

M 5

Nachrichten senden und behalten

M 5-1:

Welche Nachricht senden?

M 5-2:

Welche Fotos veröffentlichen?

M 5-3:

Vom Ereignis zur Nachricht

M 5-4:

Kriterien für die Sendung von Nachrichten

M 5-5:

Die Nachrichtenkette

M 5-6:

1 Tag - 8 Sender: der 31.3.2003 im Internet

M 5-7:

Wie haben sich die Nachrichten in den letzten Jahren verändert?

Günther Gugel:

Krieg in Bildschirmmedien. Didaktische Zugänge für die Bildung Jugendlicher. Tübingen 2005.

M 5-1: Welche Nachricht senden?

Wir befinden uns in der Nachrichtenredaktion der Tagesschau. Auch heute sind wieder eine Vielzahl von Meldungen eingetroffen. Welche Meldungen sind für die Zuschauer interessant und wichtig? Welche sollen gesendet werden?

Vorgehen:

Die Gruppe wählt aus einer Vielzahl von Meldungen drei aus. Welche Meldung soll an Nr. 1 stehen,

welche soll als Zweite, welche als Dritte gesendet werden. Welche soll auf keinen Fall gesendet werden? Wie soll der Beitrag bebildert werden?

Auswertung

- Nach welchen Kriterien werden Nachrichten ausgewählt?
- Welche Kriterien wurden bei dieser Übung angewendet?

Sorge um Johannes Paul II. Weltweit Gebete für den Papst

Auf der ganzen Welt sind die Menschen dem Ruf der Bischöfe in die Kirchen gefolgt, um für die Genesung des schwerkranken Papst Johannes Paul II. zu beten. Bereits in der Nacht waren hunderte Gläubige auf den Petersplatz in Rom geeilt, um dem Kirchenoberhaupt nahe zu sein. [mehr]

Erstmals seit Jahren wieder mehr Ausbildungsverträge

Erstmals seit 1999 sind in Deutschland wieder mehr Ausbildungsverträge abgeschlossen worden. Wie das Statistische Bundesamt mitteilte, bekamen 2004 rund 572.900 Jugendliche und damit 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr einen Vertrag. [mehr]

Flüchtlingsdrama in Sudan

Flüchtlingselend in Darfur (Foto: Hartmut Schwarzbach / argus). Die Kriegsverbrechen in der Krisenregion Darfur können künftig vor dem Internationalen Strafgerichtshof in Den Haag angeklagt werden. Dies beschloss der Sicherheitsrat der Vereinten Nationen. In Darfur wurden in den vergangenen zwei Jahren mindestens 180.000 Menschen getötet. [mehr]

Automesse Leipzig

Mit vielen Neuheiten in den Frühling. Der Fox von VW (Foto: dpa/dpa-web). Die Pkw-Branche schaut auf die Auto Mobil International (AMI) in Leipzig: Ab Samstag präsentieren 467 Aussteller aus 23 Ländern ihre Neuheiten - auch Weltpremieren sind dabei unter anderem der Kleinwagen Fox von VW. [mehr]

Fußball 2006

ARD-intern. Zehn Millionen Karten für WM bestellt. WM-Ticketbestellung im Internet. Mehr als zehn Millionen bestellte Tickets bei 812.000 zur Verfügung stehenden Karten: Das ist die Bilanz der ersten Ticket-Verkaufsrunde für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Ab 15. April wird ausgelost, wer Karten bekommt. Und wer leer ausgeht, kann es ab Mai wieder versuchen. [mehr]

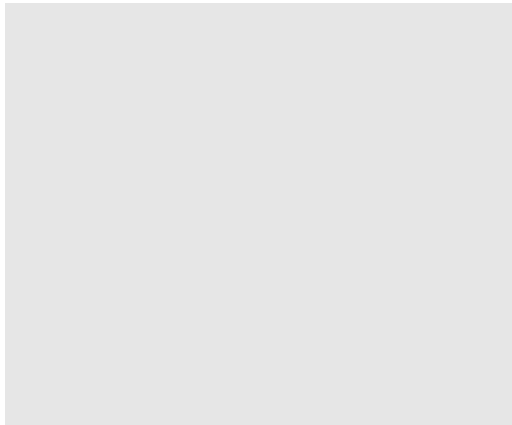
Parlament auf eine Statistenrolle reduziert

Bundeskanzler Schröder während seines Besuchs in Peking vor einem Bild der chinesischen Mauer. Grüne gehen bei der Aufhebung des Waffenembargos gegen China auf Distanz zum Kanzler. [mehr]

M 5-2: Welche Fotos veröffentlichen?

