



Deutsche
Journalisten
Akademie

J07

Redigieren

Christian Bleher

Impressum

Deutsche Journalisten-Akademie

Karmeliterweg 84

13465 Berlin

kontakt@djamail.de

www.deutschejournalistenakademie.de

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	7
1.1	Mehr als korrigieren	7
1.2	Inhalt, Struktur, Sprache Inhaltliche Ebene	7
1.3	Keine absolut gültigen Regeln	8
1.4	Die Rechte des Autors	8
2	Das Medienquadrat	10
2.1	Die vier Ebenen	10
2.2	Medium und Leser	10
2.3	Das Thema	11
2.4	Die Darstellungsform	12
2.5	Die Rolle des Autors	12
3	Inhalt	13
3.1	Fact-Checking – worauf es ankommt	13
3.2	Sorgfaltspflicht	14
3.3	Fallstudie Inhalt	15
3.4	Beispielhafte Inhaltsanalyse – die Fakten	16
3.5	Die Zusammenhänge	17
3.6	Tatsachenbehauptung versus Werturteil – die Gefahr einer Gegendarstellung	17

3.7	Namen, Zahlen, Datumsangaben, Fachbegriffe	18
3.8	Zitate	18
3.9	Bilder	18
3.10	Die Aussage	19
4	Darstellungsform und Dramaturgie	20
4.1	Allerlei Nachrichten: Aktualität auf den Punkt genau präsentieren	20
4.2	Narrative Formen – Feature, Reportage und Porträt zum Laufen bringen	23
4.3	Wertung und Einordnung – auch Kommentare müssen redigiert werden	27
5	Sprache und Stil	30
5.1	Verständlichkeit	30
5.2	Perspektive	35
5.3	Bildhaftigkeit	37
5.4	Passiv – Aktiv	37
5.5	Was Orwell rät	38
5.6	Stil – das Prinzip Eisberg und seine beschränkte Gültigkeit	38
6	Grammatik, Orthografie	41
6.1	Grammatik	41
6.2	Orthografie (Rechtschreibung)	44
6.3	Flüchtigkeit	44

7	Aufgaben des Redigierenden	45
7.1	Kürzen	46
7.2	Verlängern	46
7.3	Kleintexte redigieren oder verfassen	46
7.4	Bilder und Illustrationen	49
7.5	Redigieren als physischer Vorgang	49
8	Der Vorgang des Redigierens	50
8.1	Das Format	50
8.2	Redigieren im digitalen Dokument	51
8.3	Redigieren auf Papier	51
8.4	Redigieren des eigenen Textes	51
9	Vom Umgang mit den Autoren	53
9.1	Urheberrecht – was die Redaktion darf und was nicht	53
9.2	Angemessen Kommunizieren – auf den rechten Ton kommt es an	54
9.3	Coaching von Autoren – vom professionellen Briefing zum Feedbackgespräch	55

Redigieren

Allgemeine Lernziele

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, sind Sie in der Lage,

- Manuskripte auf allen relevanten Ebenen zu analysieren
- Manuskripte inhaltlich nach den Maßgaben von Presserecht und Pressekodex in druckbare Texte zu verwandeln
- Manuskripte strukturell und dramaturgisch im Sinne der jeweiligen Darstellungsform zu redigieren
- schwer verständliche Texte in verständliche zu verwandeln
- fehlerhafte Perspektiven zu korrigieren
- effizient den häufigsten Fehlern auf sprachlicher Ebene zu begegnen
- Kritik so zu begründen und zu äußern, dass die Zusammenarbeit mit Autoren gelingt
- Autoren so zu beauftragen, dass Sie effizient redigieren können

1. Einleitung

1.1 Mehr als Korrigieren

Manuskripte enthalten so gut wie immer sprachliche Fehler: Rechtschreibfehler, Grammatikfehler, Fehler der Zeichensetzung, Tippfehler. Wenn Sie einen Text redigieren, müssen Sie also in aller Regel korrigieren. Das sprachliche Korrigieren eines Textes macht einen wichtigen, aber doch nur kleinen Teil dessen aus, was Redigieren eigentlich bedeutet.

Schon die Herkunft des Wortes deutet auf den umfänglicheren Sinn hin. Es kommt vom französischen „rédiger“ und wurzelt im lateinischen „redigere“ (Partizip Perfekt: redactum). Das wiederum heißt „zurücktreiben“, „in Ordnung bringen“. Diese Bedeutung ergibt sich aus den Wortbestandteilen „re“ („wieder“, „zurück“) und agere/agieren („handeln“, „treiben“, „wirken“). Der journalistische Fachbegriff „Redigieren“ wird im Sinn von „einen (ingesandten) Text bearbeiten“ oder „ein Manuskript druckfertig machen“, „in die endgültige Form für die Veröffentlichung bringen“ gebraucht.

Die Tätigkeit des Redigierens umfasst also alle auf Text und Medium bezogenen Tätigkeiten eines Redakteurs. Dazu zählt unter dem technischen Gesichtspunkt auch das Einpassen des Artikels ins Layout, also das „Auf-Länge-Bringen“, und das Beherrschen der gängigen Word-Redigierprogramme beziehungsweise der Redigierzeichen, sofern auf Papier redigiert wird. Unter dem planerischen Gesichtspunkt geht es um ein detailliertes Briefing; auf der Kommunikationsseite um das Kritisieren – meist im Rahmen eines Feedbackgesprächs. Den technischen Aspekt streifen wir knapp (s. Kap. 7), Briefing und Feedback bekommen mehr Raum (s. Kap. 8), weil von diesen beiden anspruchsvollen Tätigkeiten die Arbeit am Text maßgeblich beeinflusst wird. Die Redigatur im engeren Sinn geschieht auf drei Ebenen, auf denen Sie sinnvollerweise nacheinander arbeiten.

