

Nachrichtenjournalismus - Berichten

Normative und professionelle Grundlagen

Demokratische Grundsätze

Nachrichtenjournalisten arbeiten frei. Sie sind weder durch staatliche noch durch einseitige Interessen gelenkt. Sie sind keiner Zensur unterworfen. Sie versorgen regelmäßig über Medien die Öffentlichkeit, die gesellschaftlichen Organisationen, Einrichtungen und Gruppen mit aktuellen Nachrichten und Informationen.

Damit die Bürger politische Entscheidungen treffen können, müssen sie umfassend informiert sein. Sie müssen die unterschiedlichen Interessenpositionen und Meinungen kennen, die für die politischen Prozesse der Willensbildung und der Entscheidungsfindung wichtig sind. Eine ständige unabhängige und neutrale Nachrichtenvermittlung aus allen wichtigen Teilbereichen des gesellschaftlichen und politischen Lebens hält die Diskussion über die Entwicklungen im Land in Gang und stärkt die demokratischen Formen, in denen sich diese Entwicklungsprozesse vollziehen. Ungefähr mit solchen Feststellungen hat das Bundesverfassungsgericht in seinen Urteilen die besondere Bedeutung der Pressefreiheit für die Verfassung der Gesellschaft in Deutschland begründet.

Vor allem auch in Nachrichten artikulieren sich öffentliche Meinungen im Land. Durch Nachrichten werden Vorstellungen und Begründungen von wichtigen Entscheidungsträgern überhaupt erst bekannt. Argumente in Rede und Gegenrede werden deutlich, gewinnen Konturen und ermöglichen den Bürgern Urteil und Entscheidungen. In der repräsentativen Demokratie sind die Nachrichtenmedien Verbindungsorgane zwischen der Bevölkerung und den von ihr gewählten Vertretern in den Parlamenten und Regierungen. Sie erhalten mit dieser Vermittlungsfunktion für die Willens- und Meinungsbildung selber einen repräsentativen Charakter. Nachrichten fassen die in der Gesellschaft und ihren Gruppen stets sich neu artikulierenden Vorstellungen und Absichten zusammen, verfolgen die dadurch ausgelösten Auseinandersetzungen und tragen sie an die handelnden Einrichtungen und Organisationen, vor allem auch an die staatlichen Organe heran.

Sie sind konstitutiv für das Staatsganze, so das Bundesverfassungsgericht. Das Grundgesetz legt dafür keinen institutionellen Rahmen fest. Die Wirksamkeit des Nachrichtenwesens wird aber dennoch oft als Vierte Gewalt im Staat gewichtet. Damit die Wirklichkeit der Medien dem publizistischen Ideal einer freien und umfassenden Nachrichtenarbeit gerecht werden kann, müssen die Rahmenbedingungen für diese Arbeit kritisch untersucht werden. Es gibt zahlreiche Indikatoren, die dafür sprechen, dass der Strukturwandel der Medien die Qualität des Nachrichtenjournalismus mindert. Dem Bundesverfassungsgericht fällt es zunehmend schwerer, den Strukturwandel der Medien mit klaren Auflagen an die notwendigen Leistungen des Nachrichtenjournalismus zu begleiten. Große und richtungsweisende Urteile wie in den letzten vierzig Jahren des vorigen Jahrhunderts sind in diesem Jahrhundert bisher ausgeblieben.

So sorgfältig wie möglich und so wahrhaftig wie möglich

Vor der Verbreitung einer Nachricht müssen Journalisten Informationen mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln so sorgfältig wie möglich auf die Richtigkeit des Inhalts prüfen. Sie verbreiten nur Nachrichten aus gesicherten Quellen und wahren dabei Distanz und Unabhängigkeit. In den Landespresse- und Landesrundfunkgesetzen ist diese Anforderung verankert. Journalisten nutzen zu ihrer Erfüllung unter anderem die Auskunftspflicht der öffentlichen Einrichtungen, vor allem der staatlichen Behörden gegenüber der Presse. Doch sie reichen die Auskünfte nicht nur in der Form von Nachrichten und Berichten weiter (Verlautbarungen). Sie prüfen darüber hinaus auch, ob die an sie weiter gereichten Fakten, Feststellungen oder Behauptungen zutreffend sind. So können aus angelieferten Nachrichten neue, nunmehr kritische Nachrichten entstehen. Dabei benennen sie die Quellen, aus denen die Informationen stammen oder erschlossen werden (Recherche). Sie sammeln Informationen aus allen Teilen des Landes und allen Bereichen der Gesellschaft. Nachrichtenjournalisten sind also in der Regel Generalisten. Arbeiten sie in oder für Fachressorts, beschränken sie ihre Arbeit auf die entsprechenden Teilbereiche in engeren Netzwerken. Sie sind dann Nachrichtenspezialisten. Insgesamt orientieren sich Nachrichtenjournalisten an den international geltenden professionellen Standards in der Arbeit von Nachrichtenagenturen.

Nachrichtenjournalisten dulden keine Informationsunterdrückung im Interesse irgendeiner Person oder Einrichtung, sobald eine Nachricht, die im „öffentlichen Interesse“ ist, als gesichert gelten kann. Eine Nachrichtenunterdrückung kann nur ausnahmsweise und für eine begrenzte Zeit gelten, wenn ein übergeordnetes öffentliches Interesse zu erkennen ist. Hier gelten Rechtsgüterabwägungen bis hin zum Schutz der Privatsphäre. Vor allem ist an Fälle wie die Entführung von Menschen zu denken sowie an die Abwendung von offensichtlichen Schäden für das Land und seine Bürger, die durch eine Veröffentlichung entstehen können.

Von der Information zur Nachricht

Der alltägliche innerstädtische Verkehrsstau in den Mittagsstunden ist keine Nachricht, so fürchterlich der Ärger der Betroffenen gerade auch mal wieder gewesen sein mag. Was keinen Neuigkeitswert hat, muss nicht in Nachrichten verbreitet werden. Wohl aber wird eine Nachricht entstehen, sobald sich die Verkehrslage in der Stadt dramatisch verändert, wenn Pläne der Stadtverwaltung zur Lösung der ewigen Probleme auf den Tisch kommen, oder wenn Organisationen wegen der Verkehrsverhältnisse Druck auf die Politik machen.

Nachrichten stellen aktuelle Informationen der Öffentlichkeit zur Verfügung, die etwas Neues enthalten und die für die Öffentlichkeit interessant sind oder interessant sein können (weil sie auf Probleme hinweisen oder weil sie Ursachen für neue Probleme offen legen). Informationen werden nach festgelegten journalistischen Arbeitsregeln professionell in eine Form gebracht, die typisch für Nachrichten ist. Die professionelle Herstellung von Nachrichten aus Informationen prägen zwei Merkmale:

ihr **Inhalt und ihre **Form****

Nicht nur das, was gerade geschehen ist oder geschieht, wird Nachricht. Aktualität ist das Neue in einer Mitteilung. Neu kann auch sein, was in der Vergangenheit gefunden wird: Die Aufklärung eines historischen Verbrechens oder die Freigabe von Akten über Vorgänge aus der Geschichte (über die schon manch ein Politiker gestürzt ist). Zu aktuellen Nachrichten können Informationen

werden, wenn an ihnen ein öffentliches Interesse besteht. Eine Nachricht ist nicht als Ganzes oder in allen ihren Bestandteilen etwas Neues. Im Gegenteil interessiert Neues meistens im Zusammenhang mit schon Bekanntem. In Namen und nachrichtentypischen Begriffen gerinnen ganze Welten zu festen Weltbildern. Ein gutes Beispiel für die Verbindung vom Neuen mit Altbekanntem ist der Wetterbericht. Die Komposition des Neuen mit dem Bekanntem fördert die begrenzte Wahrnehmung vieler Ereignisse, die gerade in der Welt geschehen. Nachrichten schaffen kein Abbild des aktuellen Weltgeschehens.

Neben der Aktualität muss die Nachricht als weitere Eigenschaft eine Relevanz haben - für die Öffentlichkeit, für das Allgemeinwohl oder für Entscheidungs- und Handlungsabläufe in der Gesellschaft. Die Relevanz einer Nachricht ergibt sich formal aus ihren Anteilen der Redundanz, die in ihr enthalten ist, also an den Anteilen, die kommunikative Verknüpfungen zu schon Bekanntem schaffen. Formal und inhaltlich sind Nachrichten also bestimmt durch

Aktualität und Relevanz

Die Abwägung der Bedeutung einer Information und des Interesses an einer Nachricht gehören zu den professionellen journalistischen Arbeitsanforderungen. Wenngleich es für die Bewältigung dieser Anforderungen eine Vielzahl von Regeln gibt, müssen sich Nachrichtenredakteure stets bewusst bleiben, dass Nachrichten nicht nur auf öffentliche Interessen reagieren, sondern diese auch erzeugen und manchmal auch wecken können.

