

Wie entscheiden Nachrichtenredaktionen über ihre Themen? Die Leitfrage.

AUTORIN: KATRIN JANSSEN-HAFEMANN REDAKTION: CAROLIN FROMM

LERNZIEL

Die Schülerinnen und Schüler (SuS) sollen lernen, was eine Nachrichtmeldung ist, wie eine Nachricht aufgebaut ist und was man im Journalismus unter »Objektivität« versteht. Außerdem sollen die Jugendlichen verstehen, warum Medien über bestimmte Themen berichten – und über andere nicht. Die SuS sollen nachvollziehen können, welche Kriterien Medien bei der Auswahl ihrer Inhalte ansetzen. Ein weiteres Lernziel ist es, zu erkennen, warum Themen im eigenen Leben zwar relevant sein können, aber dennoch nicht in der Nachrichtenauswahl auftauchen. Schließlich sollen die Schüler*innen selbständig entscheiden können, welche Themen für die Berichterstattung von Bedeutung sein könnten und welche eher nicht. Hierfür sollen sie auch die Gründe benennen können.

Die Lehrerversion ist mit »L« gekennzeichnet.

Journalistische Unterrichtsmethoden finden Sie auf dem Portal [einfach.Medien](#). Andere Methoden erklärt die *Bundeszentrale für politische Bildung*.

THEMEN

- 1 Was ist eine Nachricht?
- 2 Wie wählen Redaktionen ihre Themen aus?
- 3 Welche Nachrichtenfaktoren gibt es?

MATERIAL

- Text
- Audio
- Video

METHODIK

- Antwortenkarussell
- Bienenkorb
- Bodenaufstellung
- Quiz
- Redaktionskonferenz
- Think-Pair-Share
- Interaktive Mindmap
- Lebendige Statistik
- Schockmemory
- Rechercheauftrag

Dieses Lernmodul bietet sich vor allem für Schüler*innen der **Oberstufe** an.

KOMPETENZEN

SUCHEN, VERARBEITEN UND AUFBEWAHREN

- Informationen eigenständig recherchieren
- Informationen nach journalistischen Darstellungsformen einordnen
- Charakteristika von Influencer*innen und Nachrichtenredaktionen kennen und bewerten

KOMMUNIZIEREN UND KOOPERIEREN

- Gemeinsam in der Gruppen Inhalte erarbeiten und komplexe Zusammenhänge begreifen lernen
- Sich argumentativ mit anderen oder gegensätzlichen Positionen auseinandersetzen
- Die eigene Position mit Argumenten vertreten

PRODUZIEREN UND PRÄSENTIEREN

- Nachrichten erstellen
- Inhalte eines Nachrichtenmediums planen und produzieren

SCHÜTZEN UND SICHER AGIEREN

- Eigenes Agieren in sozialen Medien reflektieren und anpassen

ANALYSIEREN UND REFLEKTIEREN

- Die Bedeutung von digitalen Medien für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung kennen und nutzen
- Verstehen, wie Nachrichten entstehen und wie sie ausgesucht werden
- Diskutieren, welche Vor- und Nachteile Nachrichtenauswahl hat

Was ist eine Nachricht? Die Leitfrage.

LERNZIELE

Die Schüler*innen sollen lernen, was den Charakter einer Nachricht ausmacht und wie die Nachricht sich von anderen Darstellungsformen unterscheidet. Sie sollen lernen, wie eine Nachricht nach dem Prinzip der »umgekehrten Pyramide« aufgebaut ist und dies selbst umsetzen können.

Nachrichten machen den Kern von Massenmedien aus. Sie sind das, womit Medien jeden Tag handeln. »Ursprünglich war dieser Begriff ›Nachricht‹ gleichbedeutend mit ›Zeitung‹. Heute werden darunter allgemein Mitteilungen verstanden, die für die Öffentlichkeit von Interesse sind.«¹⁾

Es gibt unzählige Versuche und Vorschläge, den Begriff »Nachricht« zu definieren. Was sie gemeinsam haben: In den meisten Definitionen taucht das Merkmal Objektivität auf. In der Regel arbeiten Nachrichten-Medien in Deutschland nach professionellen Standards der »objektiven Berichterstattung«. Das bedeutet, dass die Journalist*innen ein Ereignis möglichst unparteiisch darstellen sollen. Die Nachricht soll also unabhängig von der Person sein, die sie erstellt hat. Eigene Wertungen sind im Nachrichten-Journalismus dementsprechend nicht angebracht – anders als beim Kommentar zum Beispiel. Im Kommentar geht es gerade darum, Partei für eine bestimmte Seite zu ergreifen bzw. eine persönliche Meinung abzubilden. Der Kommentar muss des-

wegen immer als Meinung und mit Namen gekennzeichnet sein und darf niemals vorgeben, eine objektive Nachricht zu sein

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass eine Nachricht zum einen der Inhalt von Journalismus ist, zum anderen ist damit eine journalistische Darstellungsform gemeint, also die Art und Weise, wie eine Information transportiert wird.

