

Es ist das Gute an den „Public Relations“, daß man sich bemüht, wahr zu machen, was ein gutes und herzliches Urteil in der Öffentlichkeit schafft. Man will menschlich nahe und gemeinschaftswürdig vor ihr stehen und tut alles, um klar zu machen, daß das begründet ist. „Public Relations“ wirken somit zum Teil auch nachrichtenpolitisch, aber mit der erfreulichen Auswirkung, die Zustände wirklich zu verbessern, allerdings nur da, wo sie ehrlich gemeint sind.

III. TEIL

Die Meinungs- und Willensbildung in der Zeitung

1. Meinung, „öffentliche Meinung“ und politische Willensbildung

Indem die Zeitung Mittel der Nachrichtenverbreitung ist, ist sie, wie wir aus der Betrachtung der Nachricht sahen, auch Mittel der Meinungsführung und damit der Willensbildung in allen Fragen des öffentlichen Lebens. Diese zweite Aufgabe ergibt sich unlösbar aus der ersten. Immer wieder heißt es, die Presse bilde, forme, spiegele, führe „die öffentliche Meinung“.

Der Begriff ist unklar. Ist im modernen Staat öffentliche Meinung = Massenmeinung? Auch der Begriff „Masse“ ist unkämpft. Man hat erklärt, er sei nicht nötig, um öffentliche Erscheinungen zu erkennen¹⁾, man hat ihn durch die Begriffe der Mengen, der Vielheiten ersetzt und eine innere Gruppengliederung herausgearbeitet. Schon danach könnte also „die öffentliche Meinung“ niemals Massenmeinung sein. Eine kurze Analyse ist zum Verständnis der Wirkung, die von der Zeitung ausgeht, nötig.

¹⁾ vgl. Baschwitz, Kurt „Du und die Masse“, Amsterdam 1938, und Hagemann, Walter „Vom Mythos der Masse“, Heidelberg 1951.

Was ist Meinung? Meinung ist ein weicher, unsicherer Begriff. Wie deutlich und klar stehen ihm gegenüber die Begriffe „Überzeugung“ oder auch „Wissen“ oder „Glauben“ da. „Meinst du nicht auch...?“ Diese vorsichtig tastende Frage zeigt die ganze lasche Unsicherheit, die dem Begriff „Meinung“ innewohnt. Wissen besitzt man, überzeugt ist man, eine Meinung „hegt“ man, das heißt, sie soll erst noch reifen. Meinen, so argumentiert Kant, ist ein mit Bewußtsein sowohl objektiv wie subjektiv unzureichendes Fürwahrhalten. Wissen ist objektiv, Glauben subjektiv zureichendes Fürwahrhalten. Neben diese Weichheit und mangelnde Fertigkeit tritt aber noch eine zweite Eigenart der Meinung. Sie geht im allgemeinen darauf aus, sich durch Zustimmung a n d e r e r zu festigen. Den seelischen Vorgang hat Thomas von Aquin psychologisch festgehalten: „Im Meinenden lebt noch ein innerer Widerspruch. Er bangt, daß der a n d e r e recht hat. Um so mehr will er recht behalten“¹⁾. Also wehrt er sich und sucht argumentierend und diskutierend Zustimmung zu gewinnen — daher die ständige Werbefreude des Meinenden. So umschreiben wir den Begriff:

Meinung ist ein objektiv noch unzureichendes Fürwahrhalten, das aber sich festigen möchte und daher werbend Zeugen und Bestätigungen sucht.

Betrachtet man nun den Begriff „öffentliche“ Meinung, so erwächst sofort ein neuer Gegensatz. Die Meinung trägt sehr stark den Stempel des Individuellen — gerade weil sie auf einer inneren Unsicherheit, einem nur gesuchten, keineswegs erreichten Ziel beruht. Der Begriff der „öffentlichen Meinung“ mutet daher geradezu wie ein Widerspruch in sich an. Der Begriff „Öffentlichkeit“ trägt genau die umgekehrten Vorzeichen des

¹⁾ „Opinio enim significat actum intellectus, qui fertur in unam partem contradictionis, cum formidine alterius“, Summa I 79, 9/4.

Begriffes Meinung. Hier, beim einzelnen, ein „subjektiv unzureichendes Fürwahrhalten“ (Kant), dort, in der „Öffentlichkeit“, eine unbestimmte Vielheit von Menschen. „Die“ öffentliche Meinung als „einheitliche Meinung“ der Öffentlichkeit ist nicht vorstellbar (Tönnies), selbst nicht in Lebens- und Existenzkämpfen eines Volkes, weil Temperament, Lebensalter und Lebenslust auch dann noch die verschiedenen Gruppen zu ganz verschiedener Äußerung und Auffassung führen. Ziel einer klugen und fähigen Staatsführung wird es immer sein, ein höchstmögliches Maß gemeinsamen Wollens herbeizuführen. Das in freier demokratischer Überzeugung, und nicht, wie die totalitäre Führung, durch die Verbindung von Suggestion und Terror zu erreichen, ist hohe staatsmännische Kunst. Daraus folgern wir:

„Die“ öffentliche Meinung als Einheit und Gleichrichtung der Meinungen einer ungeteilten Öffentlichkeit gibt es nicht. Es gibt „öffentliche Meinung“¹⁾ und „Meinungen in der Öffentlichkeit“²⁾.

Überwiegende, stark hervortretende Meinungen gibt es, eine totale, von allen gehegte „Meinung“, also eine öffentliche Meinung gibt es nicht. Allerdings wird der Begriff in den Demokratien sehr gefeiert und als eine einheitliche Kraft angesehen, die in der Diskussion jede Gruppe für sich in Anspruch nimmt. Es ringen in der natürlichen demokratischen Gestaltung des öffentlichen Lebens Parteien, Bünde, Vereinigungen öffentlich miteinander. Jede Partei stellt sich gleichsam an die Spitze „der öffentlichen Meinung“. Man läßt sie „fordern“ und „aufrufen“, „zustimmen“ und „ablehnen“. Bauer nennt den praktisch nicht vorhandenen Begriff „die

1) Tönnies, Ferdinand, „Kritik der öffentlichen Meinung“, Berlin 1922.

2) Bauer, Wilhelm „Die öffentliche Meinung und ihre geschichtlichen Grundlagen“, Tübingen 1914.

öffentliche Meinung“ einen „Hilfsbegriff für Wissende“. Gerade totalitäre Regierungen erklären, von „der“ öffentlichen Meinung getragen zu sein. Man nutzt ihre frech behauptete Zustimmung geradezu als suggestive Macht, man lähmt dadurch die Minderheiten. „Die“ öffentliche Meinung ist nicht nur eine Täuschungstechnik der Massenpsychologie, sie ist auch ein Mittel der „Machthaberpsychologie“¹⁾. Als solcher Hilfsbegriff ist „die“ öffentliche Meinung in seltsamer Vermischung vorhandener und angedichteter Wesenszüge durch die Geschichte gegangen. Seine Natur aber erschließt bei näherem Zusehen lehrreiche Zusammenhänge auch zum Verständnis der Zeitung.

In der Französischen Revolution wurde die „opinion publique“ als große moralische Kraft gefeiert und auch in den Vereinigten Staaten (public opinion) als eine Sphäre bereinigender Wirkung angesehen, innerhalb derer sich alle Dinge ausgleichen, bessern und im Gemeininteresse zum Guten wenden, wenn sie nur ganz und ohne Einschränkung an die Öffentlichkeit kommen. („Light is the great policeman.“) Leider hat die Erfahrung dieser Idealisierung keineswegs recht gegeben. Die totalitäre Propaganda z. B. hat die Meinungen in der Öffentlichkeit überwältigt, niedergezwungen und suggestiv gleichgerichtet. „Die“ öffentliche Meinung als die Fiktion der einheitlichen Meinung vieler ist heute alles andere als ein Reinigungsbad. Sie ist durchsetzt, beeinflußt, oft auch planmäßig verirrt und fehlgeleitet. Selten nur genügt sie dem idealistischen Glauben, den eine romantische Zeit in sie setzte. Auch in den frühen Begriffsbestimmungen zeigt sich eine innere Vieldeutigkeit des Begriffes. Wieland nennt die öffentliche Meinung „eine Meinung unter den Klassen, die im Staat das Übergewicht ausmachen“, der Staatsrechtslehrer

¹⁾ Baschwitz, Kurt „Die Macht der öffentlichen Meinung“, in: Publizistik als Wissenschaft. Sieben Beiträge für Emil Dovifat, Emsdetten 1951.

