

Grundlagen der Nachrichtenforschung

- Eine allgemein verständliche Einführung für Laien -

von Stefan Frerichs

1. Nachrichtenfluss und Kommunikation

Die Kommunikationswissenschaft versucht seit Jahrzehnten zu erklären, wie Journalisten ihre Nachrichtenthemen auswählen und ihre Nachrichtentexte schreiben. In diesem Text werden als Grundlagen der Nachrichtenforschung die klassischen Modelle von Nachrichtenfluss, -gestaltung und -themen vorgestellt, wobei auch auf deren Grenzen und Schwächen eingegangen wird. Um diese Schwächen zu überwinden und die Nachrichtenforschung weiterzuentwickeln, wird vorgeschlagen, die klassischen Nachrichtenmodelle mit Hilfe der Chaostheorie und des erkenntnistheoretischen Konstruktivismus in einen neuen Systemzusammenhang einzubinden.

Klassischer Kommunikationsbegriff:

Der Begriff "Kommunikation" leitet sich von den griechischen Worten für "Mitteilung" oder "Verbindung" ab.¹ Bereits Aristoteles unterschied kommunikationstheoretisch in der Redekunst (Rhetorik) zwischen Redner, Rede und Zuhörer. Heute ist der Begriff wohl einer der unklarsten und vieldeutigsten in der Wissenschaft überhaupt. So zählte der Soziologe und Kommunikationswissenschaftler Klaus Merten in seiner Doktorarbeit allein in der soziologischen Forschung 160 verschiedene Definitionen von Kommunikation.² Dabei hatte der Begriff in der deutschen Sprache lange Zeit keine Rolle gespielt und war allenfalls in der Physik bei "kommunizierenden Röhren" gebräuchlich. Durch die Entlehnung des englischen Wortes "communication"

1 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über gängige Kommunikationsmodelle Günter **Bentele** / **Beck**, Klaus: Information, Kommunikation, Massenkommunikation. Grundbegriffe und Modelle der Publizistik und Kommunikationswissenschaft. in: Otfried Jarren (Hg.): Medien und Journalismus. Eine Einführung. zwei Bände, Band 1, Opladen 1994, S. 18 ff.; Roland **Burkart**: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien 1983, S. 203 ff.; Roland **Burkart** / **Hömbert**, Walter (Hg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien 1992; Joachim **Grabowski** / **Herrmann**, Theo / **Pobel**, Rupert: Sprechen, Handeln, Regulieren. Vom Zeichentausch zum zielgerichteten Sprechen. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 3, Studieneinheit 7, Weinheim / Basel 1990, S. 57 ff.; Klaus **Krippendorff**: Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 3, Studieneinheit 6, Weinheim / Basel 1990, S. 18 ff.; Klaus **Krippendorff**: Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 80 ff.; Klaus **Krippendorff**: Schritte zu einer konstruktivistischen Erkenntnistheorie der Massenkommunikation. in: Günter Bentele / Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Band 19, München 1993, S. 30 ff.; Gerhard **Maletzke**: Grundbegriffe der Massenkommunikation unter besonderer Berücksichtigung des Fernsehens. München 1964, S. 25 ff.; Klaus **Merten**: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse. Studien zur Sozialwissenschaft, Doktorarbeit, Band 35, Opladen 1977, S. 42 ff.; Klaus **Merten**: Die Entbehrlichkeit des Kommunikationsbegriffs. Oder: Systemische Konstruktion von Kommunikation. in: Günter Bentele / Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Band 19, München 1993, S. 188 ff.; Frieder **Naschold**: Kommunikationstheorien. in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 1, Wien 1988, 2. geänderte Auflage, S. 40 ff.; Elisabeth **Noelle-Neumann** / **Schulz**, Winfried / **Wilke**, Jürgen (Hg.): Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt/Main 1994, S. 144 ff.

2 Vgl. Klaus **Merten**: Kommunikation... a.a.O., S. 29 und 168 ff.

wurde aber gleichzeitig dessen missverständliche Bedeutungsvielfalt übernommen (zum Beispiel für "Botschaft", "Mitteilung", "Nachricht", "Übertragung", "Verbindung", "Verkehr", "Verständigung" oder "Zusammenhang"). Somit beschreibt Kommunikation heute auch in der deutschen Sprache zahlreiche Formen von Wechselbeziehungen. Die gängigen Kommunikationstheorien und somit auch die klassischen Nachrichtenmodelle beruhen vorwiegend auf Sinnbildern (Metaphern) aus den Bereichen des Transportwesens, der Hydraulik oder der Kybernetik. Diese Metaphern sind ein fester Bestandteil unserer Sprache, so dass sich manche Begriffe (wie Nachrichten"fluss" oder "-quelle") auch in diesem Text nicht vermeiden lassen. Solche Metaphern haben den Vorteil, dass sie unbekannte und komplizierte Vorgänge auf einen vertrauten und übersichtlichen Erfahrungsbereich übertragen und dadurch veranschaulichen. Sie haben daher einen großen Einfluss auf die landläufigen Auffassungen von Kommunikation und prägen auf diese Weise auch die Vorstellungen vom Nachrichtenjournalismus. Im folgenden wird allerdings gezeigt, dass die bisherigen Kommunikationstheorien und Nachrichtenmodelle unzulänglich sind. Sie beruhen nämlich auf einem erkenntnistheoretischen Realismus, wonach die Arbeit des kognitiven Systems eine Aufnahme und Verarbeitung von Informationen über die Wirklichkeit ist. Die gängigen Kommunikationstheorien stehen daher nicht nur im Widerspruch zu den Erkenntnissen der Kognitionsforschung (wie Neurobiologie und Psychologie). Häufig verleiten ihre Metaphern auch durch insgeheime Grundannahmen dazu, bestimmte "Wahrheiten" für selbstverständlich und unveränderlich zu halten. Dabei wird aber übersehen, dass es sich nur um Wirklichkeitskonstruktionen handelt.

Sinnbilder beziehungsweise Metaphern von Kommunikation als ein "Austausch von Botschaften" (samt Kommunikation als "Transport", "Übermittlung" oder "Übertragung") sind trotz aller technischen Erfindungen bis heute weit verbreitet. In diesem Zusammenhang ist die Entsendung von Boten die einfachste Form und der Transport von Containern eine moderne Abart.

Nach diesem Verständnis enthält eine Botschaft einen festgelegten Inhalt, der vom Absender weggegeben und vom Empfänger unverändert aufgenommen wird. Ein Absender verschlüsselt seine Gedankeninhalte in bestimmte Zeichenfolgen (wie Sprache oder Schrift), die dann vom Empfänger entschlüsselt und in Gedankeninhalte zurückverwandelt werden. Die Rollen des Absenders und des Empfängers wechseln sich hierbei ab. Kommunikation kann demnach nur gelingen, wenn Absender und Empfänger über annähernd gleiche Gedankeninhalte, Zeichen sowie Regeln für die Zuordnung von Gedankeninhalten und Zeichen verfügen. Wenn zwei Empfänger dieselbe Botschaft erhalten, können sie ihr nur den gleichen Inhalt entnehmen. Was von diesem festgelegten Inhalt abweicht, muss also entweder auf eine Störung beim Transport oder auf einen Irrtum beziehungsweise Böswilligkeit beim Empfänger zurückzuführen sein.

Diese Sichtweise wurde in Folge der technischen Entwicklung durch Metaphern von Kommunikation als ein "Fluss von Signalen" ergänzt. Hierbei werden bis heute Begriffe aus dem Bereich der Hydraulik verwendet, und man spricht zum Beispiel von Kommunikations"kanälen", in denen die Informations"flüsse" und "-ströme" von "Schleusenwärtern" "kanalisiert" werden. Außerdem vergleicht man das Kommunikations"volumen" mit der "Kanal"kapazität und stellt häufig eine Informations"überflutung" fest. Auch im Nachrichtenbereich ist oft von Nachrichten"quellen", "-kanälen", "-flüssen", "-strömen" und "-überflutung" die Rede. Dementsprechend umschrieb der US-amerikanische Kommunikationswissenschaftler und Politologe Harold Dwight Lasswell (1902 - 1978) die Kernfragen der Kommunikationsforschung wie folgt: "*Who says what in which channel to whom with what effect?*" - auf deutsch: "Wer sagt was in welchem *Kanal* zu wem mit welcher Wirkung?" (Lasswell-Formel).³ Wenn Fehler in der Kommunikation auftreten

3 Vgl. Harold D. Lasswell: The structure and function of communication in society. in: Maximilian Gottschlich (Hg.): Massenkommunikationsforschung. Theorieentwicklung und Problemperspektiven. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 4, Wien 1987, S. 17 ff., Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1948

ten, wird dies meist mit einer "Verschmutzung" der Informations"flüsse" durch Stör"quellen" erklärt.

Im Rahmen der Kybernetik entstanden dann Metaphern von Kommunikation als eine "Steuerung von Menschen" (samt Kommunikation als "Beziehung", "Reiz und Reaktion", "Teilhabe" oder "Verständigung"). In diesem Zusammenhang wird Kommunikation vor allem an den Maßstäben des Absenders gemessen, denn er bestimmt den Verlauf und Erfolg des Kommunikationsvorganges und Rückkopplungen mit dem Empfänger sind seinen Absichten untergeordnet. (Massen-)Kommunikation ist somit ein Mittel der Machtausübung, und es werden unmittelbare Wirkungen der (Medien-)Botschaften auf den Empfänger vermutet. Mit dieser kybernetischen Auffassung von Kommunikation ist das Modell der US-amerikanischen Mathematiker und Informatiker Claude Elwood Shannon und Warren Weaver eng verbunden. Sie entwickelten in den 40er Jahren eine mathematische Informationstheorie und ein Kommunikationsmodell.⁴ Beides sollte ursprünglich nur dazu dienen, technische Probleme bei der Signalübertragung zu untersuchen. So erlaubt es die mathematische Informationstheorie, die Menge an Informationen in logischen Einheiten (sogenannten "bits", "basic indissoluble information units") zu messen. Gemäß diesem technischen Verständnis handelt es sich bei Kommunikation um eine Informationsaufnahme, -verarbeitung und -übermittlung. Das Kommunikationsmodell greift jedoch trotz seines mathematischen Ansatzes auf Metaphern von "Austausch", "Fluss" oder "Steuerung" zurück. Laut Shannon und Weaver werden nämlich Botschaften vom Sender zu Signalen verschlüsselt und in einem Kanal an den Empfänger übertragen, der die Signale dann wieder zu Botschaften entschlüsselt. Das Signal kann jedoch beim Transport im Kanal durch Störquellen verfälscht werden. Dieses Shannon/Weaver-Modell bildet bis heute eine wichtige theoretische Grundlage zur Erforschung von menschlicher Kommunikation.

4 Vgl. Claude Elwood **Shannon / Weaver**, Warren: Mathematische Grundlagen der Informationstheorie. München / Wien 1976, Neudruck, erstmals Urbana (Ill.) 1949 (unter dem Titel: The mathematical theory of communication.)

Kritik am klassischen Kommunikationsbegriff:

Die Kommunikationstheorie ist jedoch nicht in der Lage, die menschliche Kommunikation überzeugend zu beschreiben. Bei näherer Betrachtung erkennt man nämlich, wie missverständlich und unzulänglich die genannten Metaphern sowie das Shannon/Weaver-Modell sind.⁵ Zum einen haben Kommunikationsvorgänge keine gegenständlichen Eigenschaften, bei dem Botschaften oder Container mit festgelegten Inhalten aufgenommen, transportiert oder ausgetauscht werden. Die gleichen Informationen (beispielsweise ein Schriftstück) haben nämlich für zwei Menschen nie völlig dieselbe Bedeutung und somit auch nie denselben Inhalt. Außerdem hat Kommunikation entsprechend der jeweiligen Teilnehmer oder Situationen (wie bei Flirt, Prüfungsgespräch oder Verkaufsverhandlung) stets unterschiedliche Rahmenbedingungen und verläuft nie gleich. Sie lässt sich daher auch nicht mit den klassischen Regeln von Reiz und Reaktion ("stimulus and response") beziehungsweise Ursache und Wirkung (Kausalbeziehung) erklären.

5 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Kritik an gängigen Kommunikationsmodellen Klaus **Beck**: Medien und soziale Konstruktion von Zeit. Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewußtsein. Doktorarbeit, Opladen 1994, S. 37 ff.; Heinz von **Foerster**: Epistemologie der Kommunikation. in: Derselbe: Wissen und Gewissen. Versuch einer Brücke. Frankfurt/Main 1993, S. 269 ff.; Joachim **Grabowski** / **Herrmann**, Theo / **Pobel**, Rupert: Sprechen, Handeln, Regulieren... a.a.O., S. 61 ff.; Wolfram K. **Köck**: Kognition, Semantik, Kommunikation. in: Siegfried Johannes Schmidt (Hg.): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt/Main 1992, 5. Auflage, S. 347 ff.; Klaus **Krippendorff**: Der verschwundene Bote... a.a.O., Weinheim / Basel 1990, S. 36 ff.; Klaus **Krippendorff**: Der verschwundene Bote... a.a.O., Opladen 1993, S. 96 ff.; Klaus **Merten**: Kommunikation... a.a.O., S. 42 ff.; Klaus **Merten**: Die Entbehrlichkeit des Kommunikationsbegriffs... a.a.O., S. 188 ff.; Gebhard **Rusch**: Erkenntnis, Wissenschaft, Geschichte. Von einem konstruktivistischen Standpunkt. Frankfurt/Main 1987, 148 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt**: Wir verstehen uns doch? Von der Unwahrscheinlichkeit gelingender Kommunikation. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 1, Studieneinheit 2, Weinheim / Basel 1990, S. 60 f.; Siegfried Johannes **Schmidt**: Kommunikation, Kognition, Wirklichkeit. in: Günter Bentele / Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Band 19, München 1993, S. 107 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt**: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Frankfurt/Main 1994, S. 51 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Die Medien und die Köpfe. Perspektiven und Probleme konstruktivistischer Journalismusforschung. in: Günter Bentele / Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Band 19, München 1993, S. 126 ff.

Menschliche Kommunikation ist vielmehr ein Vorgang der sozialen Konstruktion, bei dem die Menschen einander orientieren (Koordination), ihr Verhalten miteinander abstimmen (Kooperation), Übereinstimmung schaffen (Konsens) und Gewohnheit bilden (Konvention).

Zum anderen sind auch Kommunikationsteilnehmer keine gegenständlichen Apparate (wie funktechnische Sende- oder Empfangsanlagen), sondern lebende und somit autopoietische Systeme. Ein Kommunikationsvorgang ist für jeden der Teilnehmer oder Teilnehmerinnen verschieden und daher nicht spiegelbildlich, wie zwischen Sendern und Empfängern. Kommunikation ist von den persönlichen Besonderheiten des Einzelnen abhängig (wie Eigenschaften, Einstellungen, Erfahrungen oder Erwartungen) und erfordert darüber hinaus Ehrlichkeit und Vertrauen. Außerdem ist die Beziehung zwischen den Teilnehmern (wie zwischen Mann und Frau, Vorgesetztem und Untergebenem) für Kommunikation äußerst wichtig, denn deren gegenseitige Einschätzung prägt ihr gesamtes Verhalten.

Des Weiteren sind Kommunikationssituationen nie neutral, denn sie werden durch unterschiedliche Rahmenbedingungen beeinflusst. Menschliche Kommunikation findet immer vor einem bestimmten politischen, wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen Hintergrund statt, der sich fortlaufend verändert. Zudem hat Kommunikation nicht nur unmittelbar situationsabhängige Aufgaben, sondern auch längerfristig situationsbildende Wirkungen, wie die Schaffung von Übereinstimmung (Konsens) oder Gewohnheit (Konvention) in sozialen Systemen.

Im übrigen lassen sich Kommunikationszeichen (wie Sprache oder Schrift) nicht bloß auf ihre syntaktischen (Aufbau) und semantischen Gesichtspunkte (Inhalt) einengen. Die gängigen Modelle blenden nämlich häufig aus, dass Kommunikation auch einen pragmatischen Gesichtspunkt (Zweck) hat und je nach Situation unterschiedliche Aufgaben verfolgt. In diesem Zusammenhang wird ebenfalls deutlich, dass die richtige Verwendung von Sprache und Schrift allein noch keine Gewähr für erfolgreiche Kommunikation ist. Bei-

spielsweise muss der Mensch je nach Kommunikationssituation verschiedene Ausdrucksformen (wie Anrede-, Höflichkeitsregeln), Gesprächsarten (wie Flirt, Verkaufsverhandlung) und Sprechweisen (wie Stimmfärbung, Sprachstil) beherrschen. Eine Abweichung vom sozial erwarteten Verhalten kann den Erfolg von Kommunikation verhindern. Ein anderes Beispiel sind Humor, Ironie, Sarkasmus oder Zynismus. Diese entstehen erst durch eine beabsichtigte Doppeldeutigkeit von Kommunikation, die durch den Zwiespalt zwischen der vordergründigen und der tatsächlichen Bedeutung von Aussagen lebt.

Aus den genannten Gründen folgt, dass sich Kommunikations*fehler* nicht bloß als Störungen beim Transport oder als Irrtümer beim Empfänger erklären lassen. Da Kommunikation ein Vorgang der sozialen Konstruktion ist, können Informationen schon allein deshalb fehlerhaft wirken, weil sie für zwei Menschen nie völlig dieselbe Bedeutung haben. Darüber hinaus wird Kommunikation auch immer durch Rahmenbedingungen der Situation und persönliche Besonderheiten der Teilnehmer beeinflusst, so dass ein einmal erfolgreiches Kommunikationsverhalten ein anderes Mal falsch sein kann. Die Metaphern von "Austausch", "Fluss" oder "Steuerung" lassen auch unberücksichtigt, dass Kommunikation syntaktische, semantische und pragmatische Gesichtspunkte hat und dass es auf allen drei Ebenen zu Fehlern kommt. So hängt erfolgreiche Kommunikation auch davon ab, dass unterschiedliche Ausdrucksformen, Gesprächsarten und Sprechweisen richtig angewendet werden.

Wegen der beschriebenen Unzulänglichkeiten der gängigen Kommunikationsmodelle wird in diesem Text von einem anderen Verständnis von Kommunikation und Information ausgegangen. "Kommunikation" ist demnach die soziale Konstruktion von Informationen, mit denen lebende Systeme einander orientieren und ihr Verhalten miteinander abstimmen.

Hierbei ist zu beachten, dass der Begriff "Kommunikation" sehr umfassend zu verstehen ist und nicht nur gezielte, persönliche Kommunikation (wie

Gespräche, Briefe, Körpersprache) beinhaltet. Auch ungezielte Massenkommunikation (zum Beispiel durch Monumente oder Massenmedien) dient in menschlichen Gesellschaften der gegenseitigen Orientierung und Verhaltensabstimmung sowie zur Schaffung von Übereinstimmung und Gewohnheit. In diesem Zusammenhang wird auch deutlich, dass die Begriffe "soziales System" und "Kommunikation" hier anders gebraucht werden als beispielsweise von Niklas Luhmann oder Klaus Merten. Diese beiden Soziologen verstehen Kommunikation *selbst* als soziales (Unter-)System,⁶ während Kommunikation in diesem Text *ein Vorgang in* sozialen Systemen ist. Soziale Systeme sind Obersysteme von lebenden Systemen (zum Beispiel Menschen) und Kommunikation dient diesen dazu, einander zu orientieren und ihr Verhalten miteinander abzustimmen. Kommunikation ist also ein Mittel, um die soziale Konstruktion von Wirklichkeit des Menschen zu beeinflussen. Der Einzelne wird somit durch Normen, Traditionen, Denkweisen und Sprachen an die Gemeinschaft gekoppelt. Wie grundlegend Kommunikation für die Wesensart des Menschen ist, zeigt eine Erkenntnis des österreichisch-amerikanischen Psychotherapeuten Paul Watzlawick. Von ihm stammt der Lehrsatz von der Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren ("Man kann nicht nicht kommunizieren!").⁷ Demnach ist Kommunikation eine geradezu zwanghafte Wesenseigenschaft des Menschen, und ein Mangel an Kommunikation kann zu psychischen Erkrankungen (wie Hospitalismus oder Schizophrenie) führen.

6 Vgl. Niklas **Luhmann**: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/Main 1984, S. 193 ff.; Niklas **Luhmann**: Erkenntnis als Konstruktion. Vortrag im Kunstmuseum Bern, Reihe um 9, Bern 1988, S. 51; Niklas **Luhmann**: Wie ist Bewußtsein an Kommunikation beteiligt? in: Hans Ulrich Gumbrecht / Pfeiffer, K. Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt/Main 1988, S. 884 ff.; Niklas **Luhmann**: Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt/Main 1990, S. 23 ff.; Klaus **Merten**: Kommunikation... a.a.O., S. 162 f.; Klaus **Merten**: Die Entbehrlichkeit des Kommunikationsbegriffs... a.a.O., S. 195 ff.

7 Vgl. Paul **Watzlawick** / **Beavin**, Janet H. / **Jackson**, Don D.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern 1985, 7. Auflage, S. 50 ff., Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1967

Der Begriff "Kommunikation" umfasst aber beispielsweise nicht wechselseitige Steuerungs- und Regelungsvorgänge zwischen technischen Systemen, die häufig ebenfalls als "Kommunikation" bezeichnet werden (wie Computerkommunikation). Solche Systeme können sich nämlich nicht gegenseitig orientieren oder ihr Verhalten miteinander abstimmen, da sie keine lebenden Systeme sind. Außerdem stehen technische Systeme unter keinem Zwang zur Kommunikation. Ein technisches Verständnis von Kommunikation beruht auf der kybernetischen Auffassung, dass eine Informationsaufnahme, -verarbeitung und -übermittlung vorliegt. Wenn Kommunikation dagegen als Konstruktion von Informationen aufgefasst wird, dann muss auch der Begriff "Information" neu bestimmt werden. In diesem Text sind "Informationen" daher die Signale, durch die sich ein System nach eigenen Regeln selbst organisiert.

Der Begriff "Information" ist somit sehr umfassend zu sehen, so dass er nicht unbedingt an Kommunikation gebunden ist. Der irreführende Begriff Computerkommunikation ist in diesem Sinn tatsächlich bloß eine technische Aufnahme, Verarbeitung und Übermittlung von Informationen, wie es das Shannon/Weaver-Modell ursprünglich beabsichtigt hatte. Darüber hinaus ist beim Begriff "Information" zu beachten, dass die Bedeutung der Signale für das System allein durch dessen autonomes Gefüge im Inneren festgelegt wird. Ein Außenstehender kann ihre Bedeutung nur insofern "verstehen", wie sich seine Konstruktion des "Verstanden-Habens" als passend beziehungsweise viabel herausstellt. Hierbei muss also zwischen einer Beobachtung erster und zweiter Ordnung unterschieden werden. Allein ein Beobachter oder eine Beobachterin erster Ordnung weiß, was ein Signal für ihn oder sie bedeutet und welche Information er oder sie damit verbindet; ein Beobachter zweiter Ordnung kann allenfalls indirekt vom Signal auf die Information schließen. Die Teilnehmer an Kommunikation versuchen häufig, Fehler und Missverständnisse zu vermeiden, indem sie ihre Konstruktion von Informationen anhand des Verhaltens der anderen Teilnehmer überprüfen (zum Beispiel

durch Prüfungsaufgaben). Nach der konstruktivistischen Auffassung von Kommunikation und Information gibt es also nicht nur eine einzige Wirklichkeit. Vielmehr konstruiert der kommunizierende Mensch gemeinsam mit anderen immer wieder neue Wirklichkeiten. Und die Arbeit von Journalisten ist dadurch bestimmt, dass sie berufsmäßig Kommunikation betreiben - sie sind Berufskommunikatoren.

1.1. Nachrichtenentstehung

Massenkommunikation und Massenmedien spielen für den Menschen bei der sozialen Konstruktion von Wirklichkeit eine besondere Rolle. Das soziale System "Journalismus" ist nämlich ein wichtiges Teilsystem der Gesellschaft,⁸ das zahlreiche Aufgaben erfüllt (wie die Aufklärung über öffentliche Angelegenheiten, die Enthüllung von Missständen oder die Kontrolle staatlicher Stellen). Auch der Umgang mit Nachrichten (sei es beruflich als Journalist und Journalistin oder privat als Mediennutzer und Mediennutzerin) ist eine soziale Konstruktion von Wirklichkeit. Der Begriff "Nachricht" entstand im 17. Jahrhundert und bezeichnete zunächst eine "*mittheilung zum*

8 Vgl. zum Journalismus als soziales System beispielsweise Bernd **Blöbaum**: Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Opladen 1994; Frank **Marcinkowski**: Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen 1993; Manfred **Rühl**: Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. Reihe "Öffentliche soziale Kommunikation" des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg Schweiz, Band 14, Freiburg (Fribourg) 1979, überarbeitete und erweiterte 2. Auflage; Manfred **Rühl**: Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Kommunikationswissenschaftliche Bibliothek, Band 9, Habilitationsschrift, Mainz 1980; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. zwei Bände, Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen, Opladen 1992, S. 289 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalismus als soziales System. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 427 ff.; Siegfried **Weischenberg** / **Hiensch**, Ulrich: Neuigkeiten vom Fließband. Journalismus als soziales System. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 8, Studieneinheit 18, Weinheim / Basel 1991, S. 44 ff.

darnachrichten und die darnachachtung",⁹ also eine "Anordnung" oder "Anweisung".¹⁰ Erst im 19. Jahrhundert wandelte sich der Begriff zu seiner heutigen Bedeutung als "Botschaft", "Mitteilung" oder "Neuigkeit". Darüber hinaus hat der Begriff "Nachrichten" heute im kommunikationswissenschaftlichen und journalistischen Sinn zwei weitere Bedeutungen: Zum einen bezeichnet man damit zwei journalistische *Stilformen*, nämlich "Meldung" und "Bericht". Zum anderen versteht man unter Nachrichten eine journalistische *Berichterstattungsform*, nämlich kurze Informationssendungen im Rundfunk (Hörfunk oder Fernsehen), die regelmäßig für wenige Minuten (meist zur vollen Stunde) Meldungen und Berichte über tagesaktuelle Ereignisse bringen. Diese beiden journalistischen Bedeutungen stehen im Mittelpunkt dieses Textes, wobei Nachrichten überwiegend aus Sicht der Journalisten (Kommunikatoren) und beispielsweise nicht der Mediennutzer (Rezipienten) betrachtet werden.