Nachrichten sind die Grundlage, mit der Medien arbeiten. Dabei ist es so, dass Kulturen in aller Welt von menschlicher Neugierde gekennzeichnet sind: Uns alle interessiert vor allem das, was neu ist. Wie Medien jeweils mit den Neuigkeiten umgehen, wie daraus also Nachrichten werden, wird wiederum bestimmt durch Konzepte und Regeln wie die umgekehrte Pyramide.

1) Quelle: Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichten-Journalismus, Berlin, S. 17



HINWEIS

Hier findet ihr aktuelle Beispiele für Kommentare:

Kommentare der tagesschau:
<https://t1p.de/pxq6a>

Kommentare von NDR Info:
<https://t1p.de/ya069>

Was ist eine Nachricht? Die Leitfrage.

Das Prinzip der umgekehrten Pyramide



Der Begriff »umgekehrte Pyramide« ist eine Metapher und soll verdeutlichen, dass das Wichtigste, der Informationskern, an den Anfang gehört und danach die Einzelheiten und allgemeineren Informationen mitgeteilt werden. Die Basis oben ist also der Kern der Nachricht. Danach kommen die Quelle, Einzelheiten und Zitate oder Hintergrundinformationen.

Eine nachrichtliche Meldung sollte die sieben »W-Fragen« beantworten: Wer hat was, wann, wo und wie, warum getan? Woher kommt die Info (welche Quelle)?

Die Antworten auf diese Fragen sollen möglichst so aufgebaut sein, dass die wichtigsten Fakten am Anfang der Meldung – ganz oben in der Pyramide – stehen. Zum Ende der Meldung folgen die weniger wichtigen oder schon bekannten Aspekte. Nach diesem Prinzip reicht es manchmal sogar schon aus, die Überschrift einer Meldung zu lesen, um zu wissen, worum es geht.

Generell ist Folgendes zu beachten ²⁾

- Den Einstieg nicht zu lang oder kompliziert texten
- Nicht zu viele Fakten in einem Satz
- Mal kürzere, mal längere Sätze (grundsätzlich möglichst kurze Sätze)
- Keine zu langen Absätze
- Vermeidung alles Überflüssigen (Informationen, die für das Ereignis nicht relevant sind, weglassen)
- Anordnung nach der Wichtigkeit der Information

Hier findet ihr tagesaktuelle Beispiele für Nachrichtenmeldungen, die nach dem Prinzip der umgekehrten Pyramide aufgebaut sind: tagesschau.de

²⁾ Quelle: Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichten-Journalismus, Berlin, S. 80



HINWEIS

Durch die Platzierung der wichtigsten Fakten am Anfang einer Nachricht wollte man seit dem 19. Jahrhundert dem Problem der damals unsicheren Telegrafentelegraphenleitungen entgegenwirken – die wichtigsten Fakten sollten auf jeden Fall durchkommen. Außerdem konnte man zu der Zeit, in der Zeitungen noch mit Druckplatten gedruckt wurden, die Absätze von unten kürzen, ohne den Text zu lesen.

Was ist eine Nachricht? Die Aufgaben.

1

Was sind die Merkmale einer Nachricht?

!

METHODE
Impuls

2

Warum glaubst du, heißt das Prinzip, nach dem Nachrichten aufgebaut sind »umgekehrte Pyramide«?
Begründe deine Antwort.

!

METHODE
Antwortkarussell

Alternativ können die Schüler*innen vorher in Murrelgruppen ihre Gedanken besprechen und dann ihr Ergebnis der Klasse vorstellen.

Was ist eine Nachricht? Die Aufgaben.

3

Recherchiere im Internet eine tagesaktuelle Meldung. Lies dir mehrere Artikel zu dem Thema durch.

a) Sind alle Artikel Nachrichtmeldungen oder beinhalten sie Kommentare? Prüfe, ob es wertende Aussagen in dem Text gibt.

b) Arbeitet nun zu zweit heraus, was der Inhalt bzw. die Kernaussage ist. Formuliert die Kernaussage in einem Satz und präsentiert ihn anschließend im Plenum der Klasse.

