
Die Nachrichtenauswahl

von Dietz Schwiesau

Zusammenfassung

Ein Ereignis wird zur Nachricht, wenn es einen Nachrichtenwert hat. Der Nachrichtenwert, die Aktualität, wird bestimmt vom Neuigkeitswert und vom Informationswert. Beim Informationswert lassen sich drei Werte unterscheiden: Wissen und Orientierung, direkter Nutzen und Stoff für Gespräche und Unterhaltung.

Damit hatte die „Augsburger Allgemeine“ nicht gerechnet. Sie druckte eine Polizeimeldung aus Pfaffenhofen und sorgte damit für Aufsehen, und zwar in ganz Deutschland:

Unbekannter reißt Zweige von Strauch ab. An einem Strauch in der Schulstraße in Pfaffenhofen sind mehrere Zweige abgerissen und mitgenommen worden. Der Täter ist unbekannt. Die Polizei bittet um Hinweise.

Die Nachricht verbreitete sich schnell im Internet und löste Heiterkeit aus: Dieser Vorgang, so hieß es, sei ein Fall für die „Zweig“-Stelle der Polizei. Beim „Strauch“-Dieb handle es sich offenbar um denjenigen, der in China immer die Reissäcke umwerfe. Verärgert reagierte das Ehepaar, dem der Strauch gehört. Jeder Mensch habe Dinge, die ihm wichtig seien. Es gebe keinen Grund, das ins Lächerliche zu ziehen.

Unbekannter reißt Zweige von Strauch ab. Eine Information der Polizei, die es wert war, gedruckt zu werden? Sicher nicht. Wer war davon betroffen? Nur das Rentner-Ehepaar. Und selbst für die Rentner war die Information nicht einmal eine

Neuigkeit. Allerdings sorgte die Meldung im Internet für Gesprächsstoff – unfreiwillig und nur deshalb, weil die Polizeimeldung keine Nachricht war, sondern eine Nichtigkeit.

A c h t u n g Redaktionen: Die angekündigte Meldung zur Entscheidung des Bundessozialgerichts über die Erstattung der Kosten für digitale Hörgeräte durch die Rentenversicherung entfällt mangels Nachrichtenwert. (AP)

Der Nachrichtenwert der Ereignisse

Was macht ein Ereignis zur Nachricht? Warum ist manche Neuigkeit nur eine Nichtigkeit? Wann wird aus einer Neuigkeit eine Nachricht, also eine Information für die Öffentlichkeit? Wie erkennt man, welche Ereignisse einen Informationswert haben? Und wer entscheidet, warum aus Millionen möglicher Nachrichtenthemen täglich nur wenige ausgewählt werden und an das Auge oder Ohr des Publikums gelangen?

Nachrichtenauswahl ist mehr als die Auswahl von Nachrichten. Denn wer Nachrichten auswählt, bewertet Ereignisse, die den Nachrichten zugrunde liegen. Das weiß jeder Journalist, der bei einer Nachrichtenagentur oder bei einer Lokalzeitung arbeitet. Er kann nicht aus einem reichhaltigen Nachrichtenangebot auswählen. Er muss entscheiden, ob ein *Ereignis* für die Öffentlichkeit wichtig oder interessant ist. Dann schreibt er darüber eine Nachricht – oder nicht. Das gilt auch für die Nachrichtenredakteure, die am Computer sitzen und von vielen Ereignissen erst aus zweiter Hand erfahren. Formal wählen sie zwar Nachrichten aus. Im Kern entscheiden aber auch sie, ob sie über ein Ereignis informieren wollen – oder nicht.

Ein Ereignis muss einen Nachrichtenwert haben, um zur Nachricht zu werden. Sonst ist es eine Nichtigkeit und für die Öffentlichkeit bedeutungslos. Der Rang, der Wert eines Ereignisses überträgt sich auf die Nachricht und bestimmt auch ihren Wert. Dieser Nachrichtenwert setzt sich aus zwei Faktoren zusammen: aus dem *Neuigkeitswert* und aus dem *Informationswert*.

