Zensur

oder

Kampf um die Pressefreiheit – Die Zeitung als vierte Macht im Staate

- 1949 GG Art. 5:** Grundrecht auf Pressefreiheit und Zensurverbot.
Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit. Einschränkungen finden diese Grundrechte in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den Bestimmungen des Jugendschutzes und in dem Recht auf persönliche Ehre.
- 1964** Gesetz über die Presse (Landespressegesetz Baden-Württemberg) vom 14. Januar 1964:
- § 3 Öffentliche Aufgabe der Presse:** Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.

Grundorientierung für Presse und Journalisten:

Pressefreiheit

**Informations-
(ermittlungs)-
freiheit**

- Quellen / Informanten
- Recherchemethoden
- Informationsanspruch gegenüber staatlichen Organen

**Meinungs- und
Medienfreiheit**

**Verbreitung von
Nachrichten und
Meinungen**

in „Wort, Bild und Schrift“
(GG Art. 5)

Die zwei Seiten der einen Medaille nach dem

Grundrecht Art. 5 GG der Bundesrepublik Deutschland