Bluntschli sieht ihre Macht mit der der Mittelklasse wachsen. Ranke, der Geschichtschreiber, nennt sie „den nächsten Ausdruck der inneren Bewegung und Umwandlung des allgemeinen Lebens“, während Bismarck die „wahre öffentliche Meinung aus gewissen politischen, religiösen und sozialen Vordersätzen in einfachster Fassung in der Tiefe des Volkslebens“ sich als „Unterströmung“ erzeugen läßt, sie aber an anderer Stelle auch „die tägliche Strömung“ nennt, „die in der Presse und in den Parlamenten am deutlichsten rauschet“. Ähnlich kennzeichnete sie schon der englische Staatsmann Sir Rob. Peel (1820): „Sie ist eine große Verbindung von Torheit, Schwäche, Vorurteil, wahren und falschen Gefühlen, Hartnäckigkeit und kurzen Zeitungsnotizen.“ Oliver Cromwell fragt: „Ist die öffentliche Meinung nicht eine ganz unfafßbare Sache, die zu jedem spricht, was er zu hören wünscht? Ist sie nicht wandelbar wie das Aprilwetter?“

In diesen Begriffsbestimmungen sind ganz verschiedene Grade und Aggregatzustände (Tönnies) der öffentlichen Meinung zu finden. Görres deutet sie an:

„Soll die öffentliche Meinung eines Volkes etwas an sich bedeuten, so muß sie notwendig sich erst befestigt haben; es muß Punkte geben, worauf sie sicher ruht und um die das allgemeine Einverständnis sich sammeln muß. Es müssen Grundsätze zur allgemeinen Anerkennung gelangen, über die das allgemeine Urteil niemals schwankt und wechselt.“

Danach sind mindestens zwei Formen öffentlicher Meinung festzustellen. Eine solche, um die „das Einverständnis aller sich sammelt“, und eine andere, die sich noch nicht befestigt hat. Diese hat Görres, indem er ihre ungeformte, unartikulierte Natur deutet, auch „das Gemurmel“, „das Getöse“ genannt. Sie ist wohl mit jener „öffentlichen Meinung“ gleichzusetzen, die Cromwell wandelbar wie das Aprilwetter nennt, und die von Bismarck als „Strömung des Tages“ bezeichnet worden ist. Nennen wir sie **t a g e s g e b u n d e n e**

Meinung. Wenn Görres von ihr fordert, daß sie sich zu Grundsätzen befestige, „über die das allgemeine Urteil nicht schwankt und wechselt“, so sind wohl jene Grundauffassungen gemeint, von denen Bismarck sagt, daß sie „in einfachster Fassung aus gewissen politischen, religiösen und sozialen Vordersätzen in der Tiefe des Volkslebens erzeugt“ eine „Unterströmung“ darstellen. Zu ihnen zählen die ethischen und sozialen Grundbegriffe, allgemeine Grundauffassungen über Sitte, Eigentum, Freiheit, Menschlichkeit, wie sie gewiß auch dem Wandel, aber erst nach jahrhundertelanger Einwirkung und nach ebenso starker Wandlung der sozialen und wirtschaftlichen Grundlagen einer Epoche unterworfen sind. Diese so entstehende große „Unterströmung“ wollen wir die **allgemeine Grundauffassung** nennen, da der labile Begriff „Meinung“ hier nicht herpaßt. Nun erhellt ohne weiteres, daß die tagesgebundene Meinung sich zweifellos niemals ohne Übergang zu dieser allgemeinen Meinungsgrundlage entwickeln kann. Mehrere, mindestens aber eine Zwischenstufe, sind einzuschieben. Sie entstehen dadurch, daß große Meinungsgruppen der gänzlich ungeprägten und unklaren Form nur vom Tagesgeschehen beeinflusster Meinung, der tagesgebundenen Meinung, entwachsen und sich um festere, wenn auch noch keineswegs endgültige Sammelpunkte niederschlagen, die selbst wiederum aus den wechselnden Forderungen der Zeit in verbender und kämpfender Form, z. B. eines Parteiprogramms oder des Programms einer Bewegung, vorgetragen werden. Soziologisch ist diese Form der Meinung meist an eine Gruppe Gleichwollender gebunden, sie ist eine Gruppenmeinung, deren Forderung aus der Zeitentwicklung sich entfaltet. Wir nennen diese mittlere Form die **zeitgebundene Meinung**, denn sie wird von sachlichen und persönlichen Kräften aufgenommen, getragen und verfochten, die die Zeit gestalten wollen. Ferdinand Tönnies, der Theoretiker unseres Begriffes, hat diese Unterscheidung an Aggregatsvorstellungen geknüpft. Er

unterscheidet „feste, flüssige und gasförmige öffentliche Meinung“.

Für die zeitungsfachliche Betrachtung ist besonders die Wechselwirkung dieser drei Meinungsformen bedeutsam. Unausgesetzt geht hier die Wandlung. Die „Fortentwicklung des allgemeinen Lebens“ (Ranke) führt zu Tagesereignissen, die das Interesse der tagesgebundenen Meinung entfachen. Da entsteht der sogenannte „Fall“ — seit jeher der Gegenstand besonderen Interesses für die Zeitung. Häufen sich die „Fälle“, so bilden sich Gruppen, die auf Grund programmatischer Zielsetzung dazu Stellung nehmen. Es wächst eine Gruppen- und zeitgebundene Meinung, die aber, will sie wahrhaft politisch sein, über die bloße Meinung hinaus politische Kraft, d. h. politisches Handeln werden muß und so die Zeit fortbewegt. Jeder Zeitwandel hat sich in seinem geistigen Ausdruck in dieser Stufenfolge vollzogen und wird sich immer so vollziehen.

Welcher Meinungsstufe dient nun die Zeitung? Als publizistisches Mittel soll sie zu Tun und Handeln führen, sie muß also die Meinungselemente zu Willensimpulsen verdichten. Sie hat „jüngstes Gegenwartsgeschehen“ wiederzugeben, also geht sie von der tagesgebundenen Meinung aus. In jedem Falle wird sie aber den Tagesereignissen eine Deutung aus einer übergeordneten Überzeugung geben, und wäre sie nur in Auswahl und Aufmachung begründet. Meistens aber wird im Kommentar, im Leit- oder Kurzaufsatz eine Deutung der Ereignisse gegeben, die das Tagesgeschehen in zeitbestimmte Forderungen einordnet. In ihrer politischen Überzeugung ausgeprägte Blätter werden in jedem Fall zu den Tagesereignissen aus ihrer — zeitgebundenen — Auffassung sprechen und ihre Leser in ihre Überzeugung zu führen suchen. Andere Blätter werden allein die Tagesereignisse darbieten, werden versuchen, die sensationellen Einzelheiten des Ereignisses breit auszuwalzen. Sie werden die höhere Wertung dem Leser überlassen oder bewußt darauf verzichten,

sie wachzurufen, ja sie durch immer gesteigertes Nachrichtentempo und, indem sie peinlichstes Detail ausmalen, unausgesetzt aufs neue ablenken und die gesinnungsmäßige Deutung gar nicht zulassen. Es entsteht so die grundsatzlos zynische Form eines erregenden Sensationsjournalismus. Er ist eine Gefahr für die Aufnahme und Anregung eines ernsteren zeit- und grundsatzgebundenen Urteils. Er erzielt in vielen Köpfen eine konfuse Fahrigkeit, zerstört selbst den Anlauf zu tieferer Betrachtung und öffnet damit — bei entsprechender Propaganda in entsprechendem Zeitgeschehen — der totalitären Überwältigung wieder Tür und Tor. Die sogenannte „nur-journalistische Technik“ ist den totalitären Mächten daher immer willkommen; sie hält den Weg frei zum Einbruch ihres propagandistischen Gewaltangriffs.

Aufgabe der Zeitung ist es, die Ereignisse des Tagesgeschehens aus den ungeklärten, voreiligen, unsachlichen und gefühlsbetonten Urteilen der tagesgebundenen Meinung in die gefestigtere zeitgebundene Meinung herüberzuführen und so Überzeugungen vorzubereiten. Der Vorgang vollzieht sich in freier Meinungsbildung.

In der totalitären Welt ist die Überführung der Meinungen aus dem vagen Meinungsrausch des tagesbestimmten Zeitgeschehens nicht in eine freie, nach verschiedenen Grundsätzen geprägte zeitgebundene Meinung, sondern einzig in die kontingentierte und diktierte Meinung der politischen Machthaber möglich. Diese Aufgabe ist der Presse durch Richtungsanweisungen und sogenannte „Sprachregelung“ vorgeschrieben. Sie hat „die Nation zu innerer Einheit und geschlossenem politischem Wollen zu bringen“. In der sowjetisch bestimmten Presse ist die einheitliche Linie durch Vierteljahres-, Monats- und Wochenanweisungen von vornherein bestimmt. Die Presse und ihre Meinungsführung sind hier

„operatives Mittel, kollektiver Organisator in der Hand der Partei und der Sowjetmacht“¹⁾).

Es ist die schöne, unermüdlich geübte Aufgabe des Journalisten, den Leser durch eine Berichterstattung von äußerster Korrektheit und umfassender Gründlichkeit, getragen von der Einsicht in die inneren Ursachen und Zusammenhänge aller Ereignisse, aus der flüchtigen und oft so törichten und gehässigen Tagesmeinung zu festen Urteilen und sicheren Maßstäben hinzuführen. Hier sind die Ansätze zu echter politischer Reife und zur Überwindung des emotionalen Massenurteils in der praktischen Politik. Hier liegt auch der Schlüssel, soziale Maßnahmen, Verwaltungsentscheidungen klar und verständlich zu machen und so den besten Schutz der Demokratie zu verbreitern: das politische Verständnis und die politische Mitarbeit.

So zeigt sich die freie Führung der Massen aus der tagesgebundenen in die zeitgebundene Meinung als eine allgemein demokratische, eine staatsbürgerliche Aufgabe! (Vgl. auch Politische Redaktion, II, S. 34.)