Nachrichtenforschung

„Mr. Gates“ war Fernschreibredakteur bei einer Zeitung in den USA. Er wählte täglich Nachrichten aus dem Agenturmaterial aus. 1949 untersuchte der Wissenschaftler David Manning White eine Woche lang, warum „Mr. Gates“ bestimmte Nachrichten ins Blatt nimmt und andere nicht. White nannte seine Studie „The Gate Keeper“ und gab damit einer Forschungsrichtung den Namen. Im Zentrum steht der Nachrichtenjournalist, der möglichst neutrale Torwächter. Dagegen beschäftigt sich die *Nachrichtenwert-Forschung* stärker mit dem „news value“, also mit dem Nachrichtenwert von Ereignissen. Diesen Ansatz verfolgt auch dieses Buch.

Der Neuigkeitswert

Eine Nachricht ist nur dann eine Nachricht, wenn sie über neue, unbekannte Ereignisse berichtet. Sonst ist sie ein „altes Eisen“. Eine Nachricht muss einen Neuigkeitswert haben. Das ist das entscheidende Auswahlkriterium.

„Neue Sachen sind und bleiben angenehm: was aber bey voriger Welt vorgangen/gehöret ins alte Eisen/und ersättigt das Lüsterne Gemüt nicht. Je neuer und unverhoffter Zeitungen einlangen, je willkommener sie auch seyn.“ Kaspar Stieler, Zeitungs Lust und Nutz (1695)

Neu – das bedeutete ursprünglich auch *frisch, jung* oder *gerade erst entstanden*. Dass es sich um frische Ware handelt, kann der Journalist in bestimmten Fällen deutlich machen. Mit genauen Zeitangaben, die die Aktualität unterstreichen:

Soeben erreicht uns diese Meldung . . .

Das gab die Einsatzleitung *vor wenigen Minuten* bekannt . . .

Das teilte der Verhandlungsführer *heute morgen* mit.

Das Wort gestern mögen Nachrichtenredakteure nicht. Gestern – das klingt alt und abgestanden. Aber es gibt Möglichkeiten, das Problem elegant zu lösen.

Bei einem Überfall auf eine Sparkasse in Konstanz haben Einbrecher mehr als eine Million Euro erbeutet. Das teilte die Polizei *vor wenigen Minuten* mit. Der Überfall ereignete sich bereits *gestern Abend*, wurde aber *erst heute* bekannt.

Transparenz als Mittel der Aktualisierung. Aber bei Zeitangaben niemals trick-sen!

Neuigkeitswert – das bedeutet, dass Nachrichten auch über *Neues* berichten sollten. Doch oft sind sie Mogelpackungen. Motto: Nichts passiert! Wir informieren trotzdem:

- Im Entführungsfall der beiden Deutschen im Jemen gibt es noch immer nichts Neues.
- Die Lage im Gazastreifen *bleibt* dramatisch.
- In Kiew herrscht gespannte Ruhe.
- Im Streit um Online-Untersuchungen findet die Koalition *weiterhin keine Lösung*.
- Zwei Tage nach der Wahl in Kroatien ist *immer noch unklar*, wer künftig regiert.
- Der CSU-Generalsekretär hat sich *erneut* dafür ausgesprochen ...

Der Informationswert

Nachrichten informieren nicht über *irgendwelche* neuen Ereignisse. In jeder Sekunde passiert unendlich viel Neues, das meist bedeutungslos ist. Das ist der viel-zitierte Reissack, der gerade in China umfällt. Die „Frankfurter Rundschau“ hat das auf die Schippe genommen.