Sie sind MitarbeiterIn der Bildredaktion einer Tageszeitung.

Es ist Ende Juli 2003. Im Irak wurden soeben die beiden Söhne von Saddam Hussein getötet. Ihrer Zeitung werden Fotos der Leichen der beiden angeboten.



Greifen Sie zu und veröffentlichen die Fotos oder lehnen Sie eine Veröffentlichung ab?

Diskutieren Sie in Kleingruppen. Sie haben 20 Minuten Zeit um zu einer Entscheidung zu kommen.

Auswertung

- Welche Gesichtspunkte spielten bei der Entscheidung eine Rolle?
- Erstellen Sie eine Pro-Kontra-Liste
- Beziehen Sie das Editorial des Schwäbischen Tagblattes in ihre Diskussion ein.

Kein Bild von Uday und Kusai

Liebe Leserinnen und Leser, warum hat meine Zeitung die Fotos der von den US-Truppen getöteten Saddam-Söhne Uday und Kusai nicht veröffentlicht, fragte uns ein Leser. Die Antwort ist vergleichsweise einfach. Einerseits wollten wir den Anblick der blutverschmierten Leichen unseren Leserinnen und Lesern nicht zumuten. Auch bei anderen grausamen Ereignissen halten wir uns, wie sie wissen, mit Fotos stets zurück.

Noch gewichtiger war jedoch die Rücksichtnahme auf das Kriegsvölkerrecht. Zwar ist das Veröffentlichen von Leichenfotos nicht ausdrücklich verboten. Aber die Genfer Konventionen sprechen auch Kriegsgefangenen und Opfern eines Krieges die Achtung und Würde zu. Dies gilt auch für die Zeit nach dem Tod für Fotos.

Die USA haben keine Rücksicht darauf genommen, weil sie einen Zweck damit verfolgt haben. Den Irakern sollte bewiesen werden, dass die Gefahr einer Rückkehr des Saddam-Clans an die Macht geringer geworden sei. Immerhin handelte es sich auch um Personen der Zeitgeschichte. Diese Güterabwägung kann aber nur für den Irak gelten, nicht für ein deutsches Medium. Ein zeitgeschichtliches Dokument sind die Fotos in der Tat. Aber es genügte, den Vorgang zu beschreiben.

Bis zum nächsten Mal, Ihr
Jörg Bischoff, Chefredakteur
Schwäbisches Tagblatt, 2.8.2003

M 5-3: Vom Ereignis zur Nachricht

Krisen und Kriege bedeuten für die Nachrichtenmedien, dass sie mit einer verstärkten Aufmerksamkeit der Leser und Zuschauer rechnen können. Dies bedeutet höhere Zuschauerquoten und höhere Auflagen (verbunden mit höheren Werbeeinnahmen). Nachrichtenmedien stehen dabei untereinander im Wettbewerb.

Was macht ein Ereignis zur Nachricht?

Frequenz: Je mehr der zeitliche Ablauf eines Ereignisses der Erscheinungsperiodik der Medien entspricht, desto wahrscheinlicher wird das Ereignis zur Nachricht.

Schwellenfaktor: Es gibt einen bestimmten Schwellenwert der Auffälligkeit, den ein Ereignis überschreiten muss, damit es registriert wird.

Eindeutigkeit: Je eindeutiger und überschaubarer ein Ereignis ist, desto eher wird es zur Nachricht.

Bedeutsamkeit: Je größer die Tragweite eines Ereignisses, je mehr es persönliche Betroffenheit auslöst, desto eher wird es zur Nachricht.

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

Überraschung: Überraschendes hat die größte Chance, zur Nachricht zu werden, allerdings nur dann, wenn es im Rahmen der Erwartungen überraschend ist.

Kontinuität: Ein Ereignis, das bereits als Nachricht definiert ist, hat eine hohe Chance, von den Medien auch weiterhin beachtet zu werden.