2. Die Form der Meinungsführung

a) Die Sprache in der Zeitung

Die Ausdrucksmittel der Meinungs- und Willensbildung sind mannigfaltig. Am meisten geübt werden Rede und Schrift. Bei beiden spielt der Begriff „Sprache“ eine Rolle, nicht nur als der physische Vorgang der Lautbildung, sondern ebenso in der von innen her belebten und geformten Wiedergabe der Gedanken als selbständig wirkende Kraft, die der Rede wie der Schrift zu eigen ist. So gibt es eine schwere Sprache, eine dunkle Sprache, eine klare Sprache, eine überhebliche Sprache, eine ängstliche Sprache. Es gibt eine

¹⁾ So Lenin; vgl. Dovifat, E. „Freiheit und Zwang in der politischen Willensbildung. Formen der demokratischen und totalitären Meinungsführung“ aus Veritas, Justitia, Libertas. Festschrift für die Columbia-Universität, Berlin 1953.

Sprache des Gelehrten, des Kaufmanns, des Soldaten. Es gibt auch eine Zeitungssprache, ein „Zeitungssdeutsch“, das oft Gegenstand heftiger Kritik ist.

Die Klagen über das Zeitungsdeutsch sind so alt wie die Zeitung selbst. Schon Caspar von Stieler (1695) hat darüber gejammert, Schopenhauer hat seine Kritik in klassischer Grobheit verewigt und Nietzsche sagte: „Schweinedeutsch — Verzeihung, Zeitungssdeutsch“. Seitdem ist es üblich, sich über Zeitungssdeutsch zu entrichten. Namentlich Sprachreformer und Gelehrte überbieten sich darin.

Dabei ist denn doch einiges auseinanderzuhalten. Zunächst ist zu beachten: Die Zeitung muß sich täglich, ja stündlich mit ihrer Sprache der Kritik auf offenem Markt aussetzen. In einer Gesamtauflage von über 16 Millionen Stück spricht in Deutschland Tag um Tag die Zeitung zum Leser. Des weiteren hat sie in der Hast und Eile ihres Entstehens auch tausendmal mehr Gelegenheit, sich zu versündigen, als etwa der Gelehrte, der in Ruhe und Muße seine Sätze formt. Fehler brauchen darum nicht entschuldigt zu werden, doch sollte man ihre Ursachen erkennen. Die Zeitungssprache ist eine Berufssprache, wie jede andere. Sie muß entsprechend gewertet werden. Gerade für die Erkenntnis der Mängel ist es daher wichtig, zweierlei festzustellen: das Zeitungssdeutsch ist meist immer noch besser als das Deutsch, das im kaufmännischen Schriftverkehr, in mancher behördlichen Verordnung und vielfach auch immer noch in gelehrten Werken geschrieben wird. Das Deutsch der Leitartikel, der Korrespondenzberichte, der Glossen, Kurzartikel, Kritiken und Feuilletons ist im allgemeinen gut und sicher wirksamer als das Deutsch der Kritiker, die rein grammatische und syntaktische Splitterrichterei betreiben oder sich über Fremdworte empören, selbst da, wo sie angewandt werden, um bewußt fremde Dinge herzuzaubern. Diese Kritiker vergessen, daß die Sprache hier eine Kraft, ein Wirkungswille, ein Vorstoß ist, etwas zu erreichen, durchzusetzen, zu erzwingen, daß

also die Sprache lebensnah, oft sprachschöpferisch und in jedem Falle volkstümlich und verständlich bleiben muß. In diesem publizistischen Vorgang kann eine chemische Reinigung der Sprache auch deren Unfruchtbarkeit bedeuten. („Wir waschen, und rein sind wir ganz und gar, aber auch ewig unfruchtbar.“ Die Hexen im Faust.)

Allerdings ist nicht zu leugnen, daß die Sprache in solcher Aktion sich überschreien kann und damit unschön wird. Ebenso ist es die Eigenart der Zeitung, daß sie in ihrer Anpassung an das öffentliche Leben auch ihren Stil prägt. Wie sie in ihrer Stoffauswahl in einem bestimmten begrenzten Umfange der Augenblicksstimmung, der Modeströmung, dem Zeitgeist entgegenkommt und entgegenkommen muß, so zeigt sie gelegentlich die Neigung, Sprachgut zu übernehmen, das gerade im öffentlichen Leben besonders genutzt wird. Zeiten heftiger politischer Kämpfe zeigen im Tonfall der Presse den Einfluß der Versammlung und der Massenrede. Der unheilvolle Einfluß des Sportjargons verdarb die Sprache vieler Blätter. Die gesuchte, affektierte, gebildete, geistreiche Sprache in den Feuilletonteilen intellektueller Blätter hat manchem Zeitungstyp müde, snobistische Gesichtszüge gegeben. Man kann es als Regel aussprechen, daß manche Fehler der Zeitungssprache geradezu den verdrehten Absonderlichkeiten anderer Berufssprachen, insbesondere auch der oft so unanschaulichen Gelehrtensprache entstammen. Schließlich lähmt auch der fortwährende Sprachgebrauch das Sprachgut und nutzt es ab.

Zusammengefaßt: In Teilen ihres sprachlichen Ausdrucks, vom Leitartikel bis zum Feuilleton, gibt die deutsche Zeitung klares Sprachgut und eine aus der engen Fühlung mit dem praktischen Leben oft volkstümlich-schöpferische Sprachleistung. Die Fehler der Zeitungssprache stammen aus vier Quellen:

1. Aus der Sprache der Anlehnung. Sie paßt sich bestimmten Lebensgebieten, über die berichtet wird,

an, übernimmt deren beschädigtes und korruptes Sprachgut, um das „Milieu“, die „Atmosphäre“ des Ereignisses zu treffen. Beispiele: dunkle, gelehrt wichtigtuende Sprache in Buchkritiken. Sprache der Haute Couture in Modeberichten. Sprache des Sports in Sportberichten. Kaufmannsdeutsch in Handelsteilen der Zeitung. Doch muß festgestellt werden, daß die Zeitungen bemüht sind, in ihren Berichten über den Berufsjargon anderer Lebensbereiche hinauszukommen. Sie haben damit dem deutschen Sprachgut einen großen Dienst erwiesen. (Man vergleiche z. B. die Handelsteile in den Zeitungen von 1890 und heute.)

2. Aus der Sprache der Übersteigerung. Die sogenannte Schreisprache entsteht durch übereindringliche Formulierung in begeisterter ebenso wie in kritischer Darstellung. Überstarke Farben und letzte Steigerungsgrade machen die Sprache geschmacklos.

3. Aus der Sprache der Ermattung. Sie nutzt resigniert abgebrauchte Sprachklischees. Diese Entartung zeigt sich, wenn ein Reporter jahrelang gleiche oder ähnliche Vorgänge immer wieder beschreiben oder berichten soll (z. B. dreißig Jahre hintereinander täglich den Börsenkurs kommentiert). Dann versagt nicht nur das Sprachgut, sondern ebenso der Schreiber. Die Sprache erhält gleichsam eine beschmutzte Alterskleidung.

4. Aus der Sprache der Abkürzung. Sie entsteht dadurch, daß in eiliger Übermittlung durch Telegraph und Fernschreiber, wobei das Sprachlaster der Substantivierungen besonders wütet, ein Text gekürzt oder beim Umbruch zum Einpassen in die Form zurechtgestrichen wird. In der Eile der Schlußredaktion bleibt dann unvermeidbar ein unschöner Torso stehen.

Diese Fehler werden nicht verkannt. Es wird fortgesetzt daran gearbeitet, sie zu überwinden.

Wer gutes Zeitungsdeutsch schreiben will, löse sich also von allen Eigenarten anderer Berufssprachen. Er

gehe von den allgemeinen, natürlichen und gesunden Sprachgesetzen aus. Das ganz natürliche, einfache und edle Sprachgefühl muß der Ausgangspunkt auch des deutschen Ausdrucks in der Zeitung sein. Wer ihn meistern will, muß freilich ein inneres, enges und täglich erneuertes Verhältnis zu seiner Sprache haben. Er muß wissen, daß ihm in ihr eines der höchsten Kulturgüter anvertraut ist. Überblickt er sie philologisch, das heißt in ihrem Wortschatz, in Aufbau und Satzgliederung, so ist das wertvoll, wichtiger aber noch als der Besitz des Sprachgutes, ist der Spracheinsatz, die Sprachkraft und Wirkung, das Spracherlebnis. Für die publizistische Aufgabe ist es unentbehrlich. Ohne daß von innen heraus die Sprache gefaßt wird, gelingt kein publizistischer Erfolg. In der Sprache ruhen viele, wenn auch nicht alle Geheimnisse der publizistischen Wirkung. „Die Sprachen sind die Scheiden, darinnen die Schwerter des Geistes verborgen ruhen“ (Luther).

Enger ausgedrückt und zur Praxis gewandt spricht man weniger von der Sprache als von dem Stil eines Menschen. Oberflächlich gesprochen ist der Stil eine Ausdrucksform, angewandt auf einen Tatsachengehalt. Der Zweck des Ausdrucksvorganges bestimmt die Natur des Mittels. Doch nicht der Zweck allein, die Persönlichkeit des Sprechenden, der Mensch steht hinter dem Wort und führt es in seiner Art. Die persönlichen Kräfte sind es, die dem Stil lebendiges Sein geben. Diese Kräfte sind Eigenschaften des Geistes. Sie geben Bildung und Wissen, Überblick, Weite und Bilderreichtum. Es sind Eigenschaften des Charakters. Der Wille gibt Ziel und Durchschlagskraft. Sehr wirksam zeigt sich die Willensform des Stils dort, wo ihr das Temperament zu Hilfe kommt, das mit Feuer, Hingabe und Schwung sich einsetzt und den Leser mitreißt. Auch das Ethos des Schreibenden trägt die stilistische Form, macht sie skeptisch oder gläubig, zynisch niedergehend oder froh emporsteigend. Unerläßlich aber tritt hinzu die Gabe der Form.

