

Jugendliche Sprachexperten

Sprachwissenschaftler Jannis K. Androutsopoulos über die Jugendseite der „Berliner Morgenpost“ und anderer deutscher Tageszeitungen

■ Junge Journalisten

Immer mehr Jugendliche bekommen die Chance, für die Jugendseite einer Tageszeitung zu schreiben. Dabei lernen sie das journalistische Handwerk, freunden sich mit dem Medium an und beweisen sich nicht zuletzt als Sprachexperten – denn niemand spricht Jugendliche besser an als ihre Altersgenossen.

Jugendseiten werden allmählich zu einem festen Bestandteil der deutschen Presse. Mittlerweile hat fast jede deutsche Tageszeitung ein spezielles Angebot für Kinder und Jugendliche. Zum einen entstehen sogenannte Projektseiten im Rahmen des medienpädagogischen Projektes „Zeitung in der Schule“; Schulklassen haben dabei die Gelegenheit, einige Wochen lang eine Seite in der lokalen Tageszeitung zu gestalten (siehe TIP 3/92). Zum anderen gibt es Jugendseiten, bei denen eine spezielle Redaktion mit Schülerinnen und Schülern zusammenarbeitet.

Solche Projekte fördern die Leselust Jugendlicher, die in Deutschland eher selten Zeitung lesen, und ihre Bindung an eine „Stammzeitung“. Aber auch für junge Leute, die sich öffentlich ausdrücken oder sogar Journalist werden wollen, hat die Mitarbeit an einer Jugendseite Vorteile: Sie erreichen hier einen viel

größeren Leserkreis als bei einer Schülerzeitung.

■ „BiZ 4U“ - Profil einer Jugendseite

Ein Beispiel für die Jugendseite einer Tageszeitung ist „BiZ 4U“ in der „Berliner Morgenpost“. Sie erscheint seit Januar 1999 in jeder Sonntagsausgabe. Schon der Name „BiZ 4U“ zeigt, dass Jugendliche das Zielpublikum sind: „BiZ“ bedeutet „Berliner illustrierte Zeitung“ („illustriert“ in alter Schreibweise); das Kürzel „4U“ sieht geheimnisvoll aus; es ist ein Sprachspiel mit den englischen Worten „for you“ („für dich“).

„BiZ U4“ wird im wesentlichen von 13- bis 19-jährigen Schülerinnen und Schülern gemacht, die aus verschiedenen Gymnasien und Gesamtschulen Berlins

kommen. Sie besprechen ihre Ideen mit der Redakteurin Uta Keseling, recherchieren die Themen und schreiben die wichtigsten Artikel. Alle „BiZ 4U“-Rubriken wie die „10 Fragen“ an junge Prominente, Kurzmeldungen, Party-Tipps und Comics richten sich an Gleichaltrige. Den Weg zur Jugendseite finden die jungen Journalistinnen und Journalisten über das Projekt „Schüler & Zeitung“, über Freunde, die schon einmal etwas geschrieben haben, oder sie bewerben sich direkt mit ihren Texten. Mit der Zeit hat sich sogar ein fester Kern von jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebildet.

■ Sprachalltag Jugendsprache

Drei Dinge unterscheiden die Jugendseite der Berliner Morgenpost und anderer Blätter von der

Redaktionskonferenz bei der Berliner Morgenpost: Schülerinnen und Schüler sprechen über ihre Jugendseite.



Foto: Dirk von Nayhauf

übrigen Tageszeitung: die bunte und moderne Gestaltung, die ausgewählten Themen und die Art, wie die Jugendlichen angesprochen werden. Schließlich wissen sie am besten, was in ihrer Altersgruppe gerade aktuell („in“) ist, und sie berichten darüber in ihrer Sprache. Das beweist nicht zuletzt die „BiZ 4U“-Kolumne „in & out“, die in jeder Ausgabe von einer anderen Schulklasse zusammengestellt wird. Hier wimmelt es unter anderem vor Marken- und Musikernamen. Viele Erwachsene müssen da passen. Für Jugendliche handelt es sich dagegen um sprachlichen Alltag.

Ein Bericht auf der Jugendseite der Freiburger „Badischen Zeitung“ sorgte für Aufregung: Eine Schülerin beschwerte sich dort in einem Ton über ältere Lehrerinnen und Lehrer, der viele Erwachsene zum Protest veranlasste. Ein Generationskonflikt? Was die erwachsenen Leser „unverschämt, beleidigend und niveaulos“ nannten, ist für Jugendliche oftmals der normale Ton, um eine Sache direkt und kritisch anzusprechen.

