

Vorlage

Der Nachrichtenwert – Warum Ereignisse zu einer Nachricht werden

Warum wird aus einem Ereignis eine Nachricht? Nicht über jedes Ereignis wird berichtet, über andere schon. Was entscheidet also darüber, ob in den Medien über ein Ereignis berichtet wird? Zur Beantwortung dieser Frage wurde die *Theorie des Nachrichtenwertes* entwickelt. Diese Theorie entstand in den 1920er Jahren und wurde seitdem immer wieder weiterentwickelt. Anhand der Analyse von Nachrichten versuchte man Merkmale zu identifizieren, die eine wichtige Rolle bei der Auswahl von Ereignissen spielen. Vor diesem Hintergrund stellten die Forscher Ereignismerkmale auf, die Journalisten für besonders berichtenswert halten:

Die Nachrichtenfaktoren

Als wichtige Faktoren, die die Entstehung einer Nachricht mitbestimmen, wurden unter anderem folgende beschrieben:

Frequenz

Ein Ereignis wird umso wahrscheinlicher zu einer Nachricht, je besser sich sein zeitlicher Ablauf der Erscheinungsperiodik der Massenmedien – dem Rhythmus, zeitlichen Ablauf und der Häufigkeit, wie Nachrichten veröffentlicht werden – entspricht.

Schwellenfaktor

Ein Ereignis muss ein bestimmtes Maß an Auffälligkeit überschreiten, damit es überhaupt wahrgenommen wird.

Eindeutigkeit

Je eindeutiger und überschaubarer ein Ereignis ist, umso eher wird es zu einer Nachricht.

Bedeutsamkeit

Je mehr ein Ereignis persönliche Betroffenheit auslöst und je größer seine Tragweite ist, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht.

Kongruenz

Je mehr ein Ereignis mit vorhandenen Vorstellungen und Erwartungen übereinstimmt, umso eher wird es zur Nachricht.

Vorlage

Überraschung

Je überraschender ein Ereignis ist, desto wahrscheinlicher wird es zur Nachricht.

Kontinuität

Ist ein Ereignis schon einmal zur Nachricht geworden, hat es eine hohe Chance, von den Medien auch weiterhin beachtet zu werden.

Auch wenn diese Faktoren in der Theorie des Nachrichtenwertes immer wieder überarbeitet werden, zeigen sie doch, dass Ereignisse zunächst überhaupt erst wahrgenommen und auf bestimmte Weise bewertet werden müssen, bevor über sie berichtet wird. Die Auswahl von Ereignissen richtet sich nach bestimmten Faktoren und kann daher nur selektiv sein.

Die entscheidenden Akteure sind hierbei die Journalisten und Redakteure: Auf ihre Wahrnehmungs- und Bewertungsmuster kommt es an, ob ein Ereignis nachrichtenrelevant ist oder nicht. Die Redakteure und Journalisten arbeiten allerdings nicht im luftleeren Raum: Die redaktionelle Linie einer Zeitschrift, das verlegerische Profil und generell die Marktlage haben hierbei einen nicht zu unterschätzenden Einfluss.

Die Medienhäuser und Redaktionen orientieren sich an dem, was – ihrer Vorstellung nach – die Leser, Hörer oder Zuschauer erwarten. Ereignisse haben in diesem Sinne nur dann einen Nachrichtenwert, wenn sie für das Publikum einen *Neuigkeits- und Informationswert* besitzen.

Dabei werden folgende Informationswerte unterschieden:

- (1) Wissens- und Orientierungswert
Die Leser, Hörer oder Zuschauer wollen Informationen, die ihr Wissen ergänzen und die es ihnen ermöglichen, sich in der Welt besser zu orientieren.
- (2) Gebrauchswert
Sie wollen Informationen, die ihnen direkt nützen und sie vor Schaden bewahren
- (3) Unterhaltungs- und Gesprächswert
Sie wollen Informationen, die es ihnen erlauben, mit anderen über Neuigkeiten zu kommunizieren, auch wenn es sich nur um flüchtige, banale Neuigkeiten handelt.

Es zeigt sich also, dass sehr viele Faktoren und Akteure darüber entscheiden, ob ein Ereignis zur Nachricht wird. Die Theorie des Nachrichtenwertes versucht etwas Licht in diesen Zusammenhang zu bringen.