Wo die Formgebung fehlt, sind alle anderen Stilvoraussetzungen vergeblich. Sie allein kann Geist und Charakter in rechtem innerem Ausgleich miteinander in ein Ganzes bringen. Nur ihr gelingt die Anschaulichkeit, die Klarheit, das unwägbare Anziehende, das zur freudigen Aufnahme durch den Leser führt und so das Ziel der publizistischen Aktion erreicht. Neben die sachlichen Voraussetzungen der Stilbildung treten also in hohem Maße diese einheitlich verbundenen persönlichen Kräfte.

Diese persönlichen Kräfte des Stils sind keineswegs immer deutlich erkannt worden. Die Alten pflegten die publizistische Stilistik in der Rhetorik und nannten sie die Kunst, „die Geister durch Gründe zu überzeugen“ (Plato). Sie lehrten diese Kunst. Die Redeschulen Ciceros und Quintilians gipfelten in der Stilforderung der Klarheit, Schönheit und Angemessenheit, und lange hat man nach der Angemessenheit des Stils gegliedert in eine *Rhetorica utens* (Politiker, Advokaten) und *Rhetorica docens* (Lehrer, Philosophen, Geistliche). Mehr als der Deutsche hat dann der Franzose sich mit dem Formproblem beschäftigt. Einer der bekanntesten Stilisten des 18. Jahrhunderts, George Buffon, schreibt: „Pour bien écrire il faut donc posséder pleinement son sujet“ „Man muß, will man gut schreiben, zunächst den Gegenstand, über den man schreibt, voll erfaßt haben“ (Verstandesvoraussetzung) „il faut y réfléchir pour voir clairement l'ordre de ses pensées et en former une suite“ „dann muß man nachdenken, um die innere Ordnung der Gedanken klar zu sehen und sie in einen Reigen zu bringen“ (Formvoraussetzung) „et lorsqu'on aura pris la plume, il faudra la conduire successivement sur ce premier trait sans lui permettre de s'en écarter“ „Hat man aber zu schreiben begonnen, muß man die Feder vom ersten Zuge an weiterführen und ihr nicht erlauben, irgendwohin auszubrechen“ (Willensvoraussetzung). „Le style suppose la réunion et l'exercice de toutes les facultés intelligentes“ „Der Stil vereinigt und nutzt alle Geisteskräfte“. Es sind also alle geistigen und charakterlichen Eigenarten, die im sprachlichen Ausdruck sich auswirken. Aus diesen Gedankengängen entwickelt Buffon dann den oft falsch zitierten Satz: „Les choses sont hors de l'homme, le style est de l'homme même“ „Die Dinge sind außerhalb des Menschen, der Stil aber ist vom

Menschen selbst“. Damit sind die wesentlichen Stilvoraussetzungen auf die Persönlichkeit zurückgeführt. Diese Auffassung ist allgemein. Packend und mit vielen Beispielen belegt schildert Jean Paul sie in seiner Stillehre („Über den Stil oder die Darstellung“): „Der Stil ist der zweite, der biegsame Leib des Geistes“. Schopenhauer stellt fest: „Der Stil ist die Physiognomie des Geistes“. Für Goethe ist Stil die Sprache, „in der sich der Geist des Sprechenden unmittelbar ausdrückt und bezeichnet“. Die jüngere Forschung hat diese starken psychischen Einflüsse auch physiologisch erklärt und hat bestimmte Grundtypen des Ausdrucks entwickelt (Rutz-Sieverssche Typenlehre). Diese Gesetze findet jeder auch ohne theoretisches Studium bestätigt, dem die Sprache inneres Erlebnis geworden ist und dem Sprachbesitz ein Reichtum ist, jede Persönlichkeit spricht ihre Sprache und schreibt ihren Stil. Fehlt diese Eigenart, so ist das erst recht kennzeichnend. Unausgesetzte, fleißige Sprachpflege ist eine verpflichtende Voraussetzung jeder journalistischen Arbeit¹⁾ und damit auf die Dauer auch einer erfolgreichen Berufsarbeit.

Stil ist die Summe der aus persönlichen Kräften einheitlich und zweckmäßig geregelten Ausdrucksmittel.

Wahrhaftige Sprache, das heißt aus innerstem erlebte, ehrliche und echte, zu bestimmtem Ziel eingesetzte Sprache kann nicht wie eine Schablone, wie irgendein technisches Mittel, ein Handwerkszeug gleichsam, angewandt werden. Sie muß erlebt sein. Dieses Erlebnis aber

¹⁾ Für die Schulung zur publizistischen Sprache wichtig und lehrreich: Reiners, Ludwig „Deutsche Stilkunst“, 2. Aufl. München 1949; das weitaus beste Lehrbuch für alle publizistische Sprachschulung. Für das wissenschaftliche Studium: Saussure, F. de „Cours de linguistique générale“, 3me Ed. Paris 1931; Bühler, Karl „Sprachtheorie“, Jena 1934; Kainz, Friedrich „Psychologie der Sprache“, Bd. 1, 2, 1941—43; Revesz, Geza „Ursprung und Vorgeschichte der Sprache“, Bern 1946; Werner, Heinz „Grundfragen der Sprachphysiognomik“, Leipzig 1932; ästhetisch sehr anregend; Jünger, Ernst „Geheimnisse der Sprache“, Hamburg 1934.

begleitet den publizistisch Sprechenden und Schreibenden auch in seiner Alltagsarbeit, in der er sich immer der hohen Bedeutung des Sprachgutes bewußt bleiben muß, das ihm anvertraut ist.

b) Die Formen des journalistischen Ausdrucks

Aus der eben abgeleiteten Begriffsbestimmung ist, so nüchtern das klingt, für den journalistischen Stil zweifellos der Faktor „Zweckmäßigkeit“ zunächst der wichtigste. Der rein künstlerische Stilausdruck kümmert sich wenig um die Zweckmäßigkeit, so wie er sich wenig um sein Publikum schert, das ihn zu Lebzeiten des Schreibers oft gar nicht versteht. Umgekehrt steht es mit dem journalistischen Stil. Das Zweckgerichtete in ihm spielt die entscheidende Rolle. Dieses Zweckzugewandte, das übrigens jede Zeile der Zeitung bis weit in den Anzeigenteil hinein bestimmt, ist die *Leserwerbung*, der *Leseanreiz*. Man beachte: nicht Leserwerbung, d. h. etwa Gewinnung von Beziehern, sondern Leserwerbung, als Mittel, den Leser zu fassen, ihn zum Lesen anzureizen, ihn durch wirksame Formen festzuhalten und ihn erst wieder loszulassen, wenn gesagt ist, was gesagt werden sollte. Das gilt sowohl für die Stilgebung der Nachricht wie für die des Leitartikels, aber auch für den Zeitungsroman, die Kurzgeschichte und selbst für die Anzeige. Der intensive Werbecharakter jeder Zeitungszeile, der ja auch in der graphischen Ausstattung des Seitenbildes auf uns zutritt, beherrscht alles.

Wer die Feder ansetzt, um für eine Zeitung zu schreiben, wird als erstes der Leserwerbung, dem Leseanreiz zugehören haben.

Erst muß er gelesen werden, alles andere ergibt sich dann nachher. (Über die Anpassung kultureller Werte an den Lesergeschmack vgl. II, S. 52). Jeder Stil, der dieser Forderung nicht genügt, ist unbrauchbar für die Zeitung,

mag er auch sonst von hohem Wert sein. Diese Forderung steht keineswegs gegen einen guten deutschen Ausdruck, im Gegenteil. Man muß nur wissen, daß der gute deutsche Ausdruck nicht genügt. Es kommt ein erhebliches Mehr hinzu. Neben dem sprachlichen Ausdruck und über ihn hinweg wirkt die publizistische Absicht. Die daraus entspringenden sprachlichen Gefahren haben wir dargestellt (siehe oben, S. 116). Es gibt aber Formen der journalistischen Stoffdarbietung, die auch praktisch ihren eigenen Ausdruck tragen und alle durch die oberste Forderung der Lesewerbung weitgehend bestimmt werden. Wir unterscheiden: Nachrichtenstilform, Meinungsstilform, Unterhaltungsstilform.