@

HIER FINDET IHR NACHRICHTEN:

tagesschau
tagesschau.de
 zdf heute
zdf.de/nachrichten
 NDR Info
ndr.de/nachrichten/info/index.html
 Morgenpost
mopo.de
 Hamburger Abendblatt
abendblatt.de
 Süddeutsche Zeitung
sueddeutsche.de/news
 Die Zeit
zeit.de/news/index
 Welt
welt.de
 Regionale Portale

Alternative: Der Lehrende bringt tagesaktuelle ausgedruckte Zeitungsmeldungen / Online-Meldungen mit in den Unterricht und verteilt diese an die Schüler*innen.



TIPP

Die Schüler*innen sollen sich vorstellen, jemandem aus der Küche, vielleicht ins Wohnzimmer oder ins Kinderzimmer hinein, zuzurufen, worum es bei der Meldung geht. Zum Beispiel: »Aysun, in Hamburg hat letzte Nacht das Rathaus gebrannt!«.

Was ist eine Nachricht? Die Aufgaben.

4

Schau dir die Pressekonferenz zum Loveparade-Unglück in Duisburg aus dem Jahr 2010 ab Minute 5'25 bis zum Ende an. Schreibe anschließend eine Nachricht mit maximal fünf Sätzen und einen Titel. Du hast zehn Minuten Zeit.

Love Parade:
Pressekonferenz im
Landtag NRW:
<https://t1p.de/ze9oh>

a) Die Antworten auf die W-Fragen können dir eine Hilfe sein. Trage diese zunächst in die Tabelle ein und schreibe mit dieser Hilfestellung einen vollständigen Nachrichten-Text.

Die Lehrkraft liest anschließend alle Nachrichten vor.

Lernziel: Es ist schwierig, schnell und korrekt zu schreiben. Mögliche Analysefragen sind:

- Stimmen alle Zahlen?
- Wurden wertende Worte benutzt?
- Sind die Menschen bereits sicher gestorben?
- Wer ist die Quelle der Informationen und wurde sie genannt?
- Was habt ihr als schwierig empfunden?

Überschrift	
Wer?	
Was?	
Wann?	
Wo?	
Wie?	
Warum?	
Woher?	

Was ist eine Nachricht? Die Aufgaben.

Beispiel:
Ein Grippe-Ausbruch im Team der deutschen Nationalmannschaft: Die Schüler*innen sollen anhand der W-Fragen zunächst einmal die Fakten sammeln. Diese können dann benutzt und umformuliert werden, um eine Nachrichtmeldung (in Einzelarbeit oder zu zweit) zu schreiben.



TIPP
 Sie können auch Pressekonferenzen von lokalen Ereignissen oder Sportevents als Material nutzen.

Überschrift	Grippe-Ausbruch in Fußball-Nationalmannschaft
Wer?	Die deutsche Fußball-Nationalmannschaft
Was?	Zehn Spielerinnen an Grippe erkrankt
Wann?	Kurz vor dem Qualifikationsspiel
Wo?	In der Türkei
Wie?	Alle haben Fieber und Gliederschmerzen
Warum?	Stürmerin reiste schon krank im Flugzeug mit
Woher?	Teilte der DFB auf einer Pressekonferenz mit

Was ist eine Nachricht? Die Aufgaben.

b) **Produziert eure Nachricht in Kleingruppen. Entscheidet, wie ihr sie veröffentlicht:**

- **Social-Media-Post mit Foto**
- **Audio für das Radio**
- **Video mit einem Reporter am Ort des Geschehens (Live-Schalte)**
- **Längerer Text (Bericht) online oder in einer Zeitung mit Zitaten und weiteren Details**

5

Höre den Radiosender NDR Info oder suche dir einen Beitrag des Senders auf der Website aus.

<https://t1p.de/n1t9k>

Schreibe einen Kommentar oder eine Glosse zu dem Thema. Nimm dies als Audio auf. Es sollte drei Minuten Länge nicht überschreiten.

!

METHODE

Entscheidet in der Redaktionskonferenz, welche drei Kommentare die besten sind.

6

Es gab einen Unfall an deinem Wohnort. Du willst darüber berichten. Überlegt euch zu zweit Details des Unfalls und filmt die Videos eurer Berichterstattung am »Unfallort«. Jeder kann einmal filmen und einmal vor der Kamera stehen. Ein Video sollte maximal zwei Minuten lang sein.

a) **Du sollst in einer Live-Schalte im Fernsehen für den NDR darüber berichten.**

b) **Du willst auf TikTok darüber berichten.**

↘

HINWEIS

Ihr könnt bei tagesschau.de nach »Live-Schalte« suchen und euch inspirieren lassen.

