

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»

КАФЕДРА ІНОЗЕМНИХ МОВ

Т. П. Монолатій

DEUTSCH FÜR JOURNALISTIKSTUDENTEN

**Навчальний посібник для студентів спеціальності
«Журналістика»**

Івано-Франківськ

2017

УДК 811.112.2(076.6)
ББК 81.432.4-94:65
М 77

Рецензенти:

Ткачівський В. В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології, завідувач кафедри іноземних мов Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

Бухінська Т. В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

*Рекомендовано до друку на засіданні кафедри іноземних мов
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

Монолатій Т. П.

Deutsch für Journalistikstudenten: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Журналістика». – Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2017. – 48 с.

Навчальний посібник складений відповідно до навчальної програми курсу «Іноземна мова за фаховим спрямуванням» та вимог кредитно-модульної системи Болонського процесу і складається з 10 текстів, об'єднаних за тематичним принципом, а також із лексико-граматичних і комунікативних вправ, спрямованих на засвоєння нового і закріплення вивченого матеріалу.

© Т. П. Монолатій, 2017.

INHALT

Vorwort	4
Text 1. Nachricht als informierende Darstellungsform	5
Text 2. Leitartikel oder „Leid“ – Artikel	9
Text 3. Das Interview	12
Text 4. Die unterhaltende Information. Das Feature.	16
Text 5. Die Reportage	19
Text 6. Das Porträt	23
Text 7. Meinungsäußernde Darstellungsformen. Der Kommentar	27
Text 8. Die Satire	32
Text 9. Bildjournalistische Genres und Methoden und ihre Verwendung in Zeitungen und Zeitschriften	37
Text 10. Nutzen wir schon alle Genres?	41
<i>Nützliche Links</i>.....	47

ПЕРЕДМОВА

Сучасний стан вищої освіти України з тенденціями, що означилися в її розвитку, висуває нові вимоги до професійної підготовки випускника та його особистісних якостей. Серед значущих – глибокі професійні знання та вміння, здатність до їх глибокого застосування, комунікабельність, готовність до самовдосконалення, творча активність.

Конкурентоспроможність сучасного фахівця визначається не тільки його високою кваліфікацією у професійній сфері, але й готовністю вирішувати професійні завдання в умовах іншомовної комунікації.

Сутність професійно-орієнтованого навчання іноземної мови полягає в його інтеграції зі спеціальними дисциплінами з метою отримання додаткових професійних знань і формування професійно значимих якостей особистості. Професійно-орієнтоване навчання означає процес викладання іноземної мови у ВНЗ, орієнтований на читання літератури за фахом, вивчення професійної лексики та термінології. Оскільки навчальна дисципліна «Іноземна мова за фаховим спрямуванням» за своєю метою є інтегративною, а за предметним змістом – міждисциплінарною, вона має сприяти розширенню освітнього кругозору студентів, соціалізації особистості майбутніх фахівців, підготовці їх до життя в умовах багатонаціонального та полікультурного світу.

Пропонований посібник призначений для студентів спеціальності «Журналістика» ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», а також для всіх, хто бажає вдосконалити рівень володіння фаховою німецькою мовою.

Метою посібника є формування у майбутніх журналістів здатності і готовності до професійної комунікації, розвиток різноманітних видів компетенції, як рецептивного, так і репродуктивного характеру іншомовного спілкування. Посібник ґрунтується на текстах для читання німецькою мовою, що забезпечує оригінальність як змісту, так і термінології. Пропоновані матеріали є результатом ретельного упорядкування, що відповідає прагненню автора представити якомога більший спектр текстів відповідної тематики.

TEXT 1.

NACHRICHT ALS INFORMIERENDE DARSTELLUNGSFORM

Die Presse beschäftigt sich als politische Institution mit einer Fülle von Erscheinungen des öffentlichen Lebens. Sie muss Wirklichkeit durch eine Vielzahl unterschiedlicher journalistischer Formen und Genres widerspiegeln.

Es gibt spezifisch journalistische Genres, die im Laufe der mehrhundertjährigen Entwicklung herausgebildet wurden. Zu ihnen zählen Nachricht, Kommentar, Interview, Glosse, Reportage, Skizze, Porträt, Artikel, Gespräch, Leitartikel, Feature. Andere Genres übernahm die Presse aus der Literatur (Erzählung, Fabel, Anekdote usw.), aus der bildenden Kunst (z.B. Karikatur, Zeichnung) und verwandte sie für ihre Zwecke.

Die Nachricht ist eine faire und verständliche Information über Tatsachen, die für Leser und Hörer neu, wichtig oder interessant sind. Die Nachricht soll solche Tatsachen vermitteln, aus denen sich der Leser ein selbständiges Urteil bilden kann. Die Nachricht in ihrer Kurz- oder Langform (Meldung oder Bericht) bildet das innere Gerüst der Zeitung. Damit eine Nachricht gelesen wird, muss sie

- a) die Aufmerksamkeit des Empfängers erregen,
- b) für den Empfänger Neuigkeitswert haben.

Eine gängige Definition der Nachricht bezeichnet sich als objektive Mitteilung eines allgemein interessierenden, aktuellen Sachverhaltes in einem bestimmten formalen Aufbau. Die Formalstruktur der Nachricht soll über folgende Fragen Aufschluss geben: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Ohne diese sogenannten „sechs W's“ ist eine Nachricht nicht vollständig.

Nachrichten müssen objektiv und wahrheitsgetreu sein, aber das ist eine Fiktion. Denn viele Einflussfaktoren können den Wahrheitsgehalt einer Nachricht verzerren. Für den Nachrichtenaufbau ist ein Grundsatz obligatorisch: „das Wichtigste zuerst“. Die Nachrichten werden nach abnehmender Wichtigkeit der Ereignisse gegliedert und nicht chronologisch, sondern hierarchisch aufgebaut. Die Elemente der Information führt man in der Reihenfolge ihrer Bedeutung auf. Der

Einstieg (das Lead, der erste Absatz, der Vorspann) zertrümmert jede Chronologie. Das gilt für Unfälle, Verbrechen, Prozesse, Debatten, politische Ereignisse; es gilt nicht, wenn es um den Inhalt einer Rede oder einer Vortrags geht. Bei Kriegsausbrüchen, größeren Unglücksfällen, Geiseldramen usw. soll der Journalist zusätzlich zur Nachricht ein Minutenprotokoll produzieren. Das liest jeder immer gern.

Was die Sprache der Nachricht betrifft, so soll sie aus schlichten, geläufigen, unmissverständlichen Wörtern und durchsichtigen Sätzen bestehen.

Die Langform der Nachricht heißt Bericht. Er ist ähnlich gegliedert wie die Nachricht, stellt also das Wichtigste an den Anfang, beruht aber auf mehreren Einzelinformationen, die zu einem Gesamtbild zusammengefügt werden.

Texterläuterungen

das Genre (lies: shanr), -s – жанр

im Laufe – впродовж

das Interview (lies: intervjü) – офіційне інтерв'ю

interviewen (lies: intervjüen) – інтерв'ювати кого-н.

vgl.: das Gespräch, -e – бесіда-інтерв'ю

die Glosse, -n – маленький фейлетон

die Reportage (lies: reporta: she), -n – репортаж, нарис

das Porträt (lies: portre:), -s – портрет, начерк

vgl.: die Skizze – літературний нарис; ескіз, начерк

das Feature (lies: fi : tsche), -s – документально-художній жанр телебачення і радіо, радіокомпозиція, радіоамальовка

die Tatsachen vermitteln (te, t) – повідомляти факти

eine gängige Definition – загальноприйняте визначення

der Sachverhalt, = – обставини справи

die Chronologie (lies: kronologi:), -n – хронологія

die Aufmerksamkeit erregen (te, t) – привертати увагу

bezeichnen (te, t) als (N.) – позначати, характеризувати

über etwas (Akk.) Aufschluss geben (a, e) – роз’яснювати що-н.

das Lead (li:d) – передова стаття (газети)

der Vorspann, -e – заголовок, «шапка»

es geht um (Akk.) ... – йдеться про ...

I. Antworten Sie auf die Fragen.

1. Was ist eine Nachricht?
2. Welche journalistischen Genres kennen Sie?
3. Unterscheiden sich solche Genres wie Glosse, Feuilleton, Anekdote voneinander?
4. Worin besteht der Unterschied zwischen einer Meldung und einem Bericht?
5. Über welche Fragen soll eine Nachricht Aufschluss geben?
6. Die Forderung der Objektivität der Nachrichten ist eine Fiktion. Warum?
7. Was können Sie über die Sprache der Nachricht sagen?

II. Analysieren Sie Nachrichten aus verschiedenen Zeitungen nach folgendem Plan:

- a) Ist das eine Meldung oder ein Bericht?
- b) Wie werden in der Nachricht die W-Fragen erörtert?
- c) Wie ist die Nachricht aufgebaut?

III. Übersetzen Sie folgende Komposita.

Die Nachrichtenagentur, der Nachrichtenaufbau, der Nachrichtenkern, der Nachrichteninhalt, die Kurznachrichten, die Abendnachrichten, die Verkehrsnachrichten, das Nachrichtenmagazin, der Nachrichtenansprecher, der Nachrichtendienst, die Nachrichtenbearbeitung, der Nachrichtenaustausch, die Nachrichtenübermittlung.

IV. Suchen Sie unter den folgenden zusammengesetzten Substantiven das Äquivalent des ukrainischen Wortes «інформаційний бюлетень».

Die Informationsaufnahme, das Informationsbedürfnis, der Informationsdienst, die Informationspolitik, die Informationsquelle, das Informationssystem, der Informationswert, die Informationsdichte, das Informationsblatt, der Informationsgehalt.

