

Wie wird ein Thema zur Nachricht?

Über welche Themen berichtet wird, entscheiden Journalistinnen und Journalisten. Sie hinterfragen jede Information: Ist sie neu, wichtig oder interessant genug? Und ist sie für die Menschen von Bedeutung, die unsere Sendung hören oder sehen?



Nähe ist ein wichtiger Nachrichtenfaktor: Eine Demonstration in Düsseldorf landet eher in den WDR-Nachrichten als eine Demo in Kiel. Foto: dpa/Fabian Strauch

NACHRICHTENFAKTOREN

Medien sollen die Öffentlichkeit informieren und durch freie Berichterstattung dazu beitragen, dass sich die Menschen ihre Meinung zu Themen aus allen wesentlichen Lebensbereichen bilden können. Für diese Arbeit benötigen Journalistinnen und Journalisten zunächst eine Fülle von Informationen, die in den Redaktionen ankommen:

- über Nachrichtenagenturen,
- von Korrespondentinnen und Korrespondenten aus dem In- und Ausland,
- durch das Internet,
- durch soziale Netzwerke,
- über Pressemitteilungen,
- aus dem Fernsehen, Zeitungen und dem Radio,
- aber auch durch Anregungen von Zuschauerinnen und Zuschauern, Leserinnen und Lesern oder Hörerinnen und Hörern
- und durch eigene Anschauung und Ideen der Journalistinnen und Journalisten.

Aber wie entscheiden Redaktionen, über welches Thema sie berichten? Sie orientieren sich bei der Frage an den Nachrichtenfaktoren. In der Wissenschaft gibt es verschiedene Modelle, um die Nachrichtenfaktoren einzuteilen und zu bewerten. Zu den wichtigsten Faktoren zählen dabei die Aktualität und die Relevanz eines Themas sowie die Nähe zur Zielgruppe.

AKTUALITÄT: WAS IST NEU?

Ein zentraler Nachrichtenfaktor ist Aktualität. Dabei geht es nicht nur um Ereignisse, die in den letzten Minuten oder Stunden passiert sind. Aktuell sind auch die Themen, die über einen längeren Zeitraum immer wieder für Gesprächsstoff sorgen. Ergebnisse einer Bundestagswahl oder ein Flugzeugabsturz gehören also ebenso in die Tagesnachrichten wie Entwicklungen des Klimawandels. Aktuell kann eine Nachricht auch sein, wenn das Geschehen schon länger zurückliegt, aber erst jetzt bekannt wird.

Medien halten sich ständig über die Nachrichtenlage auf dem Laufenden. Sie wissen sofort darüber Bescheid, was der amerikanische Präsident auf Twitter schreibt oder wie die Oscar-Verleihung auf Instagram kommentiert wird.

RELEVANZ: WAS IST WICHTIG?

Für die Relevanz eines Ereignisses sind dessen Ausmaß und Konsequenzen entscheidend: Wie viele Menschen sind bei einem Unglück ums Leben gekommen? Wie groß sind die Schäden und Langzeitfolgen bei einer Umweltkatastrophe? Wie viele Menschen sind von einer politischen Entscheidung betroffen?

Auch Klickzahlen und Reichweite beeinflussen die Bedeutung eines Ereignisses. Fällt auf, dass besonders viele Menschen in den sozialen Medien ein Ereignis teilen, kommentieren oder liken, bekommt es für die Berichterstattung mehr Bedeutung. Wenn zum Beispiel eine Pflegekraft über die schlechten Bedingungen im Altenheim berichtet und dieser Beitrag tausendfach geteilt wird, ist die Pflegekraft eine gute Kandidatin für ein Interview oder eine Talkshow zum Thema Pflege.

HUMAN-INTEREST-THEMEN

Manche Nachrichten sind nicht bedeutsam, dennoch interessieren sich viele Menschen dafür. Man nennt solche Themen auch Human-Interest-Themen. Wenn es um prominente Menschen geht, landen auch vermeintliche Nebensächlichkeiten in den Medien.

Human-Interest-Aspekte hat ein Thema auch,

- wenn es kurios oder ungewöhnlich, witzig oder spannend ist, z. B.: Ein schusseliger Einbrecher vergisst seinen Personalausweis am Tatort.
- wenn es um Kinder oder Tiere geht, z. B. Nachwuchs im Zoo.
- wenn es kontrovers oder konflikträchtig ist, z. B.: Sollten Schülerinnen und Schüler in Deutschland Schuluniformen tragen?
- wenn es um Liebe oder Sexualität geht, z. B. um das Beziehungs-Chaos von zwei TikTok-Stars.

ZIELGRUPPE: WEN INTERESSIERT WAS?

Eine wichtige Rolle für das Publikumsinteresse spielt der Faktor Nähe: Eine Demonstration in Nordrhein-Westfalen landet eher in den Nachrichten des WDR als eine Demonstration in Schleswig-Holstein. Es geht aber auch um die kulturelle oder psychologische Nähe: Wer selbst in der Nähe eines Flusses wohnt, nimmt Nachrichten über Hochwasser mit mehr Interesse auf als jemand, der noch nie ein Hochwasser erlebt hat. Journalistinnen und Journalisten wissen und berücksichtigen das.

Eine ebenso wichtige Rolle spielt die Zielgruppe des jeweiligen Mediums. Also: Welche Nachrichten sind für wen interessant? Ein Beispiel: Als der Sänger Mick Jagger von der Band „The Rolling Stones“ seinen 75. Geburtstag feierte, war das für Sender wie WDR 4 ein wichtiges Thema, weil deren Hörerinnen und Hörer mit der Musik von Jagger aufgewachsen sind. Für das junge Publikum von 1LIVE aber, das bei der Bandgründung der „Rolling Stones“ noch nicht geboren war, hat die Nachricht keinen Stellenwert.