In der chinesischen Stadt Luzhou ist ein Sack Reis umgefallen. Wie die Nachrichtenagentur Xinhua unter Berufung auf Parteikreise berichtet, neigte sich das 20-Kilo-Gebinde zunächst fast unmerklich, um dann plump umzukippen. Gefahr für die Bevölkerung bestand

nach offiziellen Angaben zu keiner Zeit. „Wir haben schon lange mit einer solchen Situation gerechnet und waren gut vorbereitet“, sagte der Vize-Direktor der Lebensmittelbehörde, Sheng Fui.

Ein Ereignis, über das die Nachricht berichtet, muss eine Bedeutung für das Publikum haben. Das ist der Informationswert, der Wert für den Nutzer.

Wir unterscheiden drei Informationswerte. Im Kapitel „Faszination Nachrichten“ ist beschrieben worden: Wer Nachrichten konsumiert, hat dafür mehrere Gründe. Leser, Hörer und Zuschauer wollen:

- Mehr wissen und sich orientieren: Ist meine Nah-Welt noch in Ordnung? Wo drohen Konflikte? Sie wollen wissen, ob etwas Wichtiges passiert ist – und ob sie selbst davon betroffen sind. Sie wollen sich ein Urteil bilden. Nachrichten informieren über Ereignisse, die einen *Wissens- und Orientierungswert* haben.
- Erfahren, ob es Neuigkeiten gibt, die ihnen nutzen oder sie vor Schaden bewahren. Nachrichten informieren über Ereignisse mit *Gebrauchswert*.
- Mitreden können, Gesprächsstoff haben. Sie wollen sich unterhalten lassen, mitfühlen. Nachrichten informieren über Ereignisse mit *Gesprächs- und Unterhaltungswert*.

Wenn ein Ereignis einen Nachrichtenwert hat, kann man auch sagen, es ist *aktuell*. Im Journalismus spielt der Begriff *Aktualität* eine herausragende Rolle. Aktuell bedeutet *zur rechten Zeit, im augenblicklichen Interesse liegend*. Für die Nachrichten heißt das: Eine Meldung über ein wichtiges Ereignis, das dem Publikum schon längst bekannt ist, hat ihren Wert verloren. Sie ist veraltet und nicht mehr aktuell.

Der Nachrichtenwert

Ereignisse haben einen Nachrichtenwert, wenn sie für Leser, Hörer und Zuschauer einen Neuigkeitswert und einen Informationswert besitzen. Dabei unterscheiden wir drei Informationswerte:

1. den Wissens- und Orientierungswert,
2. den Gebrauchswert,
3. den Unterhaltungs- und Gesprächswert.

Ereignisse, die einen Neuigkeitswert und Informationswert haben, sind aktuell.

In den meisten Ereignissen verbinden sich Wissens- und Orientierungswert, Gebrauchswert und Gesprächswert, allerdings in unterschiedlicher Gewichtung. Ein Beispiel:

Die Gewerkschaft Verdi hat Warnstreiks im Öffentlichen Dienst angekündigt. Die Aktionen sollen morgen früh den öffentlichen Nahverkehr lahm legen. Die Gewerkschaft fordert fünf Prozent mehr Lohn und Gehalt. Die Arbeitgeber wollen eine Nullrunde.