1. Die Nachrichtenstilform

Die Sprache der Nachricht verlangt drei Eigenarten: Kürze, Klarheit, spannenden Aufbau. Die Kürze der Nachrichtenstilform wird durch ruhige, sachliche aber starke Darstellung geschaffen. Man lasse die Kraft der Tatsachen wirken, wobei der einfachste Satzbau die höchste Wirkung erzielt. Niemals kann in der Sprache der Nachricht die Vielzahl der Worte irgendwie erfolgreich werden. Nicht ihre Zahl, ihre vorsichtige und treffende Wahl, ihre Verwendung aus richtigem Sehen und Erleben des Nachrichtenvorganges, das gibt anschauliche, lebendige Nachrichtentexte. Die Kürze wirkt dann besonders eindringlich, wenn die Sätze sowohl in ihrem inneren wie in ihrem äußeren Zusammenhang bewegt bleiben, innerlich verzahnt sind oder wuchtig nebeneinander stehen. Bewegung entsteht nie dadurch, daß plumpe und künstliche Hauptworte gebildet werden. Es ist immer das Verbum, das den Gang der Sprache beflügelt. Diese simple Grundscherkenntnis ist auch grundgelehrten Leuten heute abhanden gekommen. Das Laster der „Substantivierungen“ versteift jedes sprachliche Leben. Es ist, als solle im Substantivierten angstvoll festgehalten und verkrampft behauptet werden, was im Fluß der Dinge und

der Sprache vielleicht verlorengehen könnte. In der Nachrichtenform ist dieser Niederschlag der Angst in unserer Sprache doppelt verfehlt. Hauptworte, namentlich solche auf „ung“ und „keit“ liegen wie Klötze im Wege. Verben, zumal in der Tatform, handeln, bewegen, treiben vorwärts (siehe S. 115). Oft findet man im Nachrichtenteil ein Schablonenwerk steifer Hauptworte, die immer und immer wiederkehren („Sprache der Abspannung“, siehe oben S. 116).

Die Klarheit erwächst aus dem kurzen Satz. Der lange Satz ist in der Zeitung nirgends, am wenigsten in der Nachricht am Platze. Je mehr geschachtelt wird, um so unklarer wird der Ausdruck, auch dann, wenn grammatisch richtig geschachtelt ist und das Werk den Schachtelschreiber tief befriedigt. Das Unbehagen des Lesers ist um so größer. Gegen die Klarheit und Treffsicherheit der Nachrichtenform sündigen auch gewisse Redensarten, die für den sprachlich natürlich Fühlenden einfach albern sind, aber von den Zeitungsleuten geflissentlich angewandt werden. Meist geschieht das in der Absicht, immer konditional zu bleiben, sich ja nicht festzulegen. Solche Redewendungen sind: „Wir glauben zu wissen“, „Man geht wohl in der Annahme nicht fehl, daß“. Auch die Redensart von den Ereignissen, die eintreten „dürften“ („... der Bundeskanzler dürfte nach Paris fahren...“) gehören in dieses Kapitel. Solche stilistischen Stützen, die eine Unsicherheit, einen noch vorhandenen eigenen Zweifel an der Richtigkeit der Aussage merken lassen, sollten unterbleiben oder, wo Vorbehalte nötig sind, durch ein „aller Voraussicht nach“ oder „wahrscheinlich“, also durch die natürlichen Formen des Vorbehaltes, ersetzt werden.

Der spannende Aufbau hat auch die Klarheit zur Voraussetzung. Aber eine gewisse Verzögerung tritt hinzu. Es hängt alles davon ab, wohin der Höhepunkt, die zugespitzte Pointe, die Gipfelung, gerückt wird, die auch in einer Dreizeilennachricht an der richtigen oder

an der falschen Stelle stehen kann. Technisch zweckmäßig ist es immer, den Höhepunkt möglichst in der ersten Zeile zu geben. Das weniger Wichtige wird dann gradweise angefügt, so daß bei notwendigen Kürzungen, die im Umbruch unerläßlich werden, von unten her gekürzt werden kann. Im Stoffaufbau nimmt dann die Nachricht die Gestalt eines auf der Spitze stehenden Dreiecks an. Wo längerer Raum gegeben ist, kann der Höhepunkt auch in den Schluß der Nachricht gelegt werden. Sie nähert sich damit dem Aufbau der Erzählung. Den spannenden Aufbau der Nachricht haben die Amerikaner in einer Systematik zu einer Disziplin eigener Art entwickelt, die freilich Gefahr läuft zu erstarren. Sie kennen mindestens drei, untergliedert aber sogar achtzehn verschiedene Bauformen der Nachricht. (Siehe unter S. 124, Beilagen.)

Neben der Spannung kann auch für die Anschaulichkeit in der Stilprägung viel geschehen. Anschaulichkeit ist in solchen gedrängten Formen Sache des Wortschatzes und seiner farbigen und bewegten Verwendung, vor allem aber Sache des eigenen und echten Erlebnisses des Schreibenden und seiner Fähigkeit zu beobachten.

Die vollständige Darstellung des Tatbestandes ist im Grunde keine Stilfrage, sondern eine Frage der Tatsachenbeschaffung. Oft verführt die Suche nach Kürze und Sachwirkung dazu, wichtige Angaben unter den Tisch fallen zu lassen. Für die sachliche Vollständigkeit der Nachricht gilt jener bekannte Hexameter, nach dem die Kriminalisten sich die Fragen eines Untersuchungsverfahrens merken: *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando*. Der Amerikaner spricht von einer vollständigen Nachricht, wenn sie die fünf großen W's beantwortet: *what, where, who, when, why* — was, wo, wer, wann, warum.

(Der englisch-amerikanische Grundsatz, die „facts“ von jedem Kommentar zu trennen, hat einen eigenen Nachrichtenaufbau entwickelt. Die „fact-story“, die Tatsachenmeldung, baut vom Wichtigsten zum weniger Wichtigen übergehend eine

Nachricht auf. Dieser Aufbau ermöglicht Kürzungen von unten her bei Raummangel im Umbruch. In jedem Abschnitt der formulierten Nachricht zeigt sich so die Struktur der nach unten auslaufenden Pyramide (Abb. 1). Die „action-story“ hält ein dramatisches Ereignis fest, wobei die Spannung nach unten in weniger wichtigen Angaben nachläßt. Es zeigt sich das Bild des umgekehrten Dreiecks, das in dem Beispiel in Abb. 2 sogar in den einzelnen Absätzen durchgeführt ist. Die „quote-story“ gliedert den Nachrichtenaufbau nach Sachmitteilungen, denen sie aber in jedem Absatz mit deutenden Zitaten (quotations) die Erläuterungen beigibt (Abb. 3). Wir halten unsere Beispiele jeweils in ihrer amerikanischen Form, da sie für den amerikanischen Journalismus und seine schematische, aber eben dadurch auch erschöpfende Nachrichtentechnik typisch und schwer übersetzbar sind. Die Beispiele sind mit Erlaubnis des Verlages dem Buche von Carl N. Warren, *Modern News Reporting*, New York, 1934 entnommen, das in besonders anschaulicher Form die Praxis des amerikanischen Journalismus wiedergibt.)

Es ist eine Eigenart totalitärer Journalistik, unmittelbar in die Nachricht die politische Wertung einzubauen. Dabei werden Vokabeln schärfster moralischer Diffamierung gleich sachlichen Selbstverständlichkeiten gebraucht. („... das Parlament der Bonner Kriegstreiber trat zur Beratung des Generalkriegsvertrages zusammen, der im Schutze des Monopolkapitalismus den Vorbereitungen des amerikanischen Angriffs auf den Frieden dient...“).

Demgegenüber ist die Trennung von Tatsachenbericht und Kommentar heute weitgehend Grundgesetz der demokratischen Nachrichtenarbeit, die von dem Grundsatz ausgeht, dem Leser zur Bildung des eigenen Urteils das Nachrichtenmaterial zu bieten und meinungsmäßige Wertung gesondert bereitzuhalten.

Über die Nachricht hinaus geht der Bericht. Er ist eine „linienhafte, kausalordnende, unterrichtende Mitteilung“ (Traub). Sprachlich sind dafür neben klarer Sachlichkeit alle belebenden Elemente des Erzählens, freilich ohne alle Beigaben der Phantasie, erforderlich. Hier kann auch bereits frei und selbständig geurteilt

Structure Of The **FACT STORY**

**LEAD
FACT**

William O. Kellogg, manager of the Dalton Feed company, was re-elected to his second term as president of the Timber County Fair association by the board of directors at its fourteenth annual meeting in the Commercial hotel last night.

**FACT
TWO**

The other officers for next year will be Robert McArthur and F. E. Jonas, vice-presidents; Mrs. Martin L. Corning, secretary; and Horton P. Leroy, treasurer. Frederic S. Sorenson will head the board of directors, with Adam Bernays and B. F. Hinchman as members.

**FACT
THREE**

The total attendance at the fair this year was 67,432, according to a report submitted by Mrs. Corning. This exceeded the attendance of the previous year by 16,291. Receipts were \$41,291, of which \$3,879 was paid out in prizes.

**FACT
FOUR**

The Timber county racing meet, held in conjunction with the fair, had its most successful season with an attendance of 21,478 during the ten days from Sept. 14 to 24. Its receipts were \$16,977, the secretary, F. A. Farwell, reported.