Wie wählen die Redaktionen ihre Themen aus? Die Leitfrage.

LERNZIEL

Die Schüler*innen sollen lernen, warum Medien über bestimmte Themen berichten und über andere nicht. Die SuS sollen verstehen, dass die Auswahl nicht willkürlich getroffen wird, sondern dass es Regeln dafür gibt. Journalist*innen orientieren sich dabei an bestimmten Nachrichtenfaktoren, die den Nachrichtenwert einer Meldung bestimmen. Je höher der Nachrichtenwert, desto eher werden Medien darüber berichten.

Ruft der Bundeskanzler morgens in der Redaktion der tagesschau an und legt die Themen der Sendung fest? Entscheiden Journalist*innen nach persönlichen Vorlieben, über was sie berichten wollen? Übernehmen Redaktionen einfach Hinweise von Werbe-Agenturen oder Tipps, die Veranstalter ihnen zuschicken?

Professionelle Journalist*innen tun all das nicht. Sie müssen jeden Tag aufs Neue eine Auswahl ihrer Themen treffen, weil es viel mehr Neuigkeiten auf der Welt gibt und ihnen erheblich mehr Material zur Verfügung steht, als sie veröffentlichen können.

Eine zentrale Aufgabe von Nachrichtenredaktionen – vor allem im digitalen Zeitalter der Informationsfülle – ist es, die wichtigsten Informationen auszuwählen, zusammenzufassen und herauszustellen, was wichtig ist. Kurz gesagt: Redaktionen wählen die wichtigsten Informationen aus und berichten darüber. Anders gesagt: Nachrichtenredaktionen selektieren Nachrichten.

Doch wie wählen sie Themen aus?

Journalist*innen orientieren sich bei der Themenauswahl an klaren Qualitätskriterien. In Bezug auf Nachrichten bedeutet das, dass ihre Themenauswahl durch zwei zentrale Kriterien, sogenannte *Nachrichtenfaktoren* bestimmt wird: Neuigkeit und Relevanz. Die Fragen lauten also: Ist die Information neu? Für wie viele Menschen ist die Information relevant?

Die beiden Kriterien Neuigkeit und Relevanz bestimmen also, welchen Nachrichtenwert eine Meldung hat. Je höher der *Nachrichtenwert* ist, desto wahrscheinlicher werden Nachrichtenredaktionen die Meldung verbreiten.

Allerdings funktionieren Nachrichten nicht wie Mathematik. $2+2=4$, das ist klar. Aber welche Demonstration ist relevanter für unser Publikum? Die in Madrid mit einer Million Menschen oder die in Beirut mit einer Million Menschen? Bei der Beantwortung können Details helfen. Gab es Verletzte, griff die Polizei ein, hat es Auswirkungen auf Deutschland? Zudem ist es hilfreich, Expert*innen fragen zu können, also etwa Korrespondent*innen vor Ort, die die Relevanz der Demonstration beurteilen können. Redaktionen profitieren also davon, aus Menschen zu bestehen, die möglichst unterschiedlich sind und sich in verschiedenen Themenbereichen gut auskennen.

Journalist*innen diskutieren in Redaktionskonferenzen also täglich darüber, welche Themen relevanter sind. Dabei sind sie sich mal einig, und auch oft un-

eins. Daher sehen beispielsweise die Nachrichten der tagesschau und von zdf heute oft thematisch ähnlich aus – aber eben nicht ganz.



HINWEIS

Bei Nachrichtenagenturen wie AFP, dpa oder Reuters arbeiten Journalist*innen, Kameraleute und Fotograf*innen überall auf der Welt. Sie erstellen Texte, Fotos, Videos, Grafiken, Hörfunkbeiträge und andere Formate und bieten diese anderen Medien zur Veröffentlichung an. Manchmal werden Agenturbote als eine Quelle von vielen genutzt; manchmal werden sie eins zu eins übernommen. Dies wird in Zeitungen in der Regel mit einem Kürzel kenntlich gemacht (dpa, AFP, RTR).

Wie wählen die Redaktionen ihre Themen aus? Die Aufgaben.

1

**Wie kommen Nachrichten zustande?
Die Lehrkraft schreibt die folgenden Sätze an die Tafel/ Whiteboard.**

- a) Redaktionen wählen ihre Themen nach den eigenen Vorlieben aus.
- b) Die Regierung gibt bestimmte Themen vor, die Redaktionen dann bearbeiten.
- c) Journalist*innen arbeiten in Nachrichtenredaktionen nach professionellen Regeln, die sie während ihrer Ausbildung erlernen.