V. Wie lautet das entsprechende Gegenteil?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1) öffentlich | a) der Nachteil |
| 2) die Vielzahl | b) gleich, ähnlich |
| 3) unterschiedlich | c) veraltet |
| 4) wichtig | d) die Langform |
| 5) aktuell | e) privat |
| 6) die Kurzform | f) die Einzahl |
| 7) inhaltlich | g) formal |
| 8) der Vorteil | h) unbedeutend |

VI. Finden Sie Synonyme im Text und bilden Sie Sätze damit.

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| a) sich befassen mit (Dat.) | f) teilen |
| b) die Mehrzahl | g) der Beginn |
| c) anwenden | h) verschieden |
| d) die Wahrheit verdrehen | i) das Ziel |
| e) das Prinzip | j) es handelt sich um (Akk.) |

VII. Was gehört zusammen?

- | | |
|-----------------------|---------------|
| 1) die Tatsachen | a) bilden |
| 2) das Urteil | b) vermitteln |
| 3) die Definition | c) erregen |
| 4) die Aufmerksamkeit | d) geben |
| 5) die Antwort | e) beruhen |
| 6) auf Einzelheiten | f) mitteilen |

VIII. Tauschen Sie Ihre Meinungen über den Text aus. Haben Sie aus dem Text etwas Neues erfahren? Gestalten Sie einen Dialog.

IX. Geben Sie den Textinhalt kurz deutsch wieder.

TEXT 2.

LEITARTIKEL ODER „LEID“ – ARTIKEL

Das erste Manuskript: War es eine Nachricht, ein kurzer Bericht oder eine Stellungnahme? Wer weiß das heute so genau, womit seine journalistische Laufbahn begann. Ganz bestimmt aber war es kein Leitartikel. Das schien die Domäne der Erfahrenen zu sein. Doch da gab und es gibt Leute, die auf die Frage, ob sie die Leitartikel gelesen hätten, so einfach antworten: „Diese langweiligen langen Artikel lese ich so gut wie nicht“. Ein Widerspruch. Das, was als das Wichtigste gilt, die „Flagge der Zeitung“ wird oft nicht recht zur Kenntnis genommen. Und so ergibt sich die Frage: Ist der Leitartikel heute wirklich noch so wichtig oder wäre es nicht gescheiter, an seiner Stelle Nachrichten über bedeutende Ereignisse bzw. Kurzkommentare zu bringen?

Sie ist leicht zu beantworten, geht man davon aus, was der Leitartikel soll und was er kann. Dann nämlich kann man ganz energisch sagen: Der Leitartikel ist nach wie vor ein wichtiges journalistisches Genre, das nicht zu ersetzen ist, denn er ist vor allem ein Genre der journalistischen Anleitung.

Beginnt der Journalist mit der Arbeit an seinem Leitartikel, so wird er nach Auswahl des Stoffes und der Beschränkung aufs Thema mit dem Gegenstand nur fertig, wenn er ihn ins richtige Gewand steckt.

An den Leitartikel geht die Forderung, das Denken und Handeln der Leser zu mobilisieren. Da der Leitartikel in der Hauptsache innenpolitische Themen behandelt, soll er also das Nachdenken der Bürger über Notwendigkeit und Möglichkeit der Lösung bestimmter gesellschaftlicher Aufgaben anregen und ihren Handlungswillen erzeugen.

Kann er das tatsächlich? Natürlich, wenn er gut ist. Der Journalist muss die Position der Redaktion zu dringlichen gesellschaftlichen Aufgaben und Lösungswegen zum Ausdruck bringen, die Leser auf die Hauptfrage des gesellschaftlichen Geschehens aufmerksam machen und sie zum Handeln provozieren.

Man kann und darf nicht auf den Leitartikel verzichten. Er verlangt wie jede Argumentation Beweise. Der Journalist muss sich deshalb fragen: Bleiben in meinem Leitartikel Fragen offen, bleiben Behauptungen, die nicht als Axiome gelten, unbewiesen? Erst dann, wenn man diese Frage verneinen kann, ist der Leitartikel druckreif.

Leitartikel oder „Leid - Artikel“? Es liegt in unserer Hand. Eines ist sicher: Um die Artikel braucht es uns nicht leid zu tun, wenn der Artikel gut geworden ist.

Texterläuterungen

der Leitartikel, = – передова стаття

die Domäne, -n – *тут* привілей

gelten (a,o) als (N.), für (Akk.) – вважатися, бути ким-н., чим-н.

etwas zur Kenntnis nehmen (a, o) – взяти що-н. до уваги

das Denken und Handeln – думки і вчинки

gescheit – розумний

ausgehen (i, a) von (Dat.) – виходити з...

nach wie vor – як і раніше

die Anleitung, -en – настанова, керівництво, вказівка

etwas ins richtige Gewand stecken (te,t) – надавати правильної форми чому-н.

an den Leitartikel geht (i,a) die Forderung – до передової статті висувається вимога

zum Ausdruck bringen (brachte, gebracht) – виражати

es tut uns nicht leid um den Artikel – нам не шкода статті

I. Antworten Sie auf folgende Fragen.

1. Warum nennt man den Leitartikel die „Flagge der Zeitung“?
2. Lesen alle Leute den Leitartikel?
3. Zu welchem Genre gehört er?
4. Was muss der Journalist tun, um die Arbeit am Leitartikel zu beginnen?
5. Welche Forderung geht an den Leitartikel?
6. Wann ist der Leitartikel druckreif?
7. Welche gesellschaftlichen Aufgaben und Ziele hat er?
8. Ist es leicht, einen guten Leitartikel zu schreiben?

II. Welches Wort kommt in die Lücke?

1. Niemand weiß jetzt genau, wie die journalistische ... des Leitartikels begann.
2. Heute ist... ein wichtiges journalistisches Genre, man nennt ihn
3. Der Leitartikel behandelt vor allem
4. Er muss ... und ... mobilisieren.
5. Der Journalist muss die Position ... zum Ausdruck bringen.
6. Man kann nicht auf ... verzichten.
7. Der Leitartikel verlangt wie jede Argumentation

III. Sagen Sie es anders, verwenden Sie dabei Wörter und Wendungen aus dem Text:

1. die journalistische Karriere des Leitartikels;
2. als das Bedeutendste gelten;
3. die „Fahne der Zeitung“;
4. so wird die Frage gestellt;
5. die Auswahl des Materials;
6. innenpolitische Themen betrachten;
7. den Standpunkt der Redaktion ausdrücken;
8. den gesellschaftlichen Ereignissen Aufmerksamkeit schenken;
9. der Leitartikel fordert Beweise.

IV. Suchen Sie aus dem Text Äquivalente heraus:

Точка зору; цілком визначено; привілей розумних, досвідчених людей; нудні, довгі статті; це було б розумніше; опублікувати короткі коментарі; жанр, який не можна замінити; протиріччя; вирішення суспільних завдань;

фактично; не можна відмовлятися від передової статті; твердження, які не вважаються аксіомою; заперечувати це питання; це в наших руках.

V. Gliedern Sie den gelesenen Text nach dem Inhalt und betiteln Sie jeden Teil.

VI. Erzählen Sie auf Deutsch, was Neues Sie aus dem Text 2 über den Leitartikel erfahren haben.

VII. Referieren Sie über den Text.

VIII. Nehmen Sie Stellung zu folgenden Aussagen.

1. Leitartikel ist oft ein „Leid“ – Artikel.
2. Man braucht heute keine Leitartikel. Sie sind schon nicht aktuell.

IX. Stellen Sie sich vor, dass Sie einen Dozenten Ihrer Fakultät interviewen. Welche Fragen würden Sie an ihn stellen, um etwas Neues über den Leitartikel zu erfahren?

TEXT 3.

DAS INTERVIEW

Das Wort Interview meint ursprünglich Begegnung, Unterredung und bezeichnet zweierlei: das Gespräch des Journalisten (beispielweise mit einer Persönlichkeit des öffentlichen Lebens) als eine Form des Recherchierens, zum anderen das Gespräch in Dialogform als eigenständige Darstellungsform (Textsorte).

Ende der sechziger Jahre des 19. Jahrhunderts in der amerikanischen Presse aufgekommen, machte das Frage- und Antwortspiel zwischen einem Journalisten

und der Auskunftsperson zunächst in Großbritannien, dann auch im deutschsprachigen Raum rasch Karriere. Im Interview kann der Journalist dem Gesprächspartner viele Neuigkeiten entlocken und ihn zu prägnanten Meinungsäußerungen veranlassen. Voraussetzung ist, dass sich der Journalist auf den Partner und vor allem das Thema gut vorbereitet hat.

Für das Interview in engerem Sinne ist es erforderlich, dass die Gesprächspartner sich sehen. „Interview“ heißt dann erstens ihre Begegnung, zweitens der zur Veröffentlichung bestimmte Teil ihres Gesprächs und drittens das, was davon gedruckt und gesendet worden ist.

Wird das Gespräch live von geöffnetem Mikrofon geführt, so erfahren Radiohörer und Fernsehteilnehmer, was der Interviewte wirklich gesagt hat.

Schon das zunächst aufgezeichnete und später ausgestrahlte Interview weicht vom Original fast immer ab, also ein bisschen verfälscht. Das gedruckte Interview ist immer ein Kunstprodukt: von den Notizen, vom Stenogramm oder vom Tonbandprotokoll des ursprünglich geführten Gesprächs weicht es um mindestens 30 Prozent ab; häufig aber hat es fast nichts mehr mit dem gesprochenen Wort zu tun.

Texterläuterungen

das Recherchieren (lies: rescherschi:ren) = die Recherche (lies: reschersche), -n – пошук інформації

zum anderen – по-друге

im engeren Sinne – у вузькому розумінні

live (laiv) – «живе» (інтерв'ю) в ефірі

der Interviewte (lies: intervjü:te), -n – інтерв'юєнт

das Stenogramm (lies: schtenogram), -n – стенограма

nichts mit (Dat.) zu tun haben – не мати нічого з ...