Ereignis und Beobachter:

Für die gängigen Nachrichtenmodelle wird häufig auf Sinnbilder (Metaphern) aus den Bereichen des Transportwesens, der Hydraulik oder der Kybernetik zurückgegriffen. Obwohl solche Metaphern sehr anschaulich sind und daher großen Einfluss auf die landläufigen Vorstellungen vom Nachrichtenjournalismus haben, sind die bisherigen Modelle missverständlich und unzulänglich. Der US-amerikanische Soziologe Mark Fishman schreibt hierzu: "*Die*

9 Siehe Jacob **Grimm / Grimm**, Wilhelm: Deutsches Wörterbuch. 16 Bände, Band 7, Leipzig 1889, Spalte 103

10 Vgl. zur sprachgeschichtlichen Entwicklung des Begriffes "Nachrichten" beispielsweise Bernd **Blöbaum**: Journalismus als soziales System... a.a.O., 138 ff.; Wissenschaftlicher Rat der **Dudenredaktion** (Hg.): Der Duden in zwölf Bänden. Das Standardwerk zur deutschen Sprache. zwölf Bände, Band 7: Das Herkunftswörterbuch, Mannheim 1989, 2. Auflage, S. 478; Jacob **Grimm / Grimm**, Wilhelm: Deutsches Wörterbuch... a.a.O., Band 7, Spalte 103; Kurt **Koszyk / Pruys**, Karl Hugo (Hg.): Handbuch der Massenkommunikation. München 1981, S. 195 f.; Elisabeth **Noelle-Neumann / Schulz**, Winfried / **Wilke**, Jürgen (Hg.): Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation... a.a.O., S. 307 ff.; Wilfried **Scharf**: Nachrichten im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR. Objektivität oder Parteilichkeit in der Berichterstattung. Frankfurt/Main 1981, S. 5 ff.

vergangene Literatur und Forschung zur Nachrichtenarbeit haben auf einer Reihe von Vermutungen des gesunden Menschenverstandes beruht, welche die Forscher von der gesamten Frage der Ereignisermittlung [im Original: "event detection"] fortlenkten, weil das Thema uninteressant, offensichtlich oder alltäglich zu sein schien."¹¹ Daher wird die Entstehung von Nachrichten meist vernachlässigt und im Nachrichtenfluss insgeheim vorausgesetzt. Dennoch werden allgemein zwei Grundannahmen deutlich, nämlich dass (erstens) ein *Ereignis* durch (zweitens) einen *Beobachter* den Massenmedien (wie Presse oder Rundfunk) mitgeteilt wird.¹²

Der Begriff "Ereignis" ist in diesem Zusammenhang sehr umfassend zu verstehen. Der US-amerikanische Journalist und Publizist Walter Lippmann (1889 - 1974) beschrieb bereits im Jahr 1922 ein nachrichtenwürdiges Ereignis wie folgt: "*Irgend etwas Bestimmtes, das eine unmissverständliche Form hat, muss geschehen. Es kann eine Bankrotterklärung sein, ein Feuer, ein Zusammenstoß, ein Attentat, ein Aufstand, eine Verhaftung, eine Denunziation, ein Gesetzesantrag, eine Rede, eine Wahl, eine Versammlung, die Meinungsäußerung eines wohlbekannten Bürgers, ein Leitartikel in einer Zeitung, ein Verkauf, ein Lohnschema, eine Preisänderung, der Vorschlag*

11 Siehe Mark **Fishman**: *Manufacturing the news*. Austin (Tex.) 1980, S. 30 f.; eigene Übersetzung aus dem Englischen

12 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Nachrichtenentstehung und Nachrichtenfluß Roger **Clausse**: *Publikum und Information. Entwurf einer ereignisbezogenen Soziologie des Nachrichtenwesens*. Köln / Opladen 1962, S. 19 ff.; Petra E. **Dorsch**: *Verlautbarungsjournalismus - eine notwendige Medienfunktion*. in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 27. Jg., Heft 4/1982, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1982, S. 531 f.; Petra E. **Dorsch**-**Jungshuber** / **Roeggele**, Otto B. / **Stolte**, Wolfgang: *Konfliktpotentiale im Nachrichtenproduktionsprozeß. Beispiel: Der Papstbesuch in der Bundesrepublik Deutschland*. in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 30. Jg., Heft 2-3/1985, Bonn / Konstanz, April - September 1985, S. 280 ff.; Mark **Fishman**: *Manufacturing the news...* a.a.O., S. 27 ff.; Mark **Fishman**: *News and nonevents. Making the visible invisible*. in: James S. Ettema / Whitney, D. Charles (Hg.): *Individuals in mass media organizations. Creativity and constraint*. Sage annual reviews of communication research. Band 10, Beverly Hills (Calif.) / London 1982, S. 219 ff.; Verena **Hruska**-**Deutelmöser**: *Die Zeitungsnachricht. Information hat Vorrang*. Bonn 1993, S. 23 ff.; Kurt **Koszyk** / **Pruys**, Karl Hugo (Hg.): *Handbuch der Massenkommunikation...* a.a.O., S. 196 f.; Elisabeth **Noelle-Neumann** / **Schulz**, Winfried / **Wilke**, Jürgen (Hg.): *Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation...* a.a.O., S. 307 ff.; Leslie **Wilkins**: *Information and the definition of deviance*. in: Stanley Cohen / Young, Jock (Hg.): *The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media*. *Communication and society*, Band 4, London 1973, S. 22 ff.

zum Bau einer Brücke... Die Dinge müssen manifest sein."¹³ Knapper drückte es 40 Jahre später der belgische Soziologe, Kommunikationswissenschaftler und Philosoph Gilbert-Roger Clause (1902 - ?) aus, denn ein Ereignis "[...] kann etwas Handfestes sein, eine Schlacht zum Beispiel, oder auch etwas rein Geistiges, oder schließlich irgendeine Meinungsäußerung, z. B. die Rede eines Staatsmannes."¹⁴ Allerdings ist die Formulierung "etwas rein Geistiges" irreführend, denn natürlich müssen auch immaterielle Ereignisse (wie eine Bankrotterklärung oder der Vorschlag zum Bau einer Brücke) "manifest sein", also zum Beispiel durch Äußerungen, Schriftstücke oder Handlungen bekundet werden.

Neben solchen eher beispielhaften Beschreibungen gibt es auch Ansätze, nachrichtenwürdige Ereignisse nach Entstehungsgruppen zu ordnen. So trennt die Journalistin Verena Hruska-Deutelmoser zwischen unvorhersehbaren und veranstalteten Ereignissen sowie Enthüllungen.¹⁵ Auch der Kommunikationswissenschaftler Hans Mathias Kepplinger unterscheidet zwischen unvorhersehbaren (genuinen) und veranstalteten (inszenierten) Ereignissen. Er nennt aber als dritte (Misch-)Form mediengerecht aufbereitete (mediatisierte) Ereignisse, die jedoch vermutlich auch unabhängig von einer Berichterstattung stattfinden würden (wie Parteitage).¹⁶ Der Journalist und frühere Chefredakteur der *ARD-Tagesthemen* in Hamburg, Manfred Buchwald, wiederum trennt zwischen unvorhergesehenen, erwarteten, ent-

13 Siehe Walter **Lippmann**: Die öffentliche Meinung. Reprint des Publizistik-Klassikers. Bochum 1990, S. 231, Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1922

14 Siehe Roger **Clause**: Publikum und Information... a.a.O., S. 19

15 Vgl. Verena **Hruska-Deutelmoser**: Die Zeitungsnachricht... a.a.O., S. 22 f.

16 Vgl. Hans Mathias **Kepplinger**: Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität. in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Beilage zur Wochenzeitschrift *Das Parlament*, o.Jg., Heft 15/1989, Bonn, 7. April 1989, S. 13; Hans Mathias **Kepplinger**: Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Zürich 1992, S. 52

hüllten und veranstalteten Ereignissen.¹⁷ Und die Kommunikationswissenschaftlerin Petra E. Dorsch-Jungsberger grenzt sogar mindestens sechs Entstehungsgruppen von Ereignissen gegeneinander ab: Sie nennt, neben unvorhergesehenen, erwarteten, enthüllten und veranstalteten Ereignissen, auch Verlautbarungen und Werbung.¹⁸

In diesem Text werden Ereignisse jedoch in angekündigte, fortdauernde und unerwartete eingeteilt. Angekündigte Ereignisse sind frühzeitig bekannt, so dass man sich auf sie einstellen und ihre Einzelheiten routinemäßig abarbeiten kann (wie Jahrestage oder Parlamentssitzungen, der Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler Harry Pross spricht in diesem Zusammenhang von "Ritualisierung"¹⁹). Unerwartete Ereignisse sind das Gegenteil, denn man kann sich auf sie nicht einstellen und muss häufig zwischen widersprüchlichen Einzelheiten abwägen (wie Naturkatastrophen, Unglücke oder Verbrechen). Fortdauernde Ereignisse bilden eine Zwischenstufe, denn sie sind zwar einerseits frühzeitig bekannt, aber andererseits muss die weitere Entwicklung der Einzelheiten beobachtet werden (wie jahrelange Bürgerkriege oder politische Grundsatzdiskussionen). Diese drei Ereignisformen treten jedoch selten in Reinform auf, denn beispielsweise kann auch ein angekündigtes Ereignis plötzlich durch ein unerwartetes Ereignis überlagert werden (wie ein Parteitag durch einen dortigen Mordanschlag).

Der Begriff "Beobachter" ist ebenfalls sehr umfassend zu verstehen. Er umfasst nicht nur die berichtenden Journalisten vor Ort (wie Korrespondenten

17 Vgl. Manfred **Buchwald**: Die Nachrichtenexplosion. in: Lutz Franke (Hg.): Die Medienzukunft. 13 Beiträge nach der Sendereihe "Heidelberger Studio" des Süddeutschen Rundfunks. Schriftenreihe des Gemeinschaftswerkes der Evangelischen Publizistik (GEP), GEP-Medien-Dokumentation, Band 11, Frankfurt/Main 1983, S. 77

18 Vgl. Petra E. **Dorsch**: Verlautbarungsjournalismus... a.a.O., S. 531 f.; Petra E. **Dorsch-Jungsberger** / **Roegele**, Otto B. / **Stolte**, Wolfgang: Konfliktpotentiale im Nachrichtenproduktionsprozess... a.a.O., S. 280 f.

19 Vgl. Harry **Pross**: Politische Symbolik. Theorie und Praxis der öffentlichen Kommunikation. Stuttgart 1974, S. 132 ff.; Harry **Pross**: Ritualismus und Signalökonomie. in: Derselbe / Rath, Claus-Dieter (Hg.): Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag. Berlin / Marburg 1983, S. 8 ff.

und Korrespondentinnen oder Reporter und Reporterinnen), sondern zum Beispiel auch offizielle Stellen, die Veranstalter selbst oder zufällige Zeugen des Ereignisses. Solche Beobachter lassen sich selten in Reinform zuordnen - jedoch ist es bei angekündigten Ereignissen meist der Veranstalter und bei unerwarteten Ereignissen häufig ein Zeuge. Aber natürlich können bei einem Ereignis auch mehrere Beobachter gleichzeitig auftreten (wie Augenzeugen, Beteiligte, Polizisten und Reporter bei einem Unfall). Auf jeden Fall muss ein Ereignis zunächst durch einen Beobachter den Massenmedien mitgeteilt werden, bevor es zu einer Nachricht im kommunikationswissenschaftlichen und journalistischen Sinn werden kann. Die Beobachter von Ereignissen stellen im Nachrichtenfluss die eigentliche Nachrichten"quelle" dar, selbst wenn häufig auch die Nachrichtenagenturen oder Massenmedien "Quellen" genannt werden.

Weltweiter Nachrichten"fluss":

Das Modell vom Nachrichten"fluss" ("news flow") greift auf Metaphern von Kommunikation als "Fluss von Signalen" zurück. Der typische Nachrichtenfluss lässt sich wie folgt zusammenfassen: Von den Quellen aus werden Informationen über Ereignisse an die Nachrichtenagenturen, von dort an die Massenmedien und von da zu den Mediennutzern weitergeleitet (jeweils in Kommunikations"kanälen"). Nach diesem Modell werden die Informationen in den Redaktionen der Korrespondentenbüros, der Nachrichtenagenturen und der Massenmedien bearbeitet. Erst durch dieses mehrstufige Auswählen, Berichtigen, Ergänzen, Kürzen und Umschreiben werden die Informationen über ein Ereignis zu Nachrichten umgearbeitet. Gelegentlich gelangen Informationen auch auf direktem Weg von den Quellen zu den Massenmedien (zum Beispiel bei nahen Ereignissen). Die Nachrichtenagenturen haben aber im weltweiten Nachrichtenfluss eine größere Bedeutung, weil nur sie

über zahlreiche Außenbüros und Korrespondenten verfügen.²⁰ Man spricht daher bei Agenturen auch eher von Kommunikations"netzen" als von -"kanälen".

Am wichtigsten sind die vier großen Weltnachrichtenagenturen ("the big four"), nämlich die beiden US-amerikanischen Agenturen *Associated Press* (AP) und *United Press International* (UPI) sowie die britische Agentur *Reuters* (Rtr) und die französische Agentur *Agence France-Presse* (AFP). Die Rolle dieser großen Nachrichtenagenturen wird zwiespältig beurteilt: Einerseits übernehmen sie im internationalen Nachrichtenfluss eine wichtige Aufgabe und bieten ein Forum, durch das die Welt nachrichtentechnisch und massenmedial zusammenrückt (die kanadischen Medienwissenschaftler

20 Vgl. zur Bedeutung der Nachrichtenagenturen für den weltweiten Nachrichtenfluss beispielsweise Bernd **Blöbaum**: Nachrichtenagenturen in den Nord-Süd-Beziehungen. Berlin 1983; Oliver **Boyd-Barrett**: The international news agencies. Communication and society, Band 13, London 1980; Lutz M. **Hagen**: Informationsqualität von Nachrichten. Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen. Doktorarbeit, Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 6, Opladen 1995, S. 18 ff.; Hansjoachim **Höhne**: Report über Nachrichtenagenturen. zwei Bände, Band 1: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt, Baden-Baden 1976; Hansjoachim **Höhne**: Formen der Zusammenarbeit mit der Dritten Welt am Beispiel Nachrichtenagenturen. in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 29. Jg., Heft 3-4/1984, Bonn / Konstanz, Juli - Dezember 1984, S. 427 ff.; Hans J. **Kleinsteuber**: Das globale Netz. Nationale und internationale Mediensysteme. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 11, Studieneinheit 28, Weinheim / Basel 1991, S. 76 ff.; Hans J. **Kleinsteuber**: Nationale und internationale Mediensysteme. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 562 ff.; Werner **Meier** / **Schanne**, Michael: Nachrichtenagenturen im internationalen System. Zürich 1980; Gert-Walter **Minet**: Nachrichtenagenturen im Wettbewerb. Doktorarbeit, Kölner Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Abhandlungen, Band 24, Köln 1977; Manfred **Steffens**: Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten. Hamburg 1969, S. 234 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. zwei Bände, Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure, Opladen 1995, S. 42 ff. und 196 ff.; Siegfried **Weischenberg** / **Hienzsch**, Ulrich: Von der Tontafel zum Chip. Technische Grundlagen der Massenkommunikation. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 8, Studieneinheit 19, Weinheim / Basel 1991, S. 123 ff.; Siegfried **Weischenberg** / **Hienzsch**, Ulrich: Die Entwicklung der Medientechnik. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 474 ff.; Jürgen **Wilke** (Hg.): Agenturen im Nachrichtenmarkt. Reuters, AFP, VWD/dpa, dpa-fwt, KNA, epd, Reuters Television, Worldwide Television News, Dritte Welt-Agenturen. Köln 1993; Jürgen **Wilke** (Hg.): Nachrichtenagenturen im Wettbewerb. Ursachen, Faktoren, Perspektiven. Reihe Medien und Märkte, Band 8, Konstanz 1997; Jürgen **Wilke** / **Rosenberger**, Bernhard: Die Nachrichtenmacher. Eine Untersuchung zu Strukturen und Arbeitsweisen von Nachrichtenagenturen am Beispiel AP und dpa. Köln 1991, S. 33 ff.; Peter **Zschunke**: Agenturjournalismus. Nachrichtenschreiben im Sekundentakt. München 1994, S. 43 ff.

Marshall McLuhan und Quentin Fiore prägten in einem ähnlichen Zusammenhang den Begriff des "globalen Dorfes"²¹). Andererseits wird den großen Agenturen wegen ihrer beherrschenden Stellung im Nachrichtenfluss "Medienimperialismus" vorgeworfen. Kritiker bemängeln, dass die Weltnachrichtenagenturen vor allem über die Industriestaaten berichten (Europa, USA, Japan), dass sie deren Blickwinkel bevorzugen (Demokratie, Marktwirtschaft, Wohlstand) und dass sie die Staaten der sogenannten "Dritten Welt" überwiegend klischeehaft darstellen (Katastrophen, Konflikte, Kriege, Korruption). Darüber hinaus beklagt man häufig eine Informations"überflutung" durch die Agenturen, wodurch die Nachrichtenauswahl für Journalisten und Mediennutzer immer schwieriger wird. So haben die Nachrichtenagenturen seit den 70er Jahren ihre Sendegeschwindigkeit derart gesteigert, dass sie heute ein Vielfaches an Zeichen pro Minute übermitteln können. Dies wurde vor allem durch die Modernisierung der Übertragungswege (Fernmeldesatelliten, Digitalisierung) und durch die Einführung von Computersystemen in den Redaktionen möglich. In einer normalen Nachrichtenredaktion gehen somit mehrere hunderttausend Wörter pro Tag ein, wovon die Massenmedien jedoch aufgrund begrenzter Druckseiten beziehungsweise Sendeminuten den Großteil nicht verwenden. Die Hauptaufgabe von Nachrichtenjournalisten besteht nun darin, aus diesen vielen Informationen auszuwählen und sie zu Nachrichten zu gestalten.

Kritik am klassischen Ereignisbegriff:

Da das Modell von Nachrichtenentstehung und -"fluss" auf Metaphern von Kommunikation als "Fluss von Signalen" zurückgreift, übernimmt es auch dessen missverständlichen und unzulänglichen Grundannahmen. Schon die Vorstellung einer Entstehung von Nachrichten durch eine Nachricht-

21 Vgl. Marshall **McLuhan / Fiore**, Quentin: Das Medium ist Massage. Frankfurt/Main / Berlin 1969, S. 63 - Vgl. hierzu auch Marshall **McLuhan / Fiore**, Quentin: Krieg und Frieden im globalen Dorf. Düsseldorf / Wien 1971; Marshall **McLuhan / Powers**, Bruce R.: The global village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn 1995

ten"quelle" ist missverständlich. Der Begriff "Quelle" unterstellt, dass aus ihr jeder Beobachter eines Ereignisses grundsätzlich denselben "Ausfluss" an Informationen "abschöpfen" kann. Jedoch haben die Informationen über ein Ereignis keine gegenständlichen Eigenschaften, die vom Beobachter neutral aufgenommen und weitergegeben werden. Statt dessen ist jede Wahrnehmung und Erkenntnis eines Beobachters die Schaffung und Deutung von Konstruktionen von Wirklichkeit, denn dasselbe Ereignis wird von zwei Menschen nie völlig gleich wahrgenommen.

Dies zeigt sich auch beim Begriff "Ereignis", welches üblicherweise als einzelne und unabhängige Einheit betrachtet wird. Bei näherer Betrachtung wird aber deutlich, dass es keine "Ereignisse-an-sich" gibt, sondern dass diese zunächst durch einen Beobachter aus ihrem zeitlichen und sachlichen Zusammenhang heraus abgegrenzt werden müssen. Fishman betont, "[...] dass keine Gesamtheit von Handlungen schon an sich ein Ereignis ist, ohne dass jemand es als solches bestimmt - ohne dass jemand es aus einem Handlungsstrom als beachtenswert abgrenzt [...]."²² Darüber hinaus lässt sich jedes Geschehen auf unterschiedliche Weise in Ereignisse zerlegen, und ein einzelnes Ereignis kann nahezu beliebig eingegrenzt oder ausgeweitet werden. Der Kommunikationswissenschaftler Joachim Friedrich Staab nennt hierfür ein Beispiel: *"Man kann das Ereignis "Flugzeugabsturz" in immer kleinere Geschehenseinheiten, in immer spezifischere Ereignisse untergliedern - z.B. Aussetzen der Motoren, Aufprall auf die Erde, Tod einzelner Passagiere usw. Man kann dieses Ereignis aber auch in immer umfassendere Geschehensabläufe integrieren, die es in ihrer Gesamtheit erst definieren - z.B. fehlende Sicherheitsprüfungen als Ursache des Absturzes, mögliche Konstruktionsfehler des Flugzeugtyps, Stellungnahmen von Experten usw. Ereigniseingrenzung und Ereignisausweitung lassen sich theoretisch unendlich fortsetzen [...]."* Durch diese Eingrenzung beziehungsweise Ausweitung

22 Siehe Mark **Fishman**: Manufacturing the news... a.a.O., S. 76; eigene Übersetzung aus dem Englischen - Vgl. hierzu auch Mark **Fishman**: News and nonevents... a.a.O., S. 221

kann sich darüber hinaus der Gehalt der Ereignisse verändern: *"Berichtet ein Medium in einem Beitrag nur über die Tatsache des Absturzes, die vermutete Ursache und die Anzahl der Todesopfer, so besäße der Nachrichtenfaktor Prominenz die geringste Ausprägung. Berichtet das Medium jedoch im selben Beitrag auch über die Fernsehansprache des amerikanischen Präsidenten, in der dieser sein Mitgefühl für die Hinterbliebenen ausdrückt, so würde dem Nachrichtenfaktor Prominenz die höchste Ausprägung zukommen. Der Einwand, im zweiten Fall handele es sich um zwei Ereignisse, ist zwar plausibel; die Frage, ob es sich um ein oder zwei Ereignisse handelt, kann jedoch [...] nur operational [am konkreten Einzelfall] beantwortet werden."*²³

Die landläufige Auffassung von Ereignissen ist, dass diese von allein entstehen, dass sie auch ohne einen Beobachter ablaufen, dass sie durch die Beobachtung nicht verändert werden und dass Ereignisse zeitlich vor ihrer Beobachtung auftreten.²⁴ Diese Vorstellung ist allerdings unzulänglich, da viele Menschen ihr Verhalten bei der Anwesenheit von Journalisten verändern und hierdurch viele Ereignisse erst ausgelöst werden. Nachrichten beruhen nämlich häufig auf sogenannten "Pseudoereignissen" - ein Begriff, den der US-amerikanische Historiker Daniel Joseph Boorstin einführte.²⁵ Hierbei handelt es sich um geplante Inszenierungen von Wirklichkeit, die eigens für die Massenmedien gemacht werden (wie Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung), um auf diese Weise öffentliche Aufmerksamkeit zu erre-

23 Siehe Joachim Friedrich **Staab**: Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Doktorarbeit, Alber-Broschur Kommunikation, Band 17, Freiburg / München 1990, S. 103 f. und 104 f.

24 Vgl. Mark **Fishman**: Manufacturing the news... a.a.O., S. 31

25 Vgl. Daniel J. **Boorstin**: Das Image. Der Amerikanische Traum. Hamburg 1987, S. 34, Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1961

gen.²⁶ Bei einem Pseudoereignis kann es sich sowohl um ein unerwartetes Ereignis (wie eine demonstrative Blockade), ein fortdauerndes Ereignis (wie einen Hungerstreik) oder ein angekündigtes Ereignis (wie eine Pressekonferenz) handeln. All diese Pseudoereignisse haben gemeinsam, dass sie ohne eine Berücksichtigung in den Massenmedien sinnlos wären und dann vermutlich gar nicht stattfinden würden.

Zu den Pseudoereignissen zählen aber auch gezielte Falschmeldungen und ungelenkte Gerüchte. Beide können gerade deshalb sehr überzeugend sein

26 Vgl. zur Entstehung von Nachrichten aufgrund von Inszenierungen beispielsweise Daniel J. **Boorstin**: *Das Image...* a.a.O.; Murray **Edelman**: *Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns.* Frankfurt/Main 1976; Hans Heinz **Fabris**: *Der Politiker als Kommunikator.* in: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): *Zur Theorie der politischen Kommunikation.* München 1974, S. 110 ff.; James D. **Halloran** / **Elliott**, Philip / **Murdock**, Graham: *Politische Demonstration und gesellschaftliche Kommunikation.* in: Jörg Aufermann / Bohrmann, Hans / Sülzer, Rolf (Hg.): *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation.* zwei Bände, Band 2, Frankfurt/Main 1973, S. 633 ff., gekürzter Neudruck, erstmals Harmondsworth 1970 (unter dem Titel: *Demonstrations and Communication. A case study.*); Hans Mathias **Kepplinger**: *Realität, Realitätsdarstellung und Medienwirkung.* in: Jürgen Wilke (Hg.): *Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Alber-Broschur Kommunikation, Band 18,* Freiburg / München 1990, S. 42 f.; Gladys Engel **Lang** / **Lang**, Kurt: *The battle for public opinion. The president, the press, and the polls during Watergate.* New York (N.Y.) 1983, S. 182 ff.; Kurt **Lang** / Engel **Lang**, Gladys: *MacArthur Day in Chicago. Die Einseitigkeit des Fernsehens und ihre Wirkungen.* in: Jörg Aufermann / Bohrmann, Hans / Sülzer, Rolf (Hg.): *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation.* zwei Bände, Band 2, Frankfurt/Main 1973, S. 498 ff., ergänzter Neudruck, erstmals in: *American Sociological Review*, Official journal of the American Sociological Association, 18. Jg., Heft 1/1953, Albany (N.Y.), Februar 1953, S. 2 ff. (unter dem Titel: *The unique perspective of television and its effect. A pilot study.*); Kurt **Lang** / Engel **Lang**, Gladys: *Spiegel der Gesellschaft. Medien und öffentliche Meinung.* in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): *Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 10, Studieneinheit 26,* Weinheim / Basel 1991, S. 87 ff.; Claudia **Mast**: *Politiker im Fernsehen. Eine Analyse der Sendung »Journalisten fragen - Politiker antworten«.* in: Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): *Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung.* München 1979, S. 167 ff.; Harvey **Molotch** / **Lester**, Marylin: *News as purposive behaviour. On the strategic use of routine events, accidents and scandals.* in: *American Sociological Review*, Official journal of the American Sociological Association, 39. Jg., Heft 1/1974, Albany (N.Y.), Februar 1974, S. 101 ff.; Ulrich **Sarcinelli**: *Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland. Studien zur Sozialwissenschaft, Band 72,* Opladen 1987; Wolf **Schneider** (Hg.): *Unsere tägliche Desinformation. Wie die Massenmedien uns in die Irre führen.* Hamburg 1984, S. 213 ff.; Siegfried **Weischenberg**: *Der Kampf um die Köpfe. Affären und die Spielregeln.* in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): *Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 1, Studieneinheit 1,* Weinheim / Basel 1990, S. 11 ff.

und sogar zu Nachrichten werden,²⁷ weil sie erfundene und tatsächliche Ereignisse glaubwürdig miteinander verbinden. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist, als die *Deutsche Presse-Agentur* (DPA) in Hamburg am 13. April 1964 irrtümlich den Tod des sowjetischen Regierungs- und Parteichefs Nikita Sergejewitsch Chruschtschow (1894 - 1971) meldete.²⁸ Ein weiterer Fall von Falschmeldung stammt vom 12. November 1993, als mehrere australi-

27 Vgl. zur Entstehung von Nachrichten aufgrund von Gerüchten und Falschmeldungen beispielsweise Christiane **Grefe**: Is was, Dok? Über die Schwierigkeit, die Wahrheit zu prüfen. in: *Kursbuch 125, Die Meinungsmacher*, 32. Jg., Heft 125/1996, Berlin, September 1996, S. 133 ff.; Hansjoachim **Höhne**: Report über Nachrichtenagenturen... a.a.O., Band 1, S. 56 ff.; Hansjoachim **Höhne**: Von Tatarennachrichten und anderen Falschmeldungen. in: *Journalist, Das deutsche Medienmagazin*, 45. Jg., Heft 4/1995, Bonn / Remagen, April 1995, S. 24; Walter **Hömberg**: Von Falschmeldungen und Medienfälschungen. in: Arthur Schütz: *Der Grubenhund. Experimente mit der Wahrheit. ex libris kommunikation, Klassische Texte über Medien und Kommunikation*, Band 5, München 1996, Neudruck, erstmals Wien / Leipzig 1931, S. 107 ff.; Walter **Hömberg**: Lügen wie gedruckt. in: *Journalist, Das deutsche Medienmagazin*, 46. Jg., Heft 3/1996, Bonn / Remagen, März 1996, S. 38 ff.; Edmund **Lauf**: Gerücht und Klatsch. Die Diffusion der "abgerissenen Hand". *Hochschul-Skripten Medien*, Band 31, Berlin 1990, S. 15 ff.; Klaus **Merten**: Inszenierung von Alltag. *Kommunikation, Massenkommunikation, Medien*. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): *Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten*, Studienbrief 1, Studieneinheit 3, Weinheim / Basel 1990, S. 104 f.; Klaus **Merten**: Unsere tägliche Wirklichkeit heute. Wie Medien die Kommunikation entfalten. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): *Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten*, Studienbrief 5, Studieneinheit 10, Weinheim / Basel 1990, S. 18 ff.; Klaus **Merten**: Evolution der Kommunikation. in: Derselbe / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen 1993, S. 144 ff.; Henning **Röhl**: Verifikation von Nachrichten. Beispiele aus der Praxis von ARD-aktuell. in: *Media Perspektiven*, 22. Jg., Heft 1/1991, Frankfurt/Main 1991, S. 18 ff.; Wolf **Schneider** (Hg.): *Unsere tägliche Desinformation... a.a.O.*, S. 205 f.; Arthur **Schütz**: *Der Grubenhund. Experimente mit der Wahrheit. ex libris kommunikation, Klassische Texte über Medien und Kommunikation*, Band 5, München 1996, Neudruck, erstmals Wien / Leipzig 1931; Tamotsu **Shibutani**: *Improvised news. A sociological study of rumor*. Indianapolis (Ind.) / New York (N.Y.) 1966; Eckart **Spo**: *Alle Kriege beginnen mit Lügen. Wie wir Journalisten Geschichte machen*. in: Bernt Engelmann / Horné, Alfred u.a.: *Anspruch auf Wahrheit. Wie werden wir durch Presse, Funk und Fernsehen informiert?* Göttingen 1981, S. 17 ff.; Manfred **Steffens**: *Das Geschäft mit der Nachricht... a.a.O.*, S. 178 ff.