Nachrichtenmärkte und Nachrichtenwerte

Nachrichten müssen sich verkaufen

Informationen werden auf Märkten gehandelt. Man spricht deshalb auch vom Nachrichtenmarkt. Viele Nachrichten sind den Informationen ähnlich, die dem Basar eine so alte Tradition geschenkt haben. Man kann nur mit den Nachrichten etwas anfangen, die nützlich sind und zumindest für einen Augenblick Aufmerksamkeit finden. Sie haben einen Gebrauchswert und einen Tauschwert. Eine Nachricht nützt, wenn sie Orientierung gibt, wenn man sich nach ihr richten kann. Wetternachrichten, der Börsenbericht sind einfache Muster solcher nützlichen und aktuellen Informationen (Nachrichten).

Nachrichten müssen den Abnehmermarkt (das Publikum) im Auge behalten. Journalisten verbreiten deshalb auch Nachrichten, deren Wert für bestimmte Abnehmer hoch, für den politischen Diskurs oder die allgemeine Öffentlichkeit eher niedrig ist. Aktuelle Nachrichten haben für viele Nutzer auch einen hohen Unterhaltungswert. Sie handeln von Stars, von menschlichen Schicksalen, von Kriminalität, von Erfolgen und Niederlagen (siehe Nachrichtenfaktoren). In der Unterscheidung zwischen den für politische Prozesse wichtigen und den eher der Unterhaltung zuzuordnenden Nachrichten hat man zwei Klassen von Nachrichten gebildet, die oft auch schon formal verschiedene Merkmale aufweisen, die

hard news und die **soft news**

Das Nebeneinander von hard news und soft news macht den Nachrichtenmarkt bunt und die Diskussion über die ethisch-professionellen Grundlagen des journalistischen Berufs schwierig. Der so genannte Boulevardjournalismus, der vor allem soft news zur Grundlage hat, erweitert mit seiner Publikumsnähe die Bandbreite, in der ein demokratisches Mediensystem formale Vielfalt gewinnt. Er gehört genauso wie die politisch anspruchsvollen Medienangebote zum weiten

Spektrum der durch die Medienfreiheit geschützten Güter. Zu Nachrichten können alle Informationen werden, die möglichst viele Menschen in unterschiedlicher Weise betreffen und bewegen. Der Nachrichtenjournalismus ist zwar ein wichtiger Bestandteil der politischen Systeme, er reicht aber weiter in die öffentlichen Inszenierungen und Selbstdarstellungen der Gesellschaften prägenden Persönlichkeiten, Gruppen, Organisationen und Einrichtungen. Nachrichtenwerte der hardnews sind vornehmlich in der Relevanz der Ereignisse, der Themen und der handelnden Personen begründet. Nachrichtenwerte der softnews sind vornehmlich in den Interessen des Publikums begründet.

Nachrichtenagenturen

Stärkste Einrichtungen der Nachrichtenmärkte sind die Nachrichtenagenturen. Über sie laufen nicht nur die großen Nachrichtengeschäfte. Sie sind auch maßgeblich für die ausgeprägten Stilelemente des Nachrichtenjournalismus gewesen. Der formale Aufbau von Nachrichten ist auch heute noch in allen Nachrichtenagenturen gleich. Nachrichten werden nach Regeln erstellt, die im 19. Jahrhundert von den großen international operierenden Nachrichtenagenturen in Europa und in den USA entwickelt und festgelegt worden sind. Insofern stellen Nachrichten trotz aller inhaltlichen Unterschiede eine eigene, sprachlich künstliche Informationsform dar, die weltweit gilt. Diese Normen erleichtern weltweit den Transport und Umgang mit Nachrichten durch die Agenturkunden. Sie schaffen darüber hinaus die notwendige Grundlage für die Kooperation und den Transfer von Nachrichten zwischen den Agenturen (flow of informations).

Die Regeln des Nachrichtenjournalismus sollen vor allem auch gewährleisten, dass Nachrichten sorgfältig geprüft sind und präzise formuliert werden. Sie sollen eine möglichst objektive Berichterstattung in den Medien gewährleisten oder zumindest fördern. Ihre Uniformität ist durchaus ihr Markenzeichen. Nach dem Selbstverständnis westlicher Nachrichtenagenturen geht die Richtigkeit einer Nachricht vor der Schnelligkeit ihrer Verbreitung. Oft entstehen aus den beiden Anforderungen der Schnelligkeit (Aktualität) und der Richtigkeit (Objektivität) Spannungen in der täglichen Arbeit einer Nachrichtenagentur. Umso wichtiger sind die Regeln, wonach vor der schnellen Verbreitung einer Nachricht ihre Richtigkeit durch die Redaktion der Nachrichtenagentur überprüft werden muss.

Große weltweit agierende Agenturen sind nicht immer unabhängig und demokratisch strukturiert. Zu den weltweit bedeutendsten Nachrichtenagenturen zählen (in alphabetischer Reihenfolge):

- AFP (Agence France-Presse) französische Nachrichtenagentur
- ANSA (Agenzia Nazionale Stampa Associata) italienische Nachrichtenagentur in Rom
- AP (The Associated Press) US-amerikanische Nachrichtenagentur
- Dow Jones & Company, Finanz- und Wirtschaftsnachrichten
- dpa (Deutsche Presse-Agentur)
- ITAR-TASS russische Nachrichtenagentur
- Interfax russische Nachrichtenagentur
- Thomson Reuters internationaler Medienkonzern mit britischer Nachrichtenagentur Reuters (rtr)
- UPI (United Press International) US-amerikanische Nachrichtenagentur
- Xinhua (offizielle Nachrichtenagentur der Volksrepublik China)

Auf nationaler Ebene gibt es zahlreiche Nachrichtenagenturen, die mit einer der großen internationalen Agenturen zusammenarbeiten. Auf diese Weise entstehen die großen Netze der Nachrichtenagenturen. Vernetzungen gibt es aber auch auf nationaler Ebene der größeren Länder. In großen und wirtschaftlich mächtigen Ländern treten die international führenden Nachrichtenagenturen zum Teil auch in der Landessprache als Konkurrenten auf. Hinzu kommen in einzelnen Ländern weitere Agenturen, die sich thematisch spezialisieren. Auch diese Agenturen kooperieren zum Teil mit den jeweils großen nationalen Nachrichtenagenturen. So sind in Deutschland vor allem folgende Nachrichtenagenturen aktiv:

- AFP Deutschland GmbH deutsche Tochtergesellschaft der französischen Nachrichtenagentur mit deutschsprachiger Redaktion
- APA (Austria Presse Agentur) österreichische Nachrichtenagentur (Gesellschafter sind ORF und österreichische Tageszeitungen)
- AG für Wirtschafts-Publikationen, führende Wirtschafts- und Finanznachrichtenagentur in der Schweiz
- dapd Nachrichtenagentur (seit September 2012 in der Insolvenz)
- Dow Jones News GmbH Tochtergesellschaft von Dow Jones
- dpa Deutsche Presse-Agentur führende deutsche Nachrichtenagentur (Gesellschafter sind Verleger, Verlags- und Rundfunkanstalten)
- epd (Evangelischer Pressedienst) älteste deutschsprachige Nachrichtenagentur. Berichterstattung vor allem aus Kirchenwesen/Sozialem/Medien
- idea Evangelische Nachrichtenagentur Idea
- idw (Informationsdienst Wissenschaft) Wissenschaftsthemen
- Inter Press Service Schwerpunkt über Entwicklungsländer, Zivilgesellschaft und Globalisierung.
- Kathpress Katholische Presseagentur in Österreich
- kipa-apic (Katholische internationale Presseagentur) zweisprachige Katholische Presseagentur in der Schweiz
- KNA (Katholische Nachrichten-Agentur) spezialisiert auf die Berichterstattung aus der katholischen Kirche
- SDA (Schweizerische Depeschenagentur) Schweizer Nachrichtenagentur
- sid (Sport-Informations-Dienst) Sportnachrichten
- vwd (Vereinigte Wirtschaftsdienste) Wirtschaftsnachrichten

Alle Agenturen signieren ihre Nachrichten mit einem „Kürzel“, mit dem die Quelle einer Nachricht für die weitere Verwendung mitgegeben wird. In der Verwendung des Nachrichtenmaterials der Agenturen durch Zeitungen, Radio und Fernsehen werden die Agenturen sehr oft nicht erwähnt. Sie gelten im Allgemeinen als Quellen, die dem Anspruch sorgfältiger Recherche genügen. Agenturen werden umgangssprachlich in der Regel mit ihren Kürzeln bezeichnet. So redet man von der „dpa“ oder der „AFP“. Lediglich das Kürzel „rtr“ ist nicht gebräuchlich. Die englische Nachrichtenagentur wird mit vollem Namen „Reuters“ bezeichnet.