I. Antworten Sie auf die Fragen.

1. Wie lautet die Definition des Wortes „Interview“?

2. Was ist die Voraussetzung für ein gutes Interview?
3. Wie werden Interviews für spätere Sendungen bearbeitet?
4. Wieso ist das gedruckte Interview ein Kunstprodukt?

II. Machen Sie sich mit einem Interview aus der deutschsprachigen Zeitung bekannt. Analysieren Sie die Fragen des Journalisten. Würden Sie auch dieselben Fragen oder andere stellen.

III. Von welchen Verben kommen die Nomen?

Die Begegnung, das Gespräch, das Recherchieren, die Frage, das Spiel, der Raum, die Meinung, der Sinn, die Veröffentlichung, der Hörer, der Bericht, die Äußerung, das Ereignis, das Interview, die Voraussetzung, der Teil.

IV. Finden Sie für folgende Sätze Entsprechungen im Text.

1. Das Wort Interview bedeutete früher Begegnung, Unterredung.
2. Das erste Interview erschien am Ende der 60-er Jahre des 19. Jahrhunderts in der amerikanischen Presse.
3. Im Interview kann der Journalist von seinem Gesprächspartner vieles erfahren.
4. Der Journalist muss sich gründlich auf das Interview vorbereiten.
5. Es ist sehr wichtig für die Qualität des Interviews, wenn der Interviewte und der Journalist nebeneinander, unter vier Augen sitzen und sprechen.
6. Die Radiohörer und Fernsehteilnehmer bekommen wahre Information während des Interviews vor geöffnetem Mikrofon.
7. Das gedruckte Interview ist häufig verfälscht.

V. Finden Sie Synonyme. Setzen Sie diese in den Text ein:

a) das Interview; b) meinen; c) die Begegnung; d) zunächst; e) prägnant; f) rasch; g) die Veröffentlichung; h) erfahren; i) immer; j) häufig; k) der Radiohörer; l) der Fernsehteilnehmer.

VI. a) Überprüfen Sie, ob Sie die folgenden Wörter und Wortgruppen verstehen:

der Sinn, in diesem Sinne, im Sinne (G.), in gewissem Sinne, in engerem Sinne, sinnvoll, sinnlos, sinngemäß.

b) Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

по змісту, в дусі, в певному сенсі, осмислений (усвідомлений).

VII. Stellen Sie sich vor:

Sie müssen den Oberbürgermeister Ihrer Stadt / den Rektor Ihrer Hochschule / einen bekannten Politiker / einen bekannten Schauspieler (Sänger) interviewen. Erstellen Sie den Plan des Interviews mit Fragen.

VI. Lesen Sie das Interview („10 Fragen an Prominente“) mit Patricia Kaas, der bekannten französischen Chanson-Sängerin. Finden Sie richtige Antworten (A – J) auf ihre Fragen (1 – 10).

1. Wie würden Sie Ihren persönlichen Stil beschreiben?
2. Welchen Stil bevorzugen Sie bei Männern?
3. Was bedeutet Schönheit für Sie?
4. Was empfinden Sie als stillos?
5. Welches ist Ihr liebstes Reiseziel und warum?
6. Was darf auf keinen Fall fehlen, wenn Sie auf Reisen gehen?
7. Auf welches Markenprodukt möchten Sie nicht mehr verzichten?
8. Welchen Teil Ihrer Zeitung lesen Sie als ersten?
9. Wer ist Ihr Lieblingskomponist?
10. Auf dem Cover von „Rendez-vous“ glänzten Sie mit einem herrlich durchtrainierten Rücken. Was tun Sie dafür?

A. Etwas zu tragen, weil es Mode ist.

B. Mein kleiner Teddybär. Den schenkte ich meiner Mutter, als sie schwer krank war. Seit ihrem Tod nehme ich ihn immer mit. Er schläft auch bei mir.

- C. Ich mache mir meine eigene Mode; ein bisschen leger, ein bisschen elegant. Zum Beispiel uralte Jeans zu schicken Schuhen von Prada.
- D. O la, la, ich lese nicht viel Zeitung. Ich informiere mich mehr aus Magazinen und aus dem Fernsehen.
- E. Meine Familie in Lothringen: fünf Brüder und eine Schwester.
- F. Vor jeder Tour mache ich etwas Sport, sehr leichtes Bodybuilding und Tanz. Außerdem passe ich beim Essen auf.
- G. Ich hänge nicht an Markenprodukten. Seit über zehn Jahren habe ich aber mein Parfüm Clinique Elixir.
- H. Ich liebe die Lieder von George Michael.
- I. Die wichtigste Schönheit ist die, die von innen kommt. Ohne Selbstvertrauen keine Schönheit.
- J. Auch bei Männern liebe ich diese Mischung aus Eleganz und Lässigkeit. Eleganz drückt sich für mich auch in der Haltung aus.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

TEXT 4.

DIE UNTERHALTENDE INFORMATION. DAS FEATURE

Unter Feature versteht man eine journalistische Darstellungsform, bei der nachrichtliche Mitteilung in Wort und Bild mit Interviewszitaten und kommentierenden Elementen in lebendiger und anschaulicher Weise verbunden sind. Das Feature wurde – ebenso wie das Interview – zunächst durch die amerikanische Presse eingeführt, kam nach Europa über den „Umweg“ des Hörfunks und setzte sich nach dem zweiten Weltkrieg auch in der deutschen Tagespresse als Darstellungsform in allen Ressorts durch. „Während Reportagen oft Einzelschicksale erfassen, ohne damit Allgemeingültigkeit zu behaupten,

beschreiben Features Allgemeingültiges, aufgezeigt an einem Beispiel. Einzelschicksale veranschaulichen die Zeitprobleme. Die Personalisierung eines Berichts, die Detailtreue, die feuilletonistische Sprache, kurz, die Farbigkeit der Darstellung dient dazu, die Erkenntnisse des Schreibens darzubieten. Das Feature ist ein mediales Transportunternehmen für Sachthemen“.

„Feature“, schon auf Englisch vieldeutig, ist ein schillerndes Allerweltswort für interessante, lebendig geschriebene Texte oder munter gestaltete Sendungen. Je nach der Redaktion ist „Feature“ zugleich ein Oberbegriff für Reportagen und Korrespondentenberichte oder eine Bezeichnung dafür, dass der Stoff vollständig aus Archivmaterial zusammengeschrieben worden ist.

Im „Spiegel“ und in Zeitschriften überhaupt ist das das Wort „Feature“ gleichwohl nicht gebräuchlich – vermutlich deshalb, weil Zeitschriften niemals trockene Nachrichten, sondern ausschließlich Features (im weitesten Wortsinn) bringen, so dass sich eine Abgrenzung erübrigt.

Jede Tageszeitung aber hat jeden Tag einen Platz, auf dem sie Features in ihrem Sinn versammelt: die bunte oder vermischte Seite. Einerseits stehen dort auch harte Nachrichten (*hard news* im Jargon der amerikanischen Agenturen), zumeist tragische oder dramatische Unglücksfälle. Andererseits braucht man den vermischten Stoff, auch wenn nichts Aufregendes passiert ist und da finden dann die „weichen“ Nachrichten ihren Platz, die *soft news*, die Features im engeren Wortsinn.

Texterläuterungen

in Wort und Bild – словами та зображальними засобами

in allen Ressorts – у всіх сферах діяльності

hard news (lies: hat njüs) – «важкі» новини

soft news (lies: ssoft njüs) – «м'які» новини

schillernd = schwer definierbar – переливчастий (про фарбу, колір), тут: складний для визначення

sich erübrigen = überflüssig sein

I. Antworten Sie auf folgende Fragen.

1. Welche Merkmale kennzeichnen das Feature?
2. Wo erschien das Feature?
3. Wodurch unterscheidet sich das Feature von der Nachricht?
4. Warum ist in Zeitschriften das Wort „Feature“ nicht gebräuchlich?
5. Welche Seite widmet jede Tageszeitung der Publikation der Features?

II. Finden Sie ein Feature in einer deutschen Tageszeitung.

Übersetzen Sie es ins Ukrainische. Versuchen Sie dabei die Lebendigkeit und Eigenartigkeit der Sprache wiederzugeben.

III. Erklären Sie die folgenden Wörter und Ausdrücke aufgrund des Kontextes:

1. in lebendiger und anschaulicher Weise; 2. eine journalistische Darstellungsform;
3. Allgemeingültigkeit behaupten; 4. die Farbigkeit der Darstellung; 5. lebendig geschriebene Texte; 6. munter gestaltete Sendungen; 7. gebräuchlich; 8. trockene Nachrichten; 9. eine Abgrenzung erübrigen; 10. die bunte oder vermischte Seite;
11. die „harten“ und „weichen“ Nachrichten; 12. im engeren Wortsinn.

IV. Überprüfen Sie, ob Sie die folgenden Wörter und Wortgruppen verstehen.

Die Sache, sachlich, die Sachlichkeit, die Hauptsache, die Sachkenntnis, die Sachlage, der Sachverhalt, die Sachkunde, das Sachthema, sachgemäß.

V. Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

компетентність, діловий (об'єктивний), досвідчений (добре знає свою справу), обставини справи, справа, основна справа, відповідний.

VI. Betiteln Sie die Absätze des Textes. Verallgemeinern Sie seinen Hauptinhalt schriftlich.

VII. Referieren Sie zu folgenden Themen.

1. Die Besonderheiten der journalistischen Darstellungsform des Features.
2. Die Definition des Genres „das Feature“.
3. Der Platz der Features in der Presse.

VIII. Beweisen Sie anhand des Materials des Textes, dass das Feature als ein journalistisches Genre notwendig und nutzbar ist.

TEXT 5.