Diskutiert, welche Antwort ihr aus welchen Gründen für richtig haltet.

!

METHODE
Aufmerksamkeitswecker



TIPP
Diese Übung eignet sich als Einstieg ins Thema, bevor der Inhalt erarbeitet wird.

2

Schaut das Video der tageschau zu ihrer Nachrichtenauswahl:
<https://t1p.de/09y88>

Nun seid ihr die tagesschau. Macht eine Themenkonferenz: Welche fünf Themen sind am heutigen Tag wichtig? Diskutiert in der Redaktionskonferenz und bringt die Themen anschließend in eine Reihenfolge. Ein*e Chefredakteur*in präsentiert eure Auswahl.

!

METHODE
Redaktionskonferenz

Wie wählen die Redaktionen ihre Themen aus? Die Aufgaben.

3

Themenkonferenz: Entscheidet, welches Medium ihr seid. Welche fünf Themen würdet ihr in eurer Sendung senden? Warum? Stellt eure Entscheidung an der Tafel kurz vor. Erläutert auch, wo ihr euch einig, wo uneinig wart. Warum?

Vorbereitung: Die Lehrkraft bringt 15 bis 20 echte Nachrichtentitel des Vortages ausgedruckt für jede Gruppe mit. Dafür können beispielsweise tagesschau, zdf heute, NDR Info oder regionale Online-Portale genutzt werden.

!

METHODE
Redaktionskonferenz

4

Positioniere dich im Raum je nachdem, wie wichtig das Thema für dich ist.

Die Schüler*innen stellen sich in der Mitte des Raumes auf. Die eine Seite des Raumes (z. B. Fensterseite) symbolisiert 100 Prozent, die andere Seite des Raumes (z. B. die Türseite) symbolisiert 0 Prozent. Die Lehrkraft hat Schlagzeilen ausgedruckt und liest diese nun laut der Klasse vor. Die Schüler*innen positionieren sich im Raum dazu. Einige Schüler*innen erklären nun, warum sie sich wie positioniert haben. Dadurch sollen die SuS erkennen, dass ein Thema für jede*n eine unterschiedliche Relevanz haben kann. Die SuS können die für die Aufgabe nötigen Schlagzeilen auch selbst mitgebracht haben.

!

METHODE
Bodenaufstellung

Wie wählen die Redaktionen ihre Themen aus? Die Aufgaben.

5

Redaktionskonferenz

a) Recherchiere (im Internet) drei wichtige Themen des Tages und bringe sie der Wichtigkeit nach in eine Reihenfolge.

- Drei wichtige Themen des Tages für dein*e Dorf/Stadt
- Drei wichtige Themen des Tages für Deutschland

Orientiere dich an den Fragen:

- Warum ist das Thema wichtig?
- Für wen ist das Thema relevant (wichtig)?
- Welches Thema davon ist am wichtigsten? In welche Reihenfolge würdest du die Themen bringen?
- Welche Themen, die ihr anfangs recherchiert hattet, sind rausgefallen und warum?

!

METHODE
Think-Pair-Share

b) Welche Themen schaffen es in die Nachrichten eures Schülerradios?

!

METHODE
Redaktionskonferenz

Welche Nachrichten- faktoren gibt es? Die Leitfrage.

LERNZIEL

Die Schüler*innen wissen nun bereits, dass Journalist*innen ihre Themen nicht wahllos auf die Tagesordnung setzen. Durch die Übungen haben sie bereits ein Gespür dafür entwickelt, warum einige Themen eine höhere Relevanz haben können als andere. In diesem Teil geht es darum, die Nachrichtenfaktoren genauer zu bestimmen. Die Schüler*innen lernen sechs ausschlaggebende Dimensionen kennen. Sie sollen lernen, dass bestimmte Faktoren mehr Einfluss als andere Faktoren darauf haben, ob eine Nachricht in die Medien gelangt. Zudem soll klar werden, dass jedes Medium die Faktoren anders gewichtet und je nach Publikum daher andere Themen auswählt und nach vorne stellt.