28 Zur Entstehung dieser Falschmeldung gibt es unterschiedliche Darstellungen. Vgl. Klaus von **Bismarck**: *Die Nachricht und die Wirklichkeit*. in: *Publizistik, Zeitschrift für die Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Meinungsbildung*, 15. Jg., Heft 4/1970, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1970, S. 290 f.; Bernd **Naumann** / von **Lojewski**, Günther: *Wirbelwind einer Falschmeldung. Ursprung und Ende der Nachricht von Chruschtschows Tod*. in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Hg.): *Die Erste Seite. Das politische Weltgeschehen auf der Titelseite der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. drei Bände, Band 1: 1949 - 1967*, Frankfurt/Main 1981, S. 374, Neudruck, erstmals in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung, Zeitung für Deutschland*, 15. Jg., Ausgabe Nr. 88, Frankfurt/Main, 15. März 1964, S. 2; Horst **Siebert**: *Falschmeldung kam über WDR. Leserbrief*, in: *Journalist, Das deutsche Medienmagazin*, 44. Jg., Heft 5/1994, Bonn / Remagen, Mai 1995, S. 86; Manfred **Steffens**: *Das Geschäft mit der Nachricht... a.a.O.*, S. 198 f.; Walter **Vitt**: *Eine mißglückte Recherche*. in: *Journalist, Das deutsche Medienmagazin*, 44. [45.!] Jg., Heft 12/1995, Bonn / Remagen, Dezember 1995, S. 76

sche Rundfunksender auf ein Gerücht über den Tod der britischen Königin-Mutter Elizabeth hereinfließen.²⁹ Unabhängig davon, ob es sich um erfundene oder tatsächliche Ereignisse handelt, können die Nachrichten nur einen Ausschnitt aus dem Nachrichtenfluss wiedergeben. Im folgenden wird daher auf die Gesichtspunkte (Nachrichtenfaktoren) eingegangen, nach denen Journalisten ihre Nachrichten auswählen.

1.2. Nachrichtenfaktoren

Der gesamte Nachrichtenfluss von den Quellen bis zu den Mediennutzern ist durch eine mehrstufige Auswahl in den Redaktionen der Korrespondentenbüros, der Nachrichtenagenturen und der Massenmedien geprägt. Bereits Lippmann erkannte, dass Nachrichten nach bestimmten Merkmalen ausgewählt werden, wozu er unter anderem die Überraschung, Eindeutigkeit, Konflikthaltigkeit, Bedeutsamkeit und räumliche Nähe von Ereignissen zählte.³⁰ Dennoch gelten in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Nachrichtenauswahl bis heute die Vorstellungen der Soziologen und

29 Im folgenden wird der Wortlaut eines mitgeschnittenen Radioberichtes des deutschen Dienstes des *BBC World Service* wiedergegeben. In ihm berichtete der BBC-Redakteur Peter Mühlfeit am 12. November 1993 über die Entstehung des Gerüchtes: "Es war der klassische Fall eines Buschbrandes. An einer Ecke entsprang der Zündfunke und in Minutenschnelle loderte es überall lichterloh. Ein australischer Mitarbeiter des privaten Satellitensenders *Sky TV* in London hatte einen vorbereiteten Beitrag für den Fall des Todes der Königinmutter, der routinemäßig überprüft wurde, für bare Münze genommen. Er griff sofort zum Hörer um seine Mutter anzurufen, die passenderweise im australischen Queensland lebt. Sie wiederum wollte die Neuigkeit schnell weitergeben - an ihren bevorzugten lokalen Rundfunksender in Brisbane. Es war kurz vor den Nachrichten und so wurde die Meldung ungeprüft ausgestrahlt. Nicht aber ohne zuvor den Schwestersender in Sydney zu unterrichten - die führende Station in der kommenden Olympiastadt. Als nächstes reagierte das Fernsehen, *Channel Seven*: "Now we have this news just in: *The Queen Mother has passed away. She was 93 years old and passed away at this late last night. We have more on this later on.*" Die Bosse hatten noch gezögert, aber ein übereifriger Jungredakteur reichte einen Nachruf ins Studio und danach gab es kein Halten mehr - bis der Buckingham Palace, alarmiert durch eine Welle von Anrufen aus Australien, die Meldung dementierte und nicht nur *Channel Seven* den Rückzug antreten musste: "Following from now, a report earlier today that the Queen Mother has died, has now been denied by Buckingham Palace." Zu Recht, denn während Australien um die Mutter seines Staatsoberhauptes trauerte, befand sich die 93jährige bei bester Gesundheit auf einer Feier zum Gedenken der Kriegstoten. Den Beteiligten blieb nur, sich für die peinliche Affäre zu entschuldigen."

30 Vgl. Walter **Lippmann**: Die öffentliche Meinung... a.a.O., S. 235 ff.

Politologen Einar Östgaard sowie Johan Vincent Galtung und Mari Holboe Ruge als grundlegend.³¹ Die drei Norweger fassten in den 60er Jahren erstmals systematisch die Ereignismerkmale zusammen, nach denen Journalisten ihre Nachrichten auswählen (Nachrichtenfaktoren).

31 Vgl. Johan **Galtung / Ruge**, Mari Holmboe: Structuring and selecting news... a.a.O., S. 129 ff.; Einar **Östgaard**: Factors influencing the flow of news. in: *Journal of Peace Research*, 2. Jg., Heft 1/1965, Oslo 1965, S. 39 ff.

Nachrichtenfaktoren-Modell:

Vor allem das Modell von Galtung und Ruge ist bis heute die wichtigste Grundlage, um die Nachrichtenauswahl trotz täglich wechselnder Ereignislagen zu erklären.³² Sie gehen davon aus, dass Ereignisse bevorzugt werden, die in ihrer Entwicklung abgeschlossen oder kurzfristig sind ("Frequenz"), die in ihrer Intensität ungewöhnlich sind ("Aufmerksamkeitsschwelle"), die einfach oder überschaubar sind ("Eindeutigkeit"), die folgenreich oder nah sind ("Bedeutsamkeit"), die Erwartungen oder Wünschen entsprechen ("Konsonanz"), die selten oder unerwartet sind ("Überraschung"), die

32 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert Bernd-Peter **Arnold**: Nachrichtenwert und Nachrichtenauswahl. Anmerkungen aus der Sicht der Praxis. in: *Media Perspektiven*, 13. Jg., Heft 1/1982, Frankfurt/Main 1982, S. 28 ff.; Bernd-Peter **Arnold**: ABC des Hörfunks. Reihe Praktischer Journalismus, Band 14, München 1991, S. 131 ff.; Warren **Breed**: Analyzing news. Some questions for research. in: *Journalism Quarterly*, Devoted to research in journalism and mass communications, 33. Jg., Heft 3/1956, Minneapolis (Minn.) / Iowa City (Iowa), Herbst 1956, S. 467 ff.; Jürg **Häusermann** / **Käppeli**, Heiner: Rhetorik für Radio und Fernsehen. Regeln und Beispiele für mediengerechtes Schreiben, Sprechen, Informieren, Kommentieren, Interviewen, Moderieren. Schriften zur Medienpraxis, Band 1, Aarau / Frankfurt/Main 1986, S. 87 ff.; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München / Leipzig 1994, S. 78 ff.; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München / Leipzig 1996, 2. Auflage, S. 78 ff.; Verena **Hruska**-Deutelmoser: Die Zeitungsnachricht... a.a.O., S. 16 ff.; Hans Mathias **Keppinger**: Theorien der Nachrichtenauswahl... a.a.O., S. 3 ff.; Michael **Krzeminski**: Thematisierung im Hörfunk. Eine empirische Untersuchung der Redaktionsarbeit für die aktuelle Berichterstattung in den Hörfunkprogrammen des Westdeutschen Rundfunks. Europäische Hochschulschriften, Reihe 40, Kommunikationswissenschaft und Publizistik, Band 10, Frankfurt/Main 1987, S. 11 ff.; Michael **Kunczik**: Journalismus als Beruf. Köln 1988, S. 197 ff.; Walther von **La Roche**: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege. München 1984, 8. Auflage, S. 69 ff.; Marilyn **Lester**: Generating newsworthiness. The interpretive construction of public events. in: *American Sociological Review*, Official journal of the American Sociological Association, 45. Jg., Heft 6/1980, Albany (N.Y.), Dezember 1980, S. 984 ff.; Kaarle **Nordenstreng** und Mitarbeiter: Grundsätze der Nachrichtenvermittlung. in: Gerhard Maletzke: Einführung in die Massenkommunikationsforschung. Berlin 1972, S. 120 ff.; Georg **Ruhrmann**: Rezipient und Nachricht. Struktur und Prozeß der Nachrichtenrekonstruktion. Opladen 1989, S. 14 ff.; Iska **Schreglmann**: Auswahl im Labor. Studie über Nachrichtenselektion. in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 44. Jg., Heft 11/1994, Bonn / Remagen, November 1994, S. 58 und 75; Winfried **Schulz**: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Alber-Broschur Kommunikation, Band 4, Freiburg / München 1976, S. 12 ff.; Joachim Friedrich **Staab**: Nachrichtenwert-Theorie... a.a.O., S. 40 ff.; Joachim Friedrich **Staab**: Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie. Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen. in: Jürgen Wilke (Hg.): Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Alber-Broschur Kommunikation, Band 18, Freiburg / München 1990, S. 161 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Nachrichtenschreiben. Journalistische Praxis zum Studium und Selbststudium. Opladen 1990, 2. Auflage, S. 16 ff.; Jürgen **Wilke**: Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Eine Modellstudie zur Verbindung von historischer und empirischer Publizistikwissenschaft. Berlin 1984, S. 16 ff.; Wolfgang **Zehrt**: Hörfunk-Nachrichten. Reihe Praktischer Journalismus, Band 25, Konstanz 1996, S. 81 ff.

mit anderen Ereignissen in Beziehung stehen ("Kontinuität"), die sich von anderen Ereignissen abheben ("Variation"), die sich auf wichtige Staaten ("Elite-Nationen") oder einflussreiche Menschen beziehen ("Elite-Personen"), die Einzelschicksale schildern ("Personalisierung") und die konflikt- oder schadenträchtig sind ("Negativität").

Diese erste Liste mit möglichen Nachrichtenfaktoren wurde durch die weitere Forschung noch ergänzt und verändert. So wurde das Modell von Galtung und Ruge in den 70er Jahren von dem Kommunikationswissenschaftler Winfried Schulz erweitert.³³ Er ordnet seine 18 Nachrichtenfaktoren in sechs sogenannten Faktorendimensionen: Die Dimension "Zeit" umfasst die Entwicklung von Ereignissen ("Dauer") und die Beziehung zu anderen Ereignissen ("Thematisierung"). Die Faktorendimension "Nähe" erfasst verschiedene Formen ("räumliche", "politische", "kulturelle Nähe") und bezieht auch die Betroffenheit durch Ereignisse mit ein ("Relevanz"). Unter der Dimension "Status" werden die Bedeutung des Ortes ("regionale", "nationale Zentralität") und der Beteiligten von Ereignissen ("persönlicher Einfluss", "Prominenz") gesammelt. In der Faktorendimension "Dynamik" werden besondere Eigenheiten in Ablauf ("Überraschung") und Inhalt von Ereignissen ("Struktur") zusammengefasst. Die Dimension "Valenz" berücksichtigt neben negativen ("Konflikt", "Kriminalität", "Schaden") auch positive Ereignismerkmale ("Erfolg"). Und die Faktorendimension "Identifikation" beinhaltet den personalen und sozialen Bezug zu Ereignissen ("Personalisierung", "Ethno-zentrismus").

Die beiden Beispiele von Galtung und Ruge sowie Schulz bieten nur eine Auswahl von möglichen Nachrichtenfaktoren, denn diese Listen sind keineswegs endgültig - und auch Schulz hat seine noch einmal überarbeitet.³⁴

33 Vgl. Winfried **Schulz**: Die Konstruktion von Realität... a.a.O., S. 31 ff.

34 Vgl. Winfried **Schulz**: Nachrichtenstruktur und politische Informiertheit. Die Entwicklung politischer Vorstellungen der Bevölkerung unter dem Einfluß des Nachrichtenangebots (NAPOLI-Projekt). Wissenschaftliches Gutachten im Auftrag des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung. Mainz 1977, S. 38 ff.

Vor allem sind noch weniger wichtige Faktoren zu nennen, die sich nicht auf bedeutsame Ereignisse beziehen, sondern eher die Gefühle, die Neugier und das Unterhaltungsbedürfnis der Mediennutzer berücksichtigen ("human interest"). Derartige Nachrichtenfaktoren sind beispielsweise "Dramatik" ("Abenteuer", "Enthüllung", "Risiko"), "Emotionalität" ("Mitleid", "Romantik", "Sex"), "Exotik" (räumliche, kulturelle "Ferne") und "Kuriosität" ("Humor", "Rekorde").³⁵

Aus solchen Nachrichtenfaktoren ergibt sich der sogenannte "Nachrichtenwert" ("news value") von Ereignissen. Demnach wird über Ereignisse um so eher, vorrangiger und umfassender berichtet, je höher man ihren Nachrichtenwert einschätzt. Nach dem Nachrichtenwert richtet sich also nicht nur die Auswahl von Ereignissen, sondern auch deren Platzierung und Umfang auf den Nachrichtenseiten der Presse beziehungsweise in den Nachrichtensendungen des Rundfunks. Laut Schulz folgen Journalisten bei der Einschätzung des Nachrichtenwertes vor allem bestimmten Faktoren: *"Nach unseren Befunden [...] können vor allem die Faktoren Thematisierung, Persönlicher Einfluss (Elite-Status), Ethnozentrismus, Negativität, aber auch Erfolg als Determinanten [bestimmende Merkmale] für hohen Nachrichtenwert angesehen werden. [...] Einige dieser Nachrichtenfaktoren sind nicht nur kennzeichnend für die besonders herausgestellten Meldungen, sondern für das Nachrichtenbild insgesamt. Dazu gehört die starke Beachtung von Elite-Personen. Politisches Geschehen wird durchweg nur im Handeln einflussreicher Personen sichtbar [...]. Allgemein spielen bei der Selektion internationaler Nachrichten Faktoren wie Status und Nähe eine wichtige Rolle. Je bedeutender und mächtiger ein Land, je näher es der Bundesrepublik in geographischer, politischer und kultureller Hinsicht ist, desto häufiger kommt es auch in den Nachrichten vor. [...] Eine Besonderheit von Ereignissen der innerdeutschen Politik scheint darin zu bestehen, dass ihr Nachrichtenwert*

35 Vgl. Jürgen **Horsch / Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten... a.a.O., S. 81; Siegfried **Weischenberg**: Nachrichtenschreiben... a.a.O., S. 21 f.

außer von den Merkmalen Thematisierung, Negativismus und Relevanz auch von ihrem Überraschungswert abhängt."³⁶

Bereits Galtung und Ruge hatten darauf hingewiesen, dass ein Ereignis mehrere Nachrichtenfaktoren haben kann, dass sein Nachrichtenwert mit der Zahl der Faktoren steigt und dass jene Faktoren hervorgehoben werden, die den Nachrichtenwert bestimmen.³⁷ Mit der Auswahl von Ereignissen findet also gleichzeitig eine Gewichtung ihrer Nachrichtenfaktoren statt. Diese Auswahl und Gewichtung ist um so schärfer, je kürzer die Bearbeitungszeit ist und je weniger Druckseiten beziehungsweise Sendeminuten zur Verfügung stehen. Dabei findet die Auswahl der Ereignisse und die Gewichtung der Faktoren auf allen Stufen des Nachrichtenflusses statt, also beim Beobachter der Ereignisse, beim Nachrichtenjournalisten und beim Mediennutzer.

Wenngleich im Mittelpunkt dieses Textes steht, wie Journalisten (Kommunikatoren) bei der *Herstellung* von Nachrichten eine Auswahl treffen, darf nicht unerwähnt bleiben, dass natürlich auch Mediennutzer (Rezipienten) bei der

36 Siehe Winfried **Schulz**: Die Konstruktion von Realität... a.a.O., S. 116 f.

37 Vgl. Johan **Galtung / Ruge**, Mari Holmboe: Structuring and selecting news... a.a.O., S. 135

Nutzung von Nachrichten auswählen.³⁸ Sie reagieren also auf die Auswahl der Journalisten wiederum mit einer eigenen Auswahl. Ein Großteil der Inhalte einer Nachrichtenseite oder -sendung wird vom Leser, Hörer oder Zuschauer schon nach kurzer Zeit wieder vergessen. Von den erinnerten Nachrichten wiederum werden Teile hervorgehoben, hinzugefügt, weggelassen oder in ihrer Reihenfolge verändert. Hierbei fließen auch die persönlichen Besonderheiten der Mediennutzer ein, so dass durch bessere Bildung und größeres Vorwissen mehr Einzelheiten erinnert und verstanden werden. Aufgrund solcher Ergebnisse wird eine wachsende "Wissenskluff" ("knowledge gap") zwischen niedrigeren und höheren sozialen Schichten

38 Vgl. zur selektiven Wahrnehmung von Nachrichten durch die Mediennutzer beispielsweise Hans-Bernd **Brosius**: Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten. Habilitationsschrift, Opladen 1995; Hans-Bernd **Brosius** / **Berry**, Colin: Ein Drei-Faktoren-Modell der Wirkung von Fernsehnachrichten. in: *Media Perspektiven*, 21. Jg., Heft 9/1990, Frankfurt/Main 1990, S. 573 ff.; Roland **Burkart** / **Vogt**, Ulrich: Richten nach Nachrichten? Eine Rezeptionsanalyse von TV-Nachrichten. Wien 1982, 2. Auflage; Peter **Dahlgren**: Die Bedeutung von Fernsehnachrichten. Eine ethnographische Perspektive. in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 31. Jg., Heft 3-4/1983, Hamburg 1983, S. 307 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Forschungsstand und Feldstudie am Beispiel des Selektionsverhaltens von Zeitungslesern. Habilitationsschrift, Mainz 1988; Wolfgang **Donsbach**: Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten. in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderhefte der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 392 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Selektivität im Prozeß der Medienwirkung. Methodischer Neuanatz zu einem klassischen Thema. in: Jürgen Wilke (Hg.): Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Alber-Broschur Kommunikation, Band 18, Freiburg / München 1990, S. 129 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Die Selektivität der Rezipienten. Faktoren, die die Zuwendung zu Zeitungsinhalten beeinflussen. in: Winfried Schulz (Hg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm "Publizistische Medienwirkungen". Forschungsbericht der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG), Weinheim 1992, S. 25 ff.; Werner **Früh**: Der aktive Rezipient - neu besehen. Zur Konstruktion faktischer Information bei der Zeitungslektüre. in: *Publizistik*, Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung, 28. Jg., Heft 3/1983, Bonn / Konstanz, Juli - September 1983, S. 327 ff.; Klaus **Merten**: Re-Rekonstruktion von Wirklichkeit durch Zuschauer von Fernsehnachrichten. in: *Media Perspektiven*, 16. Jg., Heft 10/1985, Frankfurt/Main 1985, S. 753 ff.; Georg **Ruhrmann**: Rezipient und Nachricht... a.a.O.; Georg **Ruhrmann**: Zeitgeschehen à la carte. Ereignis, Nachricht und Rezipient. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 6, Studieneinheit 14, Weinheim / Basel 1991, S. 66 ff.; Georg **Ruhrmann**: Ereignis, Nachricht und Rezipient. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 245 ff.; Michael **Schenk**: Medienwirkungsforschung. Tübingen 1987, S. 409 ff.

vermutet.³⁹ Die Auswahl und Gewichtung von Nachrichten ist aber bei Journalisten und Mediennutzern meist unterschiedlich, denn Ereignisse mit hohem journalistischen Nachrichtenwert stoßen nicht unbedingt auf ein entsprechendes Publikumsinteresse.

Kritik am Nachrichtenfaktoren-Modell:

Obwohl die Vorstellungen von den Nachrichtenfaktoren die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Nachrichtenauswahl bis heute beeinflussen, werden zahlreiche Grenzen und Schwächen des Modells deutlich.⁴⁰ Zunächst fällt auf, dass es trotz der Faktoren häufig nicht möglich ist, den Nachrichtenwert von konkurrierenden Ereignissen oder einzelnen Informationen eindeutig miteinander abzuwägen. Dies liegt daran, dass die Nachrichtenfaktoren keine feste Rangfolge haben, mit der sich beispielsweise entscheiden ließe, welchen Nachrichtenwert ähnliche Äußerungen des Bürgermeisters ("räumliche Nähe"), des Bundeskanzlers ("persönlicher Einfluss") und des Bundespräsidenten ("Prominenz") haben. Nachrichtenfaktoren bieten keinen objektiven Maßstab, wie Merten an den Faktoren "Neuig-

39 Vgl. zur Wissenskluffforschung beispielsweise Heinz **Bonfadelli**: Neue Fragestellungen in der Wirkungsforschung. Zur Hypothese der wachsenden Wissenskluff. *in*: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 28. Jg., Heft 2/1980, Hamburg 1980, S. 173 ff.; Heinz **Bonfadelli**: Die Wissenskluff-Konzeption. Stand und Perspektiven der Forschung. *in*: Ulrich Saxer (Hg.): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung - Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK), Band 10, München 1985, S. 65 ff.; Heinz **Bonfadelli**: Die Wissenskluffforschung. *in*: Michael Schenk: Medienwirkungsforschung. Tübingen 1987, S. 305 ff.; Ulrich **Saxer**: Medienverhalten und Wissenstand - zur Hypothese der wachsenden Wissenskluff. *in*: Roland Burkart (Hg.): Wirkungen der Massenkommunikation. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, Wien 1987, S. 127 ff.; Phillip J. **Tichenor** / **Donohue**, George A. / **Olien**, Clarice N.: Mass media flow and differential growth in knowledge. *in*: *The Public Opinion Quarterly*, Organ of the American Association for Public Opinion Research, 34. Jg., Heft 2/1970, New York (N.Y.), Sommer 1970, S. 159 ff.

40 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Kritik am Modell von Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwert Andreas **Emmerich**: Nachrichtenfaktoren. Die Bausteine der Sensationen. Eine empirische Studie zur Theorie der Nachrichtenauswahl in den Rundfunk- und Zeitungsredaktionen. Doktorarbeit, Saarländische Beiträge zur Soziologie, Band 5, Saarbrücken 1985, S. 27 f.; Georg **Ruhrmann**: Zeitgeschehen à la carte... a.a.O., S. 60 ff.; Georg **Ruhrmann**: Ereignis, Nachricht und Rezipient... a.a.O., S. 240 ff.; Winfried **Schulz**: Die Konstruktion von Realität... a.a.O., S. 27 ff.; Joachim Friedrich **Staab**: Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie... a.a.O., S. 166 ff.

keit / Überraschung" und "Relevanz / Betroffenheit" erläutert: "*Die Benennung oder sogar Messung dieser Faktoren erweckt [...] den falschen Eindruck, dass diese Eigenschaften objektivierbar seien [...]. Zunächst lässt sich leicht einsehen, dass sowohl Neuigkeit als auch Relevanz relationale Eigenschaften sind, also nur in bezug auf einen Rezipienten angebbbar sind, so dass schon von daher eine Objektivierung fehlschlagen muss.*" An gleicher Stelle verweist er darauf, "[...] dass man Ereignisse durch Attribuierung von Informationsgehalten, etwa durch Beifügung von Superlativen, kommentierenden Ausrufen, aber auch durch Platzierung und Sendezeit, künstlich aktualisieren kann, so dass auch hier Objektivierung unmöglich ist."⁴¹

Die wechselseitige Gewichtung von Nachrichtenfaktoren wird noch dadurch erschwert, dass die Faktoren nicht unabhängig voneinander sind, sondern sich zum Teil widersprechen oder überlagern. So schließen sich bei Galtung und Ruge manche Nachrichtenfaktoren gegenseitig aus. Dies gilt zum Beispiel für die Faktoren "Konsonanz" und "Überraschung" (also erwartete beziehungsweise unerwartete Ereignisse) oder die Faktoren "Kontinuität" und "Variation" (also Bezug beziehungsweise Kontrast zu anderen Ereignissen). Dagegen sind bei Schulz einige Nachrichtenfaktoren schwierig voneinander abzugrenzen: Beispielsweise die Faktoren (räumliche, politische, kulturelle) "Nähe" und (regionale, nationale) "Zentralität" oder die Faktoren "Prominenz", "Personalisierung" und "Ethnozentrismus".