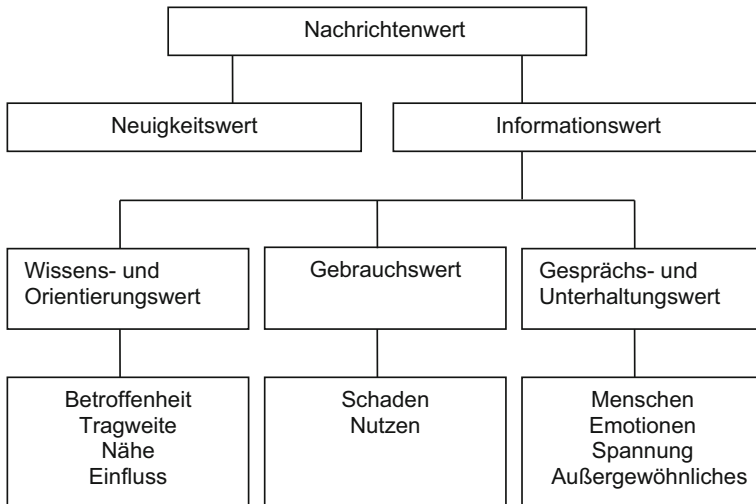
- **Wissens- und Orientierungswert.** Die Staatsdiener wollen mehr Geld! Wohin führt das? Bin ich davon irgendwie betroffen? Steigen dann die Gebühren? Muss der Staat weitere Stellen abbauen?
- **Gebrauchswert.** Wie komme ich morgen zur Arbeit? Sollte ich mit dem Auto fahren? Morgen früh das Radio einschalten oder ins Netz schauen, ob es auch hier Warnstreiks gibt.
- **Gesprächs- und Unterhaltungswert.** Was verdienen die Mitarbeiter im Öffentlichen Dienst und was verdiene ich? Fünf Prozent – eine unverschämte Forderung? Ob die Kollegin schon gehört hat, dass vielleicht gestreikt wird? Anrufen!

Wie erkennt nun der Redakteur, welche Ereignisse einen Informationswert haben – und wie groß dieser Wert ist? Um diese Frage beantworten zu können, haben Nachrichtenforscher analysiert, welche *Merkmale* oder Eigenschaften die Ereignisse haben. Nur wenn die Ereignisse bestimmte Merkmale aufweisen, besitzen sie einen Wissens- und Orientierungswert, einen Gebrauchswert oder einen Gesprächs- und Unterhaltungswert.

Die zehn wichtigsten Merkmale von Ereignissen sind: *Betroffenheit, Tragweite, Nähe, Einfluss, Nutzen, Schaden, Menschen, Emotionen, Spannung, Außergewöhnliches.* Einige dieser Merkmale sind mehr den Nachrichten mit Wissens- und

Orientierungswert zugeordnet, andere mehr den Nachrichten mit Gebrauchs- und Gesprächswert. Jedes Ereignis ist aber immer durch mehrere Eigenschaften gleichzeitig gekennzeichnet. Wenn sich zwei Regierungschefs in die Haare geraten, ist das ein spannender Konflikt, der nicht nur die beiden Politiker betrifft, sondern Millionen Menschen, die Konsequenzen befürchten und deshalb gebannt auf den Ausgang warten.

Die Nachrichtenfaktoren können grafisch dargestellt werden:



Der Wissens- und Orientierungswert

Welche Merkmale haben Ereignisse, über die sich Leser, Hörer oder Zuschauer informieren wollen, um sich zu orientieren, um Bescheid zu wissen und sich eine eigene Meinung zu bilden?

- **Betroffenheit:** Wie viele Menschen sind von einem Ereignis betroffen, jetzt oder vielleicht in Zukunft? Eine Frage, die bei der Auswahl eine herausragende Rolle spielt. Geht das mein Publikum insgesamt etwas an, nur eine Minderheit oder eigentlich keinen? Wenn ein Sturm Richtung Schleswig-Holstein heranzieht, könnte das *alle* Einwohner betreffen. Wenn sich aber die Rassegeflügelzüchter Schleswig-Holsteins organisieren, betrifft das *nur* die Freunde der

Hühnerzucht. Wenn sich der Bundestag mit der Reform der Privaten Krankenversicherung beschäftigt oder mit der Mehrwertsteuer für Hunde- und Katzenfutter, sind das für *vielen* Menschen wichtige Vorgänge. Wenn aber ein neues Gesetz zum Kündigungsschutz beschlossen wird, betrifft das fast *alle*.