DIE REPORTAGE

Zu den wichtigsten journalistischen Stilformen gehört die Reportage. Sie stellt eine Ergänzung zu Nachricht oder Bericht dar. Der Reporter schildert, was er sieht und erfährt, beschreibt Zustände und Abläufe, und zwar so konkret und lebendig wie möglich.

In dieser Darstellungsform, die dem Journalisten einen weiten Spielraum für Thematik und Stil lässt, handelt es sich um einen Erlebnisbericht, in dem die individuelle Note des Schreibenden besonders deutlich wird. In den Zeitungsredaktionen sind Reportagen wichtige Darstellungsformen. Sowohl im politischen Bereich wie im Lokalteil, sowohl auf den Sportseiten, wie in der Unterhaltungsrubrik, ja selbst bei der Darstellung wissenschaftlicher Forschung gilt die Reportage als besonders geeignete Stilform, bestimmte Ereignisse möglichst anschaulich darzustellen.

Wenn Dichter erzählen, werden ihre Texte zu Kurzgeschichten oder Romanen; wenn Journalisten erzählen, schreiben sie eine Reportage. Ihre Themen stecken sich fast in jeder Nachricht. Wer schlicht, anschaulich und wahr erzählt, der schreibt eine Reportage. Ihr Spektrum reicht von der literarischen Reportage bis zur chronologisch erzählten Kurzreportage, die unmittelbar nach einem Ereignis eilig geschrieben wird. Leser schätzen die Reportage mehr als die

Nachricht, weil die Reportage ihnen die Chance bietet, ein Geschehen zu verfolgen, als wären sie selber dabei.

Ein Reporter schreibt als Augenzeuge – das ist die einfache Reportage; Puristen lassen sie ungern als Reportage gelten. Die klassische Reportage setzt eine aufwendige Recherche voraus und füllt eine Zeitungsseite oder eine Heftstrecke in den Magazinen.

Wie fängt man eine Reportage an? Gerade der erste Satz ist jeder Mühe wert. Schauen wir zurück auf die Nachricht. Der Einstieg soll den Leser verführen, diese Regel gilt für jeden journalistischen Text – also auch für die Reportage. Und der Unterschied?

Die Nachricht formuliert sachlich, kommt sofort zur Hauptsache; die Reportage erzählt gleich im ersten Satz und schlägt den Ton an, auf den der ganze Text gestimmt ist. Doch darf der erste Satz nicht zu laut sein: Wer mit einem Schrei beginnt, der kann nicht mehr steigern; er muss gerecht bleiben gegenüber seiner Geschichte, den Tatsachen und den Menschen, von denen er schreibt.

Den Wechsel der Perspektive preist Hans-Joachim Schlüter als wichtiges Merkmal der Reportage: „Es muss wie in einem elektrischen Feld Spannung erzeugt werden“. Die Reportage versammelt nur Tatsachen, die der Autor selber hört oder sieht. Der Journalist soll so anschaulich und präzise erzählen wie der Dichter, aber er besitzt nicht seine Freiheit; sich Anekdoten auszudenken, um sein Publikum zu vergnügen oder zu entsetzen. „Ein Chronist, der lügt, ist erledigt“, meint Egon Erwin Kisch, der Vater der modernen Zeitungsreportage.

Die Reportage lebt von der Erzählung, der Spannung, der Bewegung. Das nächstliegende Gliederungsprinzip ist die Chronologie. Für offene Augen, konkrete Sprache und die Wahrheit gibt es keinen Ersatz.

Texterläuterungen

das Spektrum (lies: schpektrum), Pl. Spektren od. Spektra – спектр

chronologisch (lies: kronolo:gisch) – хронологічний

die Chance (lies: schansse), -n – шанс

das Geschehen, = – події, новини

vgl.: das Geschehnis, -sse – подія

das Magazin (lies: magazi:n), -e – ілюстрований журнал

Syn.: die Illustrierte, -n

der erste Satz ist jeder Mühe wert – заради першого речення варто потрудитися

den Ton anschlagen (u, a) – задавати тон

I. Antworten Sie auf die folgenden Fragen.

1. In welchem Zusammenhang steht Reportage zu Nachricht oder Bericht?
2. Warum schätzen die Leser die Reportage mehr als die Nachricht?
3. Wie muss der Journalist an einer Reportage arbeiten?
4. Worin besteht der Unterschied zwischen Nachricht und Reportage?
5. Was muss man beim Schreiben einer Reportage in Betracht ziehen?

II. Erklären Sie bitte, wie die Worte von E. Kisch: „Ein Chronist, der lügt, ist erledigt“ zu verstehen sind. Äußern Sie bitte Ihre Meinung dazu.

III. Schreiben Sie aus dem Text die starken Verben in ihren Grundformen.

IV. Finden Sie im Text und schreiben Sie die als Attribute gebrauchten Adjektive in der Kurzform aus. Nennen Sie ihre drei Komparationsstufen.

V. Schreiben Sie die durch Partizipien I und II ausgedrückten Attribute und erklären Sie ihren Gebrauch.

VI. -ich, -isch oder -ig?

Journalist-, wicht-, mögl-, lebend-, wissenschaft-, deut-, literar-, anschau-, eil-,
chronolog-, klass-, aufwend-, sach-, elektr-, ständ-, völl-.

VII. Entscheiden Sie, welche Wörter bzw. Wendungen das Gleiche ausdrücken.

1. darstellen	a. die Illustrierte
2. sehen	b. der Grundsatz
3. es handelt sich um (Akk.)	c. einfach
4. deutlich	d. selbst
5. der Bereich	e. produzieren / herstellen.
6. schlicht	f. blicken/betrachten/schauen
7. das Geschehen	g. beginnen
8. selber	h. der Poet
9. das Magazin	i. schildern
10. anfangen	j. klar
11. die Tatsache	k. die Ereignisse
12. erzeugen	l. es geht um (Akk.)
13. der Dichter	m. das Gebiet
14. das Prinzip	n. der Fakt
15. erzählen über (Akk.)	o. berichten über (Akk.)

VIII. Übersetzen Sie ins Ukrainische folgende Wortfamilie.

Der Wert, wert, wert sein, werten, wertvoll, bewerten, die Bewertung, die Bewertungskriterien, auswerten.

IX. Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

критерії оцінок, оцінювати, цінувати, вартісний, цінний.

X. Suchen Sie unter den folgenden zusammengesetzten Substantiven das Äquivalent der ukrainischen Wörter «поточні події»:

Das Weltgeschehen, das Sportgeschehen, das Baugeschehen, das Zeitgeschehen, das Tagesgeschehen.

XI. Beachten Sie die Vieldeutigkeit des Wortes „Satz“. Übersetzen Sie ins Ukrainische. Benutzen Sie das Wörterbuch.

1. Er redete in langen, schwer verständlichen Sätzen.
2. Der Satz des Pythagoras ist klar formuliert.
3. Eine Sinfonie hat gewöhnlich vier Sätze.
4. Er hat einen neuen Satz von Briefmarken gesammelt.
5. Diese Summe überschreitet den für Spesen festgelegten Satz.
6. In drei Sätzen war er an der Tür.

XII. Stellen Sie eine Gliederung des Textes zusammen, indem Sie jeden Absatz des Textes betiteln.

XIII. Referieren Sie über den Text nach diesem zusammengesetzten Plan.

TEXT 6.
DAS PORTRÄT

Das Prinzip aller erfolgreichen Medien lautet: Wenn du eine Geschichte erzählst, dann überlege dir, welche Menschen in ihr eine Rolle spielen. Reportagen sind ohne Menschen nicht denkbar, und bei nur einer Hauptperson fließen die Grenzen zum Porträt.

Porträts können zum Markenzeichen von Zeitungen und Zeitschriften werden. Das „Hamburger Abendblatt“ z.B. bringt seit fast einem halben Jahrhundert auf seiner ersten Seite die Spalte „Menschlich gesehen“. Sie stellt bekannte und nahezu unbekannte Leute vor, die der Redaktion aufgefallen sind, auffällig illustriert mit einer Zeichnung statt mit einem Foto.

Die Porträts sind nach einem einfachen, aber wirkungsvollen Muster geschrieben:

- a. Der erste Absatz erzählt das Besondere, das diesen Menschen interessant macht; etwa ein Zitat aus einem Gespräch, das für das Porträt geführt wurde; eine überraschende Nachricht, die einen Politiker zum Gesprächsstoff macht; eine charakteristische Szene, eine Beschreibung oder eine Mischung aus alledem.
- b. Der Hauptteil erzählt von beruflichen oder sportlichen Erfolgen, eben der Karriere eines Menschen, eingefügt in seinen Lebenslauf.
- c. Am Ende kommt ein Schlenker ins Private, so es solches zu entdecken gibt. Mit der Suche im Archiv oder wenigstens in einem Nachschlagewerk beginnt die Arbeit fast immer: Was hat der Mensch gesagt? Was ist über ihn gesagt und geschrieben worden? Mit wem war er zusammen? Von wem hat er sich getrennt? Wo lebt und arbeitet er?

Dies ist schon die erste Möglichkeit, ein Porträt zu schreiben, ohne mit dem Prominenten zu sprechen. Das heißt: „kalt“ zu schreiben, wie es Redakteure gern nennen, wenn die menschliche Wärme fehlt, also ein Gespräch oder eine kurze Begegnung, die man beschreiben kann. Der Journalist, der kalt schreibt, arbeitet wie ein Biograph, der es ja meist mit Verstorbenen zu tun hat.

Die zweite Möglichkeit, ein Porträt zu schreiben, besteht darin, das gesammelte Material über den Menschen mit einem Gespräch und einer Begegnung mit ihm zu verbinden. Es ist zweckmäßig auch seinen Arbeitsplatz zu besuchen. Reizvoll wird der Vergleich zwischen der Papierform einer Person und ihrer Wirklichkeit, zwischen dem Lebenslauf aus dem Archiv und dem wirklichen Leben, bei dem der Reporter ein Stück mitläuft.