Eine weitere Schwäche des Modells hatten bereits Galtung und Ruge erwähnt, nämlich dass nicht alle Nachrichtenfaktoren auf andere Kulturkreise übertragbar sind. Allerdings sind nicht bloß die von ihnen genannten vier Faktoren "Elite-Nationen", "Elite-Personen", "Personalisierung" und "Negativität" kulturabhängig. Es hängt ebenfalls vom jeweiligen Kulturkreis ab, welche Ereignisse als "eindeutig", "bedeutsam" oder "überraschend" empfunden werden. Der Nachrichtenwert von Ereignissen ist somit eine unter be-

41 Siehe Klaus **Merten**: Nachrichtenrezeption als komplexer Kommunikationsprozeß. Ein Beitrag zur Theorie der Nachricht. in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 22. Jg., Heft 4/1977, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1977, S. 451; Hervorhebung im Original

stimmten kulturellen und sozialen Rahmenbedingungen getroffene Be-Wertung. In diesem Zusammenhang weist Kepplinger darauf hin, dass die Nachrichtenauswahl von journalistischen Regeln abhängt: *"Da die Nachrichtenauswahl in erheblichem Maße konventionellen [im Sinn von gewohnheitsmäßigen, nicht gewöhnlichen!] Charakter besitzt, kann die Berichterstattung über ein bestimmtes Ereignis in der Regel nicht mit dem Hinweis auf die Existenz des Ereignisses, sondern nur durch den Hinweis auf die Geltung entscheidungsrelevanter Konventionen [Gewohnheiten] gerechtfertigt werden. Die Behauptung, das Ereignis sei so wichtig gewesen, dass man darüber habe berichten müssen, ist eine Scheinerklärung, die nur die Frage verdeckt, weshalb man es für so wichtig gehalten hat. [...] Es gibt mit anderen Worten keine sozusagen "natürliche", sondern immer nur eine soziale Rechtfertigung von Nachrichtenauswahl."*⁴²

Das Modell von den Nachrichtenfaktoren kann also nur bedingt erklären, nach welchen Gesichtspunkten Journalisten ihre Nachrichten auswählen. Diese Auswahl ist auch davon abhängig, welche Informationen in die Redaktion gelangen (durch Korrespondenten oder Nachrichtenagenturen), welchen Einflüssen die Journalisten unterliegen (durch Vorgesetzte oder Kollegen) sowie welche beruflichen und persönlichen Besonderheiten sie haben. In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung wird Journalisten daher häufig eine soziale Entfremdung vom Publikum vorgeworfen und eine Nachrich-

42 Siehe Hans Mathias **Kepplinger**: Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien... a.a.O., S. 10 und nahezu wörtlich auch Hans Mathias **Kepplinger**: Ereignismanagement... a.a.O., S. 48

tendenz ("news bias") in der Berichterstattung vermutet.⁴³ Im übrigen weist Staab darauf hin, dass Nachrichtenfaktoren nicht nur als Grundlage für die Auswahl von Nachrichten dienen können (Kausalbeziehung), sondern auch als deren Rechtfertigung (Finalbeziehung): *"Man kann Ereignissen bestimmte Eigenschaften zuschreiben oder absprechen. Zu unterscheiden sind hierbei explizite [ausdrückliche] und implizite [insgeheime] Zuschreibungsvorgänge. Explizite Zuschreibung von Nachrichtenfaktoren liegt dann vor, wenn bestimmte Aspekte eines Ereignisses genannt werden, die tatsächlich nicht vorhanden sind oder ein deutlich geringeres Ausmaß aufweisen. Beispiele hierfür sind Meldungen, in denen Schaden und Betroffenheit übertrieben oder die Prominenz von Beteiligten übersteigert werden. Dies ist ein wesentliches Verfahren der Boulevard- und Regenbogenpresse. Implizite Zuschreibung von Nachrichtenfaktoren liegt dann vor, wenn bestimmte Aspekte eines Ereignisses gemeldet werden, die - formal gesprochen - bestimmte Nachrichtenfaktoren enthalten. Ein Beispiel hierfür ist etwa eine Meldung über einen Flugzeugabsturz, in der erwähnt wird, dass ein früherer Olympiasieger an Bord war. Auf diese Weise wird der Nachricht große Pro-*

43 Vgl. zur Entfremdung und Nachrichtentendenz von Journalisten beispielsweise Wolfgang **Donsbach**: Aus eigenem Recht. Legitimitätsbewußtsein und Legitimationsgründe von Journalisten. in: Hans Mathias **Kepplinger** (Hg.): *Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten.* Alber-Broschur Kommunikation, Band 8, Freiburg / München 1979, S. 29 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Journalisten zwischen Publikum und Kollegen. Forschungsergebnisse zum Publikumsbild und zum in-group-Verhalten. in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 29. Jg., Heft 2-3/1981, Hamburg 1981, S. 168 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten. Alber-Broschur Kommunikation, Band 11, Freiburg / München 1982, S. 195 ff.; Lutz **Erbring**: Journalistische Berufsnormen in amerikanischen und deutschen Nachrichten. in: Derselbe / Russ-Mohl, Stephan u.a. (Hg.): *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik.* Berlin 1988, S. 73 ff.; Hans Mathias **Kepplinger**: *Angepaßte Außenseiter. Ergebnisse und Interpretationen der Kommunikatorforschung.* in: Derselbe (Hg.): *Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten.* Alber-Broschur Kommunikation, Band 8, Freiburg / München 1979, S. 7 ff.; Hans Mathias **Kepplinger**: Die Kernenergie in der Presse. Eine Analyse zum Einfluß subjektiver Faktoren auf die Konstruktion von Realität. in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 40. Jg., Heft 4/1988, Köln / Wiesbaden 1988, S. 656 ff.; Hans Mathias **Kepplinger**: Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellung und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik. Frankfurt/Main 1989; Hans Mathias **Kepplinger**: *Theorien der Nachrichtenauswahl...* a.a.O., S. 4 f.; Renate **Köcher**: Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten. Doktorarbeit, Allensbach 1985, S. 33 ff.; Wolf **Schneider** (Hg.): *Unsere tägliche Desinformation...* a.a.O., S. 35 ff.; Joachim Friedrich **Staab**: *Nachrichtenwert-Theorie...* a.a.O., S. 27 ff.

minenz der Beteiligten zugeschrieben."⁴⁴ Vertreter und Vertreterinnen eines Sensationsjournalismus greifen somit vermutlich stärker auf Nachrichtenfaktoren aus dem Bereich des "human interest" zurück, weil diese eher ein entsprechendes Publikumsinteresse finden. Im folgenden wird jedoch deutlich, dass sich Journalisten bei der Nachrichtenauswahl nicht nur nach ihren unklaren Vorstellungen über die Mediennutzer richten, sondern sich vor allem an ihren Kollegen und Vorgesetzten orientieren.

44 Siehe Joachim Friedrich **Staab**: *Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie...* a.a.O., S. 168 - Vgl. hierzu auch Joachim Friedrich **Staab**: *Nachrichtenwert-Theorie...* a.a.O., S. 98 f.

1.3. Nachrichtenschleusen

Das Modell von den Nachrichten"schleusen" greift wie jenes vom Nachrichten"fluss" auf Metaphern von Kommunikation als "Fluss von Signalen" zurück.⁴⁵ Die Schleusen-Metapher geht auf den deutsch-amerikanischen Soziologen und Psychologen Kurt Lewin (1890 - 1947) zurück, der bereits in den 40er Jahren jene Menschen als "Schleusenwärter" ("gatekeeper") bezeichnete, die für Auswahlentscheidungen verantwortlich sind.⁴⁶ Allerdings untersuchte Lewin damals, welche Mitglieder von privaten Haushalten in

45 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Nachrichtenschleusen George A. **Donohue** / **Tichenor**, Phillip J. / **Olien**, Clarice N.: Gatekeeping. Mass media systems and information control. in: Francis Gerald Kline / Tichenor, Phillip J. (Hg.): Current perspectives in mass communication research. Sage annual reviews of communication research. Band 1, Beverly Hills (Calif.) / London 1972, S. 41 ff.; Walter **Gießer**: News is what newspapermen make it. in: Lewis Anthony Dexter / White, David Manning (Hg.): People, society and mass communications. New York (N.Y.) 1964, S. 173 ff.; Hans Mathias **Keppinger**: Theorien der Nachrichtenauswahl... a.a.O., S. 3 ff.; Christian **Kristen**: Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwendung. in: *Publizistik*, Zeitschrift für die Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Meinungsbildung, 14. Jg., Heft 4/1969, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1969, S. 411 ff.; Christian **Kristen**: Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwendung. Eine Studie zum gate-keeper-Problem. Doktorarbeit, Schriftenreihe Gesellschaft und Kommunikation, Band 9, Düsseldorf 1972, S. 25 ff.; Michael **Krzeminski**: Thematisierung im Hörfunk... a.a.O., S. 7 ff.; Klaus **Lange**: Das Bild der Politik im Fernsehen. Die filmische Konstruktion einer politischen Realität in den Fernsehnachrichten. Frankfurt/Main 1981, S. 43 ff.; Maxwell E. **McCombs** / **Gilbert**, Sheldon: News influence on our pictures of the world. in: Jennings Bryant / Zillmann, Dolf (Hg.): Perspectives on media effects. Hillsdale (N.J.) 1986, S. 4 ff.; Peter **Nissen** / **Mennigen**, Walter: Der Einfluß der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit. in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. München 1979, S. 211 ff., gekürzter Neudruck, erstmals in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 22. Jg., Heft 2/1977, Bonn / Konstanz, April - Juni 1977, S. 159 ff.; Gertrude Joch **Robinson**: Fünfundzwanzig Jahre »Gatekeeper«Forschung. Eine kritische Rückschau und Bewertung. in: Jörg Aufermann / Bohrmann, Hans / Sülzer, Rolf (Hg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation. zwei Bände, »Band 1, Frankfurt/Main 1973, S. 344 ff.; Gertrude Joch **Robinson**: News agencies and world news. In Canada, the United States and Yugoslavia. Methods and data. Reihe "Öffentliche soziale Kommunikation" des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg Schweiz, Band 16, Freiburg (Fribourg) 1981, S. 89 ff.; Rüdiger **Schulz**: Entscheidungsstrukturen der Redaktionsarbeit. Eine vergleichende empirische Analyse des redaktionellen Entscheidungshandelns bei regionalen Abonnementszeitungen unter besonderer Berücksichtigung der Einflußbeziehungen zwischen Verleger und Redaktion. Doktorarbeit, Mainz 1974, S. 19 ff.; Joachim Friedrich **Staab**: Nachrichtenwert-Theorie... a.a.O., S. 12 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik... a.a.O., Band 1, S. 304 ff.; Bruce H. **Westley** / **MacLean**, Malcom S.: A conceptual model for communications research. in: *Journalism Quarterly*, Devoted to research in journalism and mass communication, 34. Jg., Heft 1/1957, Minneapolis (Minn.) / Iowa City (Iowa), Frühjahr 1957, S. 31 ff.; Jürgen **Wilke**: Nachrichtenauswahl und Medienrealität... a.a.O., S. 14 f.

46 Vgl. Kurt **Lewin**: Feldtheorie in den Sozialwissenschaften. Ausgewählte theoretische Schriften. Bern / Stuttgart 1963, S. 213 ff.; Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1951

Kriegszeiten über die Beschaffung von Lebensmitteln entscheiden.

In einem ähnlichen Zusammenhang wurde von dem österreichisch-amerikanischen Soziologen Paul Felix Lazarsfeld (1901 - 1976) das Modell vom Meinungsführer ("opinion leader") und Zweistufenfluss ("two-step-flow") der Kommunikation entwickelt.⁴⁷ Dieses Modell ähnelt dem Schleusenwärter-Modell insofern, als der Informationsfluss nicht direkt von den Massenmedien zu allen Mediennutzern verläuft, sondern in zwei Stufen über bestimmte Meinungsführer zur restlichen Bevölkerung ("opinion followers"). Die sogenannten Meinungsführer nehmen in dem Zweistufenmodell eine ähnliche Rolle wie Schleusenwärter ein, da sie allgemein den Informationsfluss für die übrige Bevölkerung vorprägen. Dagegen bezieht sich das eigentliche Schleusenwärter- beziehungsweise Gatekeeper-Modell im besonderen auf Journalisten, die in den Nachrichtenagenturen und Massenmedien aus dem Nachrichtenfluss auswählen. Der Kommunikationswissenschaftler Michael Kunczik bestimmt die Schleusenwärterrolle dementsprechend so: "*Gatekeeping ist gleichbedeutend mit einer Begrenzung der Informationsmenge, d. h. mit der Auswahl von als kommunikationswürdig erachteten*

47 Vgl. zum Meinungsführer- und Zweistufenmodell beispielsweise Elihu **Katz / Lazarsfeld**, Paul Felix: Persönlicher Einfluß und Meinungsbildung. München / Wien 1962, S. 38 ff., Neudruck, erstmals Glencoe (Ill.) 1955 (unter dem Titel: Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communication.); Paul Felix **Lazarsfeld / Berelson**, Bernard / **Gaudet**, Hazel: Wahlen und Wähler. Soziologie des Wahlverhaltens. Soziologische Texte, Band 49, Neuwied / Berlin 1969, S. 190 ff., Neudruck, erstmals New York (N.Y.) 1944 (unter dem Titel: The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign.); Elisabeth **Noelle-Neumann**: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung. Albers-Broschur Kommunikation, Band 6, Freiburg / München 1979, 2. Auflage, S. 13 ff.; Karsten **Renckstorf**: Zur Hypothese des "Two-Step Flow" der Massenkommunikation. in: Roland Burkart (Hg.): Wirkungen der Massenkommunikation. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, Wien 1987, S. 40 ff.; Michael **Schenk**: Meinungsführer und Netzwerke persönlicher Kommunikation. in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 31. Jg., Heft 3-4/1983, Hamburg 1983, S. 326 ff.; Michael **Schenk**: Soziale Netzwerke und Kommunikation. Reihe Heidelberger Sociologica, Band 20, Habilitationsschrift, Tübingen 1984, S. 302 ff.; Michael **Schenk**: Politische Meinungsführer. Kommunikationsverhalten und primäre Umwelt. in: *Publizistik*, Vierteljahresshäfte für Kommunikationsforschung, 30. Jg., Heft 1/1985, Bonn / Konstanz, Januar - März 1985, S. 7 ff.; Michael **Schenk**: Medienwirkungsforschung... a.a.O., S. 244 ff.; Michael **Schenk**: Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation. in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderhefte der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 406 ff.; Michael **Schenk**: Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. Tübingen 1995, S. 6 ff.

Themen. Die 'Pfortner' entscheiden, welche Ereignisse zu öffentlichen Ereignissen werden und welche nicht und tragen damit zur Formung des Gesellschafts- bzw. Weltbildes der Rezipienten bei. So banal die Aussage auch scheint, jede Entscheidung ein bestimmtes Thema zu kommunizieren, beinhaltet auch die 'Unterdrückung' eines bzw. mehrerer anderer Themen."⁴⁸

Nachrichtenschleusen-Modell:

Für die kommunikationswissenschaftliche Forschung über die Schleusenwörter im Nachrichtenfluss ist bis heute eine Untersuchung des US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftlers David Manning White (1917 - 1994) grundlegend.⁴⁹ Er befragte Ende der 40er Jahre den Fernschreibredakteur ("wire editor") einer kleineren Tageszeitung im US-amerikanischen Mittelwesten, nach welchen Gesichtspunkten dieser zwischen den am Fernschreiber eingehenden Nachrichten auswählt. Demnach waren für diesen Gatekeeper (dem White den sinnigen Decknamen "Mr. Gates" gab) zwei Gesichtspunkte entscheidend: Zum einen persönliche Besonderheiten (wie Ansichten vom Publikumsinteresse und Ablehnung von "Propaganda") und zum anderen technische Zwänge (wie begrenzte Druckseiten und Zeitmangel). An dieser und ähnlichen frühen Untersuchungen wurde vor allem kritisiert, dass sie die Schleusenwörter weitgehend als unabhängige Einzelgänger behandelten.

In späteren Untersuchungen versuchte man daher ganze Gruppen von Nachrichtenjournalisten zu erfassen, um damit das redaktionelle Umfeld der

48 Siehe Michael **Kunczik**: Journalismus als Beruf... a.a.O., S. 194

49 Vgl. David Manning **White**: The "Gate Keeper". A case study in the selection of news. *in*: Lewis Anthony Dexter / White, David Manning (Hg.): People, society and mass communications. New York (N.Y.) 1964, S. 160 ff., Neudruck, erstmals *in*: *Journalism Quarterly*, Devoted to investigative studies in the field of journalism, 27. Jg., Heft 3/1950, Minneapolis (Minn.) / Iowa City (Iowa), Herbst 1950, S. 383 ff. - Die dieser Untersuchung zugrunde liegende Befragung aus dem Jahr 1949 wurde im Jahr 1966 noch einmal mit dem gleichen Fernschreibredakteur wiederholt. Hierbei wurden die Ergebnisse der ersten Untersuchung im wesentlichen bestätigt. Vgl. Paul **Snider**: "Mr. Gates" revisited. A 1966 version of the 1949 case study. *in*: *Journalism Quarterly*, Devoted to research in journalism and mass communication, 44. Jg., Heft 3/1967, Minneapolis (Minn.) / Iowa City (Iowa), Herbst 1967, S. 419 ff.

Schleusenwärter berücksichtigen zu können. Dabei zeigte sich, dass der einzelne Schleusenwärter zwar für die Nachrichtenauswahl keine eindeutigen Maßstäbe angeben kann, die Gesamtgruppe jedoch (zumindest bei den Spitzenmeldungen) verhältnismäßig einheitliche Auswahlentscheidungen fällt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Auswahl stark durch soziale und organisatorische Einflüsse innerhalb der Redaktion beeinflusst wird. Schleusenwärter sind also keine unabhängigen Einzelgänger, sondern von ihren Kollegen und Vorgesetzten abhängig. Sie richten sich nach redaktionellen Richtlinien, die entweder informell zwischen den Kollegen oder formell durch den Herausgeber festgelegt wurden.⁵⁰ Der Journalist und frühere Chefredakteur der *Deutschen Presse-Agentur* (DPA) in Hamburg, Hans Benirschke, ging hierüber sogar noch hinaus. Im Jahr 1969 sagte er in einem Vortrag: *"Es gibt [...] so etwas wie einen internationalen oder nationalen nachrichtenjournalistischen Konsensus über das, was vorgestern oder gestern oder heute wesentlich und interessant war, beziehungsweise ist."*⁵¹

Trotz dieser Ergebnisse blieben sowohl die Merkmale für die Nachrichtenauswahl als auch der Auswahlvorgang selbst unklar. Zum ersten Gesichtspunkt bieten Galtung und Ruge mit ihrem Modell von den Nachrichtenfaktoren eine Erklärung an. Zum zweiten Punkt gibt eine Untersuchung der deutsch-kanadischen Soziologin und Kommunikationswissenschaftlerin

50 Vgl. zur Orientierung von Journalisten an ihren Kollegen und Vorgesetzten beispielsweise Warren **Breed**: Soziale Kontrolle in der Redaktion. Eine funktionale Analyse. in: Jörg Aufermann / Bohrmann, Hans / Sülzer, Rolf (Hg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation. zwei Bände, Band 1, Frankfurt/Main 1973, S. 360 ff., Neudruck, erstmals in: *Social Forces*, 33. Jg., Heft 4/1955, o.O. 1955, S. 326 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Journalisten zwischen Publikum und Kollegen... a.a.O., S. 181 ff.; Wolfgang **Donsbach**: Legitimationsprobleme des Journalismus... a.a.O., S. 247 ff.; Manfred **Rühl**: Die Zeitungsredaktion... a.a.O., S. 240 ff.; Rüdiger **Schulz**: Entscheidungsstrukturen der Redaktionsarbeit... a.a.O., S. 85 ff.; Rüdiger **Schulz**: Einer gegen alle? Das Entscheidungsverhalten von Verlegern und Chefredakteuren. in: Hans Mathias Kepplinger (Hg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Alber-Broschur Kommunikation, Band 8, Freiburg / München 1979, S. 166 ff.

51 Aus einem Vortrag mit dem Titel "Struktur und Aufgaben einer Nachrichtenagentur". Zit.n.: Winfried **Schulz**: Die Konstruktion von Realität... a.a.O., S. 8

Gertrude Joch Robinson einige Anhaltspunkte.⁵² Sie untersuchte in den 60er Jahren die Arbeitsabläufe und Auswahlvorgänge in der zentralen Auslandsnachrichtenredaktion der halbamtlichen (damals groß-)jugoslawischen Nachrichtenagentur *Tanjug* in Belgrad. Dabei konnte sie den Nachrichtenfluss sowohl bei normaler Ereignislage als auch in einer Ausnahmesituation (der Ermordung des US-amerikanischen Präsidenten John Fitzgerald Kennedy (1917 - 1963) am 22. November 1963) miteinander vergleichen. Robinson kommt aufgrund ihrer Beobachtungen zu dem Ergebnis, dass sich die Schleusenwärterrolle innerhalb von Nachrichtenredaktionen als kybernetisches System beschreiben lässt. Laut den kybernetischen Modellvorstellungen sind Systeme unter anderem durch eine Rangordnung (Hierarchie) und durch Rückkopplungen geprägt. Dadurch können sich kybernetische Systeme selbst organisieren, ein inneres Gleichgewicht erhalten (Äquilibration) und auf äußere Einflüsse reagieren (Adaption).

Robinson fand entsprechende kybernetische Strukturen auch bei *Tanjug* vor: So stellte sie bei der Nachrichtenauswahl eine dreistufige Rangordnung fest, in der mehrere Schleusenwärter für die Auswahlentscheidungen verantwortlich sind. Außerdem entdeckte sie formelle und informelle Gruppen innerhalb der Agentur, welche die Redaktionsabläufe und den Nachrichtenausstoß durch Rückkopplungsvorgänge zusätzlich steuern. Dementsprechend wird bei ungewöhnlichen Ereignislagen der erhöhte Abstimmungsbedarf in der Nachrichtenredaktion durch mehr Personal gedeckt. Außerdem werden die Entscheidungsabläufe neu geordnet und die Nachrichtenauswahl teilweise auf eine höhere Hierarchieebene verlagert. Durch diese Umorganisation ist auch erklärbar, warum der Nachrichtenausstoß bei *Tanjug* unabhängig von der Ereignislage sowohl von der Menge als auch von der Themenmischung

52 Vgl. Gertrude Joch **Robinson**: Foreign news selection is non-linear in Yugoslavia's Tanjug agency. in: *Journalism Quarterly*, Devoted to research in journalism and mass communication, 47. Jg., Heft 2/1970, Minneapolis (Minn.) / Iowa City (Iowa), Sommer 1970, S. 340 ff.; Gertrude Joch **Robinson**: Fünfundzwanzig Jahre »Gatekeeper«Forschung... a.a.O., S. 350 f.; Gertrude Joch Robinson: Tito's maverick media. The politics of mass communications in Yugoslavia. Urbana (Ill.) 1977, S. 130 ff.; Gertrude Joch Robinson: News agencies and world news... a.a.O., S. 39 ff.»

verhältnismäßig gleich bleibt. Robinson meint: *"Ein solches kybernetisches Modell bietet verschiedene Vorteile, wenn es um diagnostische Probleme oder Fragen der Voraussage geht. Mit ihm können sowohl intern organisatorische als auch externe Faktoren zueinander in Beziehung gesetzt werden: damit kann ihr Einfluss auf die Nachrichtenverarbeitung genauer bestimmt und wirksamer quantifiziert werden. [...] Dieses Modell stimmt mit früheren Untersuchungen darin überein, dass eher der institutionale Rahmen und weniger die psychologische Verfassung des Journalisten sein Gatekeeper-Verhalten am besten voraussagen kann. Es ermöglicht jedoch darüber hinaus, den Einfluss des Nachrichtenrohmaterials, die Größe des Abnehmer-netzes und die Auswirkungen der Kundenbedürfnisse auf die Ziele der Nachrichtenverarbeitung der betreffenden Organisation genauer zu erfassen."*⁵³

Kritik am Nachrichtenschleusen-Modell:

Obwohl die kommunikationswissenschaftliche Forschung bis heute durch das Modell von den Nachrichtenschleusen beeinflusst wird, werden zahlreiche Einwände dagegen vorgebracht.⁵⁴ So besteht der bereits gegen die frühen Untersuchungen vorgebrachte Vorwurf weiter, wonach die sozialen und organisatorischen Einflüsse auf den einzelnen Schleusenwärter nicht ausreichend berücksichtigt werden. Auch in den späteren, kybernetischen Ansätzen werden zum Beispiel die sogenannten Nachrichten"quellen" als

53 Siehe Gertrude Joch **Robinson**: Fünfundzwanzig Jahre »Gatekeeper«Forschung... a.a.O., S. 350 f.»

54 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Kritik am Modell von Nachrichtenschleusen Andreas **Emmerich**: Nachrichtenfaktoren... a.a.O., S. 25 f.; Michael **Krzeminski**: Thematisierung im Hörfunk... a.a.O., S. 9 f.; Michael **Kunczik**: Journalismus als Beruf... a.a.O., S. 196 f.; Marilyn **Lester**: Generating newsworthiness... a.a.O., S. 984 ff.; Manfred **Rühl**: Journalismus und Gesellschaft... a.a.O., S. 46 ff.; Manfred **Rühl**: Organisatorischer Journalismus. Tendenzen der Redaktionsforschung, in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderhefte der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 258 f.; Rüdiger **Schulz**: Entscheidungsstrukturen der Redaktionsarbeit... a.a.O., S. 22 f.; Siegfried **Weischenberg**: Die Unberechenbarkeit des Gatekeepers. Zur Zukunft professioneller Informationsvermittlung im Prozeß technisch-ökonomischen Wandels, in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 33. Jg., Heft 2/1985, Hamburg 1985, S. 187 ff.

passiver und neutraler "Zufluss" zum Schleusenwärter dargestellt. Jedoch ist die Beobachtung von Ereignissen keineswegs die neutrale Aufnahme von Informationen. Dies wird schon daran deutlich, dass ein Beobachter jedes Ereignis aus einem zeitlichen und sachlichen Zusammenhang heraus abgrenzt. Die Nachrichten"quellen" beeinflussen somit die Schleusenwärter in den Redaktionen der Korrespondentenbüros, der Nachrichtenagenturen und der Massenmedien schon allein durch ihre notwendige Vorauswahl über nachrichtenswürdige Ereignisse. Von der Öffentlichkeitsarbeit, Propaganda oder Werbung wird diese Einflussnahme mit medialen Inszenierungen (Pseudoereignisse) sogar bewusst angestrebt.