Die Grundsteine der Nachrichtenforschung gehen auf den deutschen Journalisten und Medienkritiker Walter Lippmann und sein Buch »Public Opinion« von 1922 zurück. Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge aus Norwegen entwickelten die Nachrichtenfaktoren 1965 wissenschaftlich weiter und waren ebenso richtungsweisend. 1978 und 1990 wurden die Faktoren wiederum von Winfried Schulz weiterentwickelt. Darauf beruhen heute viele Modelle. Schulz machte sechs Dimensionen aus, die insgesamt 18 Faktoren enthalten:

1. Dimension: Zeit

- Dauer: Ist die Meldung zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb einer bestimmten Zeitspanne wichtig? (Alle Medien wollen aktuelle Themen aufgreifen, z. B. eine Fußball-Weltmeisterschaft)
- Thematisierung: Ist es ein Thema, das nicht an einen bestimmten Zeitpunkt gebunden ist, aber dennoch interessant oder populär? Ist es ein Thema, das über Jahre hinweg wichtig ist? (z. B. der Klimawandel)

2. Dimension: Nähe

- Geografische Nähe: Ist mir das Ereignis räumlich nah?
- Politische und kulturelle Nähe: Bin ich politisch oder kulturell davon betroffen?
- Relevanz: Bin ich persönlich betroffen?

3. Dimension: Status

- Regionale und nationale Zentralität: Sind die Ereignisregionen politisch oder wirtschaftlich einflussreich?
- Persönlicher Einfluss: Haben die beteiligten Personen Macht?
- Prominenz: Sind die Beteiligten in Deutschland oder gar weltweit sehr bekannt?

4. Dimension: Dynamik

- Überraschung: Ist das Ereignis überraschend? Gibt es eine unvorhersehbare Wendung?
- Struktur: Ist das Thema komplex?

Welche Nachrichtenfaktoren gibt es? Die Leitfrage.

5. Dimension: Valenz

- Gibt es einen Konflikt?
- Spielt Kriminalität eine Rolle?
- Gibt es jemanden, der einen Schaden erleidet?
- Ist es eine Erfolgsgeschichte?

6. Dimension: Identifikation

- Personalisierung: Kann ich mich persönlich mit dem Ereignis identifizieren?
- Ist das Ereignis wichtig für mein Land, meine Bevölkerung?

Je mehr Fragen man mit »ja« beantworten kann, desto eher wird darüber berichtet. Vor allem Langzeitstudien haben gezeigt, dass die Nachrichtenauswahl in den Redaktionen sich mit der Zeit verändert. Die Bedeutung der Faktoren ändert sich mit der gesellschaftlichen Entwicklung. Andere Weltregionen werden wichtiger, die Erde rückt näher zusammen. Aktuell versuchen Redaktionen auch, mehr über Lösungen zu berichten, wenn sie Probleme thematisieren, also die Dimension Valenz produktiver zu behandeln.

Aus dem Redaktionsalltag

Heutzutage fragen sich Journalist*innen oft auch, welchen Wert eine Information für die Nutzerinnen und Leser hat. Vermittelt sie Wissen oder gibt Orientierung? Ist die Information nützlich, kann man sie gebrauchen? Oder wird die Information von vielen diskutiert, ist sie also gesprächswertig? Die drei Fragen bestimmen auch oft, ob eine Information veröffentlicht wird.

Nachrichtenfaktoren sind Orientierungshilfe

Alle wissenschaftlichen Untersuchungen und Studien, die es zum Thema Nachrichtenforschung gibt, stellen das Konzept der Nachrichtenfaktoren grundsätzlich nicht infrage. Sie zeigen vielmehr, dass bestimmte Kriterien mehr oder weniger wichtig sind. Besonders die Faktoren Etablierung des Themas, Betroffenenreichweite, Kontroverse und Prominenz, Schaden/Nutzen, Aggression, Nähe und Status der Ereignisnation sind demnach ausschlaggebend für die Relevanz einer Nachricht.

Nun ist es jedoch nicht so, dass Journalist*innen diese Faktoren als Tabelle über ihrem Schreibtisch hängen haben und nach Punktesystem entscheiden, welches Thema wichtiger ist als ein anderes. Vielmehr wachsen Journalist*innen während ihrer Ausbildung in ein System hinein, in dem die Nachrichtenauswahl nach bestimmten Kriterien üblich ist. Mit der Zeit entwickeln sie mit diesem Werkzeugkasten ein gutes Gespür dafür, welche Themen jeweils relevant sind. Die Nachrichtenfaktoren sind also nicht als Checkliste, sondern als Orientierungshilfe für journalistisches Arbeiten gedacht.

