

12. ZEITUNGSÜBERSCHRIFTEN

12.1 BEGRIFFSBESTIMMUNG

„Was man als Leser von Überschrift und Vorspann hat, erfährt man besonders eindrücklich, wenn sie fehlen.“ (BLUM/BUCHER 1998:30)



Unter dem Begriff „Überschrift“ verstehen wir den Bestandteil eines Zeitungsartikels, der sich über dem eigentlichen Text befindet und sich von ihm typographisch deutlich unterscheidet. Die Überschrift kann aus einem einzigen Wort oder auch mehreren Sätzen bestehen, sie kann ein-, zwei-, oder dreiteilig sein, das heißt aus einer Hauptzeile, einer Dachzeile und einer Unterzeile bestehen.

- **Hauptzeile, Dachzeile, Unterzeile**

Die Dachzeile steht über der Hauptzeile und hat, gleich wie auch die Unterzeile die Funktion, die Hauptzeile zu ergänzen. Falls der Titel nur aus einer Hauptzeile besteht, enthält sie eine sachliche Information. In Kombination mit einer oder den beiden anderen Zeilen beinhalten diese die sachliche Information und in der Hauptzeile stehen eher Schlagworte, die auf den Artikel aufmerksam machen.

- **Zwischentitel**

Es sind Überschriften mitten in einem Artikel. Sie sind nicht nur optische Auflockerungen für Langtexte. Untersuchungen haben gezeigt, dass Leser Zwischentitel als Seiteneinstiege für längere Beiträge nutzen. Es sind meistens Zitate aus dem Text.



12.2 FUNKTIONEN

Die Überschrift stellt eine selbstständige Informationseinheit dar, trotzdem ist sie von ihrem Zeitungstext abhängig. In einer Zeitung hat sie mehrere Funktionen. Sie soll:

1. den Leser zum Einstieg in die Zeitungsseite motivieren, seine Aufmerksamkeit wecken,
2. einer besseren Orientierung auf der Zeitungsseite dienen,
3. das Thema des Zeitungsartikels formulieren,
4. den Inhalt zusammenfassen,
5. die interessanten Aspekte des Beitrags hervorheben,
6. für ihren Artikel werben,
7. dem Leser signalisieren, welche Darstellungsform ihn erwartet.

„Erst Überschrift und Vorspann ermöglichen das selektive Lesen. [...] Und außerdem: Überschrift und Vorspann werden durchschnittlich noch doppelt so häufig gelesen wie die Grundtexte.“ (BLUM/BUCHER 1998:30)

Vor allem die Überschriften auf der Titelseite sollen den Leser zum Kauf der Zeitung überzeugen.