Statt dessen wird die Nachrichtenauswahl aber sogar in den kybernetischen Ansätzen noch als Vorgang gesehen, der nach den klassischen Regeln von Ursache und Wirkung (Kausalbeziehung) abläuft. Das Modell von den Nachrichtenschleusen beschreibt die Auswahl von Nachrichten lediglich als ein Durchlassen oder Zurückhalten von Informationen über die Wirklichkeit und nicht als soziale Konstruktion. Nach Ansicht des Kommunikationswissenschaftlers Siegfried Weischenberg besteht die Rolle des Schleusenwärters jedoch nicht bloß in der Auswahl von Nachrichten, sondern vielmehr in deren Einordnung in einen sinnvollen Gesamtzusammenhang. *"In einem Kommunikationssystem der Informationsüberproduktion erhält die sinnvolle Einordnung von Informationen besondere Bedeutung. Mit Hilfe angemessener Darstellungsformen müssen auch komplexe Sachverhalte durchschaubar und verständlich werden. Eine derartige Vermittlungskompetenz steht im Zentrum der "Unberechenbarkeit" [im Sinn einer Unersetzbarkeit] des Gatekeepers."*⁵⁵ Das Schleusenwärter- beziehungsweise Gatekeeper-Modell richtet die Aufmerksamkeit vor allem auf einzelne Auswahlentscheidungen und vernachlässigt dabei den Zusammenhang, in den diese Entscheidungen

55 Siehe Siegfried **Weischenberg**: Die Unberechenbarkeit des Gatekeepers... a.a.O., S. 197; Hervorhebung im Original - Vgl. zur Einteilung in sogenannte "autonome", "substituierbare" und "unberechenbare" Berufsgruppen Klaus **Haefner**: Die neue Bildungskrise. Herausforderung der Informationstechnik an Bildung und Ausbildung. Basel 1982, S. 172 ff.

eingebettet sind. Dadurch bleibt auch die Gewichtung der einzelnen Informationen in den jeweiligen Nachrichtenmeldungen unberücksichtigt - ebenso wie die Gewichtung wiederum dieser Meldungen im Rahmen einer Nachrichtenseite oder -sendung. Neben der Nachrichtenauswahl kann auch diese Gewichtung zu einer Nachrichtentendenz führen. Im folgenden wird geschildert, inwieweit journalistische Objektivitätsnormen bei der Auswahl und Gewichtung von Nachrichten eine Rolle spielen.

2. Nachrichtengestaltung und Objektivität

Der Begriff "Objektivität" hat im Journalismus eine sehr vielschichtige Bedeutung. So unterscheidet der US-amerikanische Soziologe Warren Breed (1915 - 1999) zwischen ethischen und technischen Objektivitätsnormen.⁵⁶ Unter ethischen Normen versteht er beispielsweise die Redlichkeit, Sorgfalt oder Unparteilichkeit von Journalisten; mit technischen Normen meint er journalistische Regeln und Routinen beim Auswählen, Berichten, Ergänzen, Kürzen oder Umschreiben von Nachrichten. Der Germanist Manfred Heun unterscheidet bei Objektivität hingegen zwischen vier sogenannten "Dimensionen":⁵⁷ Demnach umfasst Objektivität zum einen die Abbildung der Wirklichkeit durch Nachrichten sowie zum anderen eine unparteiische *Nachrichtenauswahl*, einen sachlichen *Nachrichtenstil* und eine neutrale *Nachrichtendarbietung*.

56 Vgl. Warren **Breed**: Soziale Kontrolle in der Redaktion... a.a.O., S. 357

57 Vgl. Manfred **Heun**: Die Subjektivität der öffentlich-rechtlichen Nachrichten. in: Erich Straßner (Hg.): Nachrichten. Entwicklungen, Analysen, Erfahrungen. München 1975, S. 66 ff. - Vgl. hierzu auch Manfred **Heun**: Die Subjektivität der öffentlich-rechtlichen Nachrichten. Thesen zur Gewinnung eines brauchbaren Objektivitätsbegriffs. in: Hans Friedrich (Hg.): Kommunikationsprobleme bei Fernsehnachrichten. Politische Medienkunde, Band 3, Akademie für Politische Bildung, Tutzing 1977, S. 34 f.

Klassischer Objektivitätsbegriff:

In diesem Text wurde bereits erwähnt, was für eine wichtige Rolle die Nachrichtenagenturen (insbesondere "the big four") im weltweiten Nachrichtenfluss spielen. Darüber hinaus haben die Agenturen in ihrer geschichtlichen Entwicklung aber auch die journalistischen Objektivitätsnormen nachhaltig beeinflusst. Durch sie entstand nämlich im 19. Jahrhundert der sogenannte "Informationsjournalismus",⁵⁸ dessen Berufsnormen bis heute die Grundlage für das klassische (westliche, kapitalistische, demokratische) Verständnis

58 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Informationsjournalismus Guido **Bröer**: Journalismus als Lebensform. Wege aus der Fremdheit im journalistischen Alltag. Diplomarbeit, zwei Teile, Teil 1, agenda Medien, Band 2, Münster 1994, S. 25 ff.; Hansjoachim **Höhne**: Report über Nachrichtenagenturen... a.a.O., Band 1, S. 113 ff.; Hansjoachim **Höhne**: Report über Nachrichtenagenturen. zwei Bände, Band 2: Die Geschichte der Nachricht und ihrer Verbreiter, Baden-Baden 1977, S. 41 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Die Münzen der Kommunikation. Gattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 6, Studieneinheit 13, Weinheim / Basel 1991, S. 30 ff. und 42; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 223 ff.; Michael **Schudson**: Discovering the news. A social history of American newspapers. New York (N.Y.) 1978, S. 3 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Investigativer Journalismus und "kapitalistischer Realismus". Zu den Strukturbedingungen eines anderen Paradigmas der Berichterstattung. in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 31. Jg., Heft 3-4/1983, Hamburg 1983, S. 357 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik... a.a.O., Band 2, S. 112 f.

von Objektivität bilden.⁵⁹ Die Herausbildung des Informationsjournalismus war zunächst vor allem auf die wirtschaftlichen Erfordernisse der ersten (angelsächsischen) Nachrichtenagenturen zurückzuführen, wie *Reuters* seit dem Jahr 1851 in London oder *Associated Press* seit dem Jahr 1857 in New York (N.Y.).⁶⁰ Diese späteren Weltnachrichtenagenturen bemühten sich schon allein deshalb um eine neutrale Berichterstattung, weil sie hierdurch ihren wachsenden Kundenstamm mit dem gleichen Material beliefern konnten.

Neben diesem wirtschaftlichen Nutzen bieten Objektivitätsnormen aber auch organisatorische Vorteile, weil sich Nachrichten mit Hilfe von klaren Regeln und Routinen einfacher und einheitlicher herstellen lassen. Solche Nachrichtenregeln sind zum Beispiel die Gegenüberstellung sich widersprechender Standpunkte, die Abgrenzung von eigenen und fremden Aussagen sowie die

59 Vgl. zum klassischen Verständnis von Objektivität beispielsweise Günter **Bentele**: Objektivität in den Massenmedien - Versuch einer historischen und systematischen Begriffsklärung. in: Derselbe / Ruoff, Robert (Hg.): *Wie objektiv sind unsere Medien?* Frankfurt/Main 1982, S. 111 ff.; Günter **Bentele**: *Wie objektiv können Journalisten sein?* in: Lutz Erbring / Russ-Mohl, Stephan u.a. (Hg.): *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik.* Berlin 1988, S. 196 ff.; Günter **Bentele**: *Objektivitätsanspruch und Glaubwürdigkeit.* in: Otfried Jarren (Hg.): *Medien und Journalismus. Eine Einführung.* zwei Bände, Band 1, Opladen 1994, S. 303 ff.; Hermann **Boventer**: *Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur.* Journalismus, Neue Folge, Band 19, Konstanz 1985, 2. Auflage, S. 134 ff.; Hermann **Boventer**: *Pressefreiheit ist nicht grenzenlos. Einführung in die Medienethik.* Bonn 1989, S. 123 ff.; Lutz **Erbring**: *Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation. Journalistische Berufsnormen und politische Kultur.* in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung.* Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 1, Wien 1994, S. 76 ff., Neudruck, erstmals in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde.* Sonderhefte der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 301 ff.; Jürg **Häusermann** / **Käppeli**, Heiner: *Rhetorik für Radio und Fernsehen...* a.a.O., S. 92 ff.; Manfred **Heun**: *Die Subjektivität der öffentlich-rechtlichen Nachrichten...* a.a.O., S. 66 ff.; John W. C. **Johnstone** / **Slawski**, Edward J. / **Bowman**, William W.: *The professional values of American newsmen.* in: Maximilian Gottschlich (Hg.): *Massenkommunikationsforschung. Theorieentwicklung und Problemperspektiven.* Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 4, Wien 1987, S. 112 ff., Neudruck, erstmals in: *The Public Opinion Quarterly*, Organ of the American Association for Public Opinion Research, 36. Jg., Heft 4/1972/73, New York (N.Y.), Winter 1972/73, S. 522 ff.; Rudolf Walter **Leonhardt**: *Journalismus und Wahrheit.* Luzern 1976; Ulrich **Saxer**: *Die Objektivität publizistischer Information.* in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): *Zur Theorie der politischen Kommunikation.* München 1974, S. 206 ff.; Wilfried **Scharf**: *Nachrichten im Fernsehen...* a.a.O., S. 19 ff. und 33 ff.; Wolf **Schneider** (Hg.): *Unsere tägliche Desinformation...* a.a.O., S. 272 ff.

60 Beide Nachrichtenagenturen hatten Vorläuferunternehmen in Aachen (seit 1849) beziehungsweise in New York (seit 1848).

Trennung von Nachrichten und Kommentaren. Zu den Nachrichtenroutinen zählen beispielsweise die Übernahme vorgefertigter Textabschnitte, die Zusammenfassung umfangreicher Texte und die Umstellung einzelner Textteile. Darüber hinaus bietet der Anspruch auf Objektivität einen gewissen Schutz gegen Kritik und Zensur, weil dadurch der Eindruck von Neutralität und Unparteilichkeit vermittelt wird. Journalistische Objektivitätsnormen tragen somit auch dazu bei, das soziale Ansehen des Berufsstandes aufzuwerten (wie in der Wissenschaft oder im Rechtswesen). Unter anderem aus diesem Grund wurden standesrechtliche Regelungen geschaffen, in denen sich Journalisten selbst Normen setzen (zum Beispiel in den sogenannten "Publizistischen Grundsätzen" des *Deutschen Presserates* in Bonn). Neben solchen Selbstverpflichtungen wurden journalistische Objektivitätsnormen aber auch gesetzlich verankert (beispielsweise in den Rundfunk-Staatsverträgen und -gesetzen der Bundesländer).

Derartige standesrechtliche und gesetzliche Berufsnormen werden von Journalisten normalerweise geachtet. Sie untergliedern den Begriff "Objektivität" allerdings nicht (wie Breed oder Heun), sondern verstehen Objektivität meist als Gesamtheit. Hiermit ist neben ethischen und technischen Normen in der Regel auch der erkenntnistheoretische Anspruch verbunden, die Wirklichkeit möglichst genau abzubilden. In diesem Zusammenhang wird zwar meist zugegeben, dass dieses Abbild nie vollkommen erreichbar ist. Gleichzeitig wird aber betont, dass die Berichterstattung zumindest eine "Wirklichkeitsnähe" anstreben sollte. Diese Auffassung beruht auf einem erkenntnistheoretischen Realismus, laut dem die Sinnesorgane das wirklichkeitsnahe Abbild einer grundsätzlich erkennbaren Welt vermitteln. Der Realismus geht somit ebenfalls davon aus, dass sich vereinzelt Fehler der Wahrnehmung und Erkenntnis objektivieren lassen, so dass auch Abweichungen von den Objektivitätsnormen vermeidbar sind. Die Verwirklichung von Objektivität in den Nachrichten ist demnach kein grundsätzliches Problem, sondern vom ethischen Willen und technischen Können der Journalisten abhängig. Je-

doch betonte bereits Lippmann, "[...] dass *Nachrichten und Wahrheit nicht dasselbe sind und klar voneinander geschieden werden müssen.*"⁶¹ Und Clausee schreibt: "*Selbst wenn sich der [journalistische] Zeuge freiwillig und bewusst darum bemüht, alles Persönliche auszuschalten und rein objektiv zu sein, wird der Bericht doch niemals ohne eine gewisse persönliche Färbung sein. Diese ergibt sich schon aus der Wortwahl, aus dem Stil, aus dem persönlichen Gesichtswinkel. Die so schwer auszuschaltende persönliche Beeindruckbarkeit, die eigenen Meinungen, die Allgemeinbildung machen sich bemerkbar - und ein noch so großer Wille nach Auslöschung alles Persönlichen vermag nicht immer das Hervortreten tief verwurzelter Impulse zu verhindern. Jeder Bericht enthält einen mehr oder weniger großen Teil von Subjektivität.*"⁶²

61 Siehe Walter **Lippmann**: Die öffentliche Meinung... a.a.O., S. 243

62 Siehe Roger **Clausee**: Publikum und Information... a.a.O., S. 43

Kritik am klassischen Objektivitätsbegriff:

Manche Kritiker schränken die Möglichkeit einer journalistischen Objektivität noch wesentlich deutlicher ein und verweisen vor allem auf wirtschaftliche und organisatorische Einflüsse im Journalismus.⁶³ So nennt der deutsch-amerikanische Soziologe Herbert J. Gans den Objektivitätsanspruch eine journalistische "Paraideologie": *"Zusammen genommen bilden die dauerhaften Wertvorstellungen, bewussten und unbewussten Meinungen sowie Wirklichkeitsauffassungen, was ich als Paraideologie bezeichnete [...]. Die Paraideologie, die ich in den Nachrichten beobachtete, kommt (selbstverständlich) von den Journalisten, wenngleich es mehr die Werte des Arbeitsplatzes und des Berufes ausdrückt, als der Journalisten persönliche Wertvorstellungen."*⁶⁴ In ähnlicher Weise bezeichnet die US-amerikanische Soziologin Gaye Tuchman journalistische Objektivitätsnormen als "strategisches Ritual": Sie schreibt zusammenfassend, dass "[...] sich Objektivität auf Routinevorgänge bezieht, die als formale Merkmale veranschaulicht werden können [...] und die den Berufstätigen vor Fehlern und vor seinen Kritikern schützen.

63 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Kritik am klassischen Verständnis von Objektivität Herbert J. **Gans**: *Deciding what's news. A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time.* Communication and society, Band 12, London 1979, S. 182 ff.; Tom **Koch**: *The news as myth. Fact and context in journalism.* Westport (Conn.) 1990, S. 13 ff.; E. Barbara **Phillips**: *Approaches to objectivity. Journalistic versus social science perspectives.* in: Paul M. Hirsch / Miller, Peter V. / Kline, Francis Gerald (Hg.): *Strategies for communication research.* Sage annual reviews of communication research, Band 6, Beverly Hills (Calif.) / London 1977, S. 68 ff.; Günther **Rager**: *Das Problem der Objektivität in politischen Nachrichten.* in: Joachim Goth / Balzer, Karl Michael u.a.: *Rhetorik, Ästhetik, Ideologie. Aspekte einer kritischen Kulturwissenschaft.* Stuttgart 1973, S. 237 ff.; Wilfried **Scharf**: *Nachrichten im Fernsehen...* a.a.O., S. 23 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: *Die Münzen der Kommunikation...* a.a.O., S. 32 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: *Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen...* a.a.O., S. 225 ff.; Winfried **Schulz**: *Massenmedien und Realität. Die "ptolemäische" und die "kopernikanische" Auffassung.* in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderhefte der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 135 ff.; Gaye **Tuchman**: *Objectivity as strategic ritual. An examination of newsmen's notions of objectivity.* in: *American Journal of Sociology*, 77. Jg., Heft 4/1972, Chicago (Ill.), Januar 1972, S. 660 ff.; Gaye **Tuchman**: *Professionalism as an agent of legitimation.* in: *Journal of Communication*, 28. Jg., Heft 2/1978, Philadelphia (Pa.) 1978, S. 106 ff.; Siegfried **Weischenberg**: *Journalistik...* a.a.O., Band 1, S. 218 ff.; Siegfried **Weischenberg**: *Journalistik...* a.a.O., Band 2, S. 157 ff.; Siegfried **Weischenberg**: *Neues vom Tage. Die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt.* Hamburg 1997, S. 17 ff., 24 ff. und 83 ff.

64 Siehe Herbert J. **Gans**: *Deciding what's news...* a.a.O., S. 203; eigene Übersetzung aus dem Englischen

*Es scheint, das Wort "Objektivität" wird abwehrend als strategisches Ritual verwendet.*⁶⁵ Kritiker bemängeln am Objektivitätsanspruch des Informationsjournalismus unter anderem, dass die Auswahl und Gewichtung von Nachrichten letztlich von den beruflichen und persönlichen Besonderheiten des jeweiligen Journalisten abhängt (wie Eigenschaften, Einstellungen, Erfahrungen oder Erwartungen). Außerdem kann die Beschränkung auf angeblich "reine" Tatsachen (wie Zahlen⁶⁶ oder Zitate) zu vereinfachenden Berichterstattungsmustern führen. Beispiele hierfür sind bloße Aufzählungen von Kriegsoptionen ("body count") oder mediengerichtete Äußerungen von Politikern und Politikerinnen ("Sprechblasen"). Hierbei wird jedoch die zum Verständnis von Ereignissen notwendige Einordnung der Tatsachen in ihre Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge (die sogenannte "Faktendimensionierung") vernachlässigt.

Ein ideologischer oder ritualisierter Anspruch auf Objektivität birgt zudem die Gefahr, dass Journalisten die Verantwortlichkeit für ihre Berichterstattung mit Hinweis auf Berufsnormen oder -zwänge zurückweisen. Der Journalist und Fernsehmoderator Dagobert Lindlau warnt vor einem falschen Verständnis von Objektivität: *"Ich warte auf den Tag, an dem wir der Ausgewogenheit zuliebe bei einem Bericht über die Hitlerschen KZ's einen alten Nazi vor die Kamera holen müssen, der dann feststellt, die Konzentrationslager hätten schließlich auch ihr Gutes gehabt. [Der US-amerikanische Rundfunkjournalist] Ed Morrow [Edward Roscoe Murrow! (1908 - 1965)] war es, der gesagt hat: 'Es gibt Dinge, die haben nur eine Seite.'*⁶⁷

65 Siehe Gaye **Tuchman**: Objectivity as strategic ritual... a.a.O., S. 678; eigene Übersetzung aus dem Englischen

66 Vgl. zu den Manipulationsmöglichkeiten mit Zahlen beispielsweise Thomas **Knieper**: Tricks mit Zahlen. in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 47. Jg., Heft 4/1997, Bonn / Remagen, April 1997, S. 46 ff.; Walter **Krämer**: So lügt man mit Statistik. Frankfurt/Main 1991; Walter **Krämer**: Statistik verstehen. Eine Gebrauchsanweisung. Frankfurt/Main 1992; Walter **Krämer**: Denkste! Trugschlüsse aus der Welt des Zufalls und der Zahlen. Frankfurt/Main 1995

67 Siehe Dagobert **Lindlau**: Die Exekution der Wirklichkeit - Oder: Wider die falsche Objektivität. in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): Journalismus und Journalismus. Plädoyers für Recherche und Zivilcourage. Reihe Praktischer Journalismus, Band 3, München 1980, S. 45

Der Anspruch auf Objektivität entbindet Journalisten somit nicht davon, sich immer wieder mit ihren Berufsnormen auseinander zu setzen. Seit den 60er Jahren entstanden vor allem in den USA einige Gegenströmungen zum "Informationsjournalismus", wie der sogenannte "Interpretative Journalismus" (Deutung von Hintergründen, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhängen), der sogenannte "Präzisionsjournalismus" (Verwendung von sozialwissenschaftlichen Arbeitsweisen und Computerrecherchen) oder der sogenannte "Enthüllungsjournalismus" ("Investigativer Journalismus" zur Aufdeckung von Skandalen, Geheimnissen und gesellschaftlichen Tabus).⁶⁸ Trotz solcher anregenden Strömungen steht journalistische Arbeit immer zwischen zwei Gegensätzen, wie der US-amerikanische Kommunikationswissenschaftler Penn T. Kimball schreibt: *"In gewissem Sinn muss der Reporter lernen, zwei gegensätzliche psychologische Zustände zu meistern. Einer ist die Fähigkeit, sich selbst in die Geschichten, über die zu berichten er ausgeschiedt wird, so vollkommen zu versenken, dass er sie tatsächlich nachlebt. Der andere ist, fähig zu sein, sich selbst von diesen selben eindrucksvollen Erlebnissen loszumachen, um außerhalb der Erfahrung zu stehen und sie dem Leser zu Gesicht zu bringen. [...] Ein Journalist ohne ein Herz ist ein leerer Schreiber. Ein Journalist, der ganz Herz ist, ist anderer-*

68 Vgl. zu Gegenströmungen zum klassischen Informationsjournalismus beispielsweise Guido **Bröer**: Journalismus als Lebensform... a.a.O., S. 33 ff.; Ulrike **Heider**: Der Mann mit der Mistgabel. Enthüllungsjournalismus in den USA. in: *Kursbuch 125*, Die Meinungsmacher, 32. Jg., Heft 125/1996, Berlin, September 1996, S. 143 ff.; Tom **Koch**: The news as myth... a.a.O., S. 117 ff.; Curtis D. **MacDougall / Reid**, Robert D.: Interpretative reporting. New York (N.Y.) 1987, 9. Auflage; Philip **Meyer**: Precision journalism. A reporter's introduction to social science methods. London 1979, 2. Auflage; Philip **Meyer**: Ethical journalism. A guide for students, practitioners and consumers. New York (N.Y.) 1987, S. 56 ff.; David L. **Protess / Cook**, Fay Lomax **u.a.**: The journalism of outrage. Investigative reporting and agenda building in America. New York (N.Y.) 1991; Manfred **Redelfs**: Investigative Reporting in den USA. Strukturen eines Journalismus der Machtkontrolle. Doktorarbeit, Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 21, Opladen 1996; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Die Münzen der Kommunikation... a.a.O., S. 38 ff.; Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen... a.a.O., S. 229 ff.; Michael **Schudson**: Discovering the news... a.a.O., S. 183 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Investigativer Journalismus und "kapitalistischer Realismus"... a.a.O., S. 354 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik... a.a.O., Band 2, S. 113 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Neues vom Tage... a.a.O., S. 148 ff.

seits ein undisziplinierter Schreiber. Und im Journalismus ist die berufliche Schlüsselqualität: Kontrolle."⁶⁹

Der chilenische Neurobiologe Humberto Romecin Maturana unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen zwei verschiedenen Ebenen von Objektivität. *"Bei der einen Einstellung geht man von einer beobachterunabhängigen Existenz von Dingen aus. Gleichzeitig wird nicht nach dem Zustandekommen der Fähigkeiten des »Beobachters« gefragt. Diesen Erklärungsweg bezeichne ich als den Weg der absoluten Objektivität [...]. Dabei nimmt man die Existenz von beobachterunabhängigen Dingen an, die erkannt werden können. Die Fähigkeiten des »Beobachters«, diese Dinge [...] zu erkennen, wird bei diesem Ansatz nicht weiter hinterfragt. Der »Beobachter« hat diese Fähigkeit einfach. Wird diese Frage überhaupt einmal gestellt, dann wird bei der Beantwortung auf eine »Fähigkeit« des »Beobachters« verwiesen. Im Rahmen der anderen Einstellung zu der Frage nach dem »Beobachter« wird die Frage ernst genommen, wie das, was der »Beobachter« tut, überhaupt zustande kommt. [...] Dann erscheint »Existenz« als etwas durch den »Beobachter« hervorgebrachtes, als etwas, was der »Beobachter« erzeugt. [... Dann] akzeptieren Sie die Frage nach dem »Beobachter« und dem »Beobachteten«, und Sie beschreiten dann einen anderen Weg, den ich den Weg der »relativen Objektivität« [...] nenne."*⁷⁰ Diese zwei Ebenen von Objektivität ähneln der Unterscheidung zwischen einer Beobachtung erster und zweiter Ordnung. Eine "absolute Objektivität" beinhaltet nämlich den Anspruch, die Wirklichkeit möglichst genau abzubilden; dies ist gewissermaßen eine

69 Siehe Penn **Kimball**: Journalism. Art, craft or profession? in: Kenneth Schuyler Lynn (Hg.): The professions in America. Boston (Mass.) 1963/65, S. 249; Hervorhebung im Original, eigene Übersetzung aus dem Englischen

70 Siehe Volker **Riegas / Vetter**, Christian: Gespräch mit Humberto R. Maturana. in: Dieselben (Hg): Zur Biologie der Kognition. Ein Gespräch mit Humberto R. Maturana und Beiträge zur Diskussion seines Werkes. Frankfurt/Main 1993, 3. Auflage, S. 77 f. - Vgl. hierzu auch Humberto Romecin **Maturana**: Erkennen. Die Organisation und Verkörperung von Wirklichkeit. Schriften zur Wissenschaftstheorie, Wissenschaft und Philosophie, Band 19, Braunschweig 1985, 2. Auflage, 297 ff.; Humberto Romecin **Maturana**: Elemente einer Ontologie des Beobachtens. in: Hans Ulrich Gumbrecht / Pfeiffer, K. Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt/Main 1988, S. 830 ff.

"Objektivität erster Ordnung". Dagegen beruht eine "relative Objektivität" auf der Einsicht, dass sich jede Erkenntnis auf Wirklichkeitskonstruktionen gründet; dies ist sozusagen eine "Objektivität zweiter Ordnung". Maturana betont daher in Bezug auf die Wissenschaft: *"So können wir den Anspruch auf Objektivität in der Wissenschaftspraxis als Verpflichtung des Standard-Beobachters werten, keinen störenden und entstellenden Einfluss seiner/ihrer Wünsche und Vorlieben auf seine/ihre Anwendung des Kriteriums der Validierung [Bestätigung] wissenschaftlicher Erklärungen zuzulassen. [...] Die Ansprüche auf Objektivität [...] in der Wissenschaft sind somit moralische, nicht ontologische [wirklichkeitsorientierte] Ansprüche."*⁷¹

Die Kommunikationswissenschaftler Siegfried Johannes Schmidt und Siegfried Weischenberg haben mit Blick auf den Journalismus ähnliche Vorstellungen: *"Objektivität ist [...] eine intersubjektive Vereinbarung über die Art der Wirklichkeitskonstruktion, die vom System Journalismus erwartet werden kann. Die dieser Vereinbarung zugrundeliegenden Kriterien sind nicht "Wahrheit" oder "Realitätsnähe", sondern "Nützlichkeit" und "Glaubwürdigkeit". Sie gelten für die Sammlung, aber insbesondere auch für die Präsentation von Nachrichten mit Hilfe bestimmter Darstellungsformen."*⁷² Damit werden journalistische Objektivitätsnormen keineswegs aufgegeben, geschweige denn einer zufälligen oder beliebigen Subjektivität geopfert. Wahrnehmung und Erkenntnis sind das Ergebnis von Wirklichkeitskonstruktionen, so dass "Objektivität" keine Annäherung an die Wirklichkeit ist, sondern eine in bestimmten sozialen Systemen anerkannte und vereinheitlichte Vorgehensweise zur Erlangung von Erkenntnis.