Kritik an der Nachrichtenauswahl

Medien wird immer wieder vorgeworfen, dass bestimmte Eliten, Stereotype oder ausgewählte Länder einen größeren Raum in der Berichterstattung bekommen als gewisse Randgruppen oder Minderheiten. »Die ›Medienrealität‹ sei nicht dasselbe wie die gesellschaftliche Wirklichkeit,



WEITERE INFOS
NDR Perspektiven
<https://t1p.de/83k6>

Welche Nachrichtenfaktoren gibt es? Die Leitfrage.

und deshalb sei die Berichterstattung nicht objektiv.«³⁾

Mit den Worten des Publizisten Walter Lippmann: »Nachricht und Wahrheit sind nicht dasselbe.«

Kritisiert wird immer wieder, dass diese Auswahlkriterien bestimmten Themen mehr Raum geben als anderen. Dass das Verhältnis, in dem über Themen berichtet wird oder sie eben gar nicht auftauchen, manchmal nicht stimmt. In deutschen Medien tauchen beispielsweise Ereignisse in vielen afrikanischen, asiatischen und lateinamerikanischen Ländern nur sehr selten auf. Vermutlich lest und hört ihr aber oft von den USA, Großbritannien, Russland, China oder auch westeuropäischen Ländern. Seid ihr Sportfans? Wie oft erfahrt ihr Neues über die Frauenmannschaften der Spitzenteams in Fußball, Handball oder Basketball? Wie oft wird über die Männerteams und -Ligen berichtet?

Ein Beispiel: Im Sommer 2018 war in Thailand ein junges Fußball-Team mit seinem Trainer über Tage in einer Höhle eingeschlossen. Alle großen deutschen Medien berichteten detailliert darüber. Zur gleichen Zeit starben viele Menschen auf der Flucht über das Mittelmeer oder im Krieg im Jemen. Diese Themen waren zu dem Zeitpunkt weniger präsent in den deutschen Medien.

Der Grund: Mit den Jungen und ihren Familien konnte man sich schnell identifizieren. Der Faktor Valenz, also der mögliche Schaden oder Erfolg, war zudem sehr hoch, denn es ging um Leben und Tod. Der Vorfall war zudem klar abgegrenzt, es gab ein definiertes Ziel: Rettung oder Tod. Und die Kameras konnten vor Ort sein. Die Kriege im Jemen und die Krise auf dem Mittelmeer dauern dagegen schon lange an und sind bekannt. Die Identifikation mit unbekanntem Opfern ist schwieriger. Zudem ist es komplizierter für Journalist*innen, diese Themen auf konkrete Ereignisse oder Personen herunterzubrechen und so nah, quasi live, wie von den Rettungsarbeiten zu berichten. In den Jemen zu fahren und von dort Geschichten über die Menschen zu erzählen, wurde Journalist*innen durch die beteiligten Kriegsparteien quasi unmöglich gemacht. Generell gilt: Ein einzelnes, spektakuläres Ereignis – eine klare Geschichte – funktioniert in den Medien besser als ein immer wiederkehrendes – auch wenn dabei Menschen sterben.

Viele der großen Leitmedien versuchen, dem entgegenzuwirken und auch regelmäßig Themen zu setzen, die nicht auf den ersten Blick auf der Hand liegen. So schreiben oder senden sie Hintergrundberichte zu Themen, die nicht tagesaktuell sind, aber trotzdem relevant dafür, ein Bild unserer gesamten Gesellschaft zu erhalten, die aus vielen unterschiedlichen Kulturen und Menschen besteht.

³⁾ Quelle: Weischenberg: Nachrichten-Journalismus, 2001, S.20

Welche Nachrichtenfaktoren gibt es? Die Leitfrage.

Hier bekommst du z. B. Themen, die im aktuellen Tagesgeschäft der Medien nicht so stark abgebildet werden:

- STRG_F:
<https://t1p.de/s9hq>
- Atlas:
<https://t1p.de/z4jgv>
- MrWissen2Go:
<https://t1p.de/5asr>
- Y-Kollektiv:
<https://t1p.de/wvkod>
- Walulis Daily:
<https://t1p.de/ft4f3>
- Dinge erklärt – kurz gesagt:
<https://t1p.de/5tnh>
- Weltspiegel:
<https://t1p.de/cvppqx>

@

WEITERE INFOS

MDR, 360 Medien G, Audio:
<https://t1p.de/nutzr>

BR, So geht Medien, Film:
<https://t1p.de/e42cf>

Welche Nachrichtenfaktoren gibt es? Die Aufgaben.

1

Nachrichtenfaktoren-Memory: Welche Definition gehört zu welchem Nachrichtenfaktor?

Die Lehrkraft legt die Memory-Karten verdeckt hin. Die Schüler*innen drehen abwechselnd eine Karte um und müssen dazu den passenden Begriff oder die passende Definition finden.

!

