



Blog-Texte strukturieren

3

Ist der Blog geplant, können Sie mit den ersten Texten beginnen. Und Sie ahnen es schon: Auch die wollen zuerst geplant werden. Bevor Sie mit ihrem neuen Blog an die Öffentlichkeit gehen, sollten Sie wenigstens ein Dutzend Texte fertig haben. Bei meinen ersten Blog-Gehversuchen musste ich deshalb bereits als Teil meines Vorschlags Ideen für mögliche Texte mitliefern. Auch wenn Sie alleine bloggen, schreiben Sie sich für alle Texte Pitches auf, also kurze Vorschläge, mit denen Sie bewerten, ob Ihre Idee auch tatsächlich in einem Blogbeitrag münden sollte. Wann immer jemand einen neuen Blog für das Eurac-Netzwerk vorschlägt, durchlaufen wir mit den neuen Bloggern das gesamte Planungsspiel, und am Ende liefern sie uns auch schon Vorschläge für das erste Dutzend Texte. Für die Pitches dagegen haben wir für jeden Blog eine eigene Gruppe in unserem sozialen Firmennetzwerk, in denen neue Autoren Texte vorschlagen. Sie beantwortendabeifolgendeFragen:

1. Worum geht es in dem Text? Wie lautet Ihre „Take-home“-Message?
2. Warum sollten die Leser gerade jetzt darüber Bescheid wissen?
3. Was für eine Textsorte peilen Sie an? (Meinungsbeitrag, Erklärstück, Bericht)
4. Wie lange soll der Text werden?
5. Gibt es Multimedia-Material dazu (Bilder, Videos)?
6. Wie wollen Sie ihn strukturieren?

Die vielleicht unwichtigste Frage ist die nach der Textlänge. Gerade online gibt es dazu einiges an Spielraum, aber nur dann, wenn die Geschichte gut ist. Die erste wirklich wichtige Frage steht an oberster Stelle zielt auf die Prämisse des Textes ab. Jeder gute Text hat eine Quintessenz, die dem Publikum nach dem Lesen noch in Erinnerung bleiben soll. Bühnenautor Lajos Egri hat diese Quintessenz,

die er „These“ nennt, für viele Stücke aus der Literatur untersucht und dabei ein gemeinsames Strukturmuster festgestellt. Meisten lässt sich die Prämisse als dreigeteiltes Konstrukt „A führt zu B“ formulieren. In „Romeo und Julia“ etwa fand Egri, lautet die Prämisse „Der Tod besiegt die Liebe“ (was wörtlich genommen zwar nicht stimmt, weil ohnehin beide sterben, aber lassen wir der Romantik kurz ihren Raum). Die Prämisse ist gleichzeitig der rote Faden, der Ihren Text zusammenhält. Sie ist das vielleicht wichtigste Strukturwerkzeug, weil sie Ihnen bei der Auswahl hilft, welche Informationen und Szenen in den Text dürfen und welche rausfliegen. Wenn Sie können, finden Sie die Prämisse zuerst heraus. Falls das nicht möglich ist, ist das auch nicht so schlimm. Notfalls kristallisiert sie sich im Laufe des Schreibens, spätestens aber am Ende heraus. Ein Tipp: Wenn Ihr Text von einem Argument zum nächsten mäandert und anscheinend zusammenhanglos Fakten aufzählt, wenn sich Freunde nachdem Probelesen fragen: „Na und“: In dem Fall fehlt dem Text wahrscheinlich der rote Faden. Im Prinzip verhält sich Ihre These genau wie eine wissenschaftliche Hypothese. Ich habe darüber ausführlicher in meinen Büchern „Journalistische Praxis: Science Storytelling“ und „Telling Science Stories“ geschrieben. Dort finden Sie auch Übungen dazu. In diesem Kapitel sehen wir uns primär einige Geschichtenstrukturen an, die für Online-Artikel besonders geeignet sind.

Starten wir mit dem Klassiker, der umgekehrten Pyramide.

Zeitungsmeldungen sind historischerweise so aufgebaut, dass die wichtigsten Informationen zuerst kommen. Sie müssen mithilfe des stilistischen Prinzips der journalistischen ABCs (accuracy, brevity, clarity) aufgebaut sein, zu Deutsch etwa: korrekt, kurz und klar. Ich will es hier „3 K-Prinzip“ nennen. Das klingt einfacher als es ist, gerade in der Wissenschaft. Wir werden dieses Prinzip im nächsten Kapitel noch genauer unter die Lupe nehmen. Die umgekehrte Pyramide beantwortet die journalistischen Fragen mit wenigen Ausnahmen bereits in den ersten ein, zwei Absätzen des Textes. Bei Technik- und Wissenschaftsmeldungen stecken im ersten Absatz das Forschungsergebnis, das Problem dahinter, die Forschergruppe oder das Unternehmen. Der erste Absatz beantwortet auch meistens die Frage, was das Neue an den Ergebnissen ist. Größenordnung spielt dabei auch eine Rolle. Wenn diese Ergebnisse die ersten, wichtigsten, größten ihrer Art sind, findet das in aller Regel schon zu Beginn Erwähnung. Dieser erste Part zielt ganz klar auf den Nachrichtenwert ab. Das ist der gewichtigste und oberste Teil. Im zweiten Teil folgen Details. In Wissenschaftsmeldungen kommt hier häufig das „Wie“ vor, mit Einblicken in die Methodologie der Forscher. Sind Experimente Teil der Studie, werden sie hier beschrieben. Sind diese komplex, sollten Sie Metaphern, Analogien und Gleichnisse einsetzen, um die Forschung