■ Zwischen Umgangssprache und Pressejargon

Ein Streifzug durch die Ausgaben der „BiZ 4U“ zeigt: Die Sprache bewegt sich zwischen Presse- und Alltagssprache. Wenn junge Leute in der Zeitung schreiben, ahmen sie schnell die Sprache der Presse nach. Doch immer wieder fließt ihre Umgangssprache in die Artikel hinein. Sie sprechen ihre Leser direkt an („Du

kannst dir nicht vorstellen ...“) und bewerten und verstärken ihre Aussagen (siehe TIP 1/99, Seiten 32–35). Damit passen sie ihre Texte den Erwartungen der jungen Leser an und bauen eine persönliche Beziehung zu ihnen auf.

Ein Beispiel: „Studiobesuch bei DJs“ (siehe Kasten rechts). Hier geht es um Musik, eines der Lieblingsthemen Jugendlicher. Der 16-jährige Reporter Janis Vahl diek berichtet über das Studio von zwei Disc-Jockeys (DJs) und lässt sie über ihre Pläne sprechen. Natürlich beherrscht er die Fachbegriffe von Musikinstrumenten (Keyboards); er nennt Markennamen („Atari“) und spricht von den Musiksendern „MTV“ und „Viva“.

Der Autor benutzt aus unterschiedlichen Gründen umgangssprachliche Ausdrücke: Er benennt Dinge aus dem Musikbereich („Scheiben“, „Mucke“), beschreibt anschaulich eigene Handlungen oder Zustände („schnorcheln“, „rumstehen“) und spricht Lob aus („das Allerschärfste“). Seine Bewunderung über das Studio drückt er nicht nur sprachlich aus („echt imposant“), sondern durch ein Ausrufezeichen in Klammern. Es bedeutet: Ja, wirklich!

Schließlich beginnt der Bericht erstatter einen Dialog mit sich selbst und seinen Lesern. Dabei kommt es zu einer Mischung von Schrift- und Umgangssprache: Was im Text verkürzt und verschlüsselt aussieht, ist in Wirklichkeit ein Stück normaler mündlicher Kommunikation, wie sie unter thematisch kundigen Jugendlichen geführt wird.

Die Partikel der gesprochenen Sprache „naja“ und „hmm“ verleihen dem Text zudem einen spontanen, originellen Ton.

Studiobesuch bei DJs¹

Um zu gucken, wie professionell Scheiben² gemixt werden, haben wir mal bei den Matrix-DJs Jay Ray und DJ Scout im Studio geschnorchelt³. Echt imposant, was da rumsteht: Acht (!) Keyboards, zwei Mischpulte, drei Effektgeräte und ein Atari⁴. Das Allerschärfste: Ein Stimmenverzerrer, mit dem man sich entweder anhört wie Micky Maus oder wie gerade der Gruft entfleucht.⁵ (...) Aber lässt sich denn mit der Techno-Mucke⁶ Geld verdienen? DJ Scout grinst: „Naja. Geht so. Aber wir machen Musik nicht, um die fette Kohle⁷ zu verdienen. Wir wollen uns einfach ausleben“, sagt er und DJ Ray nickt bestätigend. „Denn wenn du nur noch den Verkauf komponierst, dann bockt⁸ sich das dann irgendwann nicht mehr.“ Aha, aber vielleicht ja doch? Viva und MTV? Hmm, lecker, lecker ... naja, da hilft wohl nur eins: Ran an den Speck⁹ und ausprobieren - und dann nix wie ab in die Charts¹⁰!

Wörterklärungen:

- 1 der DJ – der Disc-Jockey, Plattenaufleger (Mehrzahl: DJs)
- 2 die Scheibe – die Schallplatte
- 3 schnorcheln – sich umschaun
- 4 Atari (Markenname) – spezieller Computer für die Musikproduktion
- 5 der Gruft entfleucht – aus dem Grab geflohen
- 6 die Techno-Mucke – elektronische Tanz-Musik
- 7 die Kohle – das Geld
- 8 es bockt sich – es lohnt sich, es macht Spaß
- 9 ran an den Speck – Los! An die Arbeit!
- 10 die Charts – die Hitliste