

Kurt Koszyk

Staab, Joachim Friedrich: Nachrichtenwert-Theorie

1991

<https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5422>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Koszyk, Kurt: Staab, Joachim Friedrich: Nachrichtenwert-Theorie. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 8 (1991), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5422>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Joachim Friedrich Staab: Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt.-

Freiburg, München: Verlag Karl Alber 1990 (Alber-Broschur Kommunikation, Bd.17), 267 S., DM 68,-

Der Begriff Nachrichtenwert (news value) geht auf den amerikanischen Journalisten Walter Lippmann zurück, der ihn 1922 in seiner vielzitierten Schrift *Public Opinion* verwendet hat. Schon 1925 begann die empirische Reflexion darüber, als Charles Merz in der *New Republic* am Beispiel von zehn Nachrichten ihre wichtigsten Eigenschaften charakterisierte. Daraus hat sich eine Art Theorie entwickelt, die im Grunde eine Kriterienliste für die Ausbildung von Journalisten geworden ist. Carl Warren hat sie erstmals 1934 in sein Handbuch *Modern News Reporting* aufgenommen. Insgesamt waren es damals acht Kategorien: Aktualität eines Ereignisses (immediacy), räumliche Nähe (proximity), Prominenz beteiligter Personen (prominence), Kuriosität (oddity), Konfliktstoff (conflict), Spannung (suspense), Emotionen (emotions) und Folgen (consequence). Dieser Katalog ist immer wieder variiert, reduziert und erweitert worden, um die Merkmale zu beschreiben, die ein medienrelevantes Ereignis ausmachen, vor allem dessen Präsentation auf der 'front page' oder an der Spitze einer Nachrichtensendung.

Die vorliegende Dissertation wurde 1988 an der Universität Mainz angenommen und im Rahmen des von Hans Mathias Kepplinger geleiteten DFG-Projekts "Instrumentelle Aktualisierung" verfaßt. Staab will sie als theoretischen und empirischen Beitrag zur Nachrichtenselektionsforschung verstanden wissen. Theoretisch bewegt sich die Studie im Feld der Gatekeeper-Forschung, die auf Kurt Lewin zurückgeht. Der Autor führt verschiedene Ansätze aus den zwanziger bis fünfziger Jahren zusammen. Der von ihm dabei gebotene Überblick ist umfassend und kompetent. Der empirische Teil basiert auf den Studien, die Kepplinger seit 1975 vorgelegt hat, setzt sich aber auch mit den Arbeiten von Winfried Schulz, Einar Östgaard, Sophia Peterson, Johan Galtung und Marie H. Ruge sowie Karl Erik Rosengren auseinander. Staab berücksichtigte dabei ausschließlich Nachrichtenfaktoren, die sich auf einzelne Aspekte von Ereignissen oder Relationen zwischen Ereignissen und Medienberichterstattung beziehen. Als zusätzliche Dimensionen hat der Autor die Faktoren tatsächlicher oder möglicher Erfolg/Nutzen bzw.

Mißerfolg/Schaden und wirtschaftliche Nähe codieren lassen. Die Untersuchung, die am Beispiel von vier Konflikten (35-Stunden-Woche, Paraispenden-Affäre, Mittelamerika, Ausländer in der BRD) für das Jahr 1984 durchgeführt wurde, erfaßte vier überregionale Blätter, vier Regionalzeitungen des Rhein-Main-Gebiets, zwei Straßenverkaufszeitungen, Abendnachrichten von fünf Hörfunksendern, die Hauptnachrichtensendung von ARD und ZDF sowie den dpa-Basisdienst.

Aus seinen Befunden leitet Staab ab, die Nachrichtenwert-Theorie sei weniger eine Theorie der Nachrichtenselektion als vielmehr ein Modell zur Beschreibung und Analyse von Strukturen in der Medienrealität, d.h. im Inhalt der Medien. Die Überprüfung von insgesamt 22 Nachrichtenwert-Faktoren ergab, daß ihr Einfluß eher im Umfang als in der Platzierung einer Nachricht deutlich wurde. Dies mit empirischer Akribie erarbeitete Resultat veranlaßt Staab zu der Aussage: Weder eine rein kausale Betrachtungsweise der Nachrichtenfaktoren hinsichtlich der Nachrichtengebung ist haltbar, noch die Behauptung, sie bestimmten die Publikationsentscheidung (vgl. S.214). Deshalb muß nach Ansicht Staabs die Frage offen bleiben, "ob 'objektive' Nachrichtenfaktoren, institutionelle Prozesse (z.B. Einflußnahme des Verlegers oder des Chefredakteurs), strukturelle Vorgaben (z.B. Raum- bzw. Zeitmangel) oder subjektive Kriterien (z.B. Wertsystem oder Einstellungen) die Entscheidungen von Journalisten [...] steuern" (ebd.). Das Instrument der quantitativen Inhaltsanalyse erwies sich deshalb als ungeeignet - eine Einsicht, die Staab schon bei Siegfried Kracauer hätte finden können.

Kurt Koszyk (Dortmund)