- **Tragweite:** Welches Ausmaß hat das Ereignis? Bleibt es folgenlos oder hat es vielleicht weiter reichende *Konsequenzen*? Russland und die Ukraine streiten über Erdgaslieferungen. Was passiert, wenn Russland den Hahn zudreht? Ist dann auch Deutschland betroffen? Bleibt im Winter meine Heizung kalt? Der Euro ist auf Talfahrt. Welche Folgen hat das für mich? Das IT-System des Bundestages wird von Hackern angegriffen. Ist die Sicherheit des Landes bedroht?
- **Nähe.** Dieser Begriff hat eine doppelte Bedeutung. *Räumliche Nähe:* Hat das Ereignis vor der Haustür oder in einem fernen Land stattgefunden? *Emotionale Nähe:* Berührt das Ereignis das Publikum? Verschüttete Bergarbeiter in Chile gerettet. 70 Kinder bei Zugunglück in Sibirien ums Leben gekommen. Siamesische Zwillinge in Indonesien getrennt. Diese Ereignisse erregen weltweit Anteilnahme, auch bei uns.
- **Einfluss:** Wenn jemand eine wichtige Position hat, dann wächst mit seinem Rang das Gewicht seiner Worte (*Eliteperson*). Das „Nein!“ der Bundeskanzlerin hat mehr Gewicht als die Nörgelei des stellvertretenden Fraktionschefs. Und Ereignisse in den USA werden eher beachtet als Ereignisse in Tuvalu (*Elitenation*).

Langsamer Journalismus

Ist das nicht ein Widerspruch in sich? Nein, zumindest nicht für das britische Magazin „Delayed Gratification“. In dem Heft geht es um Ereignisse, die mindestens drei Monate zurück liegen. Der Leser soll erfahren, was daraus geworden ist. Mordanschlag auf die Satirezeitschrift „Charlie Hebdo“ – was machen die verbliebenen Redakteure? Belagerung der irakischen Stadt Kobani durch den „Islamischen Staat“ – wie sieht es dort heute aus? Portugal fast zahlungsunfähig – haben sich die Staatsfinanzen erholt?

Der Gebrauchswert

Ereignisse können Menschen nutzen oder schaden. Nachrichten über solche Ereignisse sind klassische Nachrichten zum „Darnach richten“. Für Meldungen mit

Nutzwert haben bereits die ersten Zeitungsleser viel Geld ausgegeben. So warb 1730 der „Wöchentliche Anzeiger“ in Dresden in seinem Zeitungskopf damit, alles zu melden, „was im gemeinen Leben zu wissen nöthig und nützlich ist“. Auf diese *News to Use* legen heute die meisten Medien großen Wert:

- **Nutzen:** Gerichtsurteile, zum Beispiel: Wie lange ist eine Weihnachtsfeier Dienst? Neues Unternehmen sucht Arbeitskräfte. Börse. Neuer Fördertopf für den Mittelstand. Vollsperrung der Autobahn. Stromabschaltungen.
- **Schaden.** Warnung vor Blitzeis. Neuer Grippevirus unterwegs. Gesundheitsgefährdende Lebensmittel. Autohersteller ruft Fahrzeuge mit mangelhaften Bremsen zurück. Ausbrecher weiter auf der Flucht.

Zu den hoch geschätzten Informationen mit Gebrauchswert gehört der Service, und zwar schon seit langer Zeit. Seit wann gibt es eigentlich ...

Wetterberichte? Der „Nordische Mercurius“ in Hamburg bringt bereits 1667 Wettermeldungen, weil es „von einigen vornehmen Kauffleuten begehret worden“ waren. Die erste „Tägliche Wetterkarte“ zum Abdruck in deutschen Zeitungen erscheint 1876. Herausgeber war die Deutsche Seewarte Hamburg.

Sportinformationen? Als erste Tageszeitung der Welt veröffentlicht der „Morning Herald“ ab 1817 täglich Sportnachrichten. Die „Münchener Neuesten Nachrichten“ führen 1886 als erste deutsche Tageszeitung einen Sportteil ein. Und die „Berliner Zeitung am Mittag“ beschäftigt ab 1904 die ersten Sportredakteure Deutschlands.