Basisverständnis für die Nomenklatur

Abhängig von den politischen Systemen gewichten die Agenturen das Weltgeschehen und die Ereignisse im eigenen Land unterschiedlich. In demokratischen Ländern achten die Agenturen auf Distanz zu den unterschiedlichen Parteien und Gruppen in der Gesellschaft und bemühen sich darum, möglichst plural zu berichten. In autoritären Staaten und in Diktaturen sind Agenturen abhängig von den Anweisungen der Regierung, die auch die für sie wichtigsten

Sprachformen festsetzt. Auch in den unabhängigen Agenturen werden Sprachformen für zeitgeschichtlich relevante Entwicklungen festgelegt. So ist die Bezeichnung „Terrorist“ in der offiziellen syrischen Agentur sicher anders definiert als zum Beispiel in der amerikanischen AP. Definitionen entsprechen bestimmten Grundüberzeugungen oder Anweisungen. Einmal semantisch fest gelegt, gehen sie als gesellschaftlich-politischer Konsens in die sprachlichen Regelungen für die Nachrichten ein und werden meistens unbegründet in der weiteren Medienberichterstattung verwendet. Intern wird in den Agenturen allerdings große Sorgfalt auf die wichtigen Begriffe und Bezeichnungen gelegt. Die dpa erarbeitet stets an einem umfangreichen Regelwerk für solche Nachrichtenbegriffe. Sie will dabei Emotionalisierungen und voreilige Schuldzuweisungen in der Nachrichtensprache möglichst vermeiden und hält ihre Mitarbeiter an, mit den entsprechenden Begriffen und Bezeichnungen besonders „sensibel“ umzugehen. Hier ein paar Beispiele:

Terrorismus

Der Ausdruck Terrorismus gehört zur Nachrichtensprache, sofern eine nicht-staatliche Gruppe oder Organisation aus ideologischen, ethnischen oder religiösen Gründen Gewalt anwendet, um Menschen zu schädigen und durch Angst und Schrecken Gesellschaften, Staaten oder internationale Organisationen zu destabilisieren oder einzuschüchtern. Wertende Begriffe wie Staatsterrorismus oder Befreiungskampf sind zugunsten erklärender Formulierungen zu vermeiden. Zu meiden sind auch zu grobe Verallgemeinerungen. Es gibt keine „islamische“, sondern „islamistische Terroristen“, nicht „rechte“, sondern „rechtsextreme“ Attentäter.

Extremismus

Dieser dehnbare und kaum eindeutige Begriff soll in der Nachrichtensprache nicht inflationär und beliebig gebraucht werden. Er hat nur dann eine Berechtigung, wenn durch Gerichte erwiesen ist, dass Einzelne oder Organisationen übertrieben gesteigerte politische oder ideologische Ansichten verbreiten, die den Menschenrechten und den demokratisch-rechtsstaatlichen Grundsätzen ausdrücklich widersprechen.

Fundamentalismus

Fundamentalismus gibt es vorwiegend im Umfeld religiöser und ideologischer Vereinigungen. Wer diese instrumentalisiert, um mit dem Anspruch der alleinigen Wahrheit rigide Gesellschaftsentwürfe verbindlich zu machen, ist undemokratisch. Über solche Entwicklungen ist zu berichten, ohne dass sich die dpa durch entsprechende Statements instrumentalisieren lassen darf. Distanz wird erzeugt, indem eine Einordnung möglich wird durch die Gegenüberstellung mit anderen Positionen, durch Interviews und Einbeziehung demokratischer Autoritäten.

Antisemitismus, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit

Für diese Zeiterscheinungen gibt es eine reichhaltige Sprache aus Klischees und Stereotypen, mit denen Gruppen, Völker oder einzelne Menschen herabgewürdigt und diskriminiert werden. Aufgrund des von den Deutschen in der NS-Zeit verübten Völkermordes an den Juden und anderen Volksgruppen hat sich in Deutschland gegenüber solchen stereotypen und klischeehaften Sprachformen eine besondere Sensibilität und Verantwortung entwickelt, die in der Arbeit der dpa einen hohen Stellenwert haben sollen. Zu den demokratischen Zielen der

dpa-Arbeit gehört der Schutz von Minderheiten durch Hinweise auf ihre Gefährdung und durch Pflege einer sorgsam Sprache.

Menschenwürde

Aus der demokratischen Verfassung ist für die Nachrichtenagentur der Grundsatz zu beachten: Alle Menschen haben die gleichen Rechte. Niemand darf wegen seines Geschlechts, seiner Abstammung, seiner Sprache, seiner Hautfarbe, seiner religiösen oder politischen Anschauungen bevorzugt oder benachteiligt werden. In Nachrichten wird die Zugehörigkeit zu einer Gruppe nur dann erwähnt, wenn sie für das Verständnis des Themas relevant ist.

Wahlen und Wahlkämpfe

Journalistische Maßstäbe der Wahlkampfberichterstattung sind Sorgfalt, Richtigkeit und Ausgewogenheit. Die Berichterstattung insgesamt bleibt überparteilich. Alle relevanten Seiten des politischen Wettkampfs werden dargestellt, Argumente in Rede und Gegenrede präsentiert. Sympathien für bestimmte politische Akteure oder Parteien gehören nicht zur Nachrichtenverbreitung. Die Meinung des einzelnen Journalisten ist ohne Belang für den Nachrichtenjournalismus. Berichtet wird auch über Behinderungen in politischen Auseinandersetzungen und über Manipulationsversuche. Bei zitierten Meinungsumfragen und Wahlprognosen wird immer die Quelle genannt. Wahlergebnisse werden in Bezug auf die Konsequenzen für das Land, für die Region und gegebenenfalls für die Welt aus seriösen und repräsentativen Quellen vorgetragen. Die Nachrichtenagentur veröffentlicht keine eigenen Analysen der Wahlergebnisse.

Gerichtsverfahren

Über laufende Ermittlungs- und Strafverfahren darf nicht aus der Sicht eines Betroffenen oder einer Partei berichtet werden. Eine vorverurteilende Berichterstattung ist nicht zulässig. Sprachlich ist zu unterscheiden zwischen Verdacht und erwiesener Schuld. Bis zur rechtskräftigen Verurteilung des Angeklagten ist von einer „vermuteten“ Täterschaft auszugehen. Erst nach einem rechtskräftigen Urteil kann von Schuld und von Schuldigen gesprochen werden. Nicht eindeutig ist die Frage geklärt, wann ethnische Attribute von Tätern oder Opfern genannt werden.

Gewalttaten

Über Gewalttaten wird berichtet unabhängig von der Frage, wer durch die Berichterstattung Nachteile erleiden kann. Allerdings ist sorgfältig das Interesse der Öffentlichkeit gegen den Schutz der Opfer abzuwägen. Der Opferschutz hat Vorrang vor dem Interesse an Details einer Tat. Soweit wie möglich soll auf eine drastische Darstellung von Brutalität und Gewalt verzichtet werden. Opfer menschlicher Gewalt sind zu anonymisieren, wenn die Gefahr besteht, dass sie durch die Berichterstattung erneut bedroht oder erniedrigt werden.

Jugendschutz

Der Jugendschutz ist ein Rechtsgut, das die Medienfreiheit einschränkt. Die Berichterstattung hat auf Darstellungen zu verzichten, die Kinder und Jugendliche gefährden können. Umgekehrt hat die Berichterstattung über alle Vorgänge in der Gesellschaft zu berichten, die eine freie Entfaltung von Kindern und Jugendlichen gefährden oder einschränken. In diesem Bereich entwickeln sich klassische Medien und das Internet auseinander.