Oft muss sich der Redakteur auf sein eigenes Archiv im Kopf verlassen können. Und dies ist die dritte Möglichkeit: weder im Archiv steht etwas, noch ist der Auserwählte bereit oder fähig, Interessantes mitzuteilen. Zum Beispiel: über die 90-jährige, die im Altersheim ihren Geburtstag feiert, gibt das Archiv nichts her; da muss der Redakteur wissen, was war das für eine Zeit in Ostpreußen, als die alte Frau ein junges Mädchen war? Wer herrschte damals? Wo standen die Grenzbäume? Das Allgemeinwissen wird ihm helfen, denn ein Lexikon ist nicht greifbar, wenn er der alten Frau gegenüber sitzt.

Das Porträt kann alles sein, eine Mischung aus Reportage und Interview, Bericht und Feature. Die Grenzen sind fließend, die literarische Form ist gleichgültig, nur das Thema bestimmt das Genre: eben der Mensch, von dem so lebendig wie möglich erzählt wird. Der Reporter beschreibt die Person mit seinen eigenen genauen Beobachtungen, er erzählt die Biographie und nutzt dazu das Archiv.

Das Porträt handelt vom Wichtigsten, das die Journalisten ihren Lesern erzählen können: von Menschen. Die Leser mögen es und können nicht genug bekommen, und der Redakteur ist klug, wenn er so oft wie möglich statt der Routine ein lebendiges Porträt ins Blatt rückt.

Texterläuterungen

das Markenzeichen, = – фірмовий знак, фірмова марка

nach einem Muster – за зразком

das Nachschlagewerk, -e – довідник

der (die) Prominente, -n – видатна особа, великий авторитет

reizvoll – привабливий; *tut*: цікаво

sich verlassen (-ie, -a) auf (Akk.) – покладатися на кого-н., що-н.

handeln (te,t) von (Dat.) – розповідати про

die Routine (lies: ruti:ne), = – рутина; усталений (звичний) порядок

etw. ins Blatt rücken (te, t) – розмістити, опублікувати що-н. в газеті

I. Antworten Sie auf die Fragen mit Ihren eigenen Worten. Sie können aber notfalls den Text benutzen.

1. Was versteht man unter dem Porträt?
2. Nach welchem Muster wird das Porträt geschrieben?
3. Wie machen ein und dasselbe Porträt ein Biograph und ein Journalist?
4. Welche Schwierigkeiten haben die Journalisten bei der Arbeit an einem Porträt?
5. Welche 3 Möglichkeiten, ein Porträt zu schreiben, gibt es für Journalisten?
6. Was bestimmt das Genre das „Porträt“?

II. Besprechen Sie Probleme, die bei der Schreibung des Porträts entstehen.

Gebrauchen Sie dabei:

- Ich meine, finde, glaube, denke, dass...
- Ich bin der Meinung, der Ansicht, der Überzeugung, dass...
- Daraus folgt, dass...
- Wir können mit Recht sagen, dass...
- Sie haben recht, wenn Sie sagen...
- Einerseits..., andererseits...

III. Erklären Sie die folgenden Ausdrücke aufgrund des Kontextes:

1. eine Rolle spielen; 2. die Zeitung „Hamburger Abendblatt“ bringt...; 3. die Spalte „Menschlich gesehen“; 4. der Redaktion aufgefallen sein; 5. ein Zitat führen; 6. eine überraschende Nachricht; 7. einen Politiker zum Gesprächsstoff machen; 8. „kalt“ schreiben; 9. zweckmäßig; 10. bereit oder fähig sein etwas zu tun; 11. Interessantes mitteilen; 12. etwas hergeben; 13. das Allgemeinwissen; 14. von etw., j-m handeln.

IV. Übersetzen Sie ins Ukrainische folgende Wortfamilie, führen Sie Beispiele mit den Wörtern an.

Das Blatt, das Zeitungsblatt, blättern, der Blätterwald, der Blätterteig, blättrig, das Abendblatt.

V. Erschließen Sie die Bedeutung der Wörter mit dem Bestandteil „-mäßig“:

zweckmäßig, regelmäßig, gesetzmäßig, planmäßig, gleichmäßig, zahlenmäßig.

VI. Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

закономірний, доцільний, планомірний, рівномірний, численний.

VII. Bilden Sie Sätze mit dem Wortmaterial aus Ü. VI.

VIII. Trennen Sie folgende Komposita in ihre einzelnen Bestandteile und geben Sie die Grundformen an. Übersetzen Sie sie.

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| a) erfolgreich | i) der Lebenslauf |
| b) die Hauptperson | j) das Nachschlagewerk |
| c) das Markenzeichen | k) reizvoll |
| d) die Zeitschrift | l) der Arbeitsplatz |
| e) das Abendblatt | m) das Altersheim |
| f) das Jahrhundert | n) der Geburtstag |
| g) der Gesprächsstoff | o) das Allgemeinwissen |
| h) der Hauptteil | p) gleichgültig |

IX. Annotieren Sie den Text „Das Porträt“ ukrainisch.

X. Schreiben Sie ein Referat zum Thema „Der Platz des Porträts in unseren Lokalzeitungen“.

TEXT 7.

MEINUNGSÄUßERNDE DARSTELLUNGSFORMEN.

DER KOMMENTAR

Nachricht und Kommentar sind inhaltlich verwandt, weil sie beide auf aktuelle Tatsachen beziehen. In der Methode unterscheiden sich die beiden Genres jedoch erheblich: Bei der Auffassung einer Nachricht ist es nicht gestattet eigene Reflexionen zu äußern, zu polemisieren und an bestimmte Menschengruppen zu appellieren. Die Pflicht des Kommentars ist es, gerade auf diese Weise die Meinung der Zeitung zu vertreten.

Im Mittelpunkt des Kommentars, des Leitartikels, der Kolumne steht die Meinung des Journalisten bzw. der Redaktion.

Der Leitartikel einer Zeitung bildet eine Art Aushängeschild der Redaktion.

Nicht nur tagesaktuelle Themenstellungen sind Inhalt eines Kommentars, sondern auch allgemeine gesellschaftspolitische Entwicklungen oder wirtschaftspolitische Trends.

Unter „Kolumne“ wird ein regelmäßig erscheinender Kommentar eines Publizisten verstanden, der meist an der gleichen Stelle veröffentlicht wird.

Fünf Typen des Kommentars lassen sich unterscheiden: Der Einerseits-Andererseits-Kommentar, das Pro und Contra, der Meinungsartikel, der Geradeaus-Kommentar und der Kurzkommentar. Der Einerseits-Andererseits-Kommentar ist eine Verbindung von Analyse, Andeutungen und bedächtigem Urteil. Die meisten Leitartikel werden mit abwägender Argumentation geschrieben (und nicht selten ohne Fazit).

Der Pro-und-Contra-Kommentar hat drei Elemente – Dafür, Dagegen, Und was nun? Er enthält auch eine eindeutige Schlussfolgerung.

Der Kurzkommentar wird durch kurze und knappe Kommentierung charakterisiert. Deshalb hat er keinen Platz für Argumente. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ nennt solche Texte „Leitglosse“ und definiert sie als „rasche und zur Meinungsäußerung zugespitzte Bewertung dessen, was gerade passiert“.

Der Aufbau des Kommentars folgt einem beliebten Muster:

- Statt mit der eigenen Meinung beginnt der Text mit einem Zitat, dem der Autor zustimmt.
- Die fremde Argumentation, im Beispiel: die der Wirtschaftsweisen, wird verstärkt.
- Der Autor spitzt die Argumentation zu und kommt zum eigenen kräftigen Urteil: „Die Wirtschaftspolitik ist nie so schlecht gewesen wie jetzt“. Die grösste Form des Kommentars (das Pamphlet) ist eine Spielart des Kurzkomentars; auch sie kommt ohne Argumente aus und wirkt wie ein Keulenschlag. Der ehemalige Chefredakteur des „Münchner Merkurs“ Paul Pucher war ein solcher Pamphletist. Begriffe wie „Schmutzkübel, spätpubertäre Phantasmagorien, böartige Dummheit, läppisch, blamabel, schäbig“ gehörten zu seinem Vokabular.

Doch wer die Polemik liebt, gerät schnell in die Gefahr, die Sprache der Demagogen und Propagandisten zu nutzen.

Texterläuterungen

beziehen (o, o) auf (Akk.) – *тут*: стосуватися чого-н.

sich unterscheiden (ie, ie) von (Dat.) – відрізнятися від

appellieren (te, t) an (Akk.) – звертатися, апелювати до

auf diese Weise – таким чином

die Kolumne, -n – колонка, шпальта

der Trend, -s – тенденція, головний напрям розвитку, тренд

das Vokabular, -e – запас слів; лексичний мінімум

in die Gefahr geraten (ie, a) – наразитися на небезпеку

I. Antworten Sie auf folgende Fragen.

1. Was haben die Nachricht und der Kommentar gemein und wodurch unterscheiden sie sich voneinander?
2. Was steht im Mittelpunkt des Kommentars, des Leitartikels und der Kolumne?
3. Was ist eine Art des sogenannten Aushängeschildes der Redaktion?
4. Welche Themen sind Inhalt eines Kommentars?
5. Was versteht man unter der Kolumne?
6. Wie viel und welche Typen des Kommentars lassen sich unterscheiden?

II. Wie war es im Text? Zeigen Sie, dass Sie den Text gut kennen.

1. Nachricht und Kommentar beziehen sich auf aktuelle Tatsachen, aber (вони значно відрізняються один від одного, хоч і близькі за змістом).
2. Bei der Auffassung einer Nachricht ist es nicht gestattet, (висловлювати власні почуття, полемізувати, дискутувати, звертатися до певних груп людей).
3. Die Aufgabe des Kommentators besteht darin, (висловити думки журналіста чи редакції).