71 Siehe Humberto Romecin **Maturana**: Wissenschaft und Alltag. Die Ontologie wissenschaftlicher Erklärungen. in: Paul Watzlawick / Krieg, Peter (Hg.): Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus. Festschrift für Heinz von Foerster, München 1991, S. 193

72 Siehe Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Die Münzen der Kommunikation... a.a.O., S. 37 und wörtlich auch Siegfried Johannes **Schmidt / Weischenberg**, Siegfried: Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen... a.a.O., S. 228

Es handelt sich hierbei im Sinn von Maturana um eine "relative Objektivität". In diesem Sinn ist "Wahrheit" auch kein "Abbild" der Wirklichkeit, sondern eine bewertete Erkenntnis. Bezogen auf die von Heun genannten vier Dimensionen bedeutet dies, dass der Begriff "Objektivität" in diesem Text keinen Anspruch auf die "Abbildung" von Wirklichkeit erhebt. Die drei anderen Dimensionen (unparteiische Auswahl, sachlicher Stil und neutrale Darbietung von Nachrichten) werden hier dagegen ausdrücklich in den Objektivitätsbegriff einbezogen. Schließlich gehören die entsprechenden Berufsnormen zu den im sozialen System "westlicher, kapitalistischer, demokratischer Journalismus" anerkannten und vereinheitlichten Vorgehensweisen. Hierbei ist aber immer zu beachten, dass Objektivität nicht vor Irrtümern und Vorurteilen schützt. Entscheidend ist vielmehr, dass eine objektive Vorgehensweise für das jeweilige soziale System (wie Wissenschaft, Rechtswesen oder Journalismus) passend beziehungsweise viabel ist. Die Viabilität von journalistischer Objektivität umfasst hierbei nicht nur technische, sondern auch ethische Normen (um auf die Unterscheidung von Breed zurückzugreifen). Hier soll aber nicht auf ethische Objektivitätsnormen im Nachrichtenjournalismus (wie Redlichkeit, Sorgfalt oder Unparteilichkeit) eingegangen werden, sondern auf technische Normen (Nachrichtenregeln und -routinen).

2.1. Nachrichtenregeln

Eine organisatorische Stärke des Informationsjournalismus besteht darin, Nachrichten mit Hilfe von klaren Regeln einfach und einheitlich herstellen zu können. Unter Nachrichtenregeln werden hier jene erlernten Grundsätze verstanden, nach denen Journalisten ihre Nachrichten gestalten. Solche Nachrichtenregeln sind nicht nur in allgemein zugänglichen Fachbüchern und Nachschlagewerken zum Nachrichtenjournalismus aufgeführt.⁷³ Sie werden häufig auch in (halb-)internen Nachrichtenpapieren und -fibeln der einzelnen Nachrichtenredaktionen festgehalten, um die jeweiligen Besonderheiten bei der Nachrichtengestaltung zu regeln. Bei solchen redaktionsinternen Unterlagen handelt es sich teilweise um kurze Papiere mit nur wenigen Seiten, häufig aber auch um sehr umfangreiche Fibeln. Ungeachtet dieser veröffentlichten oder redaktionsinternen Bücher und Fibeln werden Nachrichtenregeln bei der praktischen Journalistenausbildung vorwiegend mündlich vermittelt ("learning on the job"). Die genannten Regelwerke dienen daher hauptsächlich der theoretischen Ausbildung an Hochschulen und Journalistenschulen beziehungsweise zur theoretischen Vertiefung des in der Praxis bereits erlernten.

73 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Nachrichtenregeln Bernd-Peter **Arnold**: Hörfunk-Information. Hinter den Kulissen des schnellsten Nachrichtenmediums. Frankfurt/Main 1981, S. 54 ff.; Bernd-Peter **Arnold**: ABC des Hörfunks... a.a.O., S. 144 ff.; Bernd-Peter **Arnold** / **Hessischer Rundfunk** (Hg.): Sie hören Nachrichten. Schlüssel zur Information. Frankfurt/Main, o.J., S. 35 ff.; Hanns **Gorschnek** / **Deutschlandfunk** (Hg.): Nachrichten im Hörfunk. Schriftenreihe des Deutschlandfunks, Heft 3/67, Köln 1967; Hanns **Gorschnek** / **Deutschlandfunk** (Hg.): Nachrichten im Deutschlandfunk. Schriftenreihe des Deutschlandfunks, Heft 10/70, Köln 1970; Hanns **Gorschnek** / **Deutschlandfunk** (Hg.): Rundfunknachrichten - heute und morgen. Fragen und Antworten zur Nachrichtenarbeit. Schriftenreihe des Deutschlandfunks, Heft 29/82, Köln 1982, 2. Auflage; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten... a.a.O., S. 23 ff.; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten... a.a.O., 2. Auflage, S. 23 ff.; Walther von **La Roche**: Einführung in den praktischen Journalismus... a.a.O., S. 76 ff.; Walther von **La Roche** / **Buchholz**, Axel (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München 1988, 4. Auflage, S. 75 ff.; Werner **Meyer** / **Frohner**, Jürgen: Zeitungspraktikum. Auszug aus der Loseblattsammlung "Journalismus von heute". Percha 1983, Kapitel I, S. 3 ff. und Kapitel II, S. 1 ff.; Walter **Vitt** / **Westdeutscher Rundfunk** (Hg.): Nachrichten im WDR. Ein Ausbildungsbrevier. Heft 1 der Veröffentlichungen der WDR-Aus- und Fortbildungsredaktion (Leitung: Hans Diederhufen) im Zusammenwirken mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Köln 1992, 3. Auflage; Siegfried **Weischenberg**: Nachrichtenschreiben... a.a.O., S. 46 ff.; Wolfgang **Zehrt**: Hörfunk-Nachrichten... a.a.O., S. 19 ff. und 31 ff.

Nachrichtenregeln laut Tuchman:

Tuchman ist der Ansicht, dass Nachrichtenjournalisten vor allem vier beziehungsweise fünf Vorgehensweisen anwenden, mit deren Regeln sie ihre Nachrichten "objektivieren" können.⁷⁴ Diese Nachrichtenregeln werden in ähnlicher Form auch in den meisten Fachbüchern und Nachschlagewerken aufgeführt. Es handelt sich laut Tuchman um: Erstens die Gegenüberstellung sich widersprechender Standpunkte, zweitens die Stützung von Aussagen durch Tatsachen, drittens die Abgrenzung von eigenen und fremden Aussagen, viertens die Gliederung von Informationen in einer bestimmten Anordnung sowie fünftens die Trennung von Nachrichten und Kommentaren. Bei der Gegenüberstellung sich widersprechender Standpunkte geben Nachrichtenjournalisten nicht bloß eine, sondern gleich mehrere Aussagen zum selben Thema wieder. Einerseits vermeiden sie damit eine einseitige Berichterstattung, zumal sie häufig die Richtigkeit der Aussagen nicht beurteilen können (zum Beispiel beim Expertenstreit über technische Risiken oder bei Kriegsberichten über militärische Erfolge). Andererseits sind hierbei aber (unabhängig vom Inhalt) jene Aussagen im Vorteil, die bestimmte Nachrichtenfaktoren enthalten (wie Eindeutigkeit der Formulierung oder Prominenz des Sprechers). Auf die Grenzen einer ausgewogenen Berichterstattung hat bereits Lindlau mit seinem Beispiel von "*einem Bericht über die Hitlerschen KZ's*" hingewiesen. Darüber hinaus wird durch die Widersprüchlichkeit der Aussagen die Bewertung eines Themas erschwert, wenn nicht sogar unmöglich.

Bei der Stützung von Aussagen durch Tatsachen wird versucht, diese Aussagen zu prüfen. Auf diese Weise lässt sich beispielsweise auch ein Hinweis auf Vorteile von nationalsozialistischen Konzentrationslagern während der Hitler-Diktatur einordnen und bewerten. Wie bereits beschrieben, kann die

74 Vgl. Gaye **Tuchman**: Objectivity as strategic ritual... a.a.O., S. 665 ff. beziehungsweise 676; Gaye **Tuchman**: Making news. A study in the construction of reality. New York (N.Y.) 1978, S. 82 ff.; Gaye **Tuchman**: Professionalism as an agent of legitimation... a.a.O., S. 110

Beschränkung auf "reine" Tatsachen zu einer vereinfachenden Berichterstattung führen. Meist lassen sich Aussagen auch dadurch stützen, dass sie aus möglichst mehreren und glaubwürdigen Quellen stammen. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, dass sie durch unabhängige Fachleute bestätigt werden. Dies kann jedoch wiederum dazu führen, dass mehrere Fachleute widersprüchliche Aussagen zum selben Thema machen. Die Auswahl und Gewichtung der stützenden Tatsachen muss somit letztlich von den (Nachrichten-)Journalisten vorgenommen werden.

Bei der Abgrenzung von eigenen und fremden Aussagen werden bestimmte journalistische Stilmittel eingesetzt, um fremde Aussagen in direkter oder indirekter Rede zu kennzeichnen. Aussagen in direkter Rede markiert man in der Presse durch Anführungszeichen beziehungsweise im Rundfunk durch bestimmte Redewendungen wie "...sagte wörtlich...". Im Rundfunk können darüber hinaus Original-Aufnahmen (sogenannte "O-Töne") mit entsprechenden Aussagen verwendet werden. Aussagen in indirekter Rede werden sowohl in der Presse als auch im Rundfunk durch die Verwendung des grammatischen Konjunktivs ausgedrückt. Diese Vorgehensweisen trennen die Aussagen des Berichterstatters und anderer Personen jedoch nur formal voneinander. Auch hier erfolgt die Auswahl und Gewichtung der fremden Aussagen letztlich durch die Journalisten, so dass sie eigene Ansichten anderen Personen zuordnen können. Dessen ungeachtet sind aber auch hier (unabhängig vom Inhalt) jene Aussagen im Vorteil, die bestimmte Nachrichtenfaktoren enthalten.

Bei der Gliederung von Informationen in einer bestimmten Anordnung wird in der Regel nach dem sogenannten Prinzip der "umgekehrten Pyramide" ("inverted pyramid") vorgegangen. Dieses Pyramiden-Prinzip beinhaltet, dass Nachrichten mit den wichtigsten Informationen beginnen und dann immer unbedeutendere Angaben folgen. Bezogen auf einzelne Nachrichtmeldungen bedeutet dies, dass am Anfang ein knapp formulierter Vorspann ("Leadsatz") mit den Kerninformationen über das jeweilige Ereignis

steht. Zu diesen Kerninformationen gehören beispielsweise Antworten auf sogenannte "W-Fragen" (Wer hat was wann wo wie und warum getan?). Meist folgen dann im zweiten Satz die genaue Nachrichtenquelle und weitere wichtige Angaben sowie in späteren Sätzen nähere Einzelheiten. Die Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge des jeweiligen Ereignisses stehen am Schluss der Meldung (Faktendimensionierung). Bezogen auf ganze Nachrichtenseiten oder -sendungen bedeutet das Pyramiden-Prinzip, dass auf der Titelseite beziehungsweise am Sendungsbeginn die Hauptmeldungen ("Aufmacher") stehen und dann immer unbedeutendere folgen - bis zu "human interest"-Meldungen, Sport und Wetter. Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge können auch hier meist nur auf hinteren Seiten beziehungsweise in nachfolgenden Sendungen dargestellt werden. Durch dieses Pyramiden-Prinzip lassen sich einzelne Meldungen beziehungsweise ganze Seiten und Sendungen so aufbauen, dass sie je nach Druckseiten beziehungsweise Sendeminuten beliebig von hinten gekürzt werden können, ohne dass die Kerninformationen oder Hauptmeldungen verloren gehen. Dies bedeutet aber auch, dass Informationen über die Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge von Ereignissen als erstes weggekürzt werden. Außerdem gilt natürlich auch hier, dass die Journalisten entscheiden, welches die "wichtigsten" Informationen sind. Bei der Trennung von Nachrichten und Kommentaren wird in der Regel so vorgegangen, dass meinungsäußernde Beiträge (wie Kommentare, Kritiken oder Glossen) ausdrücklich als solche gekennzeichnet werden. Allerdings trennt man auch hier Tatsachen und Meinungsäußerungen im Grunde nur formal voneinander. So entdeckte der Kommunikationswissenschaftler Klaus Schönbach, dass Nachrichten häufig an die Kommentare angeglichen werden (Synchronisation),⁷⁵ damit das Gesamtbild der Berichterstattung einheitlicher erscheint. Sogar wenn die Nachrichtenregeln also von den Journa-

75 Vgl. Klaus **Schönbach**: Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Alber-Broschur Kommunikation, Band 5, Freiburg / München 1977, S. 48 ff., 78 ff. und 143 ff.

listen formal eingehalten werden, haben sie einen großen Freiraum, um bei der Nachrichtengestaltung zu manipulieren.⁷⁶ Davon abgesehen sind die Grenzen zwischen Nachricht und Kommentar auch deshalb fließend, weil viele sogenannte "Kommentare" kaum mehr als eine Gegenüberstellung der jeweiligen Standpunkte bieten. Eine solche nichtssagende Kommentierung will es offenbar allen Seiten recht machen und sogar dort journalistische Ausgewogenheit zeigen, wo dies überhaupt nicht erforderlich wäre.

Anwendung der Nachrichtenregeln:

Bei allen von Tuchman genannten fünf Vorgehensweisen wird ein möglichst sachlicher Sprachstil angestrebt. Dieser Nachrichtenstil zeichnet sich im Idealfall durch eine einfache Wortwahl, einen knappen Satzbau und eine übersichtliche Satzfolge aus. Hierdurch will man nicht nur journalistische Objektivität erreichen, sondern die Nachrichten auch für weniger aufmerk-

76 Vgl. zur Manipulation von Nachrichten durch Journalisten beispielsweise Bernd-Peter **Arnold**: ABC des Hörfunks... a.a.O., S. 160 ff.; Christian **Bommarius**: Wie eine Nachricht entsteht. in: *Kursbuch 125*, Die Meinungsmacher, 32. Jg., Heft 125/1996, Berlin, September 1996, S. 2 ff.; Friedrich **Denk**: Die verborgenen Nachrichten. Versuch einer Pressekritik. Eberling 1979, 3. Auflage; Gero **Kalt** (Hg.): Schlecht informiert. Wie Medien die Wirklichkeit verzerren. Eine Fall-sammlung. Frankfurt/Main 1992; Klemens **Ludwig**: Augenzeugen lügen nicht. Journalistenberichte: Anspruch und Wirklichkeit. München 1992; Wolf **Schneider** (Hg.): Unsere tägliche Desinformation... a.a.O., S. 35 ff.; Manfred **Steffens**: Das Geschäft mit der Nachricht... a.a.O., S. 74 ff. und 207 ff. - Der deutsche Hofbeamte, Publizist und Universitätsdozent Kaspar Stieler, genannt der Spate (1632 - 1707) kritisierte bereits im Jahr 1695 kommentierende Formulierungen in Nachrichten: "Denn man lieset die Zeitungen darüm nicht / daß man daraus gelehrt und in beurteilung der Sachen geschickt werden / sondern daß man allein wissen wolle / was sich hier und dar begiebet. Derowegen die Zeitungsschreiber / mit ihrem unzeitlichen Richten zu erkennen geben / daß sie nicht viel neues zu berichten haben / sondern bloß das Blat zu erfüllen / einen Senf darüber her machen [...]." Siehe Kaspar **Stieler**: Zeitungs Lust und Nutz. Oder: derer so genanten Novellen oder Zeitungen wirkende Ergetzlichkeit, Anmut, Notwendigkeit und Frommen; Auch was bey deren Lesung zu lernen, zu beobachten und zu bedenken sey? Vollständiger Neudruck der Originalausgabe von 1695. Bremen 1969, S. 27, Neudruck, erstmals Hamburg 1695

same oder gebildete Mediennutzer verständlich machen.⁷⁷ Zu einer einfachen Wortwahl gehört es beispielsweise, auf vermeidbare Fremdwörter und zusammengesetzte Hauptwörter zu verzichten. Außerdem sollte man keine Floskelwörter verwenden (wie "äußern", "bemerken" oder "erklären" für sa-

77 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Sprachstil und Verständlichkeit von Nachrichten Horst **Albrecht**: Sprachbarrieren vor dem Bildschirm. Schichtspezifische Hindernisse des Fernsehens am Beispiel Tagesschau. in: *Rundfunk und Fernsehen*, 20. Jg., Heft 3/1972, Hamburg 1972, S. 294 ff.; Reinhard **Appel**: Aus Sicht eines Praktikers. Die Fernsehsprache in den Nachrichten. in: Hermann Boventer (Hg.): *Medien und Moral. Ungeschriebene Regeln des Journalismus*. Journalismus-Schriftenreihe der Stiftervereinigung der Presse, Neue Folge, Band 27, Konstanz 1988, S. 27 ff.; Bernd-Peter **Arnold** / **Hessischer Rundfunk** (Hg.): Sie hören Nachrichten... a.a.O., S. 50 ff.; Harald **Burger**: Sprache der Massenmedien. Berlin / New York (N.Y.) 1984, S. 252 ff.; Fritz **Eberhard**: Sprachmanipulation. in: Bernt Engelmann / Horné, Alfred u.a.: *Anspruch auf Wahrheit. Wie werden wir durch Presse, Funk und Fernsehen informiert?* Göttingen 1981, S. 113 ff.; Uwe **Förster**: Nachrichten-sprache. Ergebnisse einer Untersuchung der Gesellschaft für deutsche Sprache. in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 44. Jg., Heft 8/1994, Bonn / Remagen, August 1994, S. 49 ff.; Hanns **Gorschenek** / **Deutschlandfunk** (Hg.): Nachrichten im Deutschlandfunk... a.a.O., S. 14 ff.; Hanns **Gorschenek** / **Deutschlandfunk** (Hg.): Rundfunknachrichten... a.a.O., S. 31 ff.; Christoph **Haab**: Radionachrichten - öffentlich-rechtlich versus privat. Ein Vergleich zwischen Hessischem Rundfunk und Radio FFH. Reihe Medien Skripten, Band 20, München 1994, S. 35 ff.; Jürg **Häusermann** / **Käppeli**, Heiner: Rhetorik für Radio und Fernsehen... a.a.O.; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten... a.a.O., S. 45 ff.; Jürgen **Horsch** / **Ohler**, Josef / **Schwiesau**, Dietz (Hg.): Radio-Nachrichten... a.a.O., 2. Auflage, S. 45 ff.; Lutz **Huth** / **Jüngst**, Wolfgang u.a.: Nachrichten sehen - Nachrichten verstehen - Nachrichten verwenden. Zu einem neueren Ansatz der Rezeptionsanalyse. in: *Publizistik*, Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung, 22. Jg., Heft 4/1977, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1977, S. 403 ff.; Elihu **Katz**: Das Verstehen von Nachrichten. in: *Publizistik*, Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung, 22. Jg., Heft 4/1977, Bonn / Konstanz, Oktober - Dezember 1977, S. 359 ff.; Walther von **La Roche**: Einführung in den praktischen Journalismus... a.a.O., S. 106 ff.; Walther von **La Roche** / **Buchholz**, Axel (Hg.): Radio-Journalismus... a.a.O., S. 54 ff.; Walther von **La Roche** / **Linke**, Norbert: Radionachrichten. in: *Medium-Magazin*, Informationen für Journalisten, 10. Jg., Heft 7/1995, Frankfurt/Main / Freilassing 1995, Beilage "Journalisten-Werkstatt", S. 5; Uwe **Magnus**: Die Nachrichten im Hörfunk - eine Leitstudie des Westdeutschen Rundfunks (WDR) Köln. in: *Media Perspektiven*, 6. Jg., Heft 9/1975, Frankfurt/Main 1975, S. 424 ff.; Wolfram **Metz**: Die Sprache der Hörfunknachrichten. Beobachtung zur formalen Struktur und Verständlichkeit am Beispiel des Südwestfunks (1967 - 1990). unveröffentlichte Diplomarbeit, Studiengang Angewandte Sprachwissenschaft, Johannes-Gutenberg-Universität Mainz 1990, S. 21 ff.; Werner **Meyer** / **Frohner**, Jürgen: Zeitungspraktikum... a.a.O., Kapitel II, S. 23 ff.; Josef **Ohler**: Wird das Nachrichtendeutsch immer schlechter? Versuch einer Sprachkritik. in: *Media Perspektiven*, 13. Jg., Heft 1/1982, Frankfurt/Main 1982, S. 41 ff.; Johannes **Schlemmer**: Über die Verständlichkeit des gesprochenen Wortes im Hörfunk. in: *Rundfunk und Fernsehen*, 16. Jg., Heft 2/1968, Hamburg 1968, S. 129 ff.; Wolf **Schneider**: Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache. München 1976, S. 247 ff.; Wolf **Schneider**: Deutsch für Profis. Wege zu gutem Stil. Hamburg 1986, S. 35 ff. und 79 ff.; Wolf **Schneider**: Deutsch für Kenner. Die neue Stilkunde. Hamburg 1987, S. 47 ff., 99 ff. und 155 ff.; Erich **Straßner**: Von der Schreibe zur Sprechere. Zur Verständlichkeit von Hörfunknachrichten. in: Hans-Jürgen Bucher / Klingler, Walter / Schröter, Christian (Hg.): *Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen. Schriftenreihe Medienforschung des Südwestfunks*, Band 1, Baden-Baden 1995, S. 199 ff.; Stefan **Wachtel**: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Reihe Praktischer Journalismus, Band 23, Konstanz 1994, S. 78 ff.; Stefan **Wachtel**: Schreiben fürs Hören. Trainingstexte, Regeln und Methoden. Reihe Praktischer Journalismus, Band 29, Konstanz 1997, S. 43 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Nachrichtenschreiben... a.a.O., S. 141 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Journalistik... a.a.O., Band 2, S. 179 ff.

gen). Das gleiche gilt für Metaphern (wie "grünes Licht geben" oder "auf den Weg bringen" für beauftragen, entscheiden oder verabschieden) und für Synonyme (wie "die Hardthöhe" oder "das Pentagon" für das deutsche beziehungsweise US-amerikanische Verteidigungsministerium). Auch sollten verschleiernde Begriffe (Euphemismen) aus der Bürokratsprache oder Propaganda (wie "Freisetzung" für Entlassung, "Preiskorrektur" für Preiserhöhung oder "ethnische Säuberung" für Massenvertreibung) vermieden werden. Dies gilt auch für den Gebrauch von militärischen Wörtern (wie "Etappensieg", "Kreuzfeuer" oder "Schützenhilfe") in sachfremden Zusammenhängen.⁷⁸ Zu einem knappen Satzbau gehört es zum Beispiel, wertende Adjektive, doppelte Verneinungen oder überflüssige Formulierungen (wie Füllwörter, Pleonasmen oder Tautologien) zu unterlassen. Nachrichtensätze sollten zudem grammatisch bevorzugt im Aktiv stehen,⁷⁹ im Verbal- statt Nominalstil geschrieben sein und der natürlichen Sprechweise folgen (Subjekt, Prädikat, Objekt). Zu einer übersichtlichen Satzfolge gehört es beispielsweise, nicht zu viele Informationen (wie Namen oder Zahlen) zusammenzudrängen und keine Schachtelsätze zu bilden (Hauptinformationen in Hauptsätze, Nebenangaben in Nebensätze). Allgemein sollten sich kurze und lange Sätze ablösen (weder "Hack-" noch "Blähstil") und die Nachricht durch Absätze inhaltlich gegliedert werden.

Die hier genannten Nachrichtenregeln sind weder vollständig, noch werden sie überall anerkannt oder sogar befolgt. Bereits Lippmann betonte, dass die Gestaltung von Nachrichten einen großen Freiraum lässt: *"Jede Zeitung ist im Augenblick, wo sie den Leser erreicht, das Endergebnis einer ganzen*

78 Vgl. zu militärischen Begriffen im journalistischen Sprachgebrauch beispielsweise Klaus **Meier-Ude**: Es wird scharf geschossen... in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 48. Jg., Heft 7/1998, Bonn / Remagen, Juli 1998, S. 44 ff.

79 Eine Untersuchung von Texten in Werbeanzeigen kommt zu dem Ergebnis, dass Satzkonstruktionen im Aktiv auf die Leser glaubwürdiger wirken als solche im Passiv. - Vgl. William H. **Motes / Hilton**, Chadwick B. / **Dulek**, Ronald E.: Perceptual shaping via syntax and textual layout. Additional insights for US copywriters. in: *International Journal of Advertising*, The quarterly review of marketing communications, 14. Jg., Heft 3/1995, Oxford / Cambridge (Mass.) 1995, S. 263 ff.