Religiöse und kulturelle Empfindungen

In multikulturellen Gesellschaften werden aufgrund ethnischer und religiöser Traditionen bestimmte satirische, vor allem auch erotische, in Deutschland und in der westlichen Welt vielleicht selbstverständliche Freizügigkeiten als fremd empfunden. Die dpa kann darüber berichten, hat aber auf solche kulturellen und religiösen Empfindungen Rücksicht zu nehmen. Ethnisch-ethische Kriterien sind vor allem bei der Verbreitung visueller Nachrichten zu beachten

Kritisch ist anzumerken, dass die Begriffe und Bezeichnungen, die für ihren Gebrauch in der Berichterstattung definiert sind, den traditionellen Bereichen der politischen und kulturellen Realitäten entstammen. Mit ihnen wird der Versuch unternommen, die allgemeinen Grundrechte der Verfassung mit semantischen Festlegungen in der Berichterstattung in Verbindung zu bringen. Die Entwicklungen im wirtschaftlichen und politischen Raum seit dem Jahr 2008, in dem die großen Banken-, Finanz- und Staatskrisen begannen, werden von der Nomenklatur der dpa nicht erfasst. Entsprechend schwammig und austauschbar bleibt die Semantik im Nachrichtenjournalismus zu den entsprechenden Aktions- und Themenfeldern. Was bedeuten Standards in der Nomenklatur wie „Bankenrettung“, „Verwerfungen auf dem Finanzmarkt“, „Systeme der Schattenbanken“, „Toxische Derivate“, „Point of no return in der Staatsverschuldung“, „EFSM“ und „ESM“, „Schutz unter dem Rettungsschirm“ etc?

Die nachrichtenjournalistischen Berichte über die Entwicklung der Finanzkrise strotzen voller unpersönlicher Floskeln. Spuren, die zum Fehlverhalten von Organisationen, Institutionen und einzelnen Entscheidern und Handelnden führen, werden auf diese Weise verdeckt. Das Publikum ist einem mysteriösen System schicksalhaft ausgesetzt. Es gibt in diesem System keine Fingerabdrücke, Ursachen und Wirkungen bleiben unklar. Demokratie fördernd ist eine solche floskelhafte Berichterstattung nicht. Die Bevölkerung ist zwar hochgradig durch die Krisen betroffen, kann aber auf der Grundlage der Nachrichten kaum in die Diskurse ihrer Bewältigung einbezogen werden.

Nachrichtenfaktoren – Agenturen

Informationsbewertung für die Nachrichtenauswahl

Für Nachrichten muss es ein ausreichendes Interesse in der Öffentlichkeit geben.

Nachrichtenjournalisten haben die Aufgabe, Themen und Informationen zu finden, für die ein solches Interesse besteht oder für die ein öffentliches Interesse erzeugt werden soll. Die Informationsauswahl (Selektion) ist also eine wesentliche Aufgabe des Nachrichtenjournalismus. Nicht die Anzahl der verbreiteten Nachrichten bestimmt über ihren Erfolg und über ihre Bedeutung, sondern die Verlässlichkeit, die im Sinne von Publizität und Relevanz wichtigsten aktuellen Nachrichten zusammen zu stellen. Durch den Journalismus erhalten die ausgewählten Informationen ihren Nachrichtenwert.

Wissenschaftlich ist nachgewiesen worden, dass die Auswahl der wichtigsten hard news bei Nachrichtenagenturen in vergleichbaren Gesellschaftssystemen zu ähnlichen Ergebnissen führt. Ganz allgemein kann man von den übergeordneten Bedürfnissen nach Sicherheit, Wohlstand und Gerechtigkeit ausgehen. Irritationen dieser Bedürfnisse haben einen hohen Nachrichtenwert. Wenn an einer Grenze militärische Aktionen stattfinden, wenn mit einem Krieg gedroht wird, werden alle Nachrichtenagenturen die entsprechenden Informationen mit hoher

Priorität zu Nachrichten machen. Diesen Prioritäten folgen in der Regel auch die Abnehmermedien, so dass bestimmte Ereignisse in vielen Ländern einen ähnlichen Stellenwert erhalten. Die ersten Seiten der Zeitungen sehen dann in diesen Ländern einigermaßen ähnlich aus. Das gilt zumindest für die Berichterstattung über Kriege, über welterschütternde Zusammenbrüche wie die Finanz- und Wirtschaftsmärkte sowie für die großen internationalen Konflikte oder Konferenzen.

Je eindeutiger der Nachrichtenwert ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass alle Nachrichtenagenturen die entsprechenden Informationen sammeln, prüfen und verbreiten. Die Agenturen konkurrieren dann nicht nur in der Schnelligkeit der Verbreitung, sondern auch in der Tiefe und im Umfang der Berichterstattung. In den wichtigsten Medien der Länder mit Pressefreiheit wird in der Regel nicht nur eine einzige Agentur für die Berichterstattung genutzt. Dort versucht man, aus der Auswertung mehrerer Nachrichtenagenturen möglichst eine eigene Berichterstattung aufzubauen (oft ergänzt durch Korrespondenten). Dabei kommt es auch darauf an, welche Nachrichtenagentur aus welcher Nähe zum Geschehen oder zu den verantwortlich Handelnden berichtet. Bei der Auswertung von Agenturmaterialien ist allerdings zu berücksichtigen, welche spezifischen Sichtweisen eine Agentur für die aktuellen Ereignisse hat. So wird die türkische Nachrichtenagentur Spannungen an der Grenze mit Syrien anders darstellen als die syrische Nachrichtenagentur. Heute ist vor allem auch zu berücksichtigen, dass zu allen Ereignissen unabhängig von den Nachrichtenagenturen viele Informationen unterschiedlichster Herkunft auch im Internet zu finden sind. Für viele Redaktionen ist das Internet die wichtigste Rechercheplattform für Informationen und den Perspektiven ihrer Bewertung geworden.

Weniger durch die internationale Wahrnehmung und Konkurrenz geprägt ist die Verbreitung von soft news. Hier erlangen die einzelnen Agenturen oft Exklusivität. Wenn ein Popstar in Ankara einen großen Event veranstaltet, mag das für die Nachrichtenverbreitung in der Türkei sehr wichtig sein. Aber es interessiert nicht überall in der Welt, so dass bei solchen Nachrichtenwerten die türkische Nachrichtenagentur nicht im Wettbewerb mit anderen Agenturen steht. Gerade aber auch für exklusive soft news gilt: sie müssen den höchsten Ansprüchen an Richtigkeit entsprechen und können nur nach Einhaltung der allgemein geltenden Regeln verbreitet werden. Eine Nachrichtenagentur ist nur dann glaubwürdig, wenn auch ihre exklusiven Nachrichten jeder Nachprüfung durch Dritte standhalten.

Nachrichtenwerte entsprechen im Großen und Ganzen den Erfahrungen, was am ständigen Fortgang der Geschichte aktuell interessiert. Damit wird deutlich, dass nicht ausschließlich objektive Maßstäbe Nachrichtenwerte erzeugen, sondern dass Nachrichtenwerte je nach Perspektive sehr unterschiedlich gesetzt werden können. Deshalb gibt es keine fest geschriebenen Kataloge für die Nachrichtenwerte in den Agenturen.

Nachrichtenfaktoren

Im Laufe vieler Jahrzehnte und in der Tradition großer erfolgreicher Medien hat sich herausgestellt, dass die Menschen überall auf der Welt bestimmte Erwartungen an aktuelle Nachrichten haben. Solche Erwartungen sind immer genauer erforscht worden und werden in Listen zusammengestellt und fortgeschrieben, die die Überschrift „Nachrichtenfaktoren“ tragen. Die Nachrichtenfaktoren muss jeder Nachrichtenredakteur kennen. Sie „lenken“ bewusst oder weniger bewusst die Auswahl von Themen und Informationen, denen ein Nachrichtenwert zu-

gemessen wird. Nachrichtenfaktoren sind also neutrale Kriterien der Nachrichtenauswahl.