4. Der Inhalt eines Kommentars sind nicht nur tagesaktuelle Themenstellungen, sondern auch (суспільно-політичні та економічні тенденції розвитку держави).
5. Man unterscheidet fünf Typen des Kommentars (двосторонній коментар, коментар «за» і «проти», стаття, яка висловлює думку журналіста, «прямий» коментар і короткий коментар).
6. Der Pro-und-Contra-Kommentar (містить три елементи: за, проти, що ж далі? і однозначний висновок).
7. Короткий коментар характеризується (durch kurze und knappe Kommentierung).
8. Deshalb hat er (немає місця для аргументів).
9. Але той, хто любить полеміку, наражається на небезпеку, (die Sprache der Demagogen und Propagandisten zu nutzen).

III. Übersetzen Sie ins Ukrainische folgende Komposita und bestimmen Sie ihre einzelnen Bestandteile:

die Tatsache, die Menschengruppe, der Mittelpunkt, der Leitartikel, das Aushängeschild, tagesaktuell, der Kurzkommentar, wirtschaftspolitisch, die Schlussfolgerung, die Meinungsäußerung, die Wirtschaftspolitik, der Chefredakteur, die Themenstellung, gesellschaftspolitisch.

IV. Schlagen Sie die Bedeutung der Vokabeln im Wörterbuch nach. Notieren Sie sich bei Substantiven Genitiv- und Pluralformen, bei Verben die Grundformen und Rektion.

der Kommentar	zustimmen
stehen – stellen	beginnen - anfangen
die Auffassung – die Meinung / der Standpunkt	gehören
erheblich	der Propagandist
vertreten – repräsentieren	bösartig
polemisieren – diskutieren	besitzen – haben
bilden – zusammenstellen – formen	im Mittelpunkt stehen

zum Urteil kommen

der Keulenschlag

lassen – bleiben

veröffentlichen – erscheinen

das Fazit – die Bilanz/die Schlussfolgerung

folgen

V. Bilden Sie Sätze mit den Vokabeln und Wortgruppen aus der Aufgabe IV.

VI. Übersetzen Sie ins Ukrainische folgende Wortfamilien, führen Sie Beispiele mit den Wörtern an:

- a) der Kommentar, der Kommentator, kommentieren, die Kommentierung, der Kurzkomentar, kommentierend;
- b) wirken, wirksam, massenwirksam, die Wirkungskraft, der Wirkungsbereich, die Wirkungsweise, die Wirkungsfaktoren.

VII. Setzen Sie das passende Wort ein.

1. Im Mittelpunkt des... steht die persönliche Meinung des Journalisten oder Redaktion. 2. Die Aufgabe des... besteht darin, die Meinung der Zeitung zu vertreten. 3. Journalisten müssen Informationen über alle wesentlichen Ereignisse der Innen- und Außenpolitik... gestalten. 4. Der Fachjournalismus sammelt aktuelle Informationen, um sie... in seinem... zu verbreiten.

VIII. Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

коментар, коментування, коментатор; дієвий (ефективний), дієвий (впливає на широкі маси), фактори впливу, сфера дії.

IX. Charakterisieren Sie mit Ihren eigenen Worten die Typen des Kommentars.

X. Wie wird der Kommentar aufgebaut?

XI. Versuchen Sie in den deutschen Zeitungen diese Typen zu finden. Machen sie im Unterricht einen kurzen Bericht davon.

XII. Erzählen Sie über die Bedeutung und Rolle der beiden Genres – der Nachricht und des Kommentars in der Presse.

XIII. Geben Sie den Inhalt des Textes in Form eines Referats wieder.

XIV. Machen Sie sich mit Kommentaren aus verschiedenen deutschen Zeitungen bekannt. Inwieweit sind sie mit darin mitgeteilten Nachrichten verbunden?

TEXT 8.

DIE SATIRE

Ist Humor so schwer zu machen? Brauchen wir eigentlich Satire? Sie ist, ob mit oder ohne Ironie, die leichtlebige Schwester des Kommentars. Genannt wird die Satire freilich in der Zeitung nur selten so.

– *Kolumne* heißt sie in einigen Zeitungen. Das Wort wird aber auch für ernste Themen verwendet; die Kolumne verweist nicht auf Satire, sondern auf regelmäßiges Erscheinen und wird meist vom selben Autor verfasst.

– *Glosse* wird die Satire am liebsten genannt, vor allem in der Lokalredaktion. Die journalistische Glosse zeichnet sich durch Kürze aus. Der Autor gibt seine Einschätzung mit Hilfe satirischer Stilmittel, insbesondere der Übertreibung und Überspitzung. In prägnanten Formulierungen und bildhaften Vergleichen muss ein kommentierender Inhalt sofort verständlich werden.

Die Glosse, ursprünglich eine Randbemerkung in wissenschaftlichen Werken, gibt es in der Presse, seit die „Zeitungsschreiber“ dazu übergingen,

Nachrichten nicht mehr nur aneinanderzureihen, sondern auch den Leser zu unterhalten.

– *Eine Lokalspitze* hat fast jede Zeitung, meist in einer Ecke oben auf der ersten Lokalseite. Sie kann eine Satire sein oder eine neckische Alltagsbeschreibung; oft ist sie ein Kommentar.

– *Feuilleton* als Bezeichnung für einen witzigen Text ist weitgehend verschwunden. Die Arbeit an einem Feuilleton ist zeitaufwendiger als an einem Bericht. Die Sprache soll geschliffen sein wie ein Brillant, glänzend und voller Feuer. Dazu genügt es, ein guter Journalist zu sein oder es werden zu wollen, Beobachtungsvermögen zu trainieren und bei der Gestaltung des Feuilletons fleißig mit dem Sprichwort zu halten: „Übung macht den Meister“.

– *Streiflicht* heißt die berühmteste Satire der deutschen Blätter, das Markenzeichen der „Süddeutschen Zeitung“ oben links auf der Titelseite.

– *Übrigens* und *Nebenbei* lauten weitere Reihentitel, oder: *Die Sprechblase*, *Zwischenruf*, *Schlaglicht*, *Auch das noch!*

Wenn alle Fesseln fallen, dann steigert der Journalist die Satire zur Attacke, wenn er jemanden niedermachen will, oder zur Groteske, wenn sich sein Spott gegen eine Sache richtet.

Die *taz* (*Die Tageszeitung*) ist voll davon, auch schon auf der ersten Seite. In anderen Zeitungen sind die Satiren selten.

Platz für die Satire ist überall. Die Glossen schwanken oft zwischen Satire, Kommentar und heiterer Betrachtung, auch wenn sie schnell wechseln von der heiteren in die ernste Tonlage.

Texterläuterungen

verfassen (te, t) + (Akk.) – складати, писати (текст), створювати

der Verfasser, = – автор

verweisen (ie, ie) auf (Akk.) – вказувати на що-н., посилатися на що-н.

sich auszeichnen (te, t) durch (Akk.) – відрізнятися, виділятися чим-н.

die Übertreibung, -en – перебільшення

die Überspitzung, -en – перебільшення; утрирування
prägnant – влучний, виразний, чіткий, точний
aneinanderreihen (te, t) – послідовно приєднувати, нанизувати, розташовувати
в рядок
unterhalten (ie, a) – *тут*: розважати
neckisch – глузливий, лукавий; кумедний
witzig – смішний, дотепний
zeitaufwendig = der zeitliche Aufwand – що потребує великої витрати часу
die Gestaltung, -en – оформлення (газети)
gestalten (te, t) – оформляти що-н.; організовувати
mit einem Sprichwort halten – дотримуватися прислів'я
das Markenzeichnen, = – фірмовий знак
j-n (Akk.) niedermachen (te, t) – знищувати
heiter – веселий, радісний

I. Antworten Sie auf die Fragen.

1. Warum wird im Text behauptet, dass die Satire die „leichtlebige Schwester“ des Kommentars ist?
2. Wie heißen die satirischen Mitteilungen in verschiedenen Zeitungen?
3. Welche Aufgabe hat die Satire?
4. Welche Hauptmerkmale der Glosse und des Feuilletons kann man nennen?
5. Welche Zeitung bringt am meisten die Satire?

II. a) Überprüfen Sie, ob Sie die folgenden Wörter und Wortgruppen verstehen:

der Aufwand, der Zeitaufwand, der materielle Aufwand, zeitaufwendig, der Arbeitsaufwand, planmäßiger Aufwand, aufwandreich, der Aufwand an Geld;

b) Setzen Sie das passende Wort ein:

1. Es gibt viele Formen der journalistischen Kooperation, die heute ohne großen... von den journalistischen Institutionen genutzt werden können. 2. Der zeitliche... für das Fernsehen ist größer als der des Rundfunkehrens;

c) Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

матеріальні витрати, затрати часу, затрати праці, пов'язаний з великими витратами, грошові витрати.

III. Bilden Sie Substantive von folgenden Adjektiven. Bestimmen Sie dabei ihre drei Komparationsstufen.

Muster: kurz – die Kürze

kurz – kürzer – am kürzesten

lang, breit, dicht, tief, nah, fern, groß, hoch, stark.

IV. Beachten Sie die Vieldeutigkeit der Wörter „die Gestaltung“ und „gestalten“. Übersetzen Sie ins Ukrainische.

1. Die Journalisten aus Berlin gestalteten auf dem Pressefest einen Solidaritätsbasar. 2. Für dieses Magazin ist Vielseitigkeit in Thematik und Gestaltung charakteristisch. 3. Die Abendzeitungen haben auf die Gestaltung der Freizeit großen Einfluss. 4. Die Massenmedien bedienen sich der journalistischen Gestaltungsmittel in verschiedenen Umfang und Kombination.