METHODE
Quiz

2

Schaut euch gemeinsam die Ausgabe der tagesschau vom Vorabend an. Listet auf der Tafel/dem Whiteboard auf, welche Beiträge in welcher Reihenfolge in der Sendung waren. Welche Nachrichtenfaktoren hatten vermutlich Einfluss auf die Auswahl der Themen und die Reihenfolge? Schaut euch zuvor das Video

der tagesschau an, in dem erklärt wird, wie die Redaktion gegenwärtig ihre Themen auswählt.

<https://t1p.de/09y88>

!

METHODE
Interaktive Mindmap

3

Notiere fünf Nachrichtenfaktoren, die für eine Schülerzeitung oder ein Schülerradio an deiner Schule wichtig wären. Erläutere, warum du so entschieden hast.

Welche Nachrichtenfaktoren gibt es? Die Aufgaben.

4

Welche Themen würdest du für die nächste Ausgabe eurer Schulradio-Nachrichten vorschlagen? Begründe deine Auswahl. Diskutiert die Themen aller in der Redaktionskonferenz und entscheidet euch für fünf Themen.

!

METHODE
Redaktionskonferenz

5

Welchen »objektiven« Medien und Medienmacher*innen könnt ihr folgen? Erstellt in euren Social-Media-Kanälen gemeinsam eine Liste von Journalist*innen und Nachrichtenredaktionen, die mit professionellen Standards arbeiten.

!

METHODE
Think-Pair-Share

6

Schaut den Beitrag von ZAPP: »Hauptsache Reichweite: Sind Influencer die neuen Journalisten?«
<https://t1p.de/f0abm>

Wie könnt ihr Influencer*innen von Nachrichtenjournalist*innen unterscheiden?

a) Erstellt mithilfe einer Recherche im Internet zwei Listen: einflussreiche Influencer*innen, die (vermeintliche) Nachrichten-Inhalte verbreiten und Nachrichten-Journalist*innen/Redaktionen, die Nachrichten verbreiten.

!

METHODE
Rechercheauftrag

b) Nach welchen Faktoren wählen die Influencer*innen ihre Informationen – also Reels, Posts etc. aus?

4B MÖGLICHE ANTWORTEN

- Was wird geklickt, geliked, kommentiert?
- Wofür habe ich Werbeverträge?
- Was will ich verkaufen?
- Worüber reden gerade alle in der Social-Media-Community?
- Was spielt der Algorithmus der Social-Media-Plattform gut aus?

@

WEITERE INFOS
Diktieren Likes den Journalist*innen die Themen?: <https://t1p.de/b57s2>

Nachrichtenfaktoren Memory

Welche Definition gehört zu welchem Nachrichtenfaktor?

**Dimension:
Zeit**

Definition: Wie stark kann ich mich persönlich mit dem Ereignis identifizieren? Wie wichtig ist es für mein Dorf, meine Stadt oder mein Land?

**Dimension:
Nähe**

Definition: Macht oder Prominenz der beteiligten Menschen oder Orte spielen hierbei eine Rolle. Hat die Region politischen oder wirtschaftlichen Einfluss auf die eigene Region? Haben daran beteiligte Menschen persönliche Macht in dem Land, aus dem ich berichte? Wie prominent sind die Beteiligten?

**Dimension:
Status**

Definition: Ein Ereignis ist entweder geografisch nah an mir dran und/oder ich bin persönlich bzw. kulturell davon betroffen. Es geht um die Nähe bzw. Verbundenheit, die ich zu einem bestimmten Thema habe.

**Dimension:
Dynamik**

Definition: Es geht darum, ob das Thema den Charakter einer »good news« oder einer »bad news« hat – also das, was Menschen neugierig macht oder fasziniert. Folgende Fragen helfen bei der Bestimmung, ob ein Thema wichtig sein kann: Gibt es einen Konflikt? Geht es um eine kriminelle Handlung? Gibt es jemanden, der zu Schaden gekommen ist? Oder ist die Geschichte eine Erfolgsgeschichte?

Dimension: Valenz

Definition: Die Faktoren Überraschung und Struktur sind hier entscheidend für die Nachrichtenauswahl. Ist das Ereignis überraschend oder gibt es eine unvorhersehbare Wendung? Hat das Thema eine komplexe Struktur und ist damit interessant?

Dimension: Identifikation

Definition: Die Dauer und Thematisierung beeinflussen die Nachrichtenauswahl. Es geht also um Themen, die entweder gerade aktuell sind oder um Themen, die zeitunabhängig populär sind, sog. Dauerbrenner.