

Bissig, bunt und vielseitig

Ein Blick in Schülerzeitungen im Kreis Ahrweiler

Christian Weitz

Das der langjährige Chef der ARD-„tagesthemmen“ Ulrich Wickert seine ersten journalistischen Erfahrungen ausgerechnet als Mitglied einer Schülerzeitung machte, dürfte wohl den meisten unbekannt sein, „adelt“ aber auf der anderen Seite die Arbeit und den Einsatz journalistisch interessierter und engagierter Schülerinnen und Schüler. Und das in einer Zeit, in der – wie jüngst in der Wochenzeitschrift „Die Zeit“ (Aug./Sep. 2008) – über eine unkritische und angepasste Jugend 2008 lamentiert wird. Für Wickert sind Schülerzeitungen sogar ein unverzichtbares Medium der Meinungsfreiheit und der politischen Sozialisation junger Menschen, nachzulesen unter www.schuelerzeitung.de. Große Worte der Anerkennung für ein Medium, das eigentlich nur im schulischen Umfeld genutzt, d.h. gelesen wird.

Meinungsforum von Schülern für Schüler

Daher zunächst der Versuch einer *Begriffsbestimmung*: Eine Schülerzeitung – so hat es eine ehemalige Chefredakteurin vom Calvarienberg

einmal auf den Punkt gebracht – ist ein Meinungsforum von Schülern für Schüler. Gemeinhin denkt man dabei an mehr schlecht als recht kopierte, kleinteilige Ausgaben, die vom Themenspektrum häufig politisch recht einseitig (v.a. links) orientiert waren, manch denkwürdigen oder witzigen Lehrerspruch wiedergaben und für einen geringen Betrag erstanden wurden. Und heute? Die Schülerzeitung fühlt sich rein äußerlich professioneller an. Die modernen Layout-Programme haben Spuren hinterlassen. Statt 50 Pfennig kosten die Ausgaben zwischen 50 Cent und 1 €. Außerdem hat die Schülerzeitung Konkurrenz bekommen. Sie muss sich beispielsweise auf dem Calvarienberg neben dem gedruckten Jahrbuch und dem wohl am meisten genutzten Medium, der jeweiligen Schul-homepage behaupten. Letztere wird im Übrigen auf dem Calvarienberg redaktionell von Lehrern betreut. Das Geheimnis des Erfolgs von Schülerzeitungen liegt also woanders. Es sind die Inhalte, die bei den Adressaten nach wie vor große Akzeptanz finden. Das angesprochene Themenspektrum ist weitaus größer als der unmittelbare

Schulhorizont. Im Vergleich zu früher ergeben sich natürlich Veränderungen, die Ausrichtung ist nicht a-politisch, aber weniger parteipolitisch geworden, vielleicht auch, weil sich die heutige Welt komplexer darstellt als bis 1989/90. Über Krieg und Frieden nach dem für Jugendliche so markanten 11.9.2001 wird intensiv nachgedacht; im Vorfeld der Wahlen von 2005 die politische Landschaft in Deutschland kritisch inspiziert; nach Emsdetten über Gewalt auch im eigenen schulischen Umfeld (Busfahrten) diskutiert; Sport im Spannungsverhältnis von (manipulierten und erwarteten) Höchstleistungen und Menschenrechten (nicht nur in China 2008) erörtert; eher leise über Sexualität und Aids geschrieben oder jüngst die Umwelt- und Klimaschutzfrage aufgegriffen, um nur einige Beispiele aus der Schülerzeitung des Gymnasiums Calvarienberg zu nennen. Breiten Raum nimmt auch die Jugendkultur ein. Musik, Medien und Unterhaltung werden vielfältig aufbereitet. Weiteren Stoff liefert der Schulalltag, der sich auch für Schüler nicht auf reinen Wissens- oder Sport reduziert, im Gegenteil: Schülertheater, Big-band-Auftritte, Orchesterklänge, Kunstwelten, Ausstellungsbesuche; AG-Besuche und naturwissenschaftliche Experimentierlust; Aufbrüche, Austausch, Entdeckungen und Exkursionen nach Deutschland, Europa und die weite (zumeist anglo-amerikanische) Welt; kreative Schreibwelten (nicht selten auch in Fremd-

sprachen), Sportwettkämpfe, Literatur- und Kinoempfehlungen, ohne die unverzichtbaren Variationen von Lehrerinterviews zu vergessen, all das findet seinen Platz in den jeweiligen Ressorts der Schülerzeitungen. Dabei wird mehr als deutlich: Die kritische Aneignung und Auseinandersetzung mit der Gegenwart, die Meinungsbildung steht im Mittelpunkt der Zeitungsredaktionen. Hinzu kommt als Markenzeichen gewissermaßen die jugendliche Lust am sprachlichen Aufbereiten, Präsentieren oder gar Provozieren. Dass man den Dingen auf den Grund gehen will, lässt sich schon an den Namen der Zeitungen ablesen. „Calvarienberg underground“ heißt etwa die Zeitung des Gymnasiums Calvarienberg, die schon seit den 80er Jahren besteht. Auf eine noch längere Tradition kann das Peter-Joerres-Gymnasium zurückblicken, wo zunächst die „Blechtrommel“ für Wirbel sorgte und nach weiteren Namenswechseln seit 1979 mit dem „Fragezeichen“ ein besonderes Schriftzeichen zur Chiffre des schulischen Journalismus geworden ist. Die Schülerzeitung des Are-Gymnasiums trägt den programmatischen Namen „Fanfare“, die des privaten Gymnasiums auf der Insel Nonnenwerth heißt „Litfaßsäule“.