Variation: Der Schwellenwert für die Beachtung eines Ereignisses ist niedriger, wenn es zur Ausbalancierung und Variation des gesamten Nachrichten-Bildes beiträgt.

Bezug auf Elite-Nationen:

Ereignisse, die Elite-Nationen betreffen (wirtschaftlich oder militärisch mächtige Nationen) haben einen überproportional hohen Nachrichtenwert.

Bezug auf Elite-Personen:

Dies gilt auch für Personen, das heißt prominente oder mächtige Persönlichkeiten.

Personalisierung: Je stärker ein Ereignis personalisiert ist, sich im Handeln oder Schicksal von Personen darstellt, desto eher wird es zur Nachricht.

Negativismus: Je „negativer“ ein Ereignis, je mehr es auf Konflikt, Kontroverse, Aggression, Zerstörung oder Tod bezogen ist, desto stärker wird es von den Medien beachtet.

Vgl.: Wolfgang Zehrt: Hörfunk-Nachrichten. Konstanz 1996, 219f; vgl. Johan Galtung/Mari Holmboe Ruge: The Structure of Foreign News. In: Jeremy Tustall (Hrsg.): Media Sociologie. London 1970.

Arbeitshinweis

- Welche Kriterien erscheinen Ihnen am Wichtigsten?
- Welche Kriterien fehlen?

M 5-4: Kriterien für die Sendung von Nachrichten

Prioritätenspiel

Kriterien für Sendung von Nachrichten

Nach welchen Kriterien werden Nachrichten ausgewählt und veröffentlicht?

Wählen Sie die fünf wichtigsten Kriterien aus und bringen Sie diese in eine Rangfolge.

- Bedeutung der Information für die Gesellschaft
- Grad der Betroffenheit des eigenen Landes
- Beteiligung von Großmächten
- Aktualität
- Ausmaß
- Intensität und Überraschungseffekt eines Ereignisses
- Publikumsinteresse
- Bekanntheitsgrad der in das Geschehen involvierten Personen
- Klarheit und Kategorisierbarkeit eines Ereignisses
- Möglichkeit den Krieg zu personifizieren
- Negativität eines Vorfalls („Only bad news are good news“.)
- Vorbildcharakter für gesellschaftliches Engagement
- Das sollten einfach alle wissen ...

M 5-5: Die Nachrichtenkette

Bei der Weitergabe von Informationen gehen Teile verloren oder es werden nicht dazugehörige Teile unbewusst ergänzt.

Dieser Mechanismus kann durch folgende Übung leicht verständlich gemacht werden:

Übung

1. Vier Personen verlassen das Zimmer.
2. Die erste Person wird hereingerufen.
Ihr wird ein Text vorgelesen, ohne dass ihr mitgeteilt wird, was die Aufgabe sein wird.

Danach wird die Aufgabe mitgeteilt: Den Text möglichst genau an die zweite Person weiterzugeben.
3. Die zweite Person wird hereingerufen
Die erste Person teilt ihr den Inhalt des Textes mit.
Danach wird ihr die Aufgabe mitgeteilt: Den Text möglichst genau an die dritte Person weiterzugeben.
4. Die dritte Person wird hereingerufen
Die zweite Person teilt ihr den Inhalt des Textes mit.
Danach wird ihr die Aufgabe mitgeteilt: Den Text möglichst genau an die vierte Person weiterzugeben.
5. Die vierte Person wird hereingerufen
Die dritte Person teilt ihr den Inhalt des Textes mit.
Danach erzählt sie was sie von der Mitteilung behalten hat.
6. Die ursprüngliche Meldung wird nochmals verlesen.

Sly

Sly ist ein Hollywood- Superstar. Er wurde 1946 geboren und wuchs im New Yorker Slum „Hell's Kitchen“ auf.

Durch einen Unfall während der Geburt zog er sich eine Lähmung der linken Gesichtshälfte zu. Sly war ein unerwünschtes Kind. Er tat sich schwer mit dem Erlernen der Sprache.

Da beide Eltern arbeiten mussten, wurde er die ersten beiden Jahre bei einer Pflegemutter untergebracht.
Berichte beschreiben Sly als verstockt und aufässig.