V. Suchen Sie unter den zusammengesetzten Substantiven das deutsche Äquivalent für «місцева хроніка»:

der Lokaljournalismus, die Lokalzeitung, die Lokalredaktion, die Lokalseite, der Lokaljournalist, der Lokalredakteur, die Lokalinformation, der Lokalsender, der Lokalreporter.

VI. Bilden Sie substantivierte Infinitive von den folgenden Verben. Übersetzen Sie diese ins Ukrainische.

Muster: erscheinen – das Erscheinen.

Argumentieren, berichten, beschreiben, beobachten, fotografieren, wissen, können, fernsehen, diskutieren, mitteilen.

VII. Finden Sie Synonyme.

1) der Verfasser	a) das Blatt
2) das Wort	b) die Ironie
3) die Zeitung	c) die Vokabel
4) verwenden	d) amüsieren
5) der Spott	e) präzise
6) heiter	f) der Autor
7) prägnant	g) sich unterscheiden von (Dat.)
8) sich auszeichnen durch (Akk.)	h) lustig
9) unterhalten	i) anwenden

VIII. Diskussion

1. Die Satire ist eines der besten Mittel für wirksame Kritik. Beweisen Sie diese These.

2. Braucht ein moderner Journalist Feuilletons und Glossen zu schreiben? Arbeiten Sie in einer kleinen Gruppe (2 – 3 Personen). Berichten Sie über die Ergebnisse Ihrer Arbeit im Plenum.

IX. Finden Sie Glosse in einer deutschen Zeitung. Analysieren Sie (Größe, satirische Stilmittel – Hyperbel, Ironie, Stilbruch, Zeugma, Falschkoppelung, Vergleiche usw.).

TEXT 9.

BILDJOURNALISTISCHE GENRES UND METHODEN UND IHRE VERWENDUNG IN ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN

Bildnachrichten (Nachrichtenfotos) werden am häufigsten in der Tagespresse und in Nachrichtensendungen des Fernsehens publiziert. Als Hauptproduzent gelten Nachrichten- und Bildagenturen, Bildredaktionen der Tageszeitungen und freie Bildreporter.

An Bildnachrichten stellen Tagespresse und Nachrichtensendungen des Fernsehens wachsende Ansprüche. Aktuell informierende und dabei überzeugende, interessante Bildnachrichten sollen vom Leser schnell aufgenommen und verstanden werden. Das bedingt eine bildjournalistische Arbeit von hoher Objektivität und Sachlichkeit, Fachkenntnis und Schnelligkeit. Die Bildnachricht lebt vom Ereignis- und Schauwert des aktuellen Bildes. Sie ist eine Kombination von Bild und Wort, die organisch miteinander verbunden sind. Der Bildtext bestimmt wesentlich die Eindeutigkeit der Bildaussage.

Der Text zur Bildnachricht ist ähnlich der Wort- Kurznachricht aufgebaut. Er besteht im Allgemeinen aus drei bis vier Sätzen und hat eine Länge von höchstens 4 bis 7 Druckzeilen. Das orientiert auf eine bestimmte Formung des Inhalts, der Anordnung der Fakten, der Sprache und des Stils. Der Bildtext zeichnet sich durch klare Gestaltung, Sachlichkeit, Exaktheit und Kürze aus. Seine Kernaussage steht überwiegend an der Spitze. Er ist sprachlich verdichtet, allgemeinverständlich und überschaubar. Der Bildtext behandelt vom den sechs W-Fragen traditioneller Nachrichtenarbeit vor allem das Was, Wer, Wo und Wann.

Stellt die Bildnachricht eine Erstinformation dar oder behauptet sie komplizierte Hintergründe und gesellschaftliche Prozesse (beispielweise aus der Wirtschaft und neue wissenschaftliche Entdeckungen, relativ unbekannte Erscheinungen aus dem In- und Ausland), spielt die Skizzierung des Wie oder Warum (Motivationen) eine wichtige Rolle. In diesem Fall ist eine umfassende Beschreibung erforderlich. Diese Texte können die Form der Kurznachricht

überschreiten. Die Länge des Bildtextes wird durch 1. Bildinhalt; 2. journalistische Absicht; 3. Vorinformation des Lesers und Zuschauers bestimmt.

Ist aber die Bildnachricht Teil eines Artikels, so bedarf er oft nur einer Unterschriftenzeile. Diese Bildnachricht dient als eine Art Leseanreiz, man bezeichnet sie auch als Ankündigungsfotos. Zeitschriften verwenden sie häufig als Werbemittel für die kommende Ausgabe.

Große Aufmerksamkeit verdient die Formulierung der Kernaussage, die in Form des Satzanfanges oder in einer informativ und interessant gestalteten Überschrift erscheint. Entsprechend dem Charakter des Bildes kann sie sachlich, polemisch oder auch humorvoll sein. In der Überschrift spiegeln sich die Einheit von Information und Argumentation der Bildnachricht wieder. Der Leser erwartet zum interessanten Bild einen lesenswerten Text.

Texterläuterungen

wachsende Ansprüche an Bildnachrichten stellen – висувати все вищі вимоги до фотоінформації

sprachlich verdichtet und allgemeinverständlich sein – бути написаним стисло і зрозуміло для всіх

Hintergründe behandeln – викривати підоснову явищ

die Form der Kurznachricht überschreiten – виходити за межі інформаційної замітки

als eine Art Leseanreiz dienen – служити стимулом для читання

als Werbemittel für kommende Ausgabe verwenden – використовувати в якості реклами наступні випуски видання

I. Suchen Sie im Text Antwort auf die folgenden Fragen. Lesen Sie diese vor.

1. Welche Ansprüche werden an Bildnachrichten gestellt?
2. Wovon wird die Eindeutigkeit der Bildaussage bestimmt?
3. Wie wird der Text zur Bildnachricht aufgebaut?
4. Wodurch zeichnet sich der Text zur Bildnachricht aus?

5. Wodurch zeichnet sich der Bildtext aus, wenn die Bildnachricht Hintergründe und gesellschaftliche Prozesse behandelt?
6. Welche Anforderungen werden im Allgemeinen an Bildtexte gestellt?

II. Prägen Sie sich die folgenden Vokabeln ein. Bilden Sie Sätze damit.

Die Sachlichkeit, die Eindeutigkeit, die Aussage, die Bildaussage, sich auszeichnen durch (Akk.), die Exaktheit, die Kernaussage, die Überschrift, das Ankündigungsfoto, die Unterschrift, sich widerspiegeln in (Dat.), entsprechend (Dat.).

III. a) Überprüfen Sie, ob Sie die folgenden Wortgruppen verstehen:

in diesem Fall, in jedem Fall, von Fall zu Fall, in solchen Fällen, für diesen Fall, auf keinen Fall, auf jeden Fall, falls;

b) Setzen Sie das passende Wort ein.

1 Die praktischen Erfahrungen erfolgreicher journalistischer Tätigkeit in den Redaktionen lösten... viele Dispute um die Erhöhung der Qualität der Arbeit aus. 2 Sowohl die Zeitung als auch Fernsehen und Rundfunk sind... bemüht, ihre spezifischen Ausdrucksmittel voller und stärker zu nutzen;

c) Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

в жодному разі, на цей випадок, час від часу, у всякому разі, в будь-якому випадку.

IV. a) Überprüfen Sie, ob Sie die folgenden Wörter und Wortgruppen verstehen:

an der Spitze stehen, an die Spitze stellen, die Spitzenleistung, journalistische Spitzenkräfte, der Spitzensportler, der Spitzenbeitrag, die Fernsehspitzensendung, das Fernsehspitzenprogramm, die Spitzenereignisse, die Berichterstattung zu Spitzenereignissen;

b) Setzen Sie das passende Wort ein:

1. Absolventen der ersten Jahre der Sektion Journalistik in Leipzig gehören jetzt zu den journalistischen... des Landes. 2. Die Zusammenarbeit zwischen den Fernsehstationen einiger Städte sieht den Austausch von... vor.

c) Nennen Sie die deutschen Äquivalente für:

найкраща телевізійна програма, керівні журналістські кадри, найвище досягнення (рекорд, шедевр), найкраща стаття.

V. Suchen Sie unter den folgenden zusammengesetzten Substantiven das Äquivalent des ukrainischen Wortes «інформаційна цінність, значимість»:

die Aussagekraft, die Aussageabsicht, die Aussagequalität, der Aussagewert, der Kernaussage, die Bildaussage.

VI. Lesen Sie folgende Situation. Antworten Sie auf die Fragen.

Bildreporter, die in den verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften arbeiten, sind manchmal ihrer Ausbildung nach Ingenieure und Lehrer, viele aber haben heute Diplome journalistischer Fakultät. Die Anforderungen an die Mitarbeiter der Massenmedien sind in den letzten Jahren außerordentlich gestiegen. Eine neue Qualität der Arbeit setzt gestiegenes Können aller Bildjournalisten voraus. Seit 1971 haben die Bildreporter die Möglichkeit, im Institut für journalistische Meisterschaft ihre praktischen Fertigkeiten mit Kenntnissen der Geschichte der Fotojournalistik, der neuen Technik, der modernen Fotografie usw. zu verbinden.

1. Seit wann existiert an der Fakultät für Journalistik die Abteilung für Fotojournalisten?

2. Was ist Ihrer Meinung nach wichtiger: praktisches Können oder theoretisches Wissen?

VII. Was sagen Sie dazu?

Es ist bekannt, dass die Entdeckung der Fotografie den Weg von der wissenschaftlichen Entdeckung bis zur Realisierung in genau 100 Jahren durchlief.

Und wie entwickeln sich heute die schöpferischen Möglichkeiten der Fotojournalisten? Welche Perspektiven haben sie?

VIII. Berichten Sie über den Platz und über die Rolle der bildjournalistischen Genres in der Presse.

TEXT 10.