Reihe von Auswahlvorgängen, die bestimmen, welche Artikel an welcher Stelle mit wie viel Raum und unter welchem Akzent erscheinen sollen. Dafür gibt es keine objektiven Regeln. Es gibt aber Konventionen."⁸⁰ Nachrichtenregeln beruhen also zu einem Großteil auf Gewohnheiten im sozialen System "Nachrichtenjournalismus". Diese anerkannten und vereinheitlichten Regeln sind im Verständnis dieses Textes auch dann objektiv, wenn sie durch Ausnahmen bestätigt werden. Was für ein großer Freiraum bei der Nachrichtengestaltung möglich ist, belegen die Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunksendern.⁸¹ Viele

80 Siehe Walter **Lippmann**: Die öffentliche Meinung... a.a.O., S. 241

81 Vgl. zur unterschiedlichen Nachrichtengestaltung bei öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunksendern beispielsweise Axel **Buchholz**: "Klassische Nachrichten" in der Defensive. Der O-Ton-Nachrichtentrend aus der Sicht eines Praktikers. in: Hans-Jürgen Bucher / Klingler, Walter / Schröter, Christian (Hg.): Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen. Schriftenreihe Medienforschung des Südwestfunks, Band 1, Baden-Baden 1995, S. 160 f.; Axel **Buchholz**: Hörfunknachrichten im dualen System. Konvergenz oder Konkurrenz. Ein Streitgespräch zwischen Martin Müller und Christoph Lemmer, moderiert von Axel Buchholz. in: Hans-Jürgen Bucher / Klingler, Walter / Schröter, Christian (Hg.): Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen. Schriftenreihe Medienforschung des Südwestfunks, Band 1, Baden-Baden 1995, S. 179 ff.; Patrick **Donges** / Jarren, Otfried: Redaktionelle Strukturen und publizistische Qualität. Ergebnisse einer Fallstudie zum Entstehungsprozeß landespolitischer Berichterstattung im Rundfunk. in: *Media Perspektiven*, 28. Jg., Heft 4/1997, Frankfurt/Main, 20. Woche 1997, S. 198 ff.; Joachim **Drengberg**: Formatanalyse für Radioprogramme. Der Kompositionstechnik des Radios auf der Spur. in: *Media Perspektiven*, 24. Jg., Heft 4/1993, Frankfurt/Main 1993, S. 183 ff.; Eva **Dufour** / Mayer, Ansgar: Fossil und Frischling. in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 44. Jg., Heft 4/1994, Bonn / Remagen, April 1994, S. 35 f.; Jörg-Oliver **Ecke** / **Stuiber**, Heinz-Werner: Nachrichten im Hörfunk. Hinweise auf ihre Bedeutung und Bewertung. in: Hans-Jürgen Bucher / Klingler, Walter / Schröter, Christian (Hg.): Radiotrends. Formate, Konzepte und Analysen. Schriftenreihe Medienforschung des Südwestfunks, Band 1, Baden-Baden 1995, S. 163 ff.; Vera-Christine **Ernst-Rumpf**: Fernsehrichten im Vergleich. Die Informationsfunktion im dualen Rundfunk. unveröffentlichte Diplomarbeit, Studiengang Journalistik, Universität Dortmund 1989; Michael **Fleischmann**: Die politische Bedeutung von Radio-Nachrichten. Politikvermittlung durch eine wichtige Informationsquelle. Eine Diskussion internationaler empirischer Befunde. unveröffentlichte Diplomarbeit, Studiengang Sozialwissenschaften, Universität Hannover 1992; Christoph **Haab**: Radionachrichten... a.a.O.; Otfried **Jarren** / **Donges**, Patrick: Keine Zeit für Politik? Landespolitische Berichterstattung im Rundfunk. Journalisten, Öffentlichkeitsarbeiter und Politiker in der Interaktion. Das Beispiel Hamburg. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 16, Berlin 1996; Anne **Köhler**: Nachrichten im Hörfunk. Gibt es Alternativen? in: *Media Perspektiven*, 17. Jg., Heft 11/1986, Frankfurt/Main 1986, S. 718 ff.; Udo Michael **Krüger**: Politikberichterstattung in den Fernsehrichten. Nachrichtenangebote öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehsender 1996 im Vergleich. in: *Media Perspektiven*, 28. Jg., Heft 5/1997, Frankfurt/Main, 24. Woche 1997, S. 256 ff.; Dagmar **Lorenz**: Postmoderne Concierge. in: *Journalist*, Das deutsche Medienmagazin, 43. Jg., Heft 7/1993, Bonn / Remagen, Juli 1993, S. 43 ff.; Klaus **Schönbach** / **Goertz**, Lutz: Radio-Nachrichten. Bunt und flüchtig? Eine Untersuchung zu Präsentationsformen von Hörfunknachrichten und ihren Leistungen. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 12, Berlin 1995

Privatsender gestalten ihre Nachrichten bewusst anders - sowohl bei der Auswahl (mehr "human interest"-Themen, mehr Sport) als auch beim Stil (keine Berufssprecher, mehr Umgangssprache) und bei der Darbietung (kürzere Sendungen, sogenannte Original-Ton-Nachrichten mit Einspielung von Original-Aufnahmen, Korrespondentenberichten oder Redaktionsbeiträgen). Die öffentlich-rechtlichen Sender bemühen sich daher, ihre Nachrichten unter anderem durch erläuternde Faktendimensionierung, sprachliche Seriosität und inhaltliche Zuverlässigkeit von der privat-kommerziellen Konkurrenz abzuheben.⁸²

2.2. Nachrichtenroutinen

Im Informationsjournalismus tragen neben den beschriebenen Nachrichtenregeln auch zahlreiche Routinen dazu bei, Nachrichten auf einfache und einheitliche Weise herzustellen.⁸³ Unter Nachrichtenroutinen werden in diesen Text jene Strategien verstanden, mit denen Journalisten die erlernten Nachrichtenregeln anwenden. Solche technischen Objektivitätsnormen erleichtern die journalistische Nachrichtenarbeit vor allem, wenn sie unter Zeitdruck bewältigt werden muss. Bereits Lippmann wies darauf hin, dass Journalisten ihre Arbeit nur mit Hilfe von Nachrichtenroutinen bewältigen können: *"Und doch wäre der zahlenmäßige Umfang der Gegenstände, den diese*

82 Vgl. Rudolf **Fest / Lumma**, Wolfgang / **Ohler**, Josef: Radio-Nachrichten... a.a.O., S. 126 ff.

83 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über Nachrichtenroutinen Teun Adrianus van **Dijk**: Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung. Tübingen 1980, S. 198 ff.; Teun Adrianus van **Dijk**: News as discourse. Hillsdale (N.J.) 1988, S. 114 ff.; Paul **Rock**: News as eternal recurrence. in: Stanley Cohen / Young, Jock (Hg.): The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media. Communication and society, Band 4, London 1973, S. 73 ff.; Georg **Ruhrmann**: Rezipient und Nachricht... a.a.O., S. 21 ff.; Georg **Ruhrmann**: Zeitgeschehen à la carte... a.a.O., S. 64 ff.; Georg **Ruhrmann**: Ereignis, Nachricht und Rezipient... a.a.O., S. 244 ff.; Gaye **Tuchman**: Making news by doing work. Routinizing the unexpected. in: *American Journal of Sociology*, 79. Jg., Heft 1/1973, Chicago (Ill.), Juli 1973, S. 110 ff.; Gaye **Tuchman**: The exception proves the rule. The study of routine news practices. in: Paul M. Hirsch / Miller, Peter V. / Kline, Francis Gerald (Hg.): Strategies for communication research. Sage annual reviews of communication research, Band 6, Beverly Hills (Calif.) / London 1977, S. 43 ff.

verhältnismäßig wenigen Leute zu bearbeiten verstehen, wirklich ein Wunder, wäre es nicht standardisierte Routine."⁸⁴

Nachrichtenroutinen laut van Dijk:

Der niederländische Literatur- und Kommunikationswissenschaftler Teun Adrianus van Dijk ist der Meinung, dass Journalisten bei der Gestaltung von Nachrichten vor allem fünf Hauptstrategien beziehungsweise -routinen anwenden.⁸⁵ Nach dieser Einteilung handelt es sich im einzelnen um die Auswahl, die Wiedergabe, die Zusammenfassung, die Umstellung und die Umformulierung von Texten (wie Agenturmeldungen, Korrespondentenberichte, Pressemitteilungen oder eigene Aufzeichnungen).

Bei der Auswahl ("selection") von Nachrichten benutzen Journalisten verschiedene Routinen, um ihre Entscheidungen zu fällen. Hierbei spielt die Einschätzung der Ereignisse mit Hilfe von Nachrichtenfaktoren eine besondere Rolle. Laut van Dijk ist darüber hinaus auch von großer Bedeutung, wie die Journalisten die Glaubwürdigkeit der Nachrichtenquellen sowie die Erwartungen der Mediennutzer einschätzen. Ähnlich wie bei den Nachrichtenfaktoren ist hier aber kein objektiver Maßstab möglich, denn die routinemäßige Einschätzung der Nachrichtenquellen und der Mediennutzer hängt von den beruflichen und persönlichen Besonderheiten des jeweiligen Journalisten ab. Im Zusammenhang mit der Nachrichtenauswahl beschreibt auch Tuchman eine journalistische Routine.⁸⁶ Laut der Soziologin teilen Journalisten nachrichtenswürdige Ereignisse in bestimmte Gattungen ein. Dies sind bedeutsame Themen und "human interest"-Themen ("hard news" und "soft news"), Einzelthemen und Dauerthemen ("spot news" und "developing news") sowie Folgethemen ("continuing news"). Hierbei versteht Tuchman

84 Siehe Walter **Lippmann**: Die öffentliche Meinung... a.a.O., S. 230

85 Vgl. Teun Adrianus van **Dijk**: Textwissenschaft... a.a.O., S. 198 ff.; Teun Adrianus van **Dijk**: News as discourse... a.a.O., S. 115 ff.

86 Vgl. Gaye **Tuchman**: Making news by doing work... a.a.O., S. 113 ff.

unter "spot news" abgeschlossene Themen mit überschaubaren Informationen (beispielsweise einen Banküberfall) und unter "developing news" sich entwickelnde Themen mit immer neuen Informationen (zum Beispiel einen Banküberfall mit anschließender Geiselnahme). Als "continuing news" sieht sie dagegen nachfolgende Themen an, die zum gleichen Themenbereich gehören (beispielsweise ähnliche Banküberfälle oder der Gerichtsprozess gegen die Bankräuber). Nachrichtenthemen lassen sich aber auch mit Hilfe solcher Gattungen nicht klar voneinander abgrenzen.

Bei der Wiedergabe ("reproduction") vorgefertigter Textabschnitte werden laut van Dijk Agenturmeldungen, Korrespondentenberichte oder Pressemitteilungen überwiegend wörtlich abgeschrieben. Durch diese einfache Routine wird die Nachrichtenarbeit sehr erleichtert. Journalisten übernehmen insbesondere dann andere Texte, wenn sie unter Zeitdruck stehen, wenn die Texte aus einer glaubwürdigen Quelle stammen oder wenn keine zusätzlichen Informationen verfügbar sind. Der österreichische Kommunikationswissenschaftler Christian Kristen hat untersucht, wie das Angebot der Nachrichtenagenturen in verschiedenen Tageszeitungen verwendet wird. Er kommt zu dem Ergebnis, dass die Übernahme vorgefertigter Texte vor allem bei Auslandsnachrichten üblich ist: *"Grundsätzlich reproduzieren die Zeitungsartikel die Charakteristiken der in ihnen verwendeten Agenturartikeln in mehrfacher Hinsicht. Am auffälligsten ist hierbei der sprachliche Aspekt, der endgültig den Mythos vom eigenständig arbeitenden Zeitungsjournalisten zumindest für die Sparte der Auslandsberichterstattung zunichte macht. Bis auf geringe Unterschiede in den Satzkonstruktionen, die auf die Mischung von Agenturtexten zurückzuführen sind, ist strukturell keinerlei Niederschlag der journalistischen Eigenarbeit ersichtlich."*⁸⁷

Bei der Zusammenfassung ("summarization") umfangreicher Texte werden die wichtigsten Informationen zu einer knappen Nachricht verdichtet. Dies

87 Siehe Christian **Kristen**: Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwendung... a.a.O., Düsseldorf 1972, S. 114

geschieht laut van Dijk, indem Journalisten komplizierte oder unwesentliche Einzelheiten weglassen, indem sie ähnliche oder zusammengehörige Informationen verallgemeinern und indem sie eine Abfolge von Ereignissen zu einem übergreifenden Thema bündeln. Zusammenfassungen haben bei der Gestaltung von Nachrichten eine Kernaufgabe und bilden gewissermaßen eine zweite und abschließende Nachrichtenauswahl. Gleichzeitig werden beim Zusammenfassen die Inhalte unterschiedlicher Texte miteinander verglichen, wichtige Einzelinformationen in einen überschaubaren Gesamtzusammenhang gebracht, die Kerninformationen über ein Ereignis ermittelt sowie der Nachrichtenvorspann ("Leadsatz") formuliert. Alle diese komplexen Entscheidungen beruhen letztlich auf den beruflichen und persönlichen Besonderheiten des jeweiligen Journalisten (wie Eigenschaften, Einstellungen, Erfahrungen oder Erwartungen).

Bei der Umstellung einzelner Textteile ("local transformations") werden Nachrichten vor allem nach dem bereits beschriebenen Prinzip der "umgekehrten Pyramide" angeordnet. Dies bedeutet, dass Nachrichten mit den wichtigsten Informationen beginnen und dann immer unbedeutendere Angaben folgen. Gleichzeitig mit dem Umstellen von Textteilen werden komplizierte oder unwesentliche Einzelheiten weggelassen und die Nachrichten auf die begrenzten Druckseiten beziehungsweise Sendeminuten abgestimmt. Außerdem werden aus anderen Texten weitere Informationen hinzugefügt, zum Beispiel neue Einzelheiten über noch andauernde Ereignisse oder zusätzliche Angaben über Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge. Darüber hinaus werden häufig auch einzelne Textteile durch inhaltlich ähnliche Teile ersetzt, sofern sie andere Schwerpunkte, neue Einzelheiten oder sprachliche Abwechslung bieten.

Bei der stilistischen und rhetorischen Umformulierung ("stylistic and rhetorical (re-)formulation") von Texten setzen Nachrichtenjournalisten laut van Dijk Sinnbilder (Metaphern), Vergleiche sowie Unter- und Übertreibungen ein. Dabei kann durch die Wahl bestimmter Begriffe (wie "Aufständici-

sche" oder "Freiheitskämpfer", "Demonstranten" oder "Randalierer") insgeheim eine persönliche oder redaktionelle Wertung in die Nachricht eingebracht werden.

Anwendung der Nachrichtenroutinen:

Neben dem Nachrichtenstil mit einfacher Wortwahl, knappem Satzbau und übersichtlicher Satzfolge, soll einer unterschwelligem Meinungsmache auch durch den Rückgriff auf sprachliche Stereotype entgegengewirkt werden. Solche Stereotype (wie feststehende Begriffe, Wortfügungen oder Redewendungen) gehören zur neutralen Darbietung von Nachrichten und sollen der journalistischen Objektivität dienen. Zu feststehenden Begriffen in Nachrichten gehören beispielsweise Ortsmarken am Anfang der Meldungen (wie "Berlin:..." für "Achtung! Politik, Inland!") und Sammelbegriffe (wie "Staatschef" oder "Parlament"). Zu feststehenden Wortfügungen zählen zum Beispiel Ausdrücke wie "...das westliche Verteidigungsbündnis..." oder "...die radikal-islamische Untergrundorganisation...". Zu feststehenden Redewendungen gehören beispielsweise Formulierungen wie "...äußerte sich besorgt / zufrieden über..." oder "...verlautete aus nicht näher bezeichneten Diplomat- / Regierungskreisen...". Durch den einseitigen Gebrauch von Stereotypen können jedoch fremde Kulturen (klischeehafte Darstellung der "Dritten Welt") oder Minderheiten (Überbewertung von Ausländerkriminalität) benachteiligt und herabgesetzt werden.

Die Anwendung von Nachrichtenregeln und -routinen entbindet Journalisten also nicht davon, diese immer wieder neu zu überdenken. Hierbei haben ihre Allgemeinbildung, ihr Fachwissen und ihre Berufserfahrung (Qualifikation) eine besondere Bedeutung. Dies gilt aber nicht nur für die Auswahl und Gestaltung von Nachrichten, sondern auch für die Erläuterung der Hintergründe, Ursachen, Wirkungen und Zusammenhänge von Ereignissen (Faktendimensionierung). Die von Weischenberg geforderte Einordnung der Nachrichteninformatoren in einen sinnvollen Gesamtzusammenhang ist nur durch

entsprechende Kenntnisse der Nachrichtenjournalisten möglich. Insbesondere wenn sie unter Zeitdruck stehen, wird ihre Arbeit durch Vorbildung und -wissen bestimmt. Darüber hinaus ist auch eine gründliche Ausbildung und ständige Weiterbildung notwendig, um eine unparteiische Auswahl, einen sachlichen Stil und eine neutrale Darbietung der Nachrichten anzustreben. Auch die Einschätzung von neuen Themen wird durch die Allgemeinbildung, das Fachwissen und die Berufserfahrung der Journalisten (Qualifikation) beeinflusst. Im folgenden wird daher die Rolle von Nachrichtenjournalisten bei der Themensetzung ("agenda-setting") für die öffentliche Diskussion beschrieben.

3. Nachrichtenthemen und öffentliche Tagesordnung

Die Massenmedien (wie Presse oder Rundfunk) haben einen großen Einfluss darauf, welche Themen auf die öffentliche Tagesordnung (Agenda) gesetzt werden. Auf dieser Tagesordnung werden jene Angelegenheiten behandelt, die für die Gesamtgesellschaft oder gesellschaftliche Teilgruppen bedeutsam oder interessant sind. Die Massenmedien steuern hierbei nicht nur, welchen Themen die Mediennutzer ihre Aufmerksamkeit widmen (Thematisierung). Die Medien beeinflussen auch, wie viel Bedeutung die Nutzer bestimmten Themen beimessen (Themenstrukturierung).

Agenda-Setting-Modell:

Die Themensetzung durch die Massenmedien ("agenda-setting")⁸⁸ wird erst seit Ende der 60er Jahre gezielt untersucht. Zwar wies bereits im Jahr 1963 der US-amerikanische Politologe Bernard Cecil Cohen darauf hin, "[...] dass die Presse bedeutend mehr ist, als ein Lieferant von Information und Meinung. Sie mag die meiste Zeit nicht sehr erfolgreich darin sein zu sagen, was die Leute denken sollen; aber sie ist verblüffend erfolgreich darin zu sagen, worüber die Leser denken sollen."⁸⁹ Grundlegend für das Modell vom Agenda-Setting ist aber eine Untersuchung der US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Maxwell E. McCombs und Donald Lewis

88 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Themensetzung durch die Massenmedien Renate **Ehlers**: Thematisierung durch Medien? Zum Verhältnis von Agenda-Setting-Forschung und praktischer Politik. in: *Rundfunk und Fernsehen*, Wissenschaftliche Vierteljahresschrift, 31. Jg., Heft 3-4/1983, Hamburg 1983, S. 319 ff.; Renate **Ehlers**: Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-setting-Forschung. in: Roland Burkart (Hg.): *Wirkungen der Massenkommunikation. Theoretische Ansätze und empirische Ergebnisse*. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 5, Wien 1987, S. 106 ff., Neudruck, erstmals in: *Publizistik*, Vierteljahreshfte für Kommunikationsforschung, 28. Jg., Heft 2/1983, Bonn / Konstanz, April - Juni 1983, S. 167 ff.; Michael **Krzeminski**: Thematisierung im Hörfunk... a.a.O., S. 24 ff.; Niklas **Luhmann**: Öffentliche Meinung. in: Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): *Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung*. München 1979, S. 37 ff., Neudruck, erstmals in: *Politische Vierteljahresschrift*, Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft, 11. Jg., Heft 1/1970, Köln / Opladen 1970, S. 2 ff.; Klaus **Merten**: Allmacht oder Ohnmacht der Medien? Erklärungsmuster der Medienwirkungsforschung. in: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hg.): *Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit*. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 9, Studieneinheit 22, Weinheim / Basel 1991, S. 62 ff.; Klaus **Merten**: *Wirkungen von Kommunikation*. in: Klaus Merten / Schmidt, Siegfried Johannes / Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen 1994, S. 318 ff.; Michael **Schenk**: *Medienwirkungsforschung... a.a.O.*, S. 194 ff.; Michael **Schenk**: *Soziale Netzwerke und Massenmedien... a.a.O.*, S. 42 ff.; Klaus **Schönbach**: 'Der 'Agenda-Setting Approach'. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. in: Karsten Renckstorf / Teichert, Will (Hg.): *Empirische Publikumsforschung. Fragen der Medienpraxis - Antworten der Medienwissenschaft*. Hamburg 1984, S. 88 ff.; Winfried **Schulz**: "Agenda-Setting" und andere Erklärungen. Zur Theorie der Medienwirkung. in: Karsten Renckstorf / Teichert, Will (Hg.): *Empirische Publikumsforschung. Fragen der Medienpraxis - Antworten der Medienwissenschaft*. Hamburg 1984, S. 98 ff.; Siegfried **Weischenberg**: *Der Kampf um die Köpfe... a.a.O.*, S. 36 ff.; Hans-Jürgen **Weiß**: *Öffentliche Streitfragen und massenmediale Argumentationsstrukturen. Ein Ansatz zur Analyse der inhaltlichen Dimension im Agenda Setting-Prozess*. in: Max Kaase / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Sonderhefte der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Band 30, Köln / Opladen 1989, S. 473 ff.

89 Siehe Bernard Cecil **Cohen**: *The press and foreign policy*. Princeton (N.J.) 1963, S. 13; Hervorhebung im Original, eigene Übersetzung aus dem Englischen

Shaw.⁹⁰ Sie erforschten im Jahr 1968 die Nachrichtenthemen des Wahlkampfes um die US-Präsidentschaft zwischen dem demokratischen Vize-Präsidenten Hubert H. Humphrey (1911 - 1978) und dem republikanischen Herausforderer Richard Milhous Nixon (1913 - 1994). McCombs und Shaw verglichen am Beispiel der Provinzstadt Chapel Hill (N.C.), über welche Nachrichtenthemen in den örtlichen Medien berichtet wurde und welche Themen für noch unentschlossene Wahlberechtigte bedeutsam waren. Diese sogenannte Chapel Hill-Untersuchung ergab, dass die Gewichtung der Themen in den Massenmedien einen Einfluss auf die Themenrangfolge der Mediennutzer hatte. In späteren Untersuchungen (meist aus den USA) wurden noch genauere Ergebnisse über die Themensetzung durch die Massenmedien ermittelt.⁹¹ Demnach beeinflussen die Medien insbesondere solche Menschen, die Presse und Rundfunk häufig nutzen, die zu bestimmten Themen wenig Vorwissen haben oder die unentschieden sind. Die Unsicherheit gegenüber neuen Themen führt zu einem großen Informationsbedürfnis und einer starken Orientierung an den Medien. Die Themensetzung durch die Massenmedien ist auch dann groß, wenn Presse und Rundfunk die wichtigste Informationsquelle sind (wie bei Außenpolitik oder Wissenschaft). Wo die Menschen aber aufgrund eigener Beobachtungen und persönlicher Kontakte nicht auf die Massenmedien angewiesen sind, ist deren Themensetzung gering (wie bei Lokalpolitik oder Preisentwicklung). Außerdem wurde in einigen Untersuchungen festgestellt, dass das Agenda-Setting von Themen durch die Gestaltung der Nachrichten beeinflusst wird. So werden von den Mediennutzern solche Themen als bedeutender angesehen, die auf den Nachrichtenseiten der Presse beziehungsweise in den Nachrich-

90 Vgl. Maxwell E. **McCombs / Shaw**, Donald L.: The agenda-setting function of mass media. in: *The Public Opinion Quarterly*, Organ of the American Association for Public Opinion Research, 36. Jg., Heft 2/1972, New York (N.Y.), Frühjahr 1972, S. 176 ff.

91 Vgl. Renate **Ehlers**: Themenstrukturierung durch Massenmedien... a.a.O., S. 113 ff.; Michael **Schenk**: Medienwirkungsforschung... a.a.O., S. 204 ff.; Klaus **Schönbach**: Der 'Agenda-Setting Approach'... a.a.O., S. 88 ff.

tensendungen des Rundfunks als Aufmacher dienen oder zu denen Bilder abgedruckt beziehungsweise gesendet werden.

Nach dem Modell vom Agenda-Setting beeinflussen die Massenmedien die Einstellungen der Mediennutzer nicht direkt, sondern sie steuern "lediglich" die Themen auf der öffentlichen Tagesordnung. Journalisten (Kommunikatoren) sind also für die Mediennutzer (Rezipienten) keine Meinungsbildner, sondern sie legen "nur" den Rahmen für die mögliche Meinungsbildung fest. (Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaftlerin sowie Gründerin des *Institutes für Demoskopie Allensbach* (IfD), Elisabeth Noelle-Neumann, vertritt in ihrem Modell von der sogenannten "Schweigespirale" eine andere Auffassung. Demnach können bestimmte Meinungen in der öffentlichen Diskussion verstummen, wenn sie von den Massenmedien bei der Themensetzung vernachlässigt werden.⁹²⁾ Merten betont in diesem Zusammenhang: *"Schon dass, nicht wie die Medien bestimmte Ereignisse abbilden (und andere nicht), stimuliert Vermutungen über Relevanz der zugrundeliegenden Ereignisse, und erzeugt somit eine Wirklichkeitsstruktur, die hochgradig fiktiv sein kann, vielleicht sogar sein muss, denn das erleichtert es, Relevanzen bei Bedarf situational schnell umzudefinieren. Diese Flexibilität der Relevanzstruktur ist mithin nicht nur, wie man meinen könnte, ein Man-ko, sondern im Gegenteil eine besondere Leistung, die als solche typisch reflexive Bezüge [...] aufweist: Man hält für relevant, was auch andere für relevant halten [...]"*⁹³ Mit Hilfe der Themensetzung durch die Massenmedien werden also die möglichen Themen auf der öffentlichen Tagesordnung vereinheitlicht.

92 Vgl. Elisabeth **Noelle-Neumann**: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. in: *Publizistik*, Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 18. Jg., Heft 1/1973, Bonn / Konstanz, Januar - März 1973, S. 40 ff.; Elisabeth **Noelle-Neumann**: Öffentlichkeit als Bedrohung... a.a.O., S. 127 ff. und 169 ff.; Elisabeth **Noelle-Neumann**: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut. München 1980; Elisabeth **Noelle-Neumann**: Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Frankfurt/Main / Berlin 1989

93 Siehe Klaus **Merten**: Nachrichtenrezeption als komplexer Kommunikationsprozeß... a.a.O., S. 451; Hervorhebungen im Original

Laut dem deutschen Soziologen Niklas Luhmann werden beim Agenda-Setting von Nachrichtenthemen vor allem die folgenden sechs Ereignisgruppen behandelt: Erstens eine Verletzung bedeutender Werte (wie Frieden oder Gerechtigkeit), zweitens bedrohliche Krisen (wie Gewalttaten oder Hungersnöte), drittens Äußerungen von Statusträgern (wie Politiker oder Prominente), viertens Anzeichen für politischen Erfolg (wie Verträge oder Wahlsiege), fünftens wichtige Neuigkeiten (wie Überraschungen oder Veränderungen) und sechstens Schmerzen im weitesten Sinn (wie Geldverluste oder Steuererhöhungen). Diese Vielzahl von möglichen Themenbereichen für die öffentliche Tagesordnung ist laut Luhmann wichtig: *"Gerade die Mehrzahl [im Sinn von Vielzahl, nicht Mehrheit!] der Aufmerksamkeitsregeln ist für die permanente Offenheit der öffentlichen Meinung ausschlaggebend; sie verhindert, dass nur feststehende Werte, nur Krisen, nur Kommunikationen der Statusträger, nur die eigene, innere Erfolgslogik des politischen Systems, nur Neuigkeiten oder nur Schmerzen bzw. Schmerzsurrogate die Thematik des politischen Kommunikationsprozesses bestimmen."* Der ständige Wechsel zwischen Nachrichtenthemen ist für die öffentliche Tagesordnung bedeutsam: *"Die Themen politischer Kommunikation müssen nicht nur für verschiedenartige Meinungen und verschiedenartige Entscheidungen offengehalten, sie müssen auch je nach Bedarf gewechselt werden können. Dieser Wechsel scheint einer gewissen Ordnung zu folgen. [... Man kann] beobachten, dass politische Themen [...] nicht beliebig erzeugt und entwickelt werden können, sondern eine Art Lebensgeschichte haben, die [...] verschiedene Wege gehen und vorzeitig abgebrochen werden kann, gleichwohl aber nach typischen Phasen geordnet ist."*⁹⁴

Die übliche "Lebensgeschichte" eines Themas sieht nach Luhmann wie folgt aus:⁹⁵ Am Anfang gibt es einen unterschwelligem Zustand, in dem das neue Nachrichtenthema nur Eingeweihten bekannt ist. In dieser möglicherweise

94 Siehe Niklas **Luhmann**: Öffentliche Meinung... a.a.O., S. 40 und 41; Hervorhebungen im Original

95 Vgl. ebenda, S. 41 f.

langen Zeitspanne ist noch unklar, ob die Öffentlichkeit überhaupt jemals auf das Thema aufmerksam werden wird. In der dann folgenden Anfangsstufe schafft das Thema den Durchbruch in die Medien und wird zuerst von besonders Interessierten aufgegriffen. Bei diesem frühen Entwicklungsstand ist das neue Thema zunächst nur einem Teil der Öffentlichkeit bekannt, und es kann immer noch unterdrückt oder verdrängt werden. Unter Umständen erlangt das Nachrichtenthema aber dennoch eine Aufmerksamkeit, bei der es nicht mehr missachtet werden kann. In dieser Hauptstufe ist das Thema auf der öffentlichen Tagesordnung und wird von Massenmedien und Mediennutzern ausführlich behandelt. Das Thema selbst steht zu diesem Zeitpunkt nicht mehr in Frage, sondern nur noch Meinungen und Entscheidungen hierüber. Früher oder später erreicht das Nachrichtenthema jedoch seinen Höhepunkt, und die öffentliche Aufmerksamkeit flacht anschließend wieder ab, bis das Thema am Ende wieder weitgehend von der Tagesordnung verschwunden ist. Laut Luhmann lässt sich dieses nunmehr "alte" Thema nur schwierig wiederbeleben - es sei denn, dass es in veränderter Form als "neues" Thema aufersteht. Allerdings ist bei einer solchen Lebensgeschichte eines Nachrichtenthemas ungewiss, welchen Zeitraum sie von ihrem unterschwelligem Anfang bis zu ihrem allmählichen Ende umfasst. Ebenfalls unklar ist die Zeitspanne, in der sich die Themensetzung durch die Massenmedien auf die Mediennutzer auswirkt. Verschiedene Untersuchungen (meist aus den USA) zeigen, dass manche Themen beinahe sofort die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit erregen, während andere mehrere Wochen oder sogar bis zu neun Monate brauchen.⁹⁶

96 Vgl. Renate **Ehlers**: Themenstrukturierung durch Massenmedien... a.a.O., S. 119 f.; Michael **Schenk**: Medienwirkungsforschung... a.a.O., S. 210

Kritik am Agenda-Setting-Modell:

Dieser unklare Zeitrahmen ist aber nicht die einzige Schwäche des Modells vom Agenda-Setting.⁹⁷ Ein grundsätzlicher Einwand richtet sich schon dagegen, dass das Modell auf Metaphern von Kommunikation als "Steuerung von Menschen" zurückgreift. Die Themensetzung durch die Massenmedien ist demnach ein Vorgang, der nach den klassischen Regeln von Reiz und Reaktion ("stimulus and response") beziehungsweise Ursache und Wirkung (Kausalbeziehung) abläuft. Das Agenda-Setting von Nachrichtenthemen wird hauptsächlich an den Maßstäben der Medien gemessen, die den Inhalt und Aufbau der öffentlichen Tagesordnung vorgeben. In dem Modell sind die Massenmedien ein Mittel der Machtausübung, dessen Einfluss sich die Mediennutzer unterordnen. Bei näherer Betrachtung erkennt man jedoch, wie missverständlich und unzulänglich diese Sichtweise ist. Beispielsweise lassen die Ergebnisse zahlreicher Untersuchungen genauso die Gegenthese zu, dass die Medien lediglich die Vorstellungen der Mediennutzer widerspiegeln (Reflexionsthese). Presse und Rundfunk müssen sich nämlich umgekehrt auch an den thematischen Interessen und Wünschen ihrer Nutzer orientieren, um auf dem Medienmarkt bestehen zu können.