Die Verantwortung dafür, welche Nachricht für welche Zielgruppe als interessant eingestuft wird, trägt nicht eine einzelne Journalistin oder ein einzelner Journalist. In Redaktionskonferenzen werden mögliche Themen gemeinsam diskutiert, ehe eine Auswahl getroffen wird. Dabei wird auch entschieden, wie und in welchem Umfang eine Nachricht aufbereitet wird.

Wenn sich eine Redaktion für ein Thema entschieden hat, beginnen Journalistinnen und Journalisten mit der Recherche. Sie nutzen verschiedene Quellen, sichten und bewerten Informationen oder führen Interviews. So können sie herausfinden, welche Informationen unbedingt in den Beitrag gehören, welche vertraulich und welche falsch sind. Wenn die Recherche abgeschlossen ist, beginnt die Produktion. Es muss klar sein, wann, wo und in welchem Format der Beitrag erscheinen soll.



Ganz klar ein Human-Interest-Thema: niedlicher Nachwuchs im Zoo. Foto: dpa/Uta Rademacher

Wie wird ein Thema zur Nachricht?

Über welche Themen berichtet wird, entscheiden Journalistinnen und Journalisten. Sie hinterfragen jede Information: Ist sie neu, wichtig oder interessant? Und ist sie für die Menschen von Bedeutung?



Nähe ist ein wichtiger Nachrichtenfaktor: Eine Demonstration in Düsseldorf landet eher in den WDR-Nachrichten als eine Demo in Kiel.
Foto: dpa/Fabian Strauch

WOHER STAMMEN DIE INFORMATIONEN?

Journalistinnen und Journalisten machen aus Informationen Nachrichten. Die Informationen bekommen sie:

- von Nachrichtenagenturen. Das sind Firmen, die überall auf der Welt und rund um die Uhr Informationen sammeln. Diese Informationen verkaufen die Agenturen an Zeitungsverlage oder Rundfunkanstalten.
- von anderen Reporterinnen und Reportern aus dem In- und Ausland,
- durch das Internet,
- durch soziale Netzwerke,
- über Pressemitteilungen,
- aus dem Fernsehen,
- aus Zeitungen und dem Radio,
- aber auch durch Anregungen von Zuschauerinnen und Zuschauern, Leserinnen und Lesern oder Hörerinnen und Hörern
- und durch eigene Anschauung und Ideen der Journalistinnen und Journalisten.

DIE ZIELGRUPPE IST WICHTIG

Journalistinnen und Journalisten müssen auswählen, welche Informationen sie veröffentlichen wollen. In Redaktionskonferenzen diskutieren sie Themen gemeinsam, bevor sie auswählen. Die Redaktion überlegt zum Beispiel, ob ein Thema zu ihrer **Zielgruppe** passt. Also: Welche Nachrichten sind für wen interessant?

Ein Beispiel:

Der Sänger Mick Jagger von der Band „The Rolling Stones“ feiert seinen 75. Geburtstag. Das ist für den Sender WDR 4 ein wichtiges Thema. Seine Hörerinnen und Hörer sind mit der Musik der Rolling Stones aufgewachsen. Für das junge Publikum von 1LIVE ist die Nachricht uninteressant. Denn es war noch nicht geboren, als die Rolling Stones berühmt waren.

NACHRICHTENFAKTOREN BESTIMMEN DIE AUSWAHL

Bei Zeitungsberichten und Nachrichtensendungen spielen Nachrichtenfaktoren eine große Rolle. Das sind Eigenschaften, die eine Information besonders wichtig oder interessant machen.

Nachrichtenfaktoren im Überblick

NACHRICHTEN-FAKTOR	ERKLÄRUNG	BEISPIELE
Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> • Ereignisse, die in den letzten Minuten oder Stunden passiert sind • Themen, die über einen längeren Zeitraum immer wieder besprochen werden 	<ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse einer Bundestagswahl • Entwicklungen des Klimawandels • ein Bestechungsskandal
Relevanz	<ul style="list-style-type: none"> • Ereignisse, von denen viele Menschen direkt betroffen sind • Ereignisse, die für viele Menschen wichtige Folgen haben • Ereignisse, die viel Aufmerksamkeit in den sozialen Medien bekommen 	<ul style="list-style-type: none"> • ein Flugzeugabsturz, bei dem viele Menschen sterben • die Corona-Pandemie, die langfristige Folgen für Wirtschaft und Gesellschaft hat • Debatten wie #metoo oder #blacklivesmatter, die in den sozialen Medien diskutiert werden
Human Interest	<p>Wörtlich übersetzt heißt das „menschliches Interesse“. Dabei geht es um Geschichten, die:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ungewöhnlich, witzig oder spannend sind, • sich um Kinder oder Tiere drehen, • um Konflikte, • um Liebe und Sexualität 	<ul style="list-style-type: none"> • Ein schusseliger Einbrecher vergisst seinen Personalausweis am Tatort • Nachwuchs im Zoo • die Frage, ob Schülerinnen und Schüler in Deutschland Schuluniformen tragen sollten • Liebeswirren und Trennung von zwei TikTok-Stars
Nähe	<ul style="list-style-type: none"> • Ereignisse, die in der Nähe der Zielgruppe stattfinden • Fragen, die das Leben der Zielgruppe betreffen oder betreffen könnten 	<ul style="list-style-type: none"> • eine Demonstration in Nordrhein-Westfalen im WDR • Informationen zu Themen wie Schule oder Ausbildung