**FACT
FIVE**

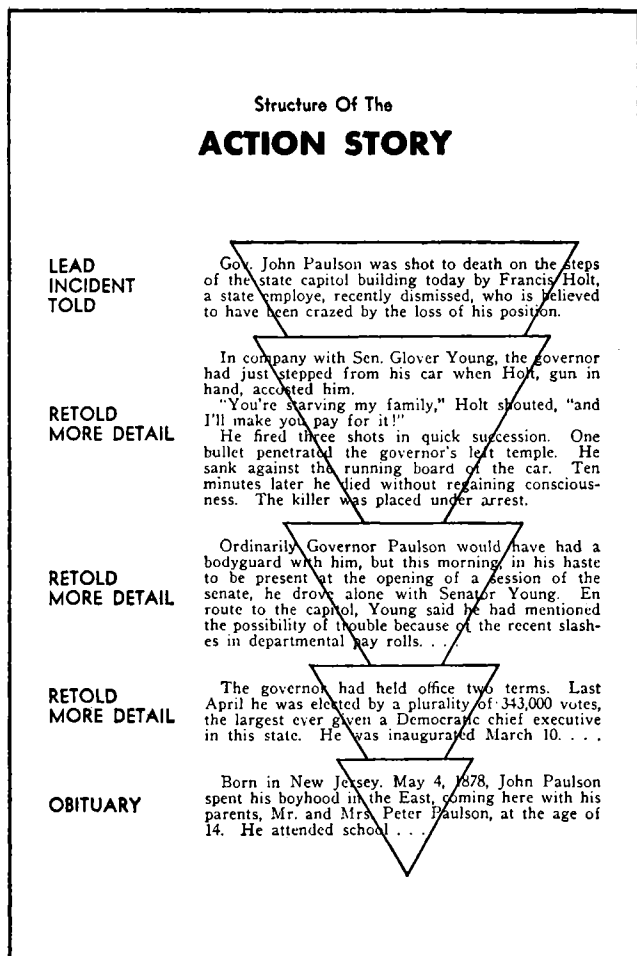
Plans for the fair next year call for the addition of a new fruit division to be in charge of Charles Daniels, secretary of the Timber Valley Fruit Growers' association. An aviation meet with daily stunt flying and races also is to be arranged.

**FACT
SIX**

All of the exhibition buildings at the fair ground will be renovated and repainted during the summer. A new building will be constructed to house the fruit exhibits.

AN APPLICATION OF THE FACT DIAGRAM

Abb. 1



AN APPLICATION OF THE ACTION DIAGRAM

Structure Of The QUOTE STORY

**LEAD
SUMMARY**

A million dollar model housing program for Midland was advocated by Mrs. Lucy W. Thalberg, head of the Front Street Settlement house, yesterday noon. Speaking at a luncheon of the Midland Real Estate board at the Civic club headquarters, Mrs. Thalberg declared:

QUOTE

"To completely eliminate the firetrap dwellings in the Front street area a long range building plan requiring at least \$1,000,000 would be necessary. A start in that direction should be made without delay. Other cities are going ahead with model housing construction and Midland must not lag."

SUMMARY

The ideal housing unit would consist of three to five-story apartments, renting for \$6 to \$7 a room, Mrs. Thalberg said. Each building would be complete with stores and recreational facilities. Families with children would be welcomed as tenants.

QUOTE

"Over a period of thirty years these projects would pay for themselves and become self-sustaining," the speaker continued. "They would have to be financed first by private corporations or a governmental agency."

SUMMARY

The death toll in fires in wooden dwellings in Midland last year was six, Mrs. Thalberg reminded her listeners. Three of the victims were children. All of these deaths, she contended, were preventable.

QUOTE

"The fire department has done excellent work in the enforcement of the housing laws, but only a permanent construction program will solve the problem," she added.

SUMMARY

The speaker at the next meeting of the Real Estate board on Jan. 3 will be Harold P. Frink, president of the Frink Realty corporation.

AN APPLICATION OF THE QUOTE DIAGRAM

Abb. 3

werden. Wirksamer aber ist es, im Bericht eine so packende Kraft der Darstellung des Tatsächlichen zu geben, daß die Meinungswirkung im Leser mächtiger ausbricht, so als wäre er unmittelbar aufgerufen. Geht es dem Berichter nicht nur um die Wiedergabe des Zeitgeschehens, sondern darum, sein eigenes Erlebnis darin zu spiegeln, so entsteht der Erlebnisbericht (Reportage), eine eigene, besonders wirksame Form des Zeitungsberichtes (vgl. S. 24).

2. Die Meinungsstilform

Die Meinungswerbung wird ausgeübt durch die Beweiskraft des Gedankens und der Tatsachen. Die Form übermittelt nur diese Beweiskraft. Erste Forderung auch für die formale Wirkung ist, daß man etwas zu sagen hat. Wenn man nichts zu sagen hat, plustert die Form sich um so stärker auf, und die inneren Hohlräume werden peinlich fühlbar. Der Leser kann sie zwar nicht immer nachweisen, spürt aber, daß sie da sind und wendet sich ab. Man glaube jedoch nicht, daß die Fülle dessen, was zu sagen ist, genüge. Nichts ist falscher und gefährlicher, als den Leitartikel als eine „Nachrichten-Gruppe“, einfach als einen gesteigerten Bericht, eine „Gruppierung von Tatbestandsmitteilungen auf ein bestimmtes Ziel hin“ (Kurth-Hollmann) zu bezeichnen. Gewiß muß eine Ordnung da sein, ein Überblick und die rechte, sichere Auswahl. Nur so kann eine klare Gliederung der Gedanken erwachsen, aber es müssen Gedanken, und es dürfen nicht nur Nachrichten sein. Maßgebend für Haltung und Ansatz ist zunächst immer das werbestärkste Moment, „der Lassowurf“ um den Hals des Lesers, wie man es genannt hat. Dieses werbestärkste Moment muß gefunden werden. Nach ihm wird das übrige ausgerichtet. Es kann eine Tatsache, ein neuer Gedanke, kann aber auch eine menschliche, anekdotische Betrachtung sein und selbstverständlich auch eine Nachricht. Führende Leitartikler verdanken ihren Ruf der Unmittelbarkeit, mit der sie ansprechen, ihre Argumente

bebildern, ihren Wortspielen Grazie und ihren Beweisen anekdotische Form geben. Der beste Leitartikler aber wird immer ein markantes Zeitereignis gleichzeitig zur lese- wie zur meinungswerbenden Wirkung kommen lassen. Die rein deutende und erläuternde Aufgabe ist, wenn sie gelingt, auch ein Absprung in die Stellungnahme, in das „Ja“ oder das „Nein“ des Leserurteils. Die allein klarstellende und darlegende Form des Leitartikels ist, wenn sie die Probleme wirklich ausschöpft, immer ein Verdienst. Diese Form des Leiters hat namentlich bei der politisch nicht fest ausgerichteten Presse Schule gemacht, zu der heute 79,4 % der deutschen Zeitungen zählen (vgl. II, S. 38).

Der Leitartikel sollte kein Leit„aufsatz“ sein und erst recht keine Leit„abhandlung“. Eine Abhandlung gehört nicht in die Zeitung. Sie ist ein gewissenhaft geordneter Gedankentresor, die geeignete Aufbewahrungsform wissenschaftlicher Arbeitsergebnisse. Der Aufsatz bewegt sich schon schneller vorwärts, bleibt aber ausführlich schildernd ein ruhiger Strom, der alle seine Schiffe sicher ans Ziel führt und bereit ist, immer neue zu tragen. Ganz anders der Artikel. Den Aufsatz kann man episch nennen, der „Artikel hat dramatischen Typ“ (Schultze-Pfälzer). Hier ist alles dem publizistischen Ziel untergeordnet. Was dazu dient, ist heraufgehoben, herausgestellt, unterstrichen. Nebenwege, Abschweifungen, erstickende Fülle von Mannigfaltigkeiten gibt es nicht oder nur insoweit, als sie sich in das Streben nach dem geistigen Ziel einordnen lassen. Der Leitartikel denkt und erwägt nicht so sehr: er handelt. Er kann eine Tat sein! Besonders zu pflegen ist der Anfang. Er faßt den Leser an und läßt ihn dann bis an das Ende nicht mehr los. Gelingt es der Einleitung, diese Spannung herzustellen, dann braucht der Leitartikel den Leser keineswegs billig zum Schluß kommen zu lassen. Er kann, hat er ihn gefaßt und kann er ihn halten, Ausführliches sagen, so lange bis die Lesewerbung schwindet und die Aufmerksamkeit sinkt. Er kann Umwege gehen und Ma-

terial und Erlebnisse vermitteln und komplizierte Vorgänge so durchleuchten, daß man sagt: „Der Fachmann weiß es besser, aber der Leitartikler sagt es besser.“ Zu diesem Ziel, zu dieser engsten Verbindung von Lese- und Meinungswerbung, sind viele Stilformen brauchbar. Die Geschichte des Leitartikels kennt hochgestellte Stilformen ebenso wie ein kleines, anekdotisches Mosaik, wildbewegte Temperamentsergüsse und zynisch hingesezte Tatbestände, rhetorische Rhythmik und scheinbare Erzählerstimmung. Jede Form hat ihre Wirkung zu ihrer Zeit und auf das Publikum getan, für das sie berechnet war. Darauf kommt es an. Der Leitartikel alter, großer und würdiger Haltung, der Leitartikel der Fortsetzungen und der Kapitelgliederung ist freilich zu Ende. Der Leiter ist heute kurz, regsam, schlagend und nimmt seinen Stoff aus allen Lebensgebieten, immer wirksam, wenn er erlebt ist und die Unmittelbarkeit des Erlebnisses ausstrahlt.