Die öffentliche Tagesordnung wird keineswegs von den Massenmedien allein festgelegt. Vielmehr können gesellschaftliche Gruppen (wie Parteien oder Verbände) die Medien nutzen, um bestimmte Themen durchzusetzen. Hierzu dienen auch Inszenierungen von Wirklichkeit (Pseudoereignisse), die eigens für die Massenmedien gemacht werden. Dementsprechend kommen der Politikwissenschaftler Peter Nissen und der Journalist Walter Menningen in einer Untersuchung zu der Schlussfolgerung, "[...] dass Themenbestim-

97 Vgl. zu den folgenden Ausführungen über die Kritik am Modell von der Themensetzung durch Massenmedien Renate **Ehlers**: Thematisierung durch Medien?... a.a.O., S. 320 ff.; Renate **Ehlers**: Themenstrukturierung durch Massenmedien... a.a.O., S. 109 ff.; Maximilian **Gottschlich**: Ökologie und Medien. Ein Neuansatz zur Überprüfung der Thematisierungsfunktion von Medien. in: *Publizistik*, Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung, 30. Jg., Heft 2-3/1985, Bonn / Konstanz, April - September 1985, S. 316 f.; Michael **Schenk**: Medienwirkungsforschung... a.a.O., S. 227 ff.; Klaus **Schönbach**: Der 'Agenda-Setting Approach'... a.a.O., S. 91 ff.; Siegfried **Weischenberg**: Der Kampf um die Köpfe... a.a.O., S. 38 f.

mung, Informationsvorauswahl und z. T. sogar die publizistische Aufbereitung nicht autonom von den Journalisten bestimmt, sondern von den Primärkommunikatoren [wie Politiker oder Verbandsvertreter] determiniert [bestimmt] werden. Die Vorstellung vom eigenständigen, durch selbständige Recherche Nachrichten und Informationen produzierenden Journalisten ist mit einigem Recht als Mythos zu bezeichnen."⁹⁸ Sogar bedeutsame Nachrichtenthemen setzen sich nicht von allein auf der Tagesordnung durch, sondern sie werden von Menschen entdeckt oder gefördert, beziehungsweise unterdrückt oder verdrängt. Dies betonen auch die US-amerikanischen Soziologen und Kommunikationswissenschaftler Gladys Engel Lang und Kurt Lang. Sie untersuchten die öffentliche Meinung zur sogenannten "Watergate-Affäre", wegen welcher der damalige US-Präsident Nixon im August 1974 zurücktrat. Obwohl Journalisten bereits ab Juni 1972 verschiedene Straftaten von persönlichen Mitarbeitern des Präsidenten enthüllt hatten, wurde das Thema erst nach Monaten von der Öffentlichkeit ernst genommen. Lang und Lang erklären diesen Umstand unter anderem wie folgt: "Es gibt keinen größeren Irrtum als der Glaube, dass die Tatsachen für sich selbst sprechen. Die Beschuldigung, dass ein Präsident seinen eigenen Stab in einen "drittklassigen Einbruch" oder in das "Waschen von Kampagnenfonds" verwickelt haben könnte [...] schien den meisten Leuten exotisch. Allein diese Ungläubigkeit gab den offiziellen Leugnungen einer Weißes-Haus-Komplizenschaft ein gewisses Gewicht."⁹⁹

Die Themensetzung durch die Massenmedien ist also ein komplexer Wechselwirkungsprozess, der durch das Modell vom Agenda-Setting nur unzulänglich beschrieben wird. Die öffentliche Tagesordnung wird nicht allein von den Nachrichtenjournalisten bestimmt, sondern auch durch Mediennutzer und gesellschaftliche Gruppen beeinflusst. Sie ist eine soziale Konstruktion

98 Siehe Peter **Nissen / Menningen**, Walter: Der Einfluß der Gatekeeper... a.a.O., S. 222

99 Siehe Gladys Engel **Lang / Lang**, Kurt: The battle for public opinion... a.a.O., S. 42; eigene Übersetzung aus dem Englischen

von Wirklichkeit, in welcher sich die Verhältnisse und Veränderungen der Gesellschaft widerspiegeln. Daher ist sie nicht bloß das Ergebnis einer Themensetzung, sondern vielmehr einer Themen*konstruktion*. Dementsprechend bevorzugen Lang und Lang anstelle des Begriffes "Agenda-Setting" die Bezeichnung "Agenda-Building": Es "[...] *wird die öffentliche Tagesordnung nicht so sehr von den Medien gesetzt, sondern durch einen Kreislauf von medialen Handlungen aufgebaut* [im Original: "built up"], *der ein Elite-Thema in eine öffentliche Streitfrage umformt. Nichts hiervon sollte so verstanden werden, dass die Medien ganz für sich allein die öffentliche Tagesordnung diktieren. Sie können der Öffentlichkeit nicht "lehren", welches die Themen sind. Sie arbeiten bestimmt nicht in völliger Unabhängigkeit vom politischen System. [...] Agenda-Building - ein passenderer Ausdruck als Agenda-Setting - ist ein kollektiver Vorgang in dem sich Medien, Regierung und die Bürgerschaft zumindest in einiger Hinsicht wechselseitig beeinflussen.*"¹⁰⁰

Pseudoserien:

Beim Agenda-Setting beziehungsweise Agenda-Building ist bemerkenswert, dass ein Ereignis um so eher auf die Tagesordnung kommt, je besser es einem schon beachteten Nachrichtenthema zugeordnet werden kann. Dadurch entsteht ein Phänomen, für das in diesem Text der Begriff "Pseudoserie" eingeführt wird.¹⁰¹ In einer Pseudoserie verbinden Journalisten vergleichbare, aber nicht ursächlich zusammenhängende Ereignisse miteinander.

100 Siehe ebenda, S. 58 f.; eigene Übersetzung aus dem Englischen - Vgl. zur Verwendung des Begriffes "Agenda-Building" auch Maxwell E. **McCombs** / **Gilbert**, Sheldon: News influence on our pictures of the world... a.a.O., S. 13

101 Eine Autorengruppe um den Journalisten und Publizisten Wolf Schneider verwendet in einem ähnlichem Zusammenhang den Begriff "Schwarze Serie". Vgl. Wolf **Schneider** (Hg.): Unsere tägliche Desinformation... a.a.O., S. 167 f. - Von der Autorengruppe wird allerdings zweierlei übersehen: Zum einen müssen Pseudoserien nicht unbedingt aus negativen Ereignissen bestehen. Und zum anderen können auch negative ("schwarze") Ereignisse ursächlich zusammenhängen.

der,¹⁰² wobei es sich meist um unerwartete Ereignisse handelt. Auf diese Weise können mehrere ähnliche Ereignisse unter einem Nachrichtenthema zusammengefasst werden und über einen längeren Zeitraum auf der Tagesordnung bleiben. Eine Pseudoserie ist kein fortdauerndes Ereignis, da die Ereignisse einer Pseudoserie bloß zufällig aufeinanderfolgen und nicht ursächlich zusammenhängen. Als Beispiel für eine Pseudoserie von Ereignissen dienen im folgenden einige Meldungen der *Deutschen Presse-Agentur* (DPA), welche im März 1994 über mehrere Brände in Stuttgart berichtete. Obwohl diese Brände neben dem Ort lediglich einen zeitlichen Zusammenhang hatten, wurden sie von der *Deutschen Presse-Agentur* (und anderen Nachrichtenagenturen) als Brandserie behandelt.

Die Pseudoserie begann am Mittwoch, den 16. März 1994 mit einem schweren Unglück: *"Bei der schlimmsten Brandkatastrophe in Deutschland seit Jahren sind am Mittwoch[, den 16. März] in Stuttgart sieben Menschen ums Leben gekommen."*¹⁰³ Dieses bedeutsame Ereignis erhöhte die Aufmerksamkeit für das Thema "Brände in Stuttgart", so dass auch weitere Brände entsprechend eingeordnet wurden: *"Einen Tag nach der Brandkatastrophe in einem fünfstöckigen Wohnhaus kam es in Stuttgart erneut zu einem folgenschweren Feuer. In der Nacht zum Donnerstag[, den 17. März] stand eine Gaststätte in einem viergeschossigen Gebäude in Flammen. [...] Verletzt wurde niemand. [...] In der Nacht zum Mittwoch[, den 16. März] waren bei einem Großbrand in der Stuttgarter Innenstadt sieben Menschen getötet und 16 verletzt worden."*¹⁰⁴ Im Rahmen dieser Pseudoserie wurden sogar

102 Vgl. zur Entstehung von Nachrichten aufgrund von Pseudoserien beispielsweise Hans Mathias **Kepplinger / Hartung**, Uwe: Störfall-Fieber. Wie ein Unfall zum Schlüsselereignis einer Unfallserie wird. Alber-Broschur Kommunikation, Band 20, Freiburg / München 1995

103 Siehe **Deutsche Presse-Agentur**: Bei Brandkatastrophe starben sieben Menschen - Ursache unbekannt. Meldung 472 des Basisdienstes vom 16. März 1994 um 16.53 Uhr (DPA bsd472 3 vm 356 vvvvb dpa 0477), Hamburg, 161653 Mrz 94

104 Siehe **Deutsche Presse-Agentur**: Wieder Feuer in Stuttgart - Hausbewohner evakuiert. Meldung 104 des Basisdienstes vom 17. März 1994 um 05.04 Uhr (DPA bsd104 4 vm 77 vvvvb dpa 0100), Hamburg, 170504 Mrz 94

Brände mit allenfalls lokaler Bedeutung zu einem Thema im bundesweiten DPA-Basisdienst: *"Bei einem Brand in einem Wohnhaus in Stuttgart-Bad Cannstatt sind am Freitagmorgen [des 18. März] fünf Menschen verletzt worden. [...] In der Nacht zum Mittwoch[, den 16. März] waren bei einem Brand in der Stuttgarter Innenstadt sieben Menschen ums Leben gekommen."*¹⁰⁵ An den ersten, bedeutsamen Brand wurde sogar noch eine Woche später angeknüpft: *"Erneut hat es in Stuttgart gebrannt. Nach Polizeiangaben wurden [am Dienstag, den 22. März] bei einem Wohnungsbrand in der Innenstadt fünf Personen leicht verletzt. [...] Erst am Mittwoch vor einer Woche[, den 16. März] waren bei einem folgenschweren Brand in Stuttgart [...] sieben Menschen getötet und 16 zum Teil schwer verletzt worden."*¹⁰⁶ Das Thema "Brände in Stuttgart" wurde am gleichen Tag auch noch in einen größeren Zusammenhang gestellt: *"Bei mehreren Bränden in Deutschland sind zwei Menschen getötet und acht verletzt worden. In Krefeld kam ein fünfjähriger Junge am Dienstag[, den 22. März] bei einem Wohnungsbrand ums Leben. [...] Im mittelhessischen Lich starb in der Nacht zum Dienstag[, den 22. März] eine 53jährige Frau bei einem Brand [...]. In Stuttgart wurden am frühen Dienstag morgen [des 22. März] fünf Menschen bei einem Wohnungsbrand in einem viergeschossigen Gebäude leicht verletzt. [...] Erst am Mittwoch vor einer Woche[, den 16. März] hatte es in Stuttgart einen folgenschweren Brand mit sieben Toten und 16 Verletzten gegeben."*¹⁰⁷

An dem Beispiel lassen sich mehrere Gesetzmäßigkeiten einer Pseudoserie von Ereignissen aufzeigen. Zuerst bildet ein bedeutsames Ereignis den Auf-

105 Siehe **Deutsche Presse-Agentur**: Wieder Brand in Stuttgarter Wohnhaus - Fünf Verletzte. Meldung 122 des Basisdienstes vom 18. März 1994 um 08.25 Uhr (DPA bsd122 4 pl 74 vvvvb dpa 0109), Hamburg, 180825 Mrz 94

106 Siehe **Deutsche Presse-Agentur**: Erneut Brand in Stuttgart - 46 Personen evakuiert. Meldung 119 des Basisdienstes vom 22. März 1994 um 07.44 Uhr (DPA bsd119 5 vm 136 vvvvb dpa 0110), Hamburg, 220744 Mrz 94

107 Siehe **Deutsche Presse-Agentur**: Zwei Tote und acht Verletzte bei Bränden in Deutschland. Meldung 231 des Basisdienstes vom 22. März 1994 um 12.01 Uhr (DPA bsd231 3 vm 185 vvvvb dpa 0232), Hamburg, 221201 Mrz 94

takt, das die Aufmerksamkeit für ein bestimmtes Thema erhöht. Zufällig nachfolgende und vergleichbare Ereignisse werden dann durch die Schaffung einer Pseudoserie mit dem Auftaktereignis verbunden. Hierzu dienen vor allem ständige Rückbezüge auf das Auftaktereignis, wobei man Ähnlichkeiten hervorhebt. Außerdem werden die Ereignisse häufig unter einem gemeinsamen Nenner verallgemeinert, um zusätzliche Bezüge zwischen ihnen zu schaffen. Darüber hinaus setzt man die Ereignisse einer Pseudoserie gelegentlich auch in einen größeren Zusammenhang, um das ursprüngliche Thema zu erweitern (wie "Brände in Stuttgart" zu "Brände in Deutschland"). Im Unterschied zu "Pseudoereignissen", die Inszenierungen für die Medien sind, handelt es sich bei "Pseudoserien" somit um Inszenierungen durch die Medien.

Bei der Themensetzung durch die Massenmedien werden auch Fragen der journalistischen Objektivität berührt. So weist Merten darauf hin, dass jede Nachrichtenauswahl zugleich die Auswahl nachfolgender Ereignisse festlegen kann: Es "[...] zeigt sich, dass auch die Reflexivität in der Zeitdimension die Feststellung von Objektivität verzerren kann, und zwar dadurch, dass normalerweise die Chance von Ereignissen, die einmal als Nachricht abgebildet worden sind, groß ist, dass sie erneut selektiert werden, indem deren Publizität weitere Publizität erzeugt: Nicht nur das Ereignis an sich erzeugt dann seine Nachricht, sondern auch dessen Selektion erzwingt Folgeaktionen."¹⁰⁸ Solche Folgeauswahlen treten sowohl bei fortdauernden Ereignissen als auch bei Pseudoserien von Ereignissen auf. In beiden Fällen werden schon beachtete Nachrichtenthemen fortgeschrieben - bei einer Pseudoserie sogar, obwohl die Ereignisse bloß zufällig aufeinanderfolgen und nicht ursächlich zusammenhängen. Galtung und Ruge erklären die Folgeauswahl von Ereignissen mit dem Nachrichtenfaktor "Kontinuität"; Schulz mit dem Faktor "Thematisierung".

108 Siehe Klaus Merten: Nachrichtenrezeption als komplexer Kommunikationsprozeß... a.a.O., S. 452; Hervorhebung im Original

4. Zusammenfassung

Im vorangegangenen Text wurden die klassischen Modelle von Nachrichtenfluss, -gestaltung und -themen vorgestellt. Ferner wurden die Grenzen und Schwächen der klassischen Kommunikationstheorien und Nachrichtenmodelle aufgezeigt, die auf einem erkenntnistheoretischen Realismus beruhen. Darüber hinaus wurde bestimmt, wie in diesem Text die Begriffe "Kommunikation" und "Information" sowie "Objektivität" verwendet werden.

Die gängigen Modelle beruhen vorwiegend auf Sinnbildern (Metaphern) aus den Bereichen des Transportwesens, der Hydraulik oder der Kybernetik. Bei diesen Metaphern von "Austausch", "Fluss" oder "Steuerung" wird aber häufig übersehen, dass es sich nur um Wirklichkeitskonstruktionen handelt. So haben Kommunikationsvorgänge keine gegenständlichen Eigenschaften (wie Botschaften oder Container) und Kommunikationsteilnehmer sind keine gegenständlichen Apparate (wie Sende- oder Empfangsanlagen). Außerdem werden Kommunikationssituationen durch ihre jeweiligen Rahmenbedingungen beeinflusst und Kommunikationszeichen haben nicht nur syntaktische und semantische Gesichtspunkte. Dementsprechend lassen sich auch Kommunikationsfehler nicht bloß als Störungen beim Transport oder als Irrtümer beim Empfänger erklären.

Auch mit dem klassischen Verständnis von Objektivität lässt sich die Arbeit von Nachrichtenjournalisten nur unzulänglich erklären. Damit ist nämlich neben ethischen und technischen Objektivitätsnormen in der Regel auch der Anspruch eines erkenntnistheoretischen Realismus verbunden, die Wirklichkeit möglichst genau abzubilden. Eine solche "absolute Objektivität" wird in diesem Text jedoch durch eine "relative Objektivität" abgelöst, wonach jede Erkenntnis auf Wirklichkeitskonstruktionen beruht. Der "Informationsjournalismus" entstand nämlich vor allem aus den wirtschaftlichen Erfordernissen der ersten Nachrichtenagenturen im 19. Jahrhundert. Die Auswahl und Gewichtung von Nachrichten ist daher trotz aller Objektivitätsnormen letztlich

davon abhängig, welche beruflichen und persönlichen Besonderheiten die jeweiligen Journalisten haben. Dennoch wird häufig ein ideologischer oder ritualisierter Anspruch auf Objektivität dazu genutzt, die Verantwortlichkeit für die Berichterstattung mit Hinweis auf Berufsnormen oder -zwänge zurückweisen. Der Anspruch auf Objektivität entbindet Journalisten jedoch nicht davon, sich immer wieder mit ihren Berufsnormen auseinander zu setzen. Auch wenn mit Objektivität kein Anspruch auf die Abbildung von Wirklichkeit verbunden ist, werden journalistische Objektivitätsnormen keineswegs aufgegeben. Vielmehr wird ausdrücklich an einer unparteiischen Auswahl, einem sachlichen Stil und einer neutralen Darbietung von Nachrichten festgehalten.

Hierbei muss aber beachtet werden, dass der gesamte Nachrichtenfluss von den Quellen bis zu den Mediennutzern durch Wirklichkeitskonstruktionen geprägt ist. Dies gilt schon für die Nachrichtentstehung, da es keine "Ereignisse-an-sich" gibt. Diese müssen nämlich erst durch einen Beobachter aus ihrem zeitlichen und sachlichen Zusammenhang heraus abgegrenzt werden. Jedes Geschehen lässt sich auf unterschiedliche Weise in Ereignisse zerlegen, und ein einzelnes Ereignis kann nahezu beliebig eingegrenzt oder ausgeweitet werden. Des Weiteren ist es bei der Nachrichtenauswahl häufig nicht möglich, den Nachrichtenwert von konkurrierenden Ereignissen oder einzelne Informationen eindeutig miteinander abzuwägen. Das Modell von Nachrichtenfaktoren hilft hierbei nur begrenzt, weil diese Faktoren keine feste Rangfolge haben und sich zum Teil widersprechen oder überlagern. Auch das Modell von Nachrichtenschleusen ist unzulänglich, weil die sozialen und organisatorischen Einflüsse auf die Journalisten nicht ausreichend berücksichtigt werden. Es beschreibt die Auswahl von Nachrichten lediglich als ein Durchlassen oder Zurückhalten von Informationen über die Wirklichkeit und nicht als soziale Konstruktion. Außerdem richtet das Modell die Aufmerksamkeit vor allem auf einzelne Auswahlentscheidungen und vernachlässigt dabei den Zusammenhang, in den diese Entscheidungen einge-

bettet sind. Die Auswahl von Nachrichten ist jedoch davon abhängig, welche Informationen in die Redaktion gelangen (durch Korrespondenten oder Nachrichtenagenturen), welchen Einflüssen die Journalisten unterliegen (durch Vorgesetzte oder Kollegen) sowie welche beruflichen und persönlichen Besonderheiten sie haben (wie Eigenschaften, Einstellungen, Erfahrungen oder Erwartungen).

Solche Einflüsse sollen unter anderem durch die Nachrichtengestaltung aufgefangen werden. Hierzu dienen klare Regeln und Routinen, mit denen sich Nachrichten darüber hinaus einfacher und einheitlicher herstellen lassen. Zu den Nachrichtenregeln gehören die Gegenüberstellung sich widersprechender Standpunkte, die Stützung von Aussagen durch Tatsachen, die Abgrenzung von eigenen und fremden Aussagen, die Gliederung von Informationen gemäß dem Prinzip der "umgekehrten Pyramide" sowie die Trennung von Nachrichten und Kommentaren. Bei den Nachrichtenroutinen handelt es sich um die Auswahl, die Wiedergabe, die Zusammenfassung, die Umstellung und die Umformulierung von Texten. In jedem Fall wird für Nachrichten ein möglichst sachlicher Sprachstil angestrebt, der sich durch eine einfache Wortwahl, einen knappen Satzbau und eine übersichtliche Satzfolge auszeichnet. Dennoch hängt auch die Gestaltung von Nachrichten von den beruflichen und persönlichen Besonderheiten der Journalisten ab. Sogar wenn die Nachrichtenregeln und -routinen formal eingehalten werden, lassen sie den Journalisten bei der Nachrichtengestaltung weiterhin einen großen Freiraum. Die Anwendung der Regeln und Routinen wird daher stark durch die Allgemeinbildung, das Fachwissen und die Berufserfahrung der Nachrichtenjournalisten (Qualifikation) beeinflusst. Insbesondere wenn Journalisten unter Zeitdruck stehen, wird ihre Arbeit durch Vorbildung und -wissen bestimmt.

Auch die Themensetzung durch die Massenmedien ist eine soziale Konstruktion von Wirklichkeit, und in der öffentlichen Tagesordnung spiegeln sich die Verhältnisse und Veränderungen der Gesellschaft wider. Die meis-

ten Nachrichtenthemen werden nämlich keineswegs allein von den Massenmedien festgelegt, sondern auch von gesellschaftlichen Gruppen beeinflusst. Hierzu dienen beispielsweise Inszenierungen von Wirklichkeit (Pseudoeignisse), die eigens für die Massenmedien gemacht werden. In diesem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass ein Ereignis um so eher auf die Tagesordnung kommt, je besser es einem schon beachteten Nachrichtenthema zugeordnet werden kann. Dadurch können Pseudoserien entstehen, in denen Journalisten zufällig aufeinanderfolgende, aber nicht ursächlich zusammenhängende Ereignisse miteinander verbinden.

Obwohl also das soziale System "(Nachrichten)-Journalismus" auf sozialen Konstruktionen von Wirklichkeit beruht, werden die Modelle von Nachrichtenfluss, -gestaltung und -themen durch althergebrachte Vorstellungen bestimmt. Nachrichten werden weiterhin aus der Sicht eines erkenntnistheoretischen Realismus betrachtet, wonach sie das wirklichkeitsnahe Abbild einer grundsätzlich erkennbaren Welt vermitteln. Die folgenden Aussagen von Kepplinger kann man daher nicht nur auf die Nachrichtenauswahl, sondern allgemein auf Nachrichtenmodelle beziehen: *"Jede Theorie der Nachrichtenauswahl beruht letztlich zumindest implizit [insgeheim] auf einer Theorie über das Verhältnis von Realität und Berichterstattung, die ihrerseits Annahmen über den Einfluss der Massenmedien als Institution und die Wirkung ihrer Berichterstattung enthält. [... In diesem Zusammenhang] erscheint es erforderlich, die Massenmedien bzw. die Journalisten nicht als externe Faktoren zu betrachten, die Aspekte von Realitätsdarstellungen und dadurch unter Umständen Realität verändern. Vielmehr sind sie als Teile dieser Realität zu verstehen, die ohne sie nicht so existieren würde, wie sie existiert."*¹⁰⁹ Die klassischen Nachrichtenmodelle sind an die Grenzen ihrer Erklärungsmöglichkeiten angelangt.

109 Siehe Hans Mathias **Kepplinger**: Theorien der Nachrichtenauswahl... a.a.O., S. 16

Aus diesem Grund habe ich in meinem Buch "Bausteine einer systemischen Nachrichtentheorie"¹¹⁰ die vorhandenen Modelle zur Auswahl und Gestaltung von Nachrichten in einen neuen Systemzusammenhang eingebunden und weiterentwickelt. Darin habe ich mit Hilfe der Chaostheorie und des erkenntnistheoretischen Konstruktivismus die Bausteine einer neuen, systemischen Nachrichtentheorie entworfen. Es handelt sich hierbei um den seit Jahrzehnten ersten systematischen Versuch einer Weiterentwicklung der Nachrichtenforschung.

110 Vgl. Stefan **Frerichs**: Bausteine einer systemischen Nachrichtentheorie. Konstruktives Chaos und chaotische Konstruktionen. Wiesbaden 2000