Redaktionsarbeit

Wie muss man sich die schulische Redaktionsarbeit vorstellen? Getragen wird die Arbeit von



Auf dem Schulhof des Gymnasiums Calvarienberg: Die Schülerzeitung „Calvarienberg underground“ erfreut sich großer Beliebtheit und bietet reichlich Diskussionsstoff.

einem festen Mitarbeiterstamm, der meistens aus Schülerinnen und Schüler aller Stufen besteht. Sie alle eint, dass sie sich in ihr schulisches Umfeld schreibend „einmischen“ wollen und all das thematisieren, was ihnen auf den Nägeln brennt. Die Chefredakteure sind ältere Schülerinnen und Schüler, die aufgrund ihrer Erfahrung, mehr noch aber wegen ihrer Persönlichkeit anerkannt sind. Dazu stoßen dann meist eine Handvoll freier Mitarbeiter, die von den Redaktionsmitgliedern gezielt angesprochen werden. Wünschenswert wäre sicherlich noch eine viel breitere Basis und Unterstützung von Mitschülern und auch von Kollegen, die Unterrichtsbeiträge thematisch gezielt einbringen könnten, damit sich ein echter und kritischer Meinungsaustausch ergäbe. Hinzu kommt als weitere Schwierigkeit die große Fluktuation innerhalb der Redaktion, hervorgerufen durch Abitur, Auslandsaufenthalte oder der verständlichen Lust, auch in anderen AGs mitzuarbeiten. So bleibt die Zusammenstellung einer funktionierenden Redaktion ein mühsames, aber notwendiges Unterfangen, dessen Koordination auch in den Händen der beratenden Lehrkräfte liegt, die übrigens *nicht* Mitglied der Redaktion sind. Diese sind gerade zu Schuljahresbeginn aufgefordert, Mitarbeiter anzuwerben und die nötigen Freiräume für ein kreatives Arbeiten innerhalb der Schule zu schaffen. In der Regel finden die Redaktions-sitzungen wöchentlich teil. Zu dem gewünschten Anforderungsprofil für einen Schülerzeitungsredakteur gehört außer der schon genannten allgemeinen Neugier eine journalistische Ader. Darüber hinaus bedarf es aber in unserem medial geprägten Umfeld besonderer EDV-Spezialisten, die sich akribisch-kreativ um das Layout kümmern. Doch das hat seinen Preis und will finanziert werden.

Herstellung

Der Weg bis zur fertigen Ausgabe ist ein langer Prozess. Es sind meistens zwei Ausgaben pro Schuljahr, die im DIN A4-Format zusammengestellt werden. Sind erst einmal ein Redaktionsteam gefunden und die internen Rollen in der Redaktion verteilt, beginnt die eigentliche inhaltliche Arbeit. Es wird nach einem Hauptthe-

ma gesucht, das nicht selten durch die tagespolitische Aktualität mitbestimmt wird. Dann gilt es dieses aus verschiedenen Seiten auf Schüler-niveau „herunterzubrechen“, nach Möglichkeit unter Berücksichtigung verschiedener Darstellungsformen. Das können informierende Formen wie Berichte und Reportagen oder Interviews mit „Experten“ sein. Das eigentliche Markenzeichen auch einer Schülerzeitung sind aber sicherlich die Leitartikel, Kommentare oder gar Glossen. Bei der Informationsrecherche ist die Befragung von Experten, die am besten noch vor Ort aufgesucht werden, viel spannender als der Blick ins Lexikon. Dass nicht jede Anfrage erfolgreich ist, nicht jede Auskunft seriös, muss ebenso in Betracht gezogen werden. Schließlich soll aber nicht nur der Inhalt, sondern auch die Form, die Verpackung stimmen. Gerade für künstlerisch begabte Schüler bieten sich hier gute Einsatzmöglichkeiten zur Illustration. Ein weiterer Schwerpunkt ist die mediale Umsetzung und die Gestaltung des Layout. Kein Vergleich mehr mit früheren Zeitungen, die noch von Hand getippt und mit Schere und Kleber zusammengestellt wurden. Aber Perfektion braucht seine Zeit und verlangt große EDV-Qualitäten, die nicht selten zu Hause erbracht werden. Bevor die Zeitung in den Druck geht, muss aber auch noch die Finanzierung geklärt werden. Allein über den Verkauf ist das wegen der Herstellungskosten nicht mehr zu leisten. Zur Kostendeckung braucht man Anzeigen und verlässliche Sponsoren. Je nach Anteil der Anzeigen liegt dann der eigentliche Verkaufspreis bei einer Auflage von 400 Zeitungen zwischen 50 Cent und 1 €. Umso größer ist bei den Verantwortlichen die Erleichterung, wenn man wieder eine neue Ausgabe in Händen hält und diese dann den Mitschülern oder auch Eltern verkaufen darf.

Ohne Übertreibung dürfen Schülerzeitungen als wichtiges Medium der Meinungsbildung und Selbstdarstellung von Schülern angesehen werden. Wenn man will, lassen sie sich durchaus als Gradmesser für das politische Bewusstsein der Schülerschaft und die so oft zitierte Schulkultur heranziehen. Überdies leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Realisierung der curricularen Erziehungs- und Bildungsziele.