In grober Gruppengliederung können wir unterscheiden: den kämpfenden Leitartikel, der angreift, fordert, hinreißt, Aktion ist und politische Tat sein kann; den stellungnehmenden und begründenden Leitartikel, der überzeugen möchte aus treffender Argumentation und sachlich gewinnen will; den erläuternden und unterrichtenden Leitartikel, der eine Sache klarlegt, schwierige Zusammenhänge aufknotet und beleuchtet; den rückschauenden Leitartikel, der sagt, was geworden ist und wie es wurde, mit der leichten oder scharf geäußerten Genugtuung, „es schon immer gesagt zu haben“. Zu den schwersten, aber wirksamsten Artikeln dieser Gruppe gehört der Nekrolog, wenn der Mann, dem er gilt, verdient, an so hervorragender Stelle genannt zu werden; der vorschauende Leitartikel, der ohne Prophetie überzeugend sagt, was kommen wird; der betrachtende Leitartikel schließlich, der oft Gefahr zeigt, in die Plauderei abzusinken, aber eben darum oft gern gelesen wird.

In jedem Fall müssen Stoff und Form des Leitartikels der Stelle wert sein, an der sie stehen, der repräsenta-

tiven Stelle der Zeitung, an der nun Wesentliches gesagt werden kann und die Zeitung als Ganzes sprechen sollte. Große, traditionsstarke Zeitungen brachten den täglichen, nicht gezeichneten Leitartikel: das Wort des Blattes. Der Brauch ist, wenn auch noch nicht überall, so doch weitgehend außer Kurs gekommen. Mit dem Namen oder dem beigegebenen Signet des Verfassers legitimiert die Persönlichkeit den Text, schwächt aber die Verantwortlichkeit des Gemeinschaftswerkes ab, das jede Zeitung darstellt und für die jeder echte Leitartikel zu sprechen berufen ist.

Der **Kurza rt i k e l** (**E n t r e f i l e t**) ist ein gedrängter und daher meist auf Tatbestand und schlagende Gegenüberstellung zusammengezogener Leitartikel. Ursprünglich war „Entrefilet“ der Raum „zwischen den Spalten“, der in Zeiten mangelnden Stoffes freigeblieben war und in den irgend etwas Aktuelles hineingeschrieben wurde. Der Kurza rt i k e l ist eine besonders beliebte journalistische Form, vor allem auch zur Polemik. Sein Klassiker war Hermann Wagener, der Begründer der Kreuzzeitung. Zur Gruppe der Kurza rt i k e l gehören auch die kurzen Erst- und Einleitungsartikel bestimmter Sparten. Daher der Name „Spitze“ (z. B. im lokalen Teil), „Mütze“ usw.

Die **G l o s s e** ist die kürzeste und daher die schwerste journalistische Stilform. Glosse war ursprünglich die knappe und schlagende Randbemerkung zu einer dunklen Stelle in einem philosophischen Werk; meist in wenige Zeilen gedrängt, weil an den schmalen Rand geschrieben (Randglosse). Als journalistische Form ist sie um so wirklicher, je sicherer ihre epigrammatische Schlagkraft geformt werden kann und je mehr ihr — trotz leichter Eleganz der Form — schlagende Argumente aufgepackt werden. Mit äußerster Sprachkraft prägt sie ihre Gedankenblitze unfehlbar treffend. In der Mehrzahl aller Fälle wird sie angreifend sein. Sie kann aber ebenso auf knappstem Raum eine politische Erkenntnis aufleuchten,

eine spannende Beobachtung herausarbeiten und ihre Bedeutung erkennen lassen. Eine Reihe von Zeitungen geben an Stelle von Leitartikeln mehrere kurze Glossen, durchkonstruierte Kapitelchen verschiedener Themen, gekappte Kurzartikel, meist drei bis vier nebeneinander. Oft stellen sie dieses Ragout („Gebt Ihr ein Stück, so geht es gleich in Stücken“) unter eine zusammenfassende Bezeichnung, einen Sammeltitle. Die Vokabel „Auflockerung“ ist heute das meistgebrauchte Wort in den deutschen Redaktionen — auch gegenüber dem Leitartikel. Eine Art Glosse ist der Kurzartikel, den die amerikanische Presse in der „Today Column“ täglich veröffentlicht. Den Übergang zum Feuilleton stellen die kurzen, von bekannten Schriftstellern regelmäßig gegebenen pointierten Tagesbetrachtungen der französischen Presse dar, die ihr viele Leser zuführen („chroniqueurs“).

Die Kritik, als Wertung künstlerischer Leistungen (Theaterkritik, Musikkritik, Kunstkritik), ist eine publizistische Form des kulturpolitischen Teiles der Zeitung. Selbst diese Stilform zeigt die zeitungsmäßige Zweckbestimmung. Wenn auch erste Fachleute sie schreiben, sie bleibt dennoch ein Mittelding zwischen Tatsachenberichterstattung und fachlicher Betrachtung. Sie muß sich in unmittelbarer Verbindung mit dem Ereignis halten, das sie nicht nur rein künstlerisch, sondern auch nachrichtenmäßig darzustellen hat. Dabei steht sie unter dem Gesetz unbedingter Aktualität. Der Wille zum Leseanreiz ist deutlich und bei manchen Kritikern bis zur Manie gesteigert, die mehr dem eigenen Ich als dem Kunstwerk dient. Unerläßlich ist für jede Kritik die schöne, dem Kunstwerk kongeniale Form des sprachlichen Ausdruckes, aus sachlicher Urteilsfähigkeit und Begabung. Ohne diese Voraussetzungen hat keinerlei kritische Wertung in Zeitung oder Zeitschrift ein Anrecht, öffentlich gehört zu werden. Darüber ist noch zu berichten (vgl. II, Seite 58).

3. Die Unterhaltungsstilform

Die unterhaltende Aufgabe der Zeitung schließt rein künstlerische Leistungen nicht nur nicht aus, sondern hat eigens zu ihnen hinzuführen. Der Ausgangspunkt, von dem sie zu diesem Ziele aufbricht, findet sich freilich nicht auf der Höhe letzter künstlerischer Qualität, die niemals oder nur unter ganz besonderer Deutung Massenleserschaft gewinnen wird. Aus der notwendig leserwerbenden Zweckbestimmung der Zeitung hat sie eine Reihe von Formen geschaffen, die auch stilistisch typisch zeitungsmäßig sind und — wie das Feuilleton und der Feuilletonismus (vgl. II, S. 78) — zwischen Literatur und Journalismus stehen. Es ist auch kein Zufall, daß Zeitungen so wenig Lyrik bringen, daß der Knittelvers aber, daß karikierende Verse, lustige oder polemische Zeitgedichte, immer beliebt geblieben sind. Ganz besonders in ihrer Form durch die Zeitung bestimmt sind die Kurzgeschichte und der Zeitungsroman, die sich der Zeitungsnatur so angepaßt haben, daß sie deutliche Spezialgebiete im Bereich der volkstümlich-literarischen Produktion geworden sind (vgl. II, S. 64). Einzelheiten über die Wirkung dieser nach journalistischen Aufgaben gegliederten Stilformen des unterhaltenden Teiles finden sich bei der Besprechung dieser Sparten (vgl. II, S. 65 f.). Die Natur der Zeitung und ihr politischer Einsatz führen dazu, daß auch die unterhaltenden Teile der Zeitung häufiger politisch und weltanschaulich dienstbar sind oder von dort her bestimmt werden. Sie stellen sich, streng methodisch beurteilt, dann als eine Art Meinungsstilform auf Umwegen dar, eine Mixtur, die schwierig ist und nicht immer gelingt.

c) Die Lern- und Lehrbarkeit des Stils

Die wirklich gute und treffende journalistische Stilform hängt mit der journalistischen Begabung zusammen und ist wie diese eine Voraussetzung, die nicht gelernt werden kann. Daher ist sie auch nicht lehrbar. Die voll-

endete journalistische Form kann auch durch Fleiß nicht erarbeitet werden, aber rechte Übung, Durchblick durch den Aufbau eines wirksamen Stils und klare Erkenntnis der Stilgesetze kann auch in dem formal weniger Geeigneten die Befähigung erwecken, das, was er an Wichtigem und Wirksamen zu sagen hat, auch wichtig und wirksam auszudrücken. Zumindest lassen sich alle Stilfehler vermeiden, besonders die, deren Ursache aus Tempo und Anpassungszwang der Zeitungssprache erwachsen (vgl. oben S. 116).