Mit zunehmendem Alter wurde Sly sein Handicap bewusster. Er war anders als die anderen. Er konnte nicht richtig sprechen.

In seiner Vereinsamung flüchtete er sich in Aggressionen, um der Welt ein Lebenszeichen zu geben. Er identifizierte sich mit dem Comic-Strip-Hero Superboy.

Sein ganzer Name ist Sylvester Stallone.

Vgl. Ulli Weis: Sylvester Stallone. Seine Filme, sein Leben. München 1988.

M 5-6: 1 Tag - 8 Sender: der 31.3.2003 im Internet - 1

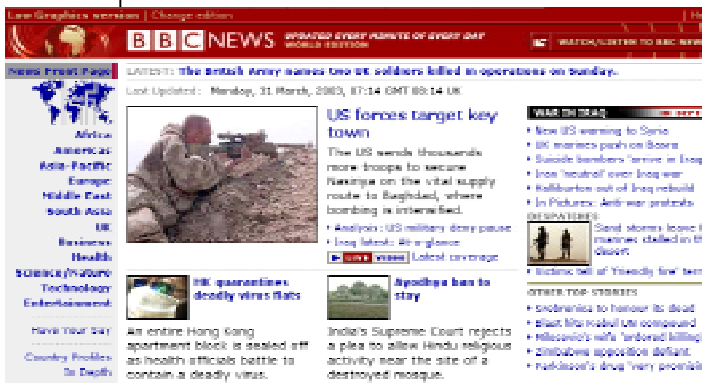


Wie haben die verschiedenen Fernsehsender und Zeitschriften am 31.3.2003 über den Golfkrieg berichtet?

Anhand der Screenshots kann die Berichterstattung vergleichend nachvollzogen werden.

Welche Schlagzeile wurde gewählt?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____



Welche Bebilderung wurde vorgenommen?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____



Über welche Sachverhalte wird informiert?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____



Wie wirkt die Seite auf den Betrachter?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

M 5-7: Wie haben sich die Nachrichten in den letzten Jahren verändert?

Eine aktuelle TV-Nachrichtenanalyse analysierte die Hauptnachrichtensendungen von acht deutschen Fernsehvollprogrammen (ARD, ZDF, Sat.1, RTL, ProSieben, RTL II, Vox, Kabel1). 2.427 Meldungen wurden anhand von 22 Nachrichtenfaktoren zugeordnet. Auffällig sind hierbei u.a. folgende Befunde:

▲ Die Analyse ergibt einen deutlichen Rückgang der politischen Berichterstattung zugunsten von Human-Touch-Themen.

▲ In der abnehmenden Bedeutung von Sprechernachrichten zugunsten von Beiträgen und Nachrichten im Film lässt sich eine Tendenz zur stärkeren Visualisierung der Nachrichtenergebnisse erkennen.

▲ Eine zunehmend konfliktorientierte Darstellung zeigt sich, indem bei der Berichterstattung über die deutsche Außenpolitik sowohl der Faktor Kontroverse als auch der Faktor Aggression deutlich an Bedeutung gewonnen haben. Private Sender orientieren sich bei der außenpolitischen und bei der internationalen Berichterstattung stärker an Konflikten als die öffentlich-rechtlichen Sender.

▲ Die bildliche Darstellung von Emotionen hat im Verlauf des Untersuchungszeitraums themenübergreifend deutlich an Bedeutung gewonnen. Insofern kann die These von einer zunehmenden Orientierung an Sensationalismus bestätigt werden.

▲ Je schneller Filmmaterial eines Ereignisses verfügbar ist und je ungewöhnlicher und exklusiver die Aufnahmen sind, desto eher wird ein Ereignis zur Nachricht. Dies bezieht sich vor allem auf den „Soft-News-Bereich.“

▲ Führt man die Befunde auf einer allgemeinen Ebene zusammen, findet man die aus der Kommunikatorforschung bekannten drei ursprünglichen Nachrichtenfaktoren „Vereinfachung“,

„Identifikation“ und „Sensationalismus auch in der Rezeption wieder.

G. Ruhrmann / J. Woelke / M. Maier / N. Diehlmann: Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen 2003.

Zitiert nach: Lothar Glauch: Gewaltige Gefühle - gefühlte Gewalt. In: tv diskurs 31, 1/2005, S. 61.