Lotto? Die erste deutsche Staatslotterie („Lotterey“) wird 1610 in Hamburg gespielt. Lotto stammt vom „Lotto di Genova“ ab, wo auf den Ausgang der Senatorenwahl gewettet wurde. Das Fußball-Toto wird 1921 in England erfunden. „6 aus 49“ gibt es in Deutschland seit 1955. Radio und Fernsehen bringen die Ergebnisse direkt, die Zeitungen am nächsten Tag.

Der Gesprächs- und Unterhaltungswert

Haben auch Ereignisse einen Informationswert, die das Leben nicht verändern, die weder nutzen noch dabei helfen, Schaden zu vermeiden? Ja, unbedingt! Nachrichten über solche Ereignisse können das Publikum zum Staunen oder Lachen bringen. Sie sorgen für Trauer und Freude, Unmut oder Zorn. Nachrichten sind

ein wichtiger Rohstoff für unser Leben, denn Leser, Hörer und Zuschauer bekommen Informationen, über die sie reden können: „Hast du schon gehört?“ Merkmale solcher Ereignisse sind:

- **Menschen.** Ereignisse, bei denen Menschen im Vordergrund stehen, haben oft hohen Gesprächs- und Unterhaltungswert. Und zwar nicht nur, wenn es sich um Prominente handelt. Das sind die Nachrichten mit dem *human touch*: Der gerettete Höhlenforscher. Die 14-Jährige Weltumseglerin. Der Rücktritt des Rekord-Torschützen. Der Mann, der mit Prothesen der Mount Everest besteigt. Der Ex-Bundeskanzler auf der Intensivstation. Der Selbstmord des Hollywood-Schauspielers.
- **Emotionen.** Ereignisse lösen Freude und Trauer aus, sie wecken das Mitgefühl. Nachrichten, sagen Medienforscher, sind auch Lustgewinn. Weltmeistertitel für Deutschland. Geburt des Thronfolgers. Comeback des Super-Stars. Affäre des Präsidenten. Emotionen wecken auch Nachrichten über Tiere: der Schwan, der sich in ein Tretboot verliebte, Problembär Bruno, Eisbär Knut oder die Krake Paul, die Fußballergebnisse vorhersagte.
- **Spannung.** Ereignisse mit einem ungewissen Ausgang können Millionen von Menschen in Aufregung versetzen: Geiselnahme in der Schule. Weltmeisterschaftskampf der Schwergewichtsboxer. Polarforscher eingeschlossen. Verfolgung der Bankräuber. Urlauberschiff in Seenot. Spannung entsteht oft durch *Konflikte*. Wenn Menschen, Organisationen oder Nationen streiten, dann sind das Ereignisse, die meist längere Zeit die Nachrichten prägen. Machtkampf an der Parteispitze. Scheidungsdrama des Prominentenehepaares. Unternehmen wehrt sich gegen feindliche Übernahme.
- **Außergewöhnliches.** Meteorit schlägt in der Ostsee ein. Mann überlebt zwei Monate im eingeschneiten Auto. Erster Nacktwanderweg im Harz. Dazu gehören auch *Kuriositäten* und *Superlative*: Der Extremsportler, der mit dem Fallschirm aus 40 Kilometer Höhe springt. Frau zerquetscht Krokodil. Polizei blitzt Innenminister. Lokführer verpasst eigenen Zug.

Jeder Nachrichtenredakteur kennt die so genannte *Man-bites-dog-Formel*: Nur wenn der Mann den Hund beißt, ist das eine Nachricht. Denn das ist die Ausnahme von der Regel. Wie gehen die Medien mit dieser Nachricht um? (Quelle: graphittiblog.de)

Nachrichten - klassisch und multimedial
Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis
Schwiesau, D.; Ohler, J.
2016, XV, 296 S., Softcover
ISBN: 978-3-658-08716-6