Die beste Stilschule ist immer das Beispiel. Man lese gute Schreiber. Aber zu Stilstudien nur solche, von denen der einzelne sagt: der „liegt“ mir. Denn jeder, auch der stilistisch weniger gut ausgestattete, hat seinen Stiltyp, und bei einem fremden Stiltyp kann er nichts oder nur wenig lernen. Zweifellos ist dieser Typ auch physiologisch bedingt. Man ermittelt ihn schnell an dem Gefühl des Wohlbehagens, das beim Lesen eines Schriftstellers unseres Typs in uns aufkommt, an der Leichtigkeit, mit der Gedanken aufgenommen und Gedankenreihen fast vorweg zu Ende gedacht werden. Vor allem erkennt man ihn daran, daß er mit ganzen Sätzen und Ausdrucksreihen schnell und mühelos im Ohr und im Gedächtnis haftet. Dem sollte man nicht entgegenarbeiten. Es ist nur ein gutes Zeichen, wenn plötzlich eine markante Stelle, ein kurzer Abschnitt „auswendig“ gesprochen und im Alleinsein und in den Stunden der Muße aus reiner Freude und mit innerem Behagen hergesagt wird. Dies ist der Anfang allen Gelingens im sprachlichen Ausdruck: die Freude an der Sprache selbst. Nur so teilt sich Rhythmus, Formbewegung und Wortschatz dem Lernenden mit und wird oft unbewußtes Vorbild, wenn es ans Schreiben geht. Auch begabte Stilisten, wie z. B. Benjamin Franklin, haben viel dadurch gelernt, daß sie Textstellen, die ihnen zusagten, abschrieben, sie immer wieder überlasen und dann an neuem Stoff nachzuformen suchten. Eine ausgezeichnete Stilschule ist das Übersetzen. Auf der Suche nach deutschen Stilfor-

men, die dem ausländischen Original entsprechen und seinen Gehalt ganz wiedergeben, entdeckt man in der eigenen Sprache ganz neue Wortwerte und lernt die Geheimnisse ihres Lebens kennen. Vor allem lernt man, jene Dinge auszudrücken, die ohne sichtbare Zeichen zwischen den Zeilen stehen und für die auch in der deutschen Übertragung Raum gelassen werden muß. Wer ein guter Stilist ist, der muß unausgesetzt und immer an seiner Sprache arbeiten. Auch der geniale Meister fällt nicht vom Himmel, und in der Laufbahn keines Schriftstellers sollte man die Wirkung unterschätzen, die solche zähe unablässige Arbeit auf die Vollendung seiner Sprache ausübt. Was der Leser schließlich leicht und mit Wohlgefallen aufnimmt, ist dem Schriftsteller erst nach jahrelanger mühsamer und nie ermattender Arbeit so leicht und lesbar aus der Feder geflossen.

Einige Disziplin in der Beobachtung des eigenen und des fremden Ausdruckes führt bald dazu, schon in der Wahl der Worte, dem ersten Element der Sprachbildung, Sorgfalt walten zu lassen, ohne darum Wortanalyse zu treiben. Man wird da eigenartige Werte entdecken, einen Wort„schatz“ im wörtlichen Sinne der Bedeutung. Jedes Wort ist ein Individuum und gleichsam ein lebendes Wesen mit Gesichtszug und Gestalt. Man kann es hochheben und anschauen. Es ist schwer oder luftig, es hat in seiner Silbenbewegung Klang oder Kürze, es vermittelt ein Lautbild und damit einen Stimmungs- und Gefühlsinhalt. Es hat auch eine Herkunft, und es ist gut, sie zu kennen. Das Wort ist jung oder alt, entstammt der Technik unserer Zeit oder dem Handwerk vergangener Jahrhunderte. Es ist frisch und unverbraucht oder verschlissen und abgegriffen. Dann gehört es nicht mehr in den Wortschatz. Es sollte beiseite gelegt werden wie ein alter Rock, es sei denn, daß es neubearbeitet und aufgefrischt wieder brauchbar wird. Ein Wort ist immer einzig. Ein Vielsinn ist meist nur scheinbar da. Hier gilt Lessings Wort: „Wahre Synonyme gibt es nicht.“ Man meide jedes Fremdwort, das durch einen

guten deutschen Ausdruck ersetzbar ist. Dabei wird sich sehr oft zeigen, daß die deutsche Sprache für ein Fremdwort viele deutsche Ausdrücke bereithält, die farbiger und treffender sind, als der bei einer fremden Sprache entlehene Ausdruck es sein kann. Man hüte sich aber vor dem Reinigungsfanatismus, der oft in fatalem Über-eifer zu falscher Übersetzung von Fremdwörtern oder zu künstlichen Neuschöpfungen führt. Auch darf die erfolgreiche Jagd nach Fremdwörtern nicht zu der Versuchung führen, auszuruhen, weil man das Seinige getan habe. Die eigentliche Arbeit an der Sprache fängt vielmehr dann überhaupt erst an.

Aus der Betrachtung des Wortes erwächst der Aufbau des Satzes, der knappsten selbständigen Einheit der Sprache. Hier muß auf Kürze, Leben und Rhythmus geachtet werden. Kürze erhält ein Satz dann, wenn man die Worte sinnvoll wählt, statt sie nur mengenmäßig anzustauen. Man hüte sich vor allzu vielen Eigenschafts- und Beiwörtern. Sie „verwischen gleich einer Farbenklexerei die Ruhe des Bildes“ (Lessing). Sie verwirren auch die Einheit der Tongebung. Eine Häufung von Eigenschaftswörtern ist nur in vollendeter Ruhe oder in äußerster Erregung erlaubt. Die Nutzung des Zeitwortes entscheidet, ob der Satz lebt oder steifgefroren ist. Je mehr künstlich gepreßte Hauptwörter abgestochen (Worte auf „ung“ usw.) und in flinke, durch aktive Zeitworte zielstrebig vorwärts drängende Kleinsätze aufgelöst werden, um so mehr fließt der Stil, wird vom Strom gefaßt, und der Leser schwimmt mit. Es wird also journalistisch die geforderte Lesewerbung ganz erreicht (siehe oben S. 120). Aber auch die Zeitwörter haben verschiedene Triebkraft. Soweit unsere Sprache, auch die Zeitungssprache, vom Amts- und Behördendeutsch und der oft bewußten Nüchternheit wissenschaftlicher Stilform beeinflußt wird, birgt sie seltsam tote Zustandswörter. Man beobachte, wie oft in Beschreibungen das Wort „es befindet sich“ gebraucht wird, statt daß handelnde Zeitwörter benutzt werden. Ähnlich blaß wird

das Wort „gehen“ verwandt. Man geht aufwärts, statt zu steigen, man geht zurück, statt zu weichen, man geht vor, statt vorzudringen, man widersteht, statt sich entgegenzustemmen oder gar sich zu bäumen. Der in der Flut des Zeitgeschehens fortströmende volkstümliche Ausdruck, den die Zeitung nutzen muß, hat neben manch Banalem oft entzückend frische und lebendige Formen. Die großen Kündler reinen Sprachgutes — gefeiert in den literarischen Seminaren und der sogenannten gebildeten Welt — stehen als Vorbilder über uns; aber im harten Dasein des Alltags und der publizistischen Verpflichtung vermitteln sie uns in der Zeitung nicht immer das, was hier nötig ist: die Föhlung von Mensch zu Mensch.

Was weiter die Übung der Sprache angeht, so ist der Rhythmus des Satzes für den formal Unbegabten am schwersten zu gewinnen. Der Rhythmus der Sprache aber ist das Schönste, die Probe auf Können und Haltung. In ihm gerade zeigt sich die persönliche Form des Schreibenden. Der Rhythmus ist immer dann von echter Schönheit, wenn er von innen heraus gefunden wird. These und Antithese sind es, die so viele bekannte Dichterworte unserem Gedächtnis einprägen. Die Sätze werden miteinander und gegeneinander geführt. Sie paaren sich und stoßen sich ab. Wie von einer Wellenbewegung gefaßt, werden sie zusammengerissen, zu einem Wellengipfel emporgehoben und ebbcn, sich überschlagend, wieder zur Fläche. Dergleichen wird nicht zu lernen sein, doch kann die normale Stilbegabung von Hemmungen befreit werden und grobe Rhythmenfehler vermeiden, deren Ursache z. B. falsche Satzbindungen sind. Der gefährlichste Feind des Rhythmus, der ersten und eindringlichen Gedankenwirkung durch die Form, ist das falsche Bild. Hier ist grobe Entrüstung am Platze. Es wimmelt heute im sprachlichen Ausdruck, auch in der Zeitung, von falschen Bildern, die unvorstellbar, geschmacklos und widersinnig auch die stärkste Gedankenführung zerschlagen. Das beste Mittel gegen

falsche Bilder ist die anschauliche Vorstellung. Man frage sich bei jedem Bild: ist das vorstellbar? Dieses und jenes Bild wird dann unsagbar lächerlich, man wird es weglassen und ein neues Gleichnis finden, das die Dinge trifft. Die falsche Nutzung der Bilder entstammt letztlich nur dem Grundübel jedes falschen Stils: der inneren Unwahrhaftigkeit. Man will mehr scheinen, als man sein kann und mehr sagen, als man herzugeben hat. Beides kann nie gelingen, verirrt sich in leerem Schöntun. Leider ist die innere Unwahrhaftigkeit der Sprache in der Zeitung ebenso häufig wie auch heute noch im öffentlichen Leben.

Wie auch immer der sprachliche Ausdruck in der Zeitung sich nach der Persönlichkeit, die schreibt, und dem Auftrag, der ihr gesetzt ist, gestaltet: journalistische Arbeit wie jede publizistische Aufgabe ist immer zweckbestimmt, ist niemals Dichtung. Der Journalist ist kein Dichter! Er muß darstellen, gewinnen, überzeugen. „Die Entsagung besteht darin, sich dem Rausch des Wortes zu verweigern und sich an die Sache zu halten. Auch der Straßenunfall beim Stadtwald will beschrieben sein“¹⁾. Wir ergänzen: aller Journalismus, alle Zeitungsarbeit hat das Ziel, das Zeitgeschehen zu sehen, zu erkennen, darzustellen und zu deuten. Sprache und Form sind dem untergeordnet.

Die praktische Anwendung der hier grundsätzlich erörterten Begriffe im deutschen Zeitungswesen wird der 2. Band bringen: Er beginnt mit der redaktionellen Arbeit.

¹⁾ Sieburg, F. „Schwarzweiße Magie“, Tübingen o. J., S. 110. Der Verfasser ist einer der besten Stilisten in der deutschen Publizistik.