1.2 Inhalt, Struktur, Sprache Inhaltliche Ebene

Die erste und wichtigste Ebene ist die des Inhalts (s. Kap. 3): Sie müssen sicherstellen, dass

- die Gesamtaussage passt (Intention);
- das Thema angemessen umgesetzt ist (z. B. Ethik);
- Informationen richtig und vollständig sind, Zusammenhänge stimmen, Quellen genannt werden und einiges mehr (Dokumentation, „Fact-Checking“);
- rechtliche Konsequenzen ausgeschlossen sind (Presserecht, Zivilrecht).

Erst wenn das passiert ist, lohnt es sich, auf die anderen beiden Ebenen zu wechseln. Zunächst auf die Ebene der Textstruktur (s. Kap. 4).

Strukturelle Ebene

Auf der Strukturebene prüfen Sie, ob die Dramaturgie passt, ob also

- der Einstieg in den Text hineinzieht,
- eine klare gedankliche Linie erkennbar ist,
- alle Textteile stimmig angeordnet sind.

Dabei legen Sie den Maßstab der jeweiligen Darstellungsform zugrunde: Eine Nachricht folgt einem anderen Aufbaumuster als eine Reportage oder ein Kommentar. Erst nach diesem Arbeitsschritt lohnt es sich, die nächste Ebene in den Blick zu nehmen: die der Sprache und des Stils (s. Kap. 5).

Sprachliche und stilistische Ebene

Auf der Ebene von Sprache und Stil geht es vor allem um Verständlichkeit (s. Kap. 5). Ein Text kann inhaltlich korrekt sein, die richtige Struktur aufweisen und sogar flott geschrieben sein –

und doch scheitern, etwa weil

- zu viele unerklärte Fachbegriffe auftauchen,
- in einem Jargon geschrieben wird,
- zu viele (klischeehafte) Bilder vorkommen,
- die Tempusfolge irritiert oder nicht stimmt,
- Sätze zu lang und zu komplex geraten,
- er durch Streckkonstruktionen redundant wird,
- er durch Nominalisierungen zu abstrakt wird,
- er durch sogenannte Funktionsverben oder ein Übermaß an Strukturwörtern zu statisch wirkt.

Vieles von dem, was für persönlichen Stil oder Stil eines Mediums gehalten wird, ergibt sich in Wirklichkeit aus dem Thema und der gewählten Darstellungsform.

1.3 Keine absolut gültigen Regeln

In diesem Studienbrief haben Sie immer wieder Gelegenheit, das Redigieren auf allen drei Ebenen zu üben. Dabei werden Sie erfahren, dass Sie legitimieren müssen, warum Sie ein Wort durch ein anderes ersetzen (Sprache/Stil), warum Sie einen Satz neu portionieren oder ganze Absätze verschieben (Struktur) oder warum Sie vielleicht sogar nachrecherchieren (Inhalt). Sie werden sich ständig Rechenschaft abverlangen müssen und bei jeder noch so kleinen Änderung begründen können, warum sie nötig sei und warum sie den Text verbessere.

„Verbessern“ in welcher Hinsicht? In diesem Studienbrief gehen wir von der These aus, dass es darauf keine absolut gültige Antwort gibt – dass Redigieren aber auch kein voluntaristischer Akt ist. Die einzelnen Kapitel und ihre vielfältigen authentischen Beispiele aus der Welt der Zeitungen und (Fach-)Zeitschriften lassen sich auch als Begründung für diese These lesen. Und als Anregung verstehen, die beachtliche Komplexität des Redigiervorgangs zu durchschauen.

Regeln und Richtlinien gelten stets nur in einem mehr oder weniger engen Kontext und in einer bestimmten Epoche. Das zeigt schon das Beispiel Rechtschreibung: Nach der Reform der Reform ist nur noch wenig wirklich verbindlich, vieles bedarf der Auslegung. Nicht nur bei der Rechtschreibung kommt es also darauf an, welche Regeln sich die Vertreter eines Mediums selbst geben oder gegeben haben und welche Erwartungen der Leser an das Medium haben. Noch heute gibt es Publikationen, die in alter Rechtschreibung erscheinen. Die Reaktionen der Leserschaft – Kaufverhalten, direkte Reaktionen wie Leserbriefe oder Antworten bei Befragungen – geben Aufschluss darüber, ob die Linie passt.

1.4 Die Rechte des Autors

Diese Linie müssen Redakteure verteidigen. Oft genug gegenüber Autoren, die diese Regeln nicht kennen oder nicht kennen wollen. Redakteure hören oft den Vorwurf, sie entschieden selbstherrlich, was richtig und falsch, was gut und was schlecht sei. Das Urheberrecht, auf das sich Autoren berufen können, findet seine Grenzen allerdings im sogenannten Tendenzschutz, den die redaktionelle beziehungsweise die Verlegerseite für sich beanspruchen kann. Je weniger aktuell und damit nachrichtlich orientiert ein Medium ist, desto mehr kommt es freilich auf persönlichen Stil und weitere Besonderheiten des Textes an. Da ist handwerkliches Geschick des Redigierenden ebenso gefragt wie die sogenannten „Soft Skills“, die ihn dazu befähigen, Kritik angemessen zu vermitteln – und einzustecken (s. Kap. 8. und 9.)