NUTZEN WIR SCHON ALLE GENRES?

Über die Massenwirksamkeit der Massenmedien kann man nicht sprechen, wenn man sich der Vielfalt der journalistischen Genres nicht bedient und den Genrereichtum nicht pflegt. Wenn die wichtigsten journalistischen Genres oft in Erscheinung treten, so kann man dann von Genrevielfalt sprechen. Die Ursachen der Genrearmut (worunter hier in erster Linie das Fehlen oder die große Seltenheit von Reportage, Porträt, Feuilleton und Glosse verstanden wird) liegen nicht in bewusstem Verzicht auf bestimmte Genres, weil sie heute inaktuell sind. Im Gegenteil: Nach wie vor haben diese Genres eine wichtige, in ihrer Bedeutung sogar zunehmende Funktion. Wenn diese Genres dennoch fehlen, so müssen die Ursachen dafür in bestimmten Denk- und Verhaltensweisen der Journalisten liegen.

Die Freiheit des Wortes bedeutet für den Journalisten nicht nur die Freiheit der Wortwahl, sondern auch der Genrewahl. Generell könnte jede Information im Genre Nachricht angeboten werden. Die Absicht aber, nicht nur über Sachverhalte und Ereignisse zu informieren, sondern auch Geschehnisse in ihrem Prozess zu schildern, Motive handelnder Menschen darzulegen und Gedankengänge durch Abwägung des Für und Wider zu lenken, hat die Vielfalt der Genres entstehen lassen.

Ein Experiment der Informationspsychologen bewies auch die Notwendigkeit größerer Genrevielfalt in unseren Massenmedien. So große

Information eine Nachricht auch haben kann, sie wird schnell wieder geringer, wenn der Rezipient etwa nur mit einer Fülle von Nachrichten gefüttert wird. Die Informationspsychologie hat Aufnahmegeschwindigkeit und –vermögen des menschlichen Bewusstseins klar ermittelt, vor allem auch, dass unser Bewusstsein außerstande ist, gleichzeitig mehrere Informationen aufzunehmen.

Nichts anderes aber bedeutet praktisch das rasche Lesen einer Zeitung mit ihrer Nachrichtenvielfalt, das Hören einer Nachrichtensendung im Rundfunk oder das Beobachten einer Nachrichtenfolge im Fernsehen. Hält man hinzu, dass die meisten Informationen journalistischer Medien erst abends, also im Stadium der Ermüdung, zumindest aber nicht mehr voller Konzentration, aufgenommen werden, lässt sich abschätzen, wie viel davon am nächsten Tag bereits wieder vergessen sein muss. Die einzelne Nachricht dringt erst nachhaltig ins Bewusstsein, wenn sie wenig später in besonderer Form, ausgebaut in anderem Genre, erhärtet, begründet und dadurch eben bewusster gemacht wird, indem sie durch Nachinformation aus der Summe der anderen herausgehoben wird.

Deshalb soll das Bestreben der Redaktionsleitungen dahin gehen, das Können der Journalisten zu fördern, indem sie von ihnen differenziert, aber nicht zuletzt auch die Beherrschung mehrerer Genres (z.B. der Reportage, des Feuilletons usw.) fordern.

Texterläuterungen

pflügen (te, t) – дбати про що-н., кого-н.

in Erscheinung treten (a, e) – з’являтися

die Ursache, -en – причина, привід

die Armut – бідність, вбогість

verzichten (te, t) auf (Akk.) – відмовлятися від чого-н., кого-н.

der Verzicht auf (Akk.) – відмова від чого-н., кого-н.

im Gegenteil – навпаки

nach wie vor – як і раніше, все ще

zunehmend – зростаючий

generell – загалом

das Bewusstsein, = – свідомість, пам'ять

das Für und Wieder – «за» і «проти»

I. Antworten Sie auf die Fragen zum Text.

1. Was versteht man unter der Genrearmut?
2. In welchem Fall darf man von der Genrevielfalt sprechen?
3. Worin liegen die Ursachen der Genrearmut?
4. Worin liegen die Ursachen für die Vernachlässigung solcher Genres wie Reportage, Porträt, Glosse?
5. Was hat die Vielfalt der Genres entstehen lassen?
6. Was wurde mit der experimentellen psychologischen Untersuchung nachgewiesen?
7. Wohin soll das Bestreben der Redaktionsleitungen gehen?
8. Zu welchem Schluss gelangte der Autor?

II. Überprüfen Sie, ob Sie die im Text eingeführten Vokabeln behalten haben.

- a) die Reportage, die Vielfalt, das Porträt, das Genrereichtum, die Genrearmut, die Ursache, die Glosse, die Genrewahl, der Sachverhalt, der Rezipient, die Informationspsychologie, die Nachrichtensendung, das Können, die Erscheinung, das Bewusstsein;
- b) pflegen, verzichten auf (Akk.), bedeuten, fehlen, anbieten, schildern, darlegen, entstehen, beweisen, vergessen, fördern, fordern;
- c) inaktuell, zunehmend, generell, rasch, bereits, erhärtet, nachhaltig, begründet, differenziert, bewusst;
- d) in Erscheinung treten, im Gegenteil, nach wie vor, vor allem, in erster Linie, nicht zuletzt.

III. Schreiben Sie aus dem Text substantivierte Infinitive, bestimmen Sie den Artikel dieser Substantive und übersetzen sie.

IV. Lesen Sie die folgenden Aussagen. Bekräftigen Sie oder widerlegen Sie diese. Gebrauchen Sie sinngemäß „Ja, das stimmt!“ oder „Nein, im Gegenteil!“

1. Die Ursachen der Genrearmut liegen im bewussten Verzicht auf bestimmte Genres. 2. Solche Genres wie Porträt und Reportage sind für die Behandlung von Problemen wenig geeignet. 3. Der für das Fehlen von Reportage, Porträt, Glosse als Begründung oftmals angeführte Zeitmangel verdient zweifellos Beachtung. 4. Solche Genres wie Glosse, Feuilleton, Anekdote unterscheiden sich nicht voneinander. 5. Jedes Genre wird nur nach einem Merkmal bestimmt.

V. Übersetzen Sie aus dem Ukrainischen:

як і раніше, навпаки, в цьому випадку, з'являтися, свідомо відмова від чогось, не приділяти достатньо уваги використанню різноманітності жанрів, відрізнятися характером теми, розкривати мотиви вчинків людей, надавати величезну кількість інформації, бути не в стані сприймати надлишок інформації, сприяти журналістській майстерності.

VI. Bilden Sie Sätze mit dem Wortmaterial aus der Aufgabe V.

VII. Stellen Sie die folgenden Fragen an den verantwortlichen Redakteur einer Fachzeitschrift. Denken Sie an die Reihenfolge der Fragen (Lesezeit: 5 Min.)

1. Welche sind nach Ihrer Ansicht für Ihre Zeitschrift die wichtigsten Aufgaben, die sich aus den oben angeführten Anforderungen ergeben?
2. Welche Probleme sehen Sie in der Anwendung möglichst vieler Genres?
3. Welches Genre pflegen Sie hauptsächlich in Ihrer Zeitschrift und warum?

Interview

Auf der Konferenz der Fachzeitschriftenredakteure wurde die Bedeutung der Genrevielfalt für die Erhöhung der Wirksamkeit der Zeitschriften betont.

Frage: ...

Antwort: Wir sind bemüht, alle journalistischen Genres zu pflegen. Recht umfangreich ist aber der Nachrichtenteil der Zeitschrift. Ebenso veröffentlichen wir regelmäßig Interviews in den unterschiedlichsten Formen. Ähnliches lässt sich auch von anderen Genres sagen wie dem Kommentar und dem Bildbericht. Nicht zuletzt wird jede Ausgabe fast immer mit einer kleinen Karikatur abgeschlossen. Natürlich gibt es auch Genres, die nicht so häufig in Erscheinung treten wie Rundtischgespräch oder Reportage.

Frage: ...

Antwort: Die Autoren der Zeitschrift sind in der Regel Fachleute auf einem speziellen Gebiet. Die Mehrheit der Autoren schenkt mehr Aufmerksamkeit dem Inhalt als den sprachlichen Mitteln oder den Darstellungsweisen. Die Pflege des Genres fällt in erster Linie dem Redakteur zu. Die Vielfalt der Genres zu nutzen, ist deshalb auch eine Frage des Zeitfonds (фонд робочого часу).

Frage: ...

Antwort: Wir müssen selbst an uns arbeiten, die eigenen Kenntnisse vervollkommen und die Fertigkeiten weiter ausbilden.

VIII. Geben Sie den Inhalt des Interviews kurz wieder.

IX. Sprechen Sie zu den folgenden Themen. Verwenden Sie dabei den thematischen Stoff des Textes 10.

1. Die wichtigsten journalistischen Genres und die Ursachen der Genrearmut in unseren Massenmedien.
2. Die Genrevielfalt und ihr Einfluss auf die journalistische Massenwirksamkeit.

X. Nennen Sie bitte Genres der Journalistik, die Sie zu folgenden Gruppen zählen würden:

1. unterhaltende
2. meinungsäußernde
3. sachlich informierende

Nützliche Links

Hier finden Sie allgemeine und nützliche Links:

<http://www.zeitung.de>

<http://www.zeitungen.de>

<https://www.deutschland.de/de>

<http://www.zeit.de>

<http://www.faz.net>

<http://www.taz.de>

<http://www.das-parlament.de>

<http://www.spiegel.de/spiegel>

<http://www.berliner-zeitung.de>

<http://www.sz-online.de>

<http://www.handelsblatt.com>

<http://www.sueddeutsche.de>

<https://www.welt.de>

<https://www.freitag.de>

<http://www.tagesspiegel.de>

<http://www.stern.de>

<http://www.focus.de>