Die Frage, welche Information wann, warum und wie eine Nachricht werden soll, ist eine Entscheidung der Journalisten. Diese Entscheidung liegt aber nicht im beliebigen Ermessen. Journalisten folgen bestimmten Auswahlkriterien, also den Nachrichtenfaktoren. Je mehr Faktoren für ein aktuelles Ereignis zutreffen, desto wahrscheinlicher ist es, dass eine Information eine Nachricht wird oder sogar werden muss. (Das ist auch für Freie Journalisten wichtig, die auf dem Markt nur Chancen haben, wenn sie Themen vorschlagen, deren Faktoren einen hohen Nachrichtenwert gewährleisten). Die wichtigsten Erfahrungen, die den Nachrichtenfaktoren zugrunde liegen, sind:

- **Nähe:** Nähe zu einem Ereignis oder zu einer Entwicklung kann räumlich, politisch, kulturell oder wirtschaftlich definiert sein. Entsprechende Informationen überwinden die Schwelle zur Öffentlichkeit leichter, weil mit ihnen Betroffenheit, Anteilnahme, Gefühle verbunden sind. Es handelt sich um Informationen aus „meiner“, aus „unserer“ Lebenswelt.
- **Sensation:** Je ungewöhnlicher etwas ist, je überraschender, großartiger oder gefährlicher, desto niedriger ist die Nachrichtenschwelle. Bestürzung, Staunen, Herzklopfen, Freude, Angst – starke Gefühle sind mit der Sensation eines Ereignisses und den Nachrichten darüber verbunden. Weil der Marktwert entsprechender Informationen sehr hoch ist, besteht für Journalisten die ständige Versuchung, etwas zu „sensationalisieren“, um für eine Nachricht hohe Aufmerksamkeit zu erzielen.
- **Katastrophen, Kriege, Krisen:** Die Welt ist voll mit ihnen und regelmäßig ereilen sie Menschen wie Schicksalsschläge. Entsprechend niedrig ist die Nachrichtenschwelle, und manche Medien haben sich darauf spezialisiert, entsprechende Nachrichten zur überwiegenden Grundlage ihrer Berichterstattung zu machen. Im Nachrichtenjournalismus geht es aber vor allem immer auch darum, Ursachen und Folgen der entsprechenden Ereignisse und Entwicklungen so weit wie möglich durch Verknüpfungen der Nachrichten in die Berichterstattung einzubeziehen.
- **Vereinfachung:** Je einfacher und klarer etwas erscheint – und mögen die dahinter stehenden Verhältnisse noch so kompliziert sein – desto eher ist man bereit, eine Information weiter zu tragen. Journalistisch ist mit diesem Grundbedürfnis von Menschen verantwortungsvoll nur dann umzugehen, wenn ein Ereignis oder ein Prozess abgeschlossen ist. Ergebnisse sollen so einfach, so eindeutig wie möglich in Nachrichten verbreitet werden. Schlecht ist dagegen die Nachrichtenarbeit, wenn komplizierte Verhältnisse und Entwicklungen, die auch Journalisten nur unzureichend durchschauen, durch Vereinfachungen dem Publikum schmackhaft gemacht werden. Viele Klischees und Stereotypen sind auf einen solchen schlechten Nachrichtenjournalismus zurück zu führen.
- **Kontinuität:** Ist ein Thema durch Nachrichten in der Öffentlichkeit eingeführt (agenda setting), erzeugt das die Routinen der kontinuierlichen Nachrichtengebung (agenda building). Nachrichtenjournalisten „erzählen“ über eine gewisse Zeit die Entwicklung eines Themas, eines Geschehens wie ein Drama. Erst dann, wenn die noch zu liefernden Nachrichten deutlich an Gewicht verlieren, weil Neues kaum mehr mitzuteilen ist, steigt wieder die Nachrichtenschwelle (Themenkarriere bricht ab).

Häufig wird der Vorwurf gemacht, Nachrichtenjournalisten berichten über die Welt schlechter als sie in Wirklichkeit sei. In Amerika gibt es den Satz: Bad

news are good news. Nachrichtenjournalisten trifft dieser Vorwurf nicht. Nachrichten ergeben sich aus der Tatsache, dass die Verhältnisse nie zu einer abschließenden Ruhe und Ordnung kommen. Wie der Gesamtzustand der Welt zu bewerten ist, ist nicht von Nachrichtenjournalisten zu beantworten.

Nachrichten sind immer nur Ausschnitte einer Wirklichkeit, können nie die Gesamtheit und Komplexität einer Wirklichkeit darstellen. Das Neue, das sich Verändernde, das Unbekannte ist der Kern von Nachrichten. Deshalb sind Konflikt und Auseinandersetzung nachrichtennäher als das Bewährte, das Gleichbleibende. Jede vorhandene Wirklichkeit ruft Menschen auf den Plan, die etwas verändern wollen. Und deshalb gibt es zu jeder Zeit Nachrichten.

In den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts hatte einmal eine englische Zeitung versucht, nur „gute“ Nachrichten zu bringen. Sie erhoffte sich davon Erfolg und Auflage. Das Experiment dauerte nicht lange. Die Zeitung fand kein Publikum und scheiterte kläglich.

Journalisten müssen in der Lage sein, die drei wichtigsten, Journalismus prägenden Fragen zu beantworten und mit ihrer Tätigkeit zu verbinden:

- Was ist der Nachrichtenwert (News value)? Ob und in welcher Weise über ein Ereignis berichtet wird, folgt der Feststellung, welche Nachrichtenfaktoren oder welche Kombination der Nachrichtenfaktoren ein Ereignis prägen (Inhärenz).
- Was sind Nachrichtenfaktoren? Es sind die Eigenschaften von Ereignissen, die mit bestimmten Interessen der Öffentlichkeit korrespondieren und die Publikation von aktuellen Informationen begründen.
- Was sind Indikatoren für die Höhe oder Rangfolge der Nachrichtenwerte? Aufmachung, Platzierung, Ressortierung und Umfang einer Nachricht sind (formale) Indikatoren, mit denen Journalisten anzeigen, welche Wertigkeit sie einem Thema, einer Nachricht im Verhältnis zu anderen Themen und Nachrichten zumessen.

Die Anzahl der Nachrichtenfaktoren schwankt in den einzelnen Listen, die zur Verfügung stehen. Eine sinnvolle Struktur der Nachrichtenfaktoren erhält man, wenn man sich klar macht, dass die meisten Faktoren durch die Karrieren der soft news entstanden sind. Die meisten Faktoren lassen sich somit der Kategorie „Menschliche Interessen“ (human interest) zuordnen. Es bleiben dann folgende Dimensionen oder Kategorien, aus denen die Nachrichtenfaktoren entstanden und denen sie zuzuordnen sind:

Aktualität (Zeitliche) Einordnung eines Ereignisses in der Gegenwart

Einbindung eines Themas mit Bezüge zur Gegenwart

Bedeutung (significance, importance, magnitude)

Ausmaße eines Ereignisses

Konsequenzen eines Ereignisses

Publikumsinteresse (Öffentlichkeit, Gesellschaft) Die Nähe eines Ereignisses (räumlich, sozial, psychologisch), die Prominenz der Handelnden, der Konflikt, die Spannung, Ungewissheit, Sicherheit, Konjunktur, der Fortschritt

Menschliche Interessen (human interest) Die Katastrophen/Naturgewalten, Kuriosität/Ungewöhnliches (unusualness), Spannung/Tragödie (tragedy), Humor/

Spaß (humor), Romantik (romance), Sympathie (sympathy), Alter (age), Sex/
Erotik/Liebe (sex), Abenteuer/Risiko, Kinder, Tiere

Visualität

Ereignisinformationen in Form von Bildern oder AV-Material

Erschließbarkeit eines Ereignisses für Bilder und AV-Material

Nachrichten als Ergebnisse journalistischer Initiativen

Thematisierung

Die Berichterstattung von Medien wird nicht nur durch Ereignisse, Termine etc. ausgelöst, sondern ist oft auch Ergebnis von Initiativen der Redaktionen. Dabei nutzen Redaktionen u.a. folgende Strategien:

Rekonstruktion von Ereignissen:

Zum Beispiel anknüpfend an neue Rechercheergebnisse (Aussagen zusätzlicher Zeugen etc.) wird der Hergang eines Ereignisses geschildert. Recherche als Ursachenforschung führt zu komplexen Zusammenhänge auf der Grundlage der quellengesicherten Einzelnachrichten.

Generalisierung:

Unter anderem in der Folge von Unglücken wird die Frage aufgeworfen, ob und in wiefern ein einzelnes Ereignis Gemeinsamkeiten mit anderen Ereignissen aufweist. Zum Beispiel: Ein Verkehrsunfall an einer Stelle, an der es zuvor bereits (ähnliche) Unfälle gegeben hat. Oder: Verunreinigtes Wasser im Leitungsnetz. Ähnlich gelagerte Fälle werden dokumentiert. Das darin zu erkennende Gemeinsame wird zum Thema.

Aktualisierung:

Die Entwicklung nach einem Ereignis wird aufgegriffen. Zum Beispiel: Nach einem Unglück Zustand von Verletzten; nach einer Straftat: neue Erkenntnisse bei Ermittlungen. Die journalistische Beobachtung eines Prozesses und der daran beteiligten Personen hat oft auch eine theatralisch-dramatische Wirkung für die Öffentlichkeit

Folgerungen / Konsequenzen:

Nach einem Ereignis werden Fragen nach Folgerungen oder Konsequenzen z.B. an Verantwortliche gestellt. Zum Beispiel: Verbesserung von Sicherheitsmaßnahmen; gesetzliche Regelungen. Die Thematisierung in den Medien kann auf diese Weise zur Grundlage politischer Aktivitäten werden.

Aufbau der Nachrichten – die Formen und die künstliche Sprache

Die Gliederung nach den W-Fragen

Nachrichten sind streng hierarchisch gegliedert. An der Spitze der klassischen Nachricht steht die wichtigste Aussage (Lead). Es folgen dann die ergänzenden Aussagen nach der Gliederung ihrer Wichtigkeit. Anders als in literarischen Erzählungen sind alle Nachrichten aufgebaut wie eine Pyramide. Die Aussageeinheiten dieser Pyramide folgen so präzise wie möglich den sogenannten W-Fragen: WER, WAS, WANN, WO, WIE, WARUM. Die Quelle der Information gibt Aufschluss darüber, WOHER der Journalist seine Informationen bezogen hat. Aufbau und Ausführung der Nachrichten ist die Kernleistung des Journalismus.

WER	Die Handlungs- oder Ereignisträger. Sind sie bekannt, wird die Nachricht im Aktiv-Modus geschrieben. Sind sie nicht bekannt, wird die Handlung, das Ereignis oft im Passiv vorgetragen.
WAS	Das Geschehen, die Handlung, das Ereignis, die Aussage von WER
WANN	a. die punktuelle Zeitangabe von WER – WAS. b. Der Zeitraum, seitdem oder innerhalb dessen sich WAS ereignet hat.
WO	a. Der Ort der Handlung WAS b. Der Ort des Auftritts eines Handlungs- oder Ereignisträgers (WER)
WIE	Begleitumstände eines Ereignisses oder einer Aussage über WAS, aber auch die Art und Weise, die Modalität, wie WER in ein Ereignis aufgetreten ist.
WARUM	Hintergründe für das Verstehen eines Ereignisses (Ereignisursache) oder einer Handlung (Handlungs- und Aussagegründe).

Funktionen der Nachrichtenform

Aufbau und Gliederung der Nachrichten erfolgen immer nach dem gleichen Formprinzip. Die Form bestimmt die Sachlichkeit der Nachricht und den journalistischen Willen zur Objektivität. Mit dem gleichen Formprinzip sind unterschiedliche Funktionen der Nachrichten zu erreichen, wie bereits in der Unterscheidung zwischen hard news und soft news festgestellt. Nach dem Formprinzip der Nachricht sind Aussagemuster möglich, die überwiegend

**informative,
bildhaft – anschauliche und
analytische**

Aussagetypen möglich machen.

Informative Aussagemuster

- dienen der ersten Information über wichtige Ereignisse von öffentlichem Interesse, vermitteln vorrangig die gesicherten Basisinformationen;
- beinhalten Kern- und Detailinformationen und leuchten Hintergründe und Zusammenhänge nur aus, soweit diese konkret belegt sind.
- Als Normen gelten Neutralität, Sachlichkeit, Aktualität, öffentliche Bedeutung.

Bildhaft – anschauliche Aussagemuster

- dienen der Nachvollziehbarkeit eines Ereignisses, fördern das Miterleben und das ästhetische Empfinden, sollen unterhalten und erzeugen stilistisch Publikumsinteresse. Sie orientieren sich vor allem an konkreten Details der Informationen, sind Mittel der Aufmerksamkeitsförderung;
- beinhalten atmosphärisch-szenische Einzelheiten, Abläufe und Zusammenhänge, vermitteln durch beobachtende und erzählende Techniken.
- Normen der sachlichen Darstellung verbunden mit Perspektiven ausgeprägter Selektivität und Beachtung subjektiver Sichtweisen in den Erlebniswelten.

Analytische Aussagemuster

- dienen der Erklärung und der kritischen Würdigung von Entwicklungen, sind Ausdruck der öffentlichen Kontrolle und der (politischen) Willensbildung und vermitteln die Vielfalt von Anschauungen in der Gesellschaft mit ihren Begründungen;
- beinhalten Zusammenhänge auch in ihren abstrakt begrifflichen Formen. Sie stellen Meinungen und Standpunkte in den Vordergrund, kombinieren unterschiedliche Nachrichten und Quellen.
- Normen für die Wiedergabe von wertenden Urteilen und subjektiven Sichtweisen im Nachrichtenjournalismus nach Regeln der Argumentation.

Darstellungsformen der Nachrichten mit Beispielen

Aus den unterschiedlichen Aussagemustern der Nachrichten ergeben sich die typischen nachrichtlichen Darstellungsformen, die als Berichtstypen des Nachrichtenjournalismus beschrieben werden können.

Ereignisbericht

Der Ereignisbericht ist die häufigste Berichtsform im Nachrichtenjournalismus. Er greift ein laufendes oder abgeschlossenes Ereignis oder einen Sachverhalt als Tatsachen auf und vermeldet sie. In den Kategorien der journalistischen W-Fragen geht es im Ereignisbericht vor allem um das WAS. Oft eng verbunden mit dem WAS ist der Träger, der Verursacher, das Opfer etc. eines Ereignisses WER.

Handlungsbericht

Im Mittelpunkt dieses Berichtstyps stehen individuelle Handlungen. Anders als im Ereignisbericht stehen Informationen zu den konkreten Aussagen der Personen, zu ihrem Tun und Wirken im Vordergrund (oft auch reine Statementberichte). Zwar ist auch der Handlungsbericht ereignisorientiert, doch das Ereignis wird nur im Zusammenhang mit den konkret Handelnden zur Information (meistens Prominente). Der Handlungsbericht fördert die ausgeprägte Neigung im Journalismus zur Personalisierung.

Für den Aufbau des Handlungsberichts ist es wichtig, dass er nicht chronologisch vorgenommen wird. Am Anfang steht der/die Handelnde in der nachrichtlichen Kernaussage (Wer). Erst in den anschließenden Aussageeinheiten wird der Verlauf – z.B. eine Rede, eine Pressekonferenz chronologisch aufgegriffen und entwickelt.

Ankündigungsbericht

Der Ankündigungsbericht weist auf ein Ereignis hin, das sich in der Zukunft abspielen wird. Für das Publikum hat er vor allem eine Orientierungsfunktion und gehört zum festen Bestandteil des journalistischen Service. Er folgt der Frage: WANN spielt sich WO WAS ab?

Für diese Berichte ist es wichtig, die Zielgruppen eines Mediums im Auge zu behalten. Was für den Sportbegeisterten eine elementare Information sein kann, ist für den Wirtschaftsfachmann vielleicht völlig uninteressant. Für den kulturell Interessierten sind wieder andere Ereignisse von großer Bedeutung als für Liebhaber von Events des Zeitgeistes. Auch für die Politik sind Ankündigungsberichte von großer allgemeiner Bedeutung. Nur durch sie werden in der Berichterstattung thematische Linien möglich, entlang derer das politische Geschehen transparenter wird. Gerade mit Ankündigungsberichten erfüllen die Medien einen Teil ihrer Thematisierungsfunktionen.

Zitatenbericht

Er beginnt mit einem besonders aussagekräftigen Zitat. Während in den anderen Berichten der Nachrichtenjournalist selber formuliert, was die wichtigste Kernaussage sein soll, lässt er das im Zitat von einem Dritten tun, in der Regel durch einen Prominenten, einen Experten, einen Betroffenen, einen wichtigen Augenzeuge etc. (WER-WAS).

Die Kunst des Zitatenberichts besteht darin, das Zitat so zu wählen, dass es den Kern der Nachricht im Sinne einer Zusammenfassung, eines Überblicks enthält. Durch die Autorenschaft des Zitats erhält der Bericht zusätzlich Spannung und Authentizität. Mit dem Zitat – vor allem in direkter Rede – sind zudem außergewöhnliche Formulierungen in der Nachricht möglich, die der Nachrichtenjournalist sonst nicht verwenden kann. Der Zitatenbericht steht im Zusammenhang mit dem Exklusivitätsbestreben der Medien.

Leadsätze

Alle nachrichtlichen Berichte haben gemeinsam, dass sie die Kernaussage als das Wichtigste einer Nachricht an den Anfang stellen. Diese Kernaussage – oft auch einfach „Meldung“ genannt – ist in sich bereits eine vollständige Nachricht, wenn auch wegen des Mangels an Einzelheiten oft nur schwer zu verstehen. Der Leadsatz soll aber vor allem auch Interesse wecken, er soll „Lust“ auf die Nachricht und auf die ihr folgenden Berichte machen. Ein guter Einstieg umreißt die wesentliche Aussage in sprachlich attraktiver Form und macht neugierig auf weitere Einzelheiten.

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, einen Leadsatz zu bauen. Häufig ist der summarische Lead zu finden. In ihm werden möglichst alle wichtigen W-Fragen gebündelt und so kurz wie möglich zusammengefasst. Dabei entsteht die Gefahr, dass unübersichtliche und mit Informationen überladene Sätze entstehen, die kaum jemand gut verstehen kann (besondere Schwierigkeit für Hörfunknachrichten).

Modifiziert wird der summarische Lead vor allem dann, wenn das WAS wichtiger ist als das WER. Das trifft häufig zu, wenn es um Statistik und um Trends geht. Alle Arten von Massenphänomenen, über die nachrichtlich berichtet wird, legen diesen Lead nahe.

Spannung baut der anonymisierte Lead auf. Er lässt zunächst eines der beiden wichtigen journalistischen W-Fragen, das WAS oder das WER im Unklaren. Auf diese Weise wird Neugier für die folgenden Sätze erzeugt. Diese Art des Leadsatzes dient dem Leseanreiz. Streng genommen sprengt diese Form des Leads die ehernen Regeln der Hardnews. Er ist bezeichnenderweise im Infotainment beliebt, ein Grenzgänger am Rande zu anderen journalistischen Darstellungsformen. Mit der Zeit hat er sich in der Berichterstattung beträchtlich ausgeweitet und einen Berichtstyp hervor gebracht, den man in der Praxis gerne als „angefeatureten“ Bericht bezeichnet. Sein dramaturgisches Muster erzeugt Spannung durch Unklarheit. Kunstvoller und anspruchsvoller wird mit diesem Muster in Reportagen gearbeitet.

Die Nachrichtensprache

Die Nachrichten sollen präzise, quellenorientiert und verständlich sein. Diese Ziele stellen Anforderungen an die sprachliche Gestaltung der Nachrichten. Nachrichten sollen zwar der Umgangssprache so nah wie möglich kommen, formalisieren aber die Ausdrucksmöglichkeiten in der Sprache erheblich. Sie sind insofern eine künstliche Form der Sprache.

Tempus im Lead

(Hier müssen die sprachlichen Eigenheiten in der interkulturellen Übertragbarkeit der Nachrichtenstandards beachtet werden. Im Deutschen wie im Englischen gilt:) Im ersten Satz dominiert das Perfekt, wenn das Ereignis oder die Handlung in der Vergangenheit gespielt haben (egal, wie dicht sie an der Gegenwart liegen). Bereits im zweiten Satz kann dann ins Imperfekt (Präteritum) gewechselt werden.

Soll ausdrücklich der Verlauf eines Ereignisses betont werden – etwa im Fall historischer Geschehnisse – kann von Anfang an das Präteritum gewählt werden. Liegt das Ereignis in der Zukunft wie zum Beispiel im Ankündigungsbericht, wird das Futur verwendet oder das Präsens in Verbindung mit einer zeitlichen Angabe. *„Morgen wird der russische Präsident den US-amerikanischen Präsidenten treffen...“* *„Am Dienstag der nächsten Woche beginnt die Messe für....“*

Das Präsens wird im Lead genutzt, wenn ein Ereignis momentan noch anhält. *„Heftige Luftangriffe auf afghanische Dörfer nahe der pakistanischen Grenze begleiten die militärischen Aktionen der Alliierten gegen die Taliban. Wie Augenzeugen berichtet haben, sollen auch zahlreiche Zivilisten von den Kämpfen betroffen sein.“*

„Schon drei Wochen dauert der Streik in der Müllabfuhr...“

Verständlichkeit

In den Sprachwissenschaften sind die Merkmale einer verständlichen Sprache ziemlich genau erforscht worden. Folgende vier Merkmale gehören zur Nachrichtensprache: Einfachheit, Gliederung/Ordnung, Kürze/Prägnanz, Stimulative.

Die Verschachtelung der Sätze durch zu viele Nebensätze ist zu vermeiden. Es gilt: Eine Aussage – ein Satz. Diese Regel führt zu kurzen Sätzen.

Keine Satzteileneinbettungen, die von der Hauptaussage weg führen (beliebt im Feuilleton): *„Der unfreiwillig komische, aber irgendwie angesichts der momentanen Ereignislage sehr ernst zu nehmende Film über....“*

Die Aneinanderreihung von kurzen Sätzen aber nicht künstlich so auf die Spitze treiben, dass ein „Hackstil“ (bekannt aus dem Boulevardjournalismus) eine künstliche Dramatisierung erzeugt. *„Er hatte sein Häusle selbst gebaut. Stein auf Stein gesetzt. Zwölf Jahre für die Schulden geschuftet. Umsonst!....“*

Für die Satzlänge gilt als Faustregel: Pro Satz nicht mehr als 15 Wörter. Statistisch findet man im Durchschnitt
in Hörfunknachrichten 11 – 13 Wörter,
in TV-Nachrichten 12 - 14 Wörter,
in der Bild-Zeitung haben viele Sätze oft nur fünf Wörter,

Nachrichtensätze: so oft wie möglich im AKTIV (Tatform). Sie haben eine einfache Subjekt-Prädikat-Objekt-Struktur (z.B. WER-WAS-Einstieg). Verbindungen mit „und“, „aber“, „weil“ sollen möglichst unterbleiben. Satzbau und Inhalt sollen übereinstimmen, d. h. Wichtiges in Hauptsätze, Unwichtiges in Nebensätze (Pyramiden-Prinzip auch durch Satzbau unterstützen). Absätze verbessern die Lesbarkeit und Verständlichkeit. Absätze werden möglichst nach zwei bis drei Sätzen gemacht. Füllwörter aller Art sollen vermieden werden (sicherlich, sicher, erstaunlich, gewisserweise).

Ebenso gehören keine Übertreibungen, sprachliche Ausschweifungen und Superlative in die Nachrichten („wunderschöne und faszinierende Rede“). Phrasen, Klischees, Metaphern werden oft zu „schiefen Bildern“, die unfreiwillig komisch wirken. Schritte werden nicht „ergriffen“, sondern „unternommen“. Maßnahmen werden nicht „unternommen“, sondern „ergriffen“. Entschlüsse werden nicht „gefällt“, sondern „getroffen“. Urteile werden nicht „getroffen“, sondern „gefällt“. Man „sorgt“ nicht für Unruhe, sondern für Ruhe. Man „verliert“ kein Übergewicht, sondern man hat es.

Vorsicht bei Metaphern und den Wortarten „zur Kasse bitten“, „Weichen stellen“, „grünes Licht geben“, „Flagge zeigen“, „gegen den Strom schwimmen“, „unter den Teppich kehren“. Keinen Bürokratiestil durch zu viele Substantive (Endungen -keit, -ung, -tät, -heit): *„Herr X macht eine Untersuchung zur Überprüfbarkeit der Glaubwürdigkeit und Seriosität der Themensetzung in den Nachrichtensendungen.“*

Adjektive sparsam einsetzen! Nicht als schmückendes oder wertendes Beiwerk, Dopplungen meiden: „emotionale Gefühlsausbrüche“, „runde Kreise“, „wahre Tatsachen“.

Mit Verben aus der Verwaltungssprache vorsichtig umgehen: *„erfolgt nach Paragraph...“*, *„eine Ermittlung durchführen...“*, *„Das Erdbeben forderte 400 Todesopfer.“* Etwas „fordern“ ist gleich bedeutend mit „verlangen“, nicht aber mit Opfern bei Katastrophen. „Fordern“ sollte nicht im Zusammenhang mit Unglücken oder Katastrophen verwendet werden. Diese „kosten“ auch nicht 400 Menschenleben (ein Verb, das Preiskategorien zuzuordnen ist).

Vorsicht auch bei der Verwendung von Präpositionen: *„Über zehn Menschen waren gestern in einen Unfall verwickelt“* (richtig: *mehr als...*) *„Die Verhandlungen um Nutzungsrechte der Ostsee...“* (hier *über*).

Weitere Hinweise zur Sprache

Pleonasmen (sinngleiche oder sinnähnliche Ausdrücke in einem Satz) vermeiden: „*neu renoviertes Haus*“, der „*alte und greise Mann*“ Modewörter vermeiden: letztendlich, nichtsdestotrotz. Fremdwörter wenn möglich durch verständliche Begriffe ersetzen. Vorsicht bei der Verwendung von Synonymen: Bezeichnungen wie „Kreml“, „Elysee-Palast“ oder „Weißes Haus“, Berlin, Düsseldorf, Stuttgart usw. werden in Nachrichten oft als Synonyme für die jeweilige (Staats)Regierung oder für charakteristische Events verwendet. Menschen „zahlen“ nicht mit dem Tod, sondern mit dem Leben! (besser „kommen ums Leben“). Im Verkehr gibt es Getötete und Verletzte, im Krieg Ermordete (Gefallene ist hier zwar üblich aber durchaus zweideutig) und Verwundete. Umsonst ist nicht vergeblich. „Der Minister flog nicht umsonst aber vergeblich...“ Alkoholunfälle gibt es nicht! (Unfälle aufgrund von Alkoholgenuss).

Zahlen

Bis einschließlich zwölf ausschreiben. Ausnahmen: Hausnummern, oder zum Beispiel §1, Abs.7. Regel: nicht exakte Größenangaben in Buchstaben ausdrücken: Etwa Dreißigtausend Menschen... Wenn möglich sollten Mengen- oder Größenangaben anschaulich gemacht werden: „so groß wie ein Fußballfeld“, „passen in 50 Wassereimer...“ Verbalisierungen sind besser als Prozentangaben: Jeder dritte Raucher statt 33 Prozent der Raucher ...

Umgang mit Quellen im Nachrichtenjournalismus

Nachrichtenjournalismus ist quellenbezogene Berichterstattung. Im Umgang mit Quellen gelten drei harte Grundregeln:

1. Quellen werden genannt, wann immer dies möglich ist.
2. Bei Meldungen oder Berichten ohne Quellenangabe handelt es sich um Nachrichten, deren Quelle eine anerkannte Nachrichtenagentur sein sollte.
3. Berichte aus eigener Anschauung und auf der Grundlage der Autorenrecherchen setzen voraus, dass der Autor selbst vor Ort war, sich als Augenzeuge für die Aussagen verbürgen kann. (Über die Missachtung dieser Regel sind schon namhafte Journalisten gestolpert).

Quellenangaben erfolgen so genau wie möglich. Der Name der Quelle wird genannt. Nur wenn der Name einer Person nicht wesentlich erscheint, die Funktionsbenennung hingegen wichtiger ist, reicht diese aus. Beispiel: „*Der Regierungssprecher hat...gesagt.*“ „*Laut Auskunft des Ministeriums...*“.

Zur Angabe der Quelle gehören häufig auch Zeit- und Ortsangaben. Es macht einen Unterschied, ob der Sprecher der NATO in Brüssel Aussagen zur aktuellen militärischen Situation an der Grenze zwischen Afghanistan und Pakistan macht, oder ob diese Aussagen von einem Militärsprecher aus der Grenzregion stammen. Es macht zudem einen Unterschied, ob die Aussage aktuell heute gemacht wurde, oder ob sie aus einem irgendwann früher gemachten Statement stammen.

Die Nennung der Quelle gewinnt umso mehr Gewicht,

1. je stärkere Bewertungen in den Aussagen stecken;
 2. je weniger die Aussagen durch den Berichtersteller geprüft werden können.
- In solchen Fällen steht die Quelle in der Regel bereits im 1. Satz.

Zu 1: Als „sehr erfolgreich“ hat der CDU-Fraktionsvorsitzende Volker Kauder heute im Bundestag die Arbeit der Koalition bezeichnet.

Falsch: Die Arbeit der Koalition in Berlin ist erfolgreich. Diese Bewertung hat gestern im Bundestag der... Der 1. Satz steht getrennt von der Quelle. Er kann als Bewertung durch den Berichtersteller missverstanden werden.

Zu 2: Kann der Faktengehalt nicht geprüft werden, wird die Quelle umso wichtiger und kann selbst zum Teil der Nachricht werden (Exklusivität). Ein extremes Beispiel aus der Vergangenheit: Vom Tod des sowjetischen KP-Chefs Juri Andropow erfuhr die Agentur Reuters über den damaligen französischen Außenminister. Die Quelle galt als zuverlässig und belastbar; das Faktum konnte aber nicht geprüft werden. Tatsächlich erwies sich die Aussage als falsch. Dennoch richtig lautete damals der Leadsatz:

„Der französische Außenminister Claude Cheysson hat heute in Paris mitgeteilt, dass der sowjetische KP-Chef Juri Andropow gestorben sei.“

Die ungewöhnliche Formulierung macht bereits im 1. Satz deutlich, dass Reuters noch keine weiteren Bestätigungen vorlagen, sie andererseits der Quelle (dem französischen Außenminister) aber traute. In solchen Fällen ist es durchaus sinnvoll, die Unsicherheit auszudrücken: *„Eine Bestätigung aus Moskau liegt zurzeit noch nicht vor“.*

Der Verzicht auf Quellen ist insbesondere bei Faktenzusammenstellungen für den Hintergrund erlaubt. Solche Faktenzusammenstellungen nach dem Prinzip Wikipedia sind z.B. möglich bei:

- Chronologien
- Erklärstücken
 - technische Katastrophen
 - Preisverleihungen
 - Funktionsweisen neuer Anlagen, Geräte etc.

Die Nachrichtenagentur als Quelle

Für Medienredaktionen ist es zulässig, Nachrichten von Agenturen ohne erneute Prüfung von Fakten im Detail zu übernehmen (Pressegesetze: „...aus allgemein zuverlässigen Quellen“). Als zuverlässige Quellen gelten insbesondere die großen Weltagenturen (s.o.), nicht aber staatliche Agenturen in Diktaturen. Sie werden in der Regel als Quelle genannt. Die Glaubwürdigkeit von Agenturen ist unterschiedlich.

Ausnahmen von der Regel der Quellennennung

Quellenschutz: Bei vertraulichen Aussagen hat ein Informant das Recht, von Journalisten geschützt zu werden. In diesem Fall kann und darf der Journalist die Quelle nicht nennen (Informantenschutz und Zeugnisverweigerungsrecht). Umso mehr ist zu erwarten, dass gerade diese Nachrichten mit allen Möglichkeiten überprüft worden sind. In diesen Fällen erreicht der Nachrichtenjournalismus seine ausgeprägteste Professionalität. Glaubwürdigkeit und Diskreditierung des professionellen Journalismus liegen in diesen Fällen am dichtesten nebeneinander (Ethik).

Vertraulichkeit

In der journalistischen Praxis gelten Konventionen, die häufig mit einer „Chiffre“ (1, 2, 3) bezeichnet werden. Bei einem Hintergrundgespräch z.B. zwischen einem Minister und Journalisten sind Zitate unter Nennung des Gesprächspartners in der Regel möglich. Diese Gespräche finden „unter 1“ statt. „Unter 2“ werden Gespräche bezeichnet, bei denen Zitate verwendet werden dürfen, aber nur mit einer teilweise anonymisierten Quelle. Z. B.: „ein Sprecher des xy-Ministeriums“. Wichtig dabei ist „ein“ Sprecher, nicht „der“ Sprecher. „Unter 3“ oder auch „off the records“ werden Gespräche bezeichnet, die nicht zitiert werden dürfen, deren Inhalt allein dazu bestimmt ist, Journalisten Hintergründe zu erläutern, zum Beispiel um die Einordnung von Zitaten oder Handlungen zu verstehen.

Verstöße gegen eine vereinbarte Vertraulichkeit werden in der Regel mit dem Ausschluss des Journalisten aus dem jeweiligen